

บทที่ 4

การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำ บริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาให้ทราบถึงรูปแบบของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่เรื่องการจัดสรรจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 100 ล้านหุ้นของบริษัท การบินไทย จำกัด อันเป็นข้อกำหนดที่ต้องดำเนินการเพื่อนำบริษัทฯ เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมทั้งการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ผ่านสื่อดังกล่าวว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อหรือไม่อย่างไร

ข้อมูลเกี่ยวกับการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2535

ในการกำหนดวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นั้น มีเป้าหมายที่จะดำเนินการเผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับวิธีการจองซื้อหุ้น การดำเนินงานของบริษัท การบินไทย จำกัด ตั้งแต่อดีตจนกระทั่งปัจจุบัน โดยเน้นความเจริญก้าวหน้าและพัฒนาการต่างๆ เพื่อเป็นการเชิญชวนให้ประชาชนสนใจและเข้าร่วมในกิจกรรมการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนของการบินไทยสู่มหาชน เนื่องจากมติที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทครั้งที่ 1/2535 เมื่อวันที่ 19 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2535 ได้มีมติให้จัดสรรจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 5,000,000 หุ้นให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่ของบริษัทในราคาตามมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ และให้จัดสรรจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 95,000,000 หุ้นให้แก่ประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ได้เป็นไปตามแนวทางของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 25 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2534 อันมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อเป็นการระดมทุนจากภาคเอกชนอันจะทำให้การบินไทยมีศักยภาพในการแข่งขันด้านการพาณิชย์ รวมทั้งเป็นการให้ประชาชนและพนักงานได้มีส่วนร่วมเป็นเจ้าของสายการบินแห่งชาติอีกด้วย

หลังจากคณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีมติให้จัดจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนทั่วไปจำนวน 95,000,000 หุ้น โดยเปิดให้จองซื้อได้ในระหว่างวันที่ 16-27 เดือนมีนาคม พ.ศ. 2535 บริษัท การบินไทยฯ ซึ่งนอกจากจะจำหน่ายหุ้นจำนวน 5,000,000 หุ้นให้แก่พนักงานภายในแล้ว บริษัทฯ ยังได้จำหน่ายหุ้นที่เหลือให้กับประชาชนทั่วไป จำนวน 40,000,000 หุ้น ผ่านธนาคารพาณิชย์ 5 แห่ง ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพฯ ธนาคารกสิกรไทยฯ ธนาคารกรุงไทยฯ ธนาคารทหารไทยฯ และธนาคารไทยพาณิชย์ฯ สำหรับ 55,000,000 หุ้นที่เหลือ ให้จองซื้อผ่านผู้จัดการการจัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่ายหุ้น ผู้จัดการจำหน่ายและรับประกันการจำหน่ายหุ้น และตัวแทนผู้จัดการจำหน่ายหุ้น

ผู้บริหารของบริษัท การบินไทย จำกัด ในขณะนั้น ได้เล็งเห็นความสำคัญของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกิจกรรมดังกล่าว ในการที่ต้องชี้แจงให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบอย่างชัดเจนถึงหลักการและเหตุผลในการนำบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และสำหรับการประชาสัมพันธ์ในส่วนที่เกี่ยวกับรายละเอียดของกิจการบริษัทฯ ต่อนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศก่อนการจัดจำหน่ายหุ้นนั้น เห็นว่าไม่มีความจำเป็นแต่อย่างใด เนื่องจากการบินไทยเป็นกิจการที่อยู่ในความดูแลของรัฐบาล ดังนั้นชื่อเสียงของการบินไทยจึงเป็นที่รู้จักกันดีอยู่แล้ว การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้คนทั่วไปรับทราบว่าได้มีการนำบริษัท การบินไทยฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และได้นำหุ้นออกจัดสรรและจำหน่ายให้กับประชาชนทั่วไปจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจมากกว่า (ฉัตรชัย บุญยะอนันต์: 2540)

การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นั้น จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของบริษัท การบินไทย จำกัด ที่รับผิดชอบในเรื่องนี้ ในขณะนั้นทำให้ทราบว่า การเผยแพร่ข่าวสารในเรื่องดังกล่าวเน้นในเรื่องของการสร้างความตระหนักรู้ให้กับประชาชนทั่วไปรวมถึงพนักงานภายในบริษัทฯ ได้ทราบถึงการขายหุ้นเพิ่มทุนของบริษัท การบินไทยฯ โดยมีการนำเอาสื่อต่างๆ มาใช้ ด้วยเหตุนี้ การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นั้น จึงได้แบ่งรายละเอียดออกเป็นการเผยแพร่ข่าวสารภายใน คือ เพื่อเผยแพร่ให้กับพนักงานภายในบริษัทฯ และการเผยแพร่ข่าวสารภายนอก คือ เพื่อเผยแพร่ให้กับประชาชนทั่วไป สื่อมวลชน และสถาบันการเงิน นักวิเคราะห์การเงินการลงทุน โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อบอกกล่าวให้ประชาชนทั่วไปและพนักงานได้ทราบถึงการประกาศขายหุ้นของบริษัทฯ รวมทั้งการให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับที่มา หลักการ และกระบวนการของการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทฯ ในครั้งนี้ ทั้งนี้ เพื่อเป็นไปตามเป้าหมายของการกระจายหุ้นโดยการขายหุ้นให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ การนำสื่อมาใช้เพื่อการนี้ จึงเป็นไปตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว

การวิเคราะห์รูปแบบการใช้สื่อเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในการปฏิบัติงานตามแผนเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนั้น ผู้นำแผนไปปฏิบัติจำเป็นต้องมีความเข้าใจในนโยบายขององค์กร วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของแผนงานอย่างชัดเจน เพื่อจะได้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและประสบผลสำเร็จ และที่สำคัญจะต้องมีความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมายของพื้นที่ที่ต้องการเข้าถึงและทำการสื่อสารอีกด้วย

การวางแผนการสื่อสารที่คิโนั้นจะต้องมีการกำหนดนโยบายการสื่อสารที่แน่ชัดและมีการปฏิบัติตามแผนต่างๆ ได้อย่างสมบูรณ์ รูปลักษณะของนโยบายการสื่อสารนั้นถูกกำหนดโดยแนวทางในด้าน

การสื่อสารทั่วๆ ไปของสังคม นโยบายการสื่อสารถือกำเนิดขึ้นจากอุดมการณ์ทางการเมือง สภาพการณ์ทางสังคม และเศรษฐกิจของประเทศ และค่านิยมต่างๆ อันเป็นมูลกำเนิดของสิ่งเหล่านี้ นโยบายการสื่อสารย่อมหาทางเชื่อมโยงสิ่งดังกล่าวมาแล้วนั้น ให้สอดคล้องกับความต้องการอันแท้จริงและโอกาสในอนาคตต่างๆ ของการสื่อสาร

สำหรับการกำหนดรูปแบบการใช้สื่อเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นั้น บริษัท การบินไทยฯ ร่วมกับบริษัทเอกชนต่างๆ รวม 4 บริษัท ได้ดำเนินการวางแผนและสร้างสรรค์รูปแบบของสื่อต่างๆ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์หลักของการเผยแพร่ คือ เพื่อประกาศให้ทราบถึงการจัดสรรจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนของบริษัท การบินไทยฯ โดยแยกวัตถุประสงค์ย่อยตามกลุ่มเป้าหมายหลัก 2 กลุ่ม คือ พนักงานภายใน และประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ เพื่อให้หุ้นการบินไทยเข้าถึงประชาชนมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ดังนั้น การใช้สื่อเพื่อเผยแพร่จึงเป็นวิธีการที่การบินไทยในขณะนั้นคิดว่าจะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้

นอกจากนี้ การเผยแพร่ข้อมูลเพื่อการจัดสรรจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุน ถือว่าเป็นกระบวนการหนึ่งของการนำบริษัทฯ เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ ดังนั้น กิจกรรมการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ครั้งนี้ จึงเป็นไปเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวเช่นกัน ซึ่งในการนี้ รูปแบบของสื่อและเนื้อหาของสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อควรจะต้องอยู่ในกฎของตลาดหลักทรัพย์ฯ

ในการวิเคราะห์รูปแบบการใช้สื่อในเรื่องนี้ ได้ทำการวิเคราะห์โดยจำแนกสื่อตามประเภทของช่องทางการสื่อสารเพื่อนำเสนอข้อมูล 3 ช่องทาง ได้แก่ 1. สื่อมวลชน 2. สื่อเฉพาะกิจ และ 3. สื่อกิจกรรม ซึ่งในแต่ละช่องทางจะได้ทำการวิเคราะห์เรียงตามช่วงเวลาของการเผยแพร่ข่าวสาร โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ

1. ช่วงการเสนอขายหุ้น (Initial Public Offering Period หรือ Pre-Launching Period) เริ่มตั้งแต่วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2535 จนถึง 15 มีนาคม 2535 หมายถึง ช่วงระยะเวลาของการแนะนำและชี้แจงให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงวิธีการและรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนในครั้งนี้ และที่สำคัญ คือ เป็นช่วงเวลาของการเชิญชวนให้บุคคลสนใจที่ในการจับจองเป็นเจ้าของการบินไทย ด้วยการซื้อหุ้นอีกด้วย

2. ช่วงการรับจองซื้อหุ้น (Subscription Period หรือ Launching Period) เริ่มตั้งแต่วันที่ 16-27 มีนาคม 2535 หมายถึง ช่วงระยะเวลาของการเปิดให้ประชาชนทั่วไปรวมทั้งพนักงานภายในได้มีโอกาสเป็นเจ้าของบริษัท การบินไทยฯ ด้วยการรับจองซื้อหุ้น ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ในช่วงนี้จึงเป็น

ช่วงเวลาของการแนะนำและชี้แจงให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงวิธีการและรายละเอียดของการจัดสรร และจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนเท่านั้น ไม่มีการเชิญชวนเพื่อซื้อหุ้นดังกล่าว

3. ช่วงหลังการปิดรับการจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ (Pre-Trading Period หรือ Post-Launching Period) เริ่มตั้งแต่วันที่ 28 มีนาคม จนถึง วันที่ 22 กรกฎาคม 2535 หมายถึง ช่วงระยะเวลาหลังจากให้มีการรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงเวลาก่อนการนำหุ้นไปซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในเวลานี้ เนื่องจากมีข่าวคราวที่มีผลลบต่อราคาหุ้นการบินไทย ดังนั้น การเผยแพร่ข่าวสารในช่วงนี้จึงเป็นการดำเนินการตามแผนเฉพาะกิจที่จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ที่จะเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์การเพื่อลบข่าวที่ไม่ดีดังกล่าว ทั้งนี้ เพื่อให้ราคาหุ้นอยู่ในเกณฑ์เมื่อมีการนำเข้าซื้อขาย (trading) ในตลาดหลักทรัพย์แล้ว

1. การวิเคราะห์รูปแบบการใช้สื่อในช่วงการเสนอขายหุ้น

เป็นการวิเคราะห์รูปแบบการใช้สื่อเพื่อนำเสนอข่าวสารการนำบริษัท การบินไทยฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยจำแนกตามช่องทางการสื่อสาร ดังนี้

1.1 สื่อมวลชน

ในช่วงนี้ เป็นช่วงของการระดมใช้สื่อทุกประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอข้อมูลในเรื่องดังกล่าวผ่านช่องทางสื่อมวลชน ดังนั้น จึงได้มีการนำสื่อแบบผสมผสานมาใช้ คือ โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ รวมทั้งวารสารและนิตยสารต่างๆ เนื่องจาก สื่อมวลชนเป็นช่องทางที่สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ผู้รับจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว และสามารถให้ความรู้และข่าวสารแก่ผู้รับสารได้เป็นอย่างดี (ประมะ สตะเวทิน: 2534) บริษัท การบินไทยฯ ในขณะนั้น จึงได้นำสื่อมวลชนมาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นของการบินไทย ด้วยคุณสมบัติต่างๆ ของสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ซึ่งมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกันไป การใช้สื่อมวลชนแบบผสมผสานดังกล่าวเป็นวิธีการของการนำสื่อทั้ง 3 ประเภทนั้นมาใช้รวมกันเพื่อเป็นการชดเชยข้อจำกัดของกันและกัน เพื่อให้ข่าวสารกระจายหุ้นของการบินไทยนั้นเข้าถึงประชาชนได้อย่างแพร่หลาย นอกจากนั้น ความต่อเนื่องของการเผยแพร่ข่าวอย่างสม่ำเสมอจะสร้างความตระหนักรู้และทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากในเวลานั้น บริษัทฯ มีเวลาเตรียมการน้อยมากหลังจากที่คณะกรรมการบริหารบริษัท การบินไทยฯ ได้มีมติในการนำหุ้นออกจัดสรรและจำหน่ายให้กับบุคคลภายนอก (19 กุมภาพันธ์ 2535) จนถึงวันเปิดรับสมัครการจองซื้อหุ้น (16-27 มีนาคม 2535) และในการนำหุ้นออกจำหน่ายในครั้งนี้ บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะกระจายหุ้นให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ในเวลา

อันจำกัด ดังนั้น การใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางในการนำเสนอข้อมูลในเรื่องนี้จึงเป็นวิธีการที่ดีที่สุดอย่างหนึ่งในตอนนั้น

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ข้อมูลเพื่อขายหุ้นในช่วงนั้น พบว่ามีการให้ความสำคัญกับการใช้สื่อมวลชนเป็นอย่างมาก แต่ด้วยเวลาอันจำกัดและบริษัทฯ ไม่มีประสบการณ์ในการทำประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่เรื่องการขายหุ้นของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ มาก่อน ดังนั้น ในการนี้การบินไทยจึงได้ว่าจ้างบริษัทเอกชนในการผลิตสารออกเผยแพร่ทางสื่อมวลชนต่างๆ ซึ่งรายละเอียดของบริษัทเหล่านี้อยู่ในบทนำ

สำหรับการใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลในช่วงการเสนอขายหุ้นของบริษัท การบินไทยฯ ในครั้งนี้ เป็นการใช้สื่อดังกล่าว เพื่อบอกกล่าวกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ พนักงานภายในและประชาชน ด้วยการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการพร้อมรายละเอียดในการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนครั้งนี้ และที่สำคัญ คือ เนื้อหาของสื่อในช่วงนี้นั้นเน้นการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจที่จะจับจองหุ้นการบินไทยด้วยรูปแบบของการนำเสนอข่าวสารที่แตกต่างกันตามประเภทของสื่อดังต่อไปนี้

- ก. สื่อโทรทัศน์
- ข. สื่อวิทยุ
- ค. สื่อหนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร
- ก. สื่อโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีศักยภาพสูงสุด เพราะสามารถนำเสนอได้ทั้งภาพการเคลื่อนไหว และเสียง แต่ก็ยังเป็นสื่อที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายซื้อสื่อในราคาแพงที่สุดในบรรดาสื่อมวลชนทุกประเภท ด้วยประสิทธิภาพดังกล่าว การบินไทยจึงใช้สื่อโทรทัศน์อย่างมาก ในช่วงของการเสนอขายหุ้น เพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบและเข้าใจวิธีการและรายละเอียดในการจัดจำหน่ายหุ้น รวมทั้งให้พนักงานภายในเข้าใจถึงวิสัยทัศน์และเกณฑ์ของบริษัทฯ ในการจัดสรรหุ้น และเชิญชวนให้พนักงานซื้อหุ้นในส่วนที่นอกเหนือจากสิทธิด้วย กลยุทธ์ของการใช้สื่อโทรทัศน์ของการบินไทยในช่วงนั้นแบ่งออกเป็นสองรูปแบบ ได้แก่

1. รูปแบบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

ในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทยฯ เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ฯ นั้น บริษัทได้จ้างบริษัท แมคแคน แอนด์ อีริคสัน จำกัด ดำเนินการผลิตภาพยนตร์โฆษณา จำนวน 2 ชุดด้วยกัน คือ ชุดกล้วยไม้ และชุดเครื่องบิน แต่เนื่องจากทั้งบริษัท การบินไทยฯ และบริษัท แมคแคนฯ มิได้เก็บวีดิทัศน์ของภาพยนตร์ดังกล่าวไว้เป็นหลักฐาน ดังนั้นรูปแบบและเนื้อหาที่นำเสนอสามารถวิเคราะห์ได้จากคำบอกเล่าของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งเนื้อหาที่นำเสนอในสื่อหนังสือพิมพ์ที่อ้างถึงเท่านั้น

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทั้งของบริษัท การบินไทย จำกัด และบริษัท แมคแคน แอนด์ อีริคสัน จำกัด พบว่า ในช่วงเวลานั้น พบว่าภาพยนตร์โฆษณาทั้งสองชุดดังกล่าวมีวิธีการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นลักษณะของการโฆษณาเพื่อองค์การ คือ มิได้บอกโดยตรงว่าบริษัท การบินไทยฯ กำลังจะขายหุ้นหรือเชิญชวนให้ผู้ชมมาซื้อหุ้นการบินไทย แต่เป็นลักษณะของการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การในภาพรวม ด้วยการสร้างภาพยนตร์ที่ทำให้ผู้ชมเกิดความมั่นใจและไว้วางใจ ในการบินไทย เช่น ในภาพยนตร์โฆษณาชุดกล้วยไม้ เป็นภาพที่ทำให้เห็นพัฒนาการของดอกกล้วยไม้จากเริ่มแรกจนเป็นดอกที่สมบูรณ์เต็มที่ และในภาพยนตร์โฆษณาชุดเครื่องบิน เป็นภาพที่แสดงถึงพัฒนาการของบริษัทฯ ตั้งแต่เริ่มแรกที่มีเครื่องบินเพียงไม่กี่ลำ พนักงานไม่กี่คน จนมีมากเช่นในปัจจุบัน

สำหรับกระบวนการการสรรสร้างงานโฆษณา 2 ชุดนี้ จากการที่ได้สัมภาษณ์อดีตเจ้าหน้าที่บริษัท แมคแคนฯ ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับเรื่องนี้ ทำให้ทราบว่า ภาพยนตร์โฆษณาดังกล่าวของการบินไทยมิได้ทุ่มงบประมาณในการสร้างงานชิ้นใหม่ขึ้นมา เนื่องจากเวลาเตรียมการน้อยมากและด้วยงบประมาณที่จำกัด จึงต้องใช้สื่อที่แพร่กระจายมากที่สุดและเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ด้วยงบประมาณที่ไม่มากนักเกินไปนัก ดังนั้น ภาพยนตร์โฆษณา 2 ชุดนี้ จึงเกิดจากการนำฟิล์มโฆษณา มาตัดต่อและเขียนสคริปต์ใส่เข้าไปใหม่

จากที่กล่าวแล้วว่า รูปแบบของโฆษณาทางโทรทัศน์ที่นำเสนอในเรื่องนี้นั้น มีลักษณะเป็นการปูพื้นให้ผู้รับสารมองภาพการบินไทยโดยรวมว่า การบินไทยมีพัฒนาการ ความมั่นคง และความสามัคคีกลมเกลียวในหมู่พนักงาน รูปแบบของการนำเสนอ ถึงแม้ว่าจะนำเสนอโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่เรื่องการจัดจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนให้บริษัทฯ ก็ตาม แต่เนื่องจากระเบียบของตลาดหลักทรัพย์ที่ไม่อนุญาตให้บริษัทที่จดทะเบียนกระทำการโฆษณาเพื่อโปรโมตราคาหุ้น หรือรายละเอียดโดยตรงเกี่ยวกับการขายหุ้น ดังนั้น การนำเสนอโฆษณาทางโทรทัศน์ในลักษณะนี้

จึงเป็นสิ่งที่ยอมรับฯ ทำได้ในขณะนั้น อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์หลักของการใช้รูปแบบโฆษณา ดังกล่าว คือ เพื่อสร้างความรู้สึกให้กับผู้รับสารหรือผู้ชมภาพยนตร์โฆษณาสองชุดนี้ว่าน่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ จนทำให้เกิดความรู้สึกสนใจใคร่จับจองหุ้นการบินไทย

ผู้จัดการกองกิจกรรมส่งเสริมการพาณิชย์ บริษัท การบินไทยฯ ซึ่งเป็นผู้ประสานงานด้านการโฆษณาในขณะนั้น ได้กล่าวถึงโฆษณาสองชิ้นนี้ว่า

“ภาษาอังกฤษเขาเรียก Corporate Advertising เราใช้ corporate เป็นการอุปมาให้ประชาชนทั่วไปได้รู้ถึงการบินไทยได้มากกว่าที่เขาเคยรู้ รู้ถึงการบินไทยว่าเป็นสายการบิน รู้ว่า เรามีเทคโนโลยีสูงถึงขนาดนี้ มีพนักงานถึง 18,000 คน เรามีการจัดหารายได้มาให้ประเทศไทยได้มากถึงขนาดนี้”

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของบริษัท เพรสโก้ แชนด์วิก จำกัด (มหาชน) ได้กล่าวถึงการใช้สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์สำหรับงานประชาสัมพันธ์ครั้งนี้ว่า

“เราใช้การโฆษณาเพื่อองค์การให้เขาเห็นภาพรวมของการบินไทย เพื่อให้เขาเกิดความเชื่อมั่น คือ เราไม่ทำชัดเลยว่าเราจะขายหุ้น เพราะตามกฎหมายของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ออกโฆษณาไปรอหุ้นไม่ได้ แต่ประกาศได้ว่า โอ. เค. ขายหุ้นวันนี้ได้ เพราะเป็นข้อมูลที่แท้จริง แต่ออกโฆษณาว่าการบินไทยจะขายหุ้นเป็นเรื่องที่น่าสนใจให้รีบไปซื้อ ทำไม่ได้เลย เพราะฉะนั้นมีเหตุผลที่เขาใช้การโฆษณาเพื่อองค์การมากกว่า”

อดีต Account Supervisor ของบริษัท แมคแคน แอนด์ อิริคสัน จำกัด ได้กล่าวถึงแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานโฆษณา 2 ชุดดังกล่าวว่า

“เราต้องการสร้างความน่าเชื่อถืออะไรที่เกี่ยวกับการบินไทยบ้างที่ทำให้การบินไทยดูน่าเชื่อถือในสายตาของประชาชน เราสร้างความน่าเชื่อถือให้ก่อน ให้คนรู้สึกกับความเป็นการบินไทย”

ดังนั้น รูปแบบการใช้สื่อในลักษณะของการโฆษณาทางโทรทัศน์ จึงเป็นการใช้สื่อเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการสร้างความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ประชาชนเกิดความมั่นใจในการบินไทย ซึ่งจะส่งผลไปถึงวัตถุประสงค์หลักขององค์การในขณะนั้น คือ ประชาชนเข้ามาจับจองหุ้นการบินไทย เพราะเกิดความมั่นใจที่ได้รับจากสารโฆษณาดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม การใช้สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ดังกล่าวได้มีการนำเสนออย่าง ต่อเนื่องและสม่ำเสมอภายในช่วงของการเสนอขายหุ้นและช่วงการรับจองซื้อหุ้นเท่านั้น หลังจากนั้นก็ หยุดออกอากาศไป เนื่องจากสื่อดังกล่าวได้รับการผลิตขึ้นเพื่อให้บรรลุตามเป้าประสงค์เฉพาะกิจ เพื่อ ปลุกจิตสำนึกให้คนมั่นใจในบริษัท การบินไทยฯ เพื่อจับจองหุ้นเท่านั้น ถึงแม้ว่าเนื้อหาจะสามารถใช้ได้ ทุกสถานการณ์ก็ตาม

2. รูปแบบของข่าว

ในช่วงของการเสนอขายหุ้นนั้น สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่สำคัญในการเผยแพร่ กิจกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อการจัดจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนของบริษัท การบินไทย จำกัด ในครั้งนั้น ในการนี้ สถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง ได้เผยแพร่ข่าวกิจกรรมต่างๆ ที่ทางบริษัท การบินไทยฯ จัดขึ้นเพื่อ เผยแพร่ให้ประชาชนได้ทราบถึงการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนของการบินไทย ซึ่งรายการข่าวที่นำเสนอ มีทั้ง ข่าวภาค 19.00 น. และข่าวสังคมธุรกิจ โดยการนำเสนอข่าวกิจกรรมต่างๆ ในช่วงการเสนอขายหุ้นและ ช่วงการรับจองซื้อหุ้นเป็นส่วนใหญ่ เพราะเป็นช่วงที่ต้องการเชิญชวนให้ประชาชนทั่วไปได้เข้าใจและ รับทราบถึงกระบวนการจัดจำหน่ายหุ้นในครั้งนี้ กิจกรรมที่สื่อโทรทัศน์นำเสนอในรูปแบบของข่าว ได้แก่ กิจกรรมพิธีลงนามเพื่อแต่งตั้งผู้รับประกันการจัดจำหน่ายและตัวแทนจำหน่ายและรับประกันการ จำหน่ายหุ้นที่โรงแรมรอยัลลอคคิต เซอราตัน กิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเกี่ยวกับหุ้น การบินไทย หรือกิจกรรม “โรดโชว์” ซึ่งเป็นกิจกรรมที่บริษัท การบินไทยฯ จัดขึ้นเพื่อให้ผู้บริหาร การบินไทยและสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้องรวมทั้งคณะทำงานเดินทางไปยังจังหวัดต่างๆ ที่สำคัญเพื่อเป็น การชี้แจงและให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการจองซื้อหุ้นและเป็นการเชิญชวนให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมซื้อหุ้น การบินไทยด้วย แต่เนื่องจากเวลาน้อย จึงไม่สามารถเดินทางไปทุกจังหวัดทั่วประเทศได้ ดังนั้น จึงเลือกเฉพาะจังหวัดสำคัญที่เป็นศูนย์กลางธุรกิจ ได้แก่ เชียงใหม่ นครราชสีมา เป็นต้น ดังนั้น ภาพข่าว การจัดกิจกรรม “โรดโชว์” ผ่านทางสื่อโทรทัศน์จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยในการเผยแพร่กิจกรรมเพื่อการ ขายหุ้นดังกล่าวให้แพร่กระจายในหมู่ประชาชนทั่วไปได้เร็วยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม รายละเอียดของการจัด กิจกรรมนี้จะกล่าวถึงในหัวข้อการวิเคราะห์รูปแบบของสื่อประเภทกิจกรรมต่อไป

การใช้สื่อโทรทัศน์ในรูปแบบของข่าว ซึ่งนำเสนอด้วยเนื้อหาที่เป็นกลาง คือ เป็นเพียง แค่รายงานความเป็นไปในการจัดกิจกรรมรองรับนโยบายการขายหุ้นของการบินไทยเท่านั้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากในการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ครั้งนี้ การบินไทยได้มีการวางแผนใช้สื่อหลายประเภทด้วยกัน ดังนั้นการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวเรื่องหุ้นของการบินไทยจึงเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งเท่านั้น และวัตถุประสงค์เป็นเพียงแค่สร้างความตระหนักรู้ ซึ่งจะ เป็นเนื้อหาเสริมให้กับเนื้อหาหลักของสื่ออื่น ต่อไป

3. รูปแบบของการให้สัมภาษณ์ทางรายการโทรทัศน์

นอกจากการใช้สื่อโทรทัศน์ในรูปแบบของโฆษณาและข่าวแล้ว ยังมีการนำเสนอในรูปแบบของการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารการบินไทยในรายการโทรทัศน์ เพื่อนำเสนอสาระเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายหุ้นการบินไทยอย่างละเอียดอีกด้วย แต่เนื่องจากไม่สามารถหาหลักฐานการนำเสนอในรูปแบบดังกล่าว จึงต้องยกตัวอย่างหลักฐานที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ คอลัมน์ “ถอดสูตร” ประจำวันที่ 12-14 มีนาคม 2535 ว่าผู้บริหารคนหนึ่งของการบินไทยได้ไปออกรายการช่วงเช้ามีคของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เพื่อคุยเกี่ยวกับเรื่องราวของการบินไทยที่ได้เปิดให้ประชาชนทั่วไปได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารกิจการของชาติ

รูปแบบการใช้สื่อโทรทัศน์ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญของการเผยแพร่สารผ่านสื่อโทรทัศน์ของผู้บริหารการบินไทยว่าจะทำให้ประชาชนผู้รับสารเกิดความเข้าใจในสารนั้น ได้อย่างดี เนื่องจากผู้สื่อสารที่เป็นผู้บริหารของการบินไทยนั้น มีความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาสารนั้นเป็นอย่างดี เพราะหากผู้ส่งสารมีความรู้เรื่องที่จะสื่อสารดี โอกาสที่การสื่อสารนั้นจะประสบผลสำเร็จก็มีมาก (ประม ๕๓๖ : ๒๕๓๓) ซึ่งเป็นที่น่าเสียดายว่า ด้วยเวลาอันจำกัดจึงทำให้ผู้บริหารบริษัทฯ ไม่สามารถไปออกหลายรายการได้ แต่ก็นับได้ว่าเป็นความพยายามของการบินไทยในช่วงนั้น ที่พยายามจะใช้สื่อทุกรูปแบบในช่วงเวลาเพียงเล็กน้อยเพื่อให้รายละเอียดอันเป็นประโยชน์ต่อการจับจองหุ้นการบินไทยของประชาชน

กล่าวโดยสรุปสำหรับการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนของการบินไทยว่า เป็นกิจกรรมการใช้สื่อในหลายรูปแบบด้วยกัน คือ รูปแบบโฆษณา รูปแบบข่าวและรูปแบบการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารการบินไทยในรายการ โดยเฉพาะในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้น ที่เรียกได้ว่าเป็นช่วงเวลาของการใช้สื่ออย่างหลากหลายและมากที่สุด สื่อโทรทัศน์จึงเป็นสื่อมวลชนที่สำคัญในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นบุคคลภายนอก เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ทั้งยังทราบเรื่องราวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกิจกรรมการจัดสรรหุ้นดังกล่าว การนำเสนอในหลากหลายรูปแบบนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักรู้ เพื่อเป็นการกระตุ้นประชาชนให้เกิดความสนใจที่จะจับจองหุ้นการบินไทยในที่สุด

ข. การใช้สื่อวิทยุ

สื่อวิทยุเป็นสื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพ ในการนำเสนอได้กว้างไกลทั่วทุกภูมิภาค กระจายไปทั่วประเทศเช่นเดียวกับสื่อโทรทัศน์

การใช้สื่อวิทยุเพื่อเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ฯ นั้น เนื่องจากการมีปัญหาในการหาข้อมูล เพราะบริษัท การบินไทยฯ และบริษัท แมก-แคนฯ มิได้เก็บสำเนารายการวิทยุไว้ จึงทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ได้อย่างเจาะลึก แต่อย่างไรก็ตาม จากคำบอกเล่าของเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในตอนนั้น ทราบว่าได้มีการใช้สื่อวิทยุเช่นเดียวกับสื่อมวลชนประเภทอื่นในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้น ซึ่งสามารถจำแนกรูปแบบการใช้สื่อวิทยุได้ดังนี้

1. รูปแบบโฆษณาทางวิทยุ

จากการสัมภาษณ์อดีตเจ้าหน้าที่สำนักประชาสัมพันธ์ บริษัท การบินไทยฯ ที่รับผิดชอบงานนี้ในขณะนั้น จึงทำให้ทราบว่าในช่วงเวลานั้นได้มีการนำเสนอข้อมูลการขายหุ้นเพิ่มทุนของการบินไทย ในรูปแบบของสปอตวิทยุ โดยการนำออกเผยแพร่ทั้งในต่างจังหวัดและกรุงเทพฯ โดยเฉพาะรายการที่ออกเผยแพร่ในต่างจังหวัดนั้น จากการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบว่ามีการเผยแพร่ล่วงหน้า 15 วันก่อนที่จะมีกิจกรรมโรดโชว์ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และเชิญชวนให้ประชาชนท้องถิ่นนั้นไปร่วมงานดังกล่าว

2. รูปแบบของการให้สัมภาษณ์ทางรายการวิทยุ

เช่นเดียวกับโทรทัศน์ ในช่วงของการเสนอขายหุ้นนั้น บริษัท การบินไทย จำกัด ได้ใช้สื่อวิทยุในการนำเสนอเรื่องราวการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทฯ อย่างละเอียดและใกล้ชิดกับประชาชน ด้วยการให้ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ไปออกรายการวิทยุช่วงเช้าของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อชี้แจงรายละเอียดความเป็นมาและขั้นตอนการจำหน่ายหุ้นของการบินไทย ดังปรากฏในหนังสือพิมพ์ วัฏจักรฉบับวันที่ 19 มีนาคม 2535 คอลัมน์ “จากพีดานสู่พื้น” หัวข้อ “หุ้นการบินไทย-โปร่งใส” และเช่นเดียวกับสื่อโทรทัศน์ บริษัท การบินไทย จำกัด ได้นำสื่อวิทยุมาใช้ในขณะนั้น เพื่อต้องการให้กลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไปได้ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการจองหุ้นอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ สื่อวิทยุจึงเป็นสื่อหนึ่งที่การบินไทยได้ใช้ควบคู่ไปกับสื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์เพื่อเผยแพร่เรื่องดังกล่าว

ดังที่ได้กล่าวข้างต้นแล้วว่า ประสิทธิภาพและคุณสมบัติที่ดีของวิทยุในแง่ที่สามารถแพร่กระจายได้กว้างขวาง และยังมีผลทางด้านจิตวิทยาที่สามารถเร้าอารมณ์หรือสร้างการรูงใจได้ง่าย และที่สำคัญต้นทุนในการผลิตไม่สูงมากนัก ทั้งบริษัท การบินไทยฯ ยังมีสถานีวิทยุเครือข่ายครอบคลุมหลายจังหวัด จึงทำให้สื่อวิทยุเป็นสื่อมวลชนอีกแขนงหนึ่งที่การบินไทยได้นำมาใช้ในการ

เผยแพร่เรื่องดังกล่าว เพื่อให้ได้ประสิทธิผลสูงสุดในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ประชาชนสนใจซื้อหุ้นการบินไทย เพื่อบรรลุเป้าประสงค์ในการกระจายหุ้นไปสู่ประชาชนให้ได้มากที่สุดภายในระยะเวลาอันสั้น และเช่นเดียวกับโทรทัศน์ การที่ผู้บริหารการบินไทยได้ไปออกรายการวิทยุ เพื่อชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับหุ้นการบินไทย สิ่งนี้ได้ทำให้สารที่ส่งออกไปนั้นเกิดความน่าเชื่อถือและชัดเจนยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้ส่งสารเป็นผู้ที่มีความรู้อย่างแท้จริง

จึงสรุปได้ว่า สื่อวิทยุได้ถูกนำมาใช้อย่างจริงจังในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้น คือ เพื่อสร้างความตระหนักรู้โดยการให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้อง อีกทั้งยังสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจในองค์การให้กับประชาชน และท้ายสุดคือ การช่วยบอกกล่าวพร้อมทั้งเชิญชวนให้ประชาชนผู้รับสารเข้าร่วมกิจกรรมของทางบริษัทฯ

ก. การใช้สื่อหนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร

สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์สามารถเสนอข่าวและให้รายละเอียดครั้งละมากๆ และสามารถเสนอข่าวได้ทุกวันอย่างสม่ำเสมอ (วิรัช อภิรัตนกุล: 2524) ในขณะที่นิตยสารสามารถเข้าถึงประชาชนได้ตามกลุ่มที่ต้องการเพราะนิตยสารมีหลายประเภทด้วยกัน (Baus: 1950)

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างสูงยิ่งในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ตั้งแต่ยังเป็นเพียงแนวคิดของคณะรัฐมนตรีจนกระทั่งสิ้นสุดภารกิจในการขายหุ้น การนำเสนอเรื่องราวดังกล่าวโดยการใช้สื่อหนังสือพิมพ์นั้น และยังมีการนำเสนอในหลายรูปแบบด้วยกัน สำหรับในช่วงของการเสนอขายหุ้น ได้มีรูปแบบของสารที่นำเสนอผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ดังนี้

1. รูปแบบของภาพโฆษณา

การโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์นั้น มีข้อดี คือ มีความครอบคลุมสูง ต้นทุนต่ำ ดังนั้น เช่นเดียวกับการโฆษณาทางโทรทัศน์ การบินไทยและบริษัท แมคแคน แอนด์ อีริกสัน ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตสื่อโฆษณา จึงเห็นความสำคัญของการใช้สื่อหนังสือพิมพ์เป็นการปูพื้นฐานทางความคิดให้คนเกิดความเชื่อถือในองค์การก่อน เพื่อให้เกิดความรู้สึกผูกพันกับความเป็นการบินไทย และให้คนเกิดความเชื่อมั่นในความเป็นปีกแผ่น ความมั่นคงของบริษัทฯ ก่อนที่จะนำเสนอสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ในรูปแบบของประกาศที่ผู้วิจัยจะพูดถึงต่อไป

ในการนี้ ต่างจากโฆษณาทางโทรทัศน์ บริษัท แมคแคน แอนด์ อีริคสันฯ สร้างสรรค์งานโฆษณาขึ้นมาเพื่อการนี้โดยเฉพาะ โดยประสานกับแผนกสื่อ กองโฆษณา และสำนักประชาสัมพันธ์ของการบินไทย ภาพโฆษณาชุดนี้มีทั้งหมด 6 ชุดด้วยกัน รายละเอียดดังนี้

Teaser Ad. ที่ 1 ชุด Pilot	ไทย..เปี่ยมประสบการณ์
Teaser Ad. ที่ 2 ชุด Hostess	ไทย..ทุ่มเท
Teaser Ad. ที่ 3 ชุด Maintenance	ไทย..เชี่ยวชาญ
Teaser Ad. ที่ 4 ชุด Catering	ไทย..ได้มาตรฐาน
Teaser Ad. ที่ 5 ชุด Cargo	ไทย..ไว้ใจได้
Teaser Ad. ที่ 6 ชุด Management	ไทย..ก้าวไกล

สำหรับภาพโฆษณาทั้ง 6 ชุดนี้ บริษัท การบินไทยฯ ได้นำเสนอในหนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ บางกอกโพสต์ ไทยรัฐ ฐานเศรษฐกิจ คู่แข่งธุรกิจรายสัปดาห์ ประชาชาติธุรกิจ เดอะเนชั่น มติชน ผู้จัดการรายสัปดาห์ ข่าวสด สยามรัฐ ดาวสยาม หนังสือพิมพ์จีนซินเสียนเยอะเป่า ดงหัว แนวหน้า เดลิมีเรอร์ และบ้านเมือง โดยนำเสนอในช่วงหลังจากที่มีการกำหนดราคาหุ้นการบินไทยจนถึงช่วงการเสนอราคาหุ้นการบินไทย คือ ตั้งแต่ปลายกุมภาพันธ์ จนถึงต้นมีนาคม 2535

นอกจากภาพโฆษณา 6 ชุดข้างต้นนี้แล้ว การบินไทยร่วมกับบริษัท แมคแคน แอนด์ อีริคสันฯ ได้ผลิตภาพโฆษณาขึ้นมาอีกชุดเพื่อเป็นการโปรโมตงานนี้โดยเฉพาะ ภาพโฆษณา ดังกล่าวเป็นภาพที่นำพนักงานมาแต่งเครื่องแบบของแต่ละหน่วยงานแล้วถ่ายภาพร่วมกัน จากนั้นเขียนคำบรรยายประกอบภาพ 2 ชุด ชุดแรก ได้แก่ ชุดที่เขียนคำบรรยายว่า “สิทธิเพื่อไทย ก้าวไกลไปกับ... ไทย” เพื่อบอกกล่าวให้ผู้อ่านได้ทราบว่าสามารถจองหุ้นการบินไทยได้ที่ธนาคารและสาขาธนาคาร 5 แห่ง ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพฯ ธนาคารกรุงไทยฯ ธนาคารกสิกรไทยฯ ธนาคารทหารไทยฯ และธนาคารไทยพาณิชย์ฯ อีกชุดหนึ่ง ได้แก่ ชุดที่เขียนคำบรรยายได้ภาพว่า “การบินไทย..ภูมิใจที่คุณเป็นส่วนหนึ่งที่จะก้าวไปพร้อมกับเรา”

ภาพโฆษณา 2 ชุดนี้ นำเสนอในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ สยามรัฐ มติชน ข่าวสด บางกอกโพสต์ เดอะเนชั่น กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการรายวันและรายสัปดาห์ คู่แข่งธุรกิจรายสัปดาห์ บ้านเมือง ดาวสยาม เดลิมีเรอร์ หนังสือพิมพ์จีนซินเสียนเยอะเป่า ดงหัว ฐานเศรษฐกิจ ประชาชาติธุรกิจ โดยนำเสนอตั้งแต่ปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2535 ซึ่งเป็นช่วงการเสนอขายหุ้น จนถึงวันที่ 26 มีนาคม 2535 ซึ่งเป็นช่วงรับจองหุ้นการบินไทย

จุดประสงค์ของการสร้างสรรค์งานโฆษณาทั้งหมดที่กล่าวมา คือ ต้องการสร้างความไว้วางใจในความมั่นคงเป็นปีกแผ่นของการบินไทยให้กับประชาชนผู้รับสาร เป็นการสร้างความตระหนักรู้ เพื่อกระตุ้นให้คนนึกถึงบริษัท การบินไทยฯ ไปพร้อมๆ กัน ซึ่งจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของการบินไทยที่ทำหน้าที่ประสานงานในค้ำสื่อในขณะนั้น ทำให้ทราบว่า งานโฆษณาทางหนังสือพิมพ์สำหรับงานนี้นั้น เป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ โดยรวม เพื่อเป็นการปูพื้นฐานไปสู่การเชิญชวนให้ประชาชนสนใจซื้อหุ้นการบินไทย ซึ่งเป็นการโฆษณาที่มีเป้าประสงค์หลักเพื่อการขายหุ้น สำหรับเป้าประสงค์รอง ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากการโฆษณาเพื่อองค์การในครั้งนี้ คือ เป็นการประชาสัมพันธ์ให้กับองค์การด้วยหลังจากที่ไม่ได้ทำโฆษณาในลักษณะนี้มานานมาก (ผู้จัดการกองส่งเสริมการพาณิชย์ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน), สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2540)

และด้วยเหตุผลเดียวกับการโฆษณาทางโทรทัศน์ คือ เนื่องจากการลงประกาศหรือโฆษณาใดๆ เกี่ยวกับการขายหุ้นของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ไม่สามารถทำในลักษณะของการโปรโมทราคาหุ้น ดังนั้น การโฆษณาจึงสามารถทำได้ในลักษณะของการโฆษณาเพื่อองค์การเท่านั้น อย่างไรก็ตาม เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของบริษัท เพอร์สโกฯ ได้ให้ความเห็นของการเผยแพร่ในช่วงการเสนอขายหุ้นว่าเป็นสิ่งที่ดีมากที่สุดสำหรับบริษัทในการดึงดูดความไว้วางใจของประชาชนให้กับบริษัท

เป็นที่น่าสังเกตเช่นเดียวกับโฆษณาทางโทรทัศน์ คือ ภาพโฆษณาที่ใช้ในการนี้มิได้มีการนำมาใช้อีก หลังจากที่มีการรับสมัครจองหุ้นเรียบร้อยแล้ว ถือว่าเป็นสื่อเฉพาะโครงการอย่างแท้จริงแม้กระทั่งในช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ก็มีได้มีการนำเสนอภาพโฆษณาทางหนังสือพิมพ์แต่อย่างใด เนื่องจากในช่วงนั้น การบินไทย หันไปสนใจกับสื่อหนังสือพิมพ์ในรูปแบบของข่าวมากกว่า

2. รูปแบบของข่าว

ข่าวสารในหนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลเป็นอย่างดี เพราะสามารถสนองตอบความอยากรู้อยากเห็น และความเข้าใจต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบตัวของผู้อ่านได้ (วิจิตร อวระกุล: 2532) ดังนั้น ข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์จึงเป็นทางเลือกของสื่อมวลชนที่การบินไทยได้ให้ความสำคัญอย่างมากในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเรื่องการกระจายหุ้นเพิ่มทุนในครั้งนี้ และหนังสือพิมพ์นั้น ได้มีบทบาทด้วยตัวเองอย่างมากในการกระจายข่าวดังกล่าวทั้งในด้านบวกและด้านลบต่อการบินไทย

จากที่กล่าวแล้วข้างต้นว่า หนังสือพิมพ์เป็นสื่อแขนงหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนของบริษัท การบินไทย ในครั้งนี้ เนื่องจากมีการลงข่าวความเคลื่อนไหวของการที่บริษัท การบินไทยฯ กำลังจะกลายเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ข่าวเกี่ยวกับการบินไทยในเรื่องนี้ นั้น ได้รับการนำเสนอมาตั้งแต่ปี 2532 ติดต่อเรื่อยมาอย่างสม่ำเสมอจนกระทั่งหลังจากที่การบินไทยเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ไม่นานนัก คือ ปลายปี 2535 จากนั้น ข่าวเกี่ยวกับหุ้นการบินไทยจึงเงียบหายไป จะปรากฏบ้างแต่ไม่มากนัก หนังสือพิมพ์ที่ลงข่าวคราวเกี่ยวกับระดมทุนขายหุ้นของการบินไทยในครั้งนี้มีทั้งหนังสือพิมพ์ภาคภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ รายละเอียดดังนี้

หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสารภาษาไทย

เป็นหนังสือพิมพ์ทั้งสิ้น 20 ฉบับ และนิตยสาร 17 ฉบับ ดังนี้

ไทยรัฐ บ้านเมือง เดลินิวส์ เดลิเมล์ เดลิเมล์รายวัน ข่าวสด สยามรัฐ ผู้จัดการ ผู้จัดการรายวัน สถานการณ์ ประชาชาติธุรกิจ วิทยจักร กรุงเทพธุรกิจ คู่แข่งธุรกิจ มติชน ดาวสยาม แนวหน้า ข่าวพาณิชย์ รายวันสยาม มติชนสุดสัปดาห์ วงจรเศรษฐกิจ เส้นทางเศรษฐกิจ ฐานเศรษฐกิจ ข่าวไท ธุรกิจหลักทรัพย์ สายกลาง หลักไท มีเดีย ธุรกิจก้าวหน้า การเงินการธนาคาร ดอกเบ็ญ นิกซ์ ธุรกิจที่ดิน ดอกเบ็ญรายสัปดาห์ อินไซด์แมนเนจเม้นท์ อีคอนนิวส์ เทียร์รอบโลก หญิงไทย

หนังสือพิมพ์/วารสารที่เป็นภาษาต่างประเทศ

ภาษาอังกฤษ : The Nation, Bangkok Post, The Asian Wall Street Journal, TTG Asia, Cargonews Asia

ภาษาจีน : New Chinese Daily News, Economic Daily News, Kia Hua Tong Nguan, Tong Hua Daily News, Universal Daily News, Sin Sian Yit Pao

รูปแบบของการนำเสนอข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์/วารสาร หรือนิตยสาร เกี่ยวกับการนำบริษัท การบินไทยฯ เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ฯ นั้น ได้แก่

2.1 รูปแบบของข่าวที่เป็นข้อเท็จจริง

การนำเสนอข่าวในลักษณะนี้เป็นรูปแบบที่ไม่มีการสอดแทรกความคิดเห็นของผู้เขียนข่าว เป็นลักษณะของการนำเสนอความเคลื่อนไหว กิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นเพื่อการเผยแพร่เรื่องหุ้นการบินไทย ได้แก่ กิจกรรมบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเกี่ยวกับหุ้นการบินไทย หรือกิจกรรม “โรดโชว์” กิจกรรมพิธีลงนามเพื่อแต่งตั้งผู้รับประกันการจำหน่ายและจัดจำหน่ายหุ้น เป็นต้น ข่าวที่เป็นข้อเท็จจริงเหล่านี้เป็นข่าวที่ได้รับมาจากการบินไทยโดยตรง เป็นลักษณะของข่าวแจก ซึ่งทางการบินไทยจัดทำขึ้นร่วมกับบริษัท เพรสโก้ฯ และบรรดาสถาบันการเงินต่างๆ ที่ทำหน้าที่เป็นอันเดอร์ไรท์เตอร์ ดังนั้น เนื้อหาข่าวในส่วนนี้จึงมีลักษณะที่เป็นกลางหรือค่อนข้างไปในทางบวก และสำหรับข่าวแจกนี้ จะได้กล่าวถึงต่อไปในหัวข้อของการวิเคราะห์รูปแบบของสื่อผ่านช่องทางสื่อเฉพาะกิจ

1.2 รูปแบบของข่าวหรือบทความที่สอดแทรกความคิดเห็น

มีการนำเสนอข่าวในรูปแบบที่สอดแทรกความคิดเห็นเช่นบทความ หรือคอลัมน์ต่างๆ ที่มีการวิพากษ์วิจารณ์ตั้งแต่ต้นนโยบายของรัฐบาลผ่านคณะรัฐมนตรี ผลการดำเนินงานของบริษัท การบินไทยฯ ไปจนถึงราคาหุ้นการบินไทย อนาคตของบริษัทฯ หลังจากเข้าตลาดหลักทรัพย์ วิธีการจัดสรรหุ้น ฯลฯ ซึ่งในการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวรวมทั้งข้อวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับการประกาศขายหุ้นของการบินไทย อย่างที่ได้กล่าวไว้ มีการลงข่าวดังกล่าวตั้งแต่ปี 2532 และลงอย่างมากและถี่ในช่วงของการเสนอขายหุ้นจนถึงช่วงการรับจองซื้อหุ้น

ข่าวที่สอดแทรกข้อวิพากษ์วิจารณ์นี้มีผลต่อการบินไทยทั้งในด้านบวกและด้านลบ คือ ถ้าเขียนวิจารณ์ถึงการบินไทยในแง่ดี เช่น การบินไทยมั่นคง ภาพที่ประชาชนมองการบินไทยก็จะดี หุ้นการบินไทยก็จะได้รับความสนใจมาก แต่ถ้าข่าวนั้นออกมาในด้านลบ เช่น การจัดสรรหุ้นการบินไทยเป็นไปอย่างไม่ยุติธรรม ภาพที่ประชาชนมองการบินไทยจะเกิดเป็นภาพลบ ทำให้ไม่กล้ามาจับจองหุ้นการบินไทย อย่างไรก็ตาม การให้ข่าวในด้านบวกด้วยการเขียนเชียร์บริษัทฯ โดยเน้นในเรื่องราคาหุ้น มีการช่วยเก็งราคาหุ้นกลับส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ได้ เพราะทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งมองว่าเป็นการปั่นราคาหุ้นให้ขึ้นสูง แต่เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นบุคคลภายนอก ตลาดหลักทรัพย์ฯ จึงไม่สามารถทำอะไรได้มากนัก



3. รูปแบบของการประกาศ

หนังสือพิมพ์ยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่บริษัท การบินไทย จำกัด ใช้ลงประกาศเกี่ยวกับการเสนอขายหุ้นให้กับประชาชน โดยเนื้อหาของประกาศนั้น เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนี้

“ผู้เริ่มจัดตั้งบริษัทจะโฆษณาชี้ชวนให้ประชาชนซื้อหุ้นของบริษัททางสิ่งพิมพ์ก็ได้ เมื่อนายทะเบียนรับจดทะเบียนหนังสือชี้ชวนแล้ว การโฆษณาดังกล่าวนี้ ต้องมีข้อความดังต่อไปนี้คือ

1. ชื่อบริษัทที่เสนอขายหุ้น
2. จำนวน ชนิด มูลค่า และราคาหุ้นที่โฆษณาชี้ชวนให้ซื้อ
3. ประเภทของธุรกิจที่บริษัทจะดำเนินการ
4. ชื่อและสถานที่อยู่ของผู้เริ่มจัดตั้งบริษัท
5. สถานที่และวันเวลาที่ขอรับหนังสือชี้ชวนได้
6. ชื่อผู้จัดทำนายหรือผู้รับประกันการจัดจำหน่ายหุ้น (ถ้ามี)”

(ประยูร เกลิงศรี: 2522)

สำหรับเจ้าหน้าที่ของบริษัท การบินไทยฯ บางท่านมีความคิดว่าบริษัทฯ ใช้สื่อหนังสือพิมพ์มากสำหรับการลงประกาศจำหน่ายหุ้นของการบินไทย ในครั้งนี้

“ที่ใช้หนังสือพิมพ์เยอะเพราะมันกระจายได้ทั่ว จึงเน้นหนักที่ press” (ผู้จัดการกองส่งเสริมการพาณิชย์ บริษัท การบินไทย จำกัด, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2540)

สรุปการวิเคราะห์รูปแบบการใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางของการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงการเสนอขายหุ้นนั้น เป็นการใช้สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร เพื่อวัตถุประสงค์ส่วนหนึ่ง คือ เพื่อเป็นการปูพื้นฐานแนวคิดให้กับกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไปให้เกิดความรู้สึกไว้วางใจและมั่นใจในการบินไทย ทั้งยังเป็นการสร้างความตระหนักรู้ด้วยการสร้างความผูกพันกับองค์การผ่านทางภาพโฆษณาที่นำเสนอทางสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นการเผยแพร่ภาพโดยรวมขององค์การ ด้วยการ ใช้ การโฆษณาเพื่อองค์การให้ประชาชนได้ตระหนักในภาพรวมของบริษัทการบินไทยฯ นอกจากนั้น การใช้สื่อมวลชนในการนี้ ยังจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่กิจกรรมการดำเนินงานของบริษัทฯ ในช่วงการเสนอขายหุ้น ใน

ลักษณะของภาพข่าว เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ที่การบินไทยจัดขึ้นในการนี้ และวัตถุประสงค์ที่ตรงที่สุดที่การบินไทยได้นำสื่อมวลชนมาใช้เพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์นี้ คือ เชิญชวนให้ประชาชนสนใจและซื้อหุ้นการบินไทย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการกระจายหุ้นให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ สื่อมวลชนที่สามารถดำเนินการให้ได้ คือหนังสือพิมพ์ ในรูปของการลงประกาศเสนอขายหุ้น และด้วยประสิทธิภาพของสื่อมวลชนในการที่สามารถกระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ประกอบกับการบินไทยมีวัตถุประสงค์ที่จะกระจายหุ้นในหมู่ประชาชนให้ได้มากที่สุด และการบินไทยมีเวลาในช่วงของการเสนอขายหุ้นน้อยมาก ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือได้ว่าเป็นช่องทางการนำเสนอข้อมูลที่สำคัญในการกระจายข่าวสารที่สำคัญของการบินไทยในครั้งนี้

1.2 สื่อเฉพาะกิจ

จากที่กล่าวแล้วว่า การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงการเสนอขายหุ้น นั้น บริษัท การบินไทยฯ ได้เห็นความสำคัญของการใช้สื่อหลากหลายประเภท เป็นลักษณะของสื่อผสมผสาน เพื่อให้สามารถเผยแพร่เรื่องการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนของการบินไทยได้ครอบคลุมพื้นที่และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องตามเป้าหมาย นอกจากสื่อมวลชน ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถกระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็วแล้ว บริษัทฯ ยังได้เห็นความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจในการนำมาเป็นช่องทางการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าว เพื่อให้ผู้รับสารเป้าหมายได้รับทราบข่าวโดยตรงและถูกต้อง อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจและการลงมือปฏิบัติไปในแนวทางที่ผู้ส่งสาร คือ การบินไทยต้องการได้

ในการใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนให้กับบริษัท การบินไทยฯ ในครั้งนี้ บริษัทฯ มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอให้กับกลุ่มเป้าหมายหลายประเภทด้วยกัน ได้แก่ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นพนักงานภายใน ประชาชนทั่วไป และสื่อมวลชน สื่อต่างๆ ที่นำเสนอผ่านช่องทางสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่

1. หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้นต่อประชาชน

หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้นต่อประชาชน เป็นหนังสือที่บริษัทใดก็ตามที่กำลังจะจดทะเบียนเข้าตลาดหลักทรัพย์และมีการเสนอขายหุ้น จะต้องจัดทำหนังสือดังกล่าวเพื่อแจกจ่ายให้กับประชาชนผู้สนใจที่จะเข้าจับจองหุ้นบริษัทนั้น เพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับกิจการของบริษัทนั้น เช่น ชนิดและจำนวนหุ้นที่เสนอขาย ราคาและมูลค่าหุ้น โครงการประกอบธุรกิจโดยสังเขป

รายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินกิจการ ทรัพย์สิน และหนี้สินของกิจการที่บริษัทจะซื้อหรือรับโอน เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ที่จะมาลงทุนในกิจการของบริษัทนั้น

บริษัท การบินไทย จำกัด ในขณะนั้น ได้ว่าจ้างบริษัท ประกิต แอนด์ เอพีซีบี ร่วมกับบริษัท เงินทุนหลักทรัพย์กรุงเทพธนสาร จำกัด และบริษัท เงินทุนหลักทรัพย์ธนสยาม จำกัด เป็นผู้ดำเนินการเกี่ยวกับการออกแบบและจัดพิมพ์หนังสือชี้ชวน เนื่องจากบริษัท ประกิตฯ มีความเชี่ยวชาญทั้งมีประสบการณ์ในการจัดทำหนังสือในลักษณะนี้มาก่อน และจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องพบว่าด้วยเวลาอันเร่งด่วน ในขณะนั้น มีเพียงบริษัท ประกิตฯ เท่านั้นที่สามารถพิมพ์หนังสือดังกล่าว ด้วยยอดพิมพ์ที่มีจำนวนสูงมากได้

อย่างไรก็ตาม หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น ถือว่าเป็นสื่อที่นำเสนอผ่านช่องทางสื่อเฉพาะกิจที่จัดทำขึ้นเพื่อให้เป็นไปตามกระบวนการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งเนื้อหาจะต้องเป็นไปตามกฎที่ตลาดหลักทรัพย์ได้วางไว้ด้วย ข้อมูลที่ปรากฏอยู่ในหนังสือชี้ชวนเพื่อการขายหุ้นนี้ ถือว่าเป็นข้อมูลแม่แบบและเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญต่อการเปิดเผยสารสนเทศใดๆ โดยเฉพาะในช่วงของการเสนอขายหุ้น และข้อมูลที่เปิดเผยนี้จะบิดเบือนไปจากนั้นไม่ได้

“ข้อมูลเกือบทั้งหมดที่ใช้ในการทำฟิอาร์ต้องมาจากอินเทอร์เน็ต เราว่าข้อมูลของอินเทอร์เน็ต ต้องมาจากหนังสือชี้ชวน ซึ่งอินเทอร์เน็ตเป็นคนทำ ข้อมูลที่เราออกเพื่อทำฟิอาร์ ต้องอยู่ในหนังสือชี้ชวนอยู่แล้ว ถ้าไม่อยู่ในหนังสือชี้ชวนก็ใช้ไม่ได้ เพราะว่าหนังสือชี้ชวน เป็นบันทึกข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์ฯ ถ้าเราออกข่าวที่ไม่ตรงกับข้อมูลของหนังสือชี้ชวนจะมีปัญหากับตลาดหลักทรัพย์ฯ แน่แน่นอน เพราะฉะนั้น ต้องขึ้นกับอินเทอร์เน็ต ที่เขาให้ข้อมูล แต่เป็นข้อมูลอีกสไลด์หนึ่งข้อมูลที่อยู่ในหนังสือชี้ชวนเขียนสำหรับตลาดหลักทรัพย์ฯ เขียนสำหรับนักลงทุนที่รู้เรื่อง เราต้องเอาข้อมูลนี้ใช้ในการทำข่าว ทำฟิอาร์ สำหรับประชาชนทั่วไปอ่านเข้าใจได้ แต่เราก็ใช้หนังสือชี้ชวนมาเป็นข้อจำกัดของข้อมูล” (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บริษัท เพรสโก้ แชนด์วิก จำกัด มหาชน, สัมภาษณ์, 2 กันยายน 2540)

2. จดหมายข่าว

เป็นจดหมายที่การบินไทย โดยสำนักประชาสัมพันธ์ร่วมกับฝ่ายการพนักงาน ได้จัดทำขึ้น เพื่อแจ้งข่าวความเคลื่อนไหวของการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทฯ ให้เฉพาะพนักงานภายใน ด้วยวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ ที่เล็งเห็นความสำคัญของพนักงาน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการ

เผยแพร่และสร้างความเข้าใจอันดีถึงกระบวนการ หลักการและเหตุผลในการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่พนักงาน ตลอดจนสิทธิในจำนวนหุ้นที่พนักงานจะได้รับการจัดสรร ประกอบกับเป็นการสร้างความภาคภูมิใจในการเป็นพนักงานการบินไทย บำรุงขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน และให้พนักงานสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปเผยแพร่ให้บุคคลภายนอกได้อย่างถูกต้อง และด้วยคุณลักษณะของสื่อประเภทจดหมายซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้สูง สามารถบรรจุข้อมูลได้มาก และผู้รับสารมีโอกาสในการอ่านซ้ำ จึงเป็นสื่อหนึ่งที่มีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะทำให้การบินไทยเลือกนำมาใช้กับพนักงานภายในที่เป็นกลุ่มรับสารเป้าหมายได้

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในช่วงนั้น โดยเฉพาะพบว่า บริษัท การบินไทย จำกัด ได้ให้ความสำคัญของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นพนักงานภายในมากเป็นพิเศษ เนื่องจากในช่วงระยะเวลานั้น สภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจได้มีการประท้วงเพื่อต่อต้านการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ดังนั้น จึงมุ่งเน้นการให้ความรู้และความเข้าใจในการจัดสรรหุ้นครั้งนี้ว่ามีหลักเกณฑ์การจัดสรรอย่างไร รวมทั้งสิทธิประโยชน์ที่พนักงานจะได้รับ รวมทั้งการสร้างความมั่นใจให้แก่พนักงานว่าการขายหุ้นการบินไทยในครั้งนี้ไม่ได้หมายถึงการทำลายความเป็นปีกแผ่นของบริษัทฯ แต่ในทางตรงกันข้ามเป็นการระดมทุนเพื่อขายหุ้นเพิ่มทุน ซึ่งจะสร้างความมั่นคงทางด้านการเงินให้กับบริษัทฯ

“เราจัดทำโปรแกรมการเผยแพร่ให้กับพนักงานด้วยเหตุผลสองเหตุผล เหตุผลหนึ่งเพราะต้องให้พนักงานสนับสนุนการที่บริษัทฯ เข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ เพราะช่วงนั้นมีพนักงานหลายคนประท้วงเรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ว่าเป็นการหลอกพนักงาน เราจึงต้องหาแรงสนับสนุนด้วยและต้องอธิบายเขา อธิบายพนักงานให้เข้าใจว่าวิธีการสมัครหุ้นเป็นอย่างไร เพราะว่ามีบางส่วนที่เขาจัดสรรให้กับพนักงาน ในราคาพิเศษด้วย...อีกส่วนหนึ่งที่สำคัญมากที่เราพูดตั้งแต่แรกว่าพนักงานการบินไทยทุกคนเป็นผู้แทนของบริษัทฯ ดังนั้นจะต้องมีการเตรียมการที่ไม่ใช่การไปโมทหุ้นของบริษัท เพราะวาคอนนั้นพนักงานการบินไทยประมาณ 16,000-17,000 คน แล้วก็มีครอบครัว มีเพื่อนพนักงานอาจจะหลายแสนคน” (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บริษัท เพรสโก้ แชนด์วิก จำกัด (มหาชน), สัมภาษณ์, 2 กันยายน 2540)

ด้วยเล็งเห็นความสำคัญของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นพนักงาน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเผยแพร่ให้พนักงานได้ทราบถึงกิจกรรมการใช้สื่อในการเผยแพร่เรื่องการจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนของการบินไทย สำนักประชาสัมพันธ์และฝ่ายการพนักงานบริษัท การบินไทยฯ ได้นำสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทจดหมายมาใช้เพื่อเวียนให้พนักงานการบินไทยทุกที่ไม่ว่าจะเป็นในประเทศและต่างประเทศได้รับทราบและเข้าใจในกิจกรรมการขายหุ้นของการบินไทย ซึ่งเนื้อหาในจดหมายนั้นเป็นลักษณะของการอธิบายที่

มาของการนำการบินไทยเข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ วิธีการปฏิบัติในการจองหุ้น สิทธิต่างๆ ที่จะได้รับจากการจองหุ้นการบินไทย จำนวนหุ้นนอกเหนือจากส่วนที่พนักงานได้รับเมื่อจัดสรรแล้ว การออกจดหมายถึงพนักงานนั้น ทางสำนักประชาสัมพันธ์ร่วมกับฝ่ายการพนักงานได้จัดทำขึ้น ดังรายละเอียดเรียงตามลำดับเวลาดังนี้

- วันที่ 28 ก.พ. 2535 - จัดทำขึ้นเพื่อสร้างความเข้าใจกับพนักงานถึงที่มาของการนำบริษัทการบินไทยฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- วันที่ 2 มี.ค. 2535 - จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่และสร้างความเข้าใจอันดีถึงกระบวนการหลักการและเหตุผลในการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่พนักงาน ตลอดจนสิทธิในจำนวนหุ้นที่พนักงานจะได้รับในการจัดสรร ทั้งในราคาพาร์ 10 บาท และในราคาตลาด 60 บาท ซึ่งในการนี้ บริษัท การบินไทย จำกัด ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการจัดสรรหุ้นตามสิทธิของพนักงาน โดยใช้อายุงานตำแหน่ง และเงินเดือนของพนักงานเป็นตัวกำหนดจำนวนหุ้นราคาพาร์ที่พนักงานจะได้รับ ในจดหมายดังกล่าวนี้ ฝ่ายการพนักงาน การบินไทยได้ยกตัวอย่างการกรอกใบจอง พร้อมแนบใบจองจริงทั้ง 2 แบบให้พนักงานด้วย
- วันที่ 5 มี.ค. 2535 - สำนักประชาสัมพันธ์ได้ออกจดหมายถึงพนักงาน ภายหลังจากจัด “โรดโชว์” ซึ่งเป็นกิจกรรมพิเศษที่บริษัท การบินไทยฯ จัดขึ้นเพื่อเผยแพร่เรื่องการขายหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทฯ ให้ประชาชนทั่วไปในทุกภูมิภาคได้ทราบ สำหรับในส่วน of พนักงานภายในนั้น กิจกรรมดังกล่าวจัดขึ้นสำหรับพนักงาน โดยเฉพาะ เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2535

เนื่องจากพนักงานการบินไทยมีทั้งพนักงานในกรุงเทพฯ ต่างจังหวัด และพนักงานที่ประจำอยู่ที่ต่างประเทศ ดังนั้น จดหมายดังกล่าวได้นำมาใช้เวียนให้พนักงานต่างจังหวัดและต่างประเทศด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ เพื่อให้เข้าใจในที่มาของการนำบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ รวมทั้งหลักเกณฑ์การจัดสรรหุ้นที่พนักงานการบินไทยได้รับ และวิธีการปฏิบัติในการจองซื้อหุ้นการบินไทยในส่วนที่ไม่เกี่ยวกับหุ้นตามสิทธิของพนักงาน จากการสัมภาษณ์อดีตเจ้าหน้าที่สำนักประชาสัมพันธ์ บริษัท การบินไทยฯ ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบในงานนี้นั้น ทำให้ทราบว่า จดหมายข่าวที่จัดทำให้กับพนักงานนั้น เป็นจดหมายที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับรายละเอียดของสัดส่วนในการจำหน่ายหุ้น สัดส่วนที่

พนักงานจะได้รับกฎกติกาที่บริษัท ใช้เป็นบรรทัดฐานในการจัดสรรหุ้นครั้งนี้ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน อย่างไรก็ตามสื่อเฉพาะกิจประเภทจดหมายข่าวนี้ยังปรากฏให้เห็นตลอดจนถึงช่วงรับจองหุ้น ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำมาวิเคราะห์ต่อไป

วิธีการของการสื่อสารเรื่องหุ้นการบินไทยให้กับพนักงานภายในมุ่งเน้นการสื่อสารสองทางระหว่างผู้บริหารและพนักงานให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์ และอย่างต่อเนื่อง โดยมีประสิทธิภาพสูงสุด ภายในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้น การสื่อสารกลับ คือ อีกรูปแบบหนึ่งที่มีการบินไทยนำมาใช้ ทั้งนี้ เพื่อมุ่งหวังที่จะได้รับความสนใจและต้องการไขข้อข้องใจให้กับพนักงานในเรื่องการจัดสรรหุ้นการบินไทย ด้วยการเขียนจดหมายแสดงความคิดเห็นพร้อมข้อข้องใจมายังผู้บริหารและ/หรือ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของบริษัท เพรสโก้ ทำให้ทราบว่าในแผนประชาสัมพันธ์นั้น บริษัท เพรสโก้ ได้ให้ความสำคัญกับกลไกการสื่อสารกลับ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นพนักงานภายในเป็นอย่างมาก เพราะต้องการให้พนักงานได้มีความรู้สึกร่วมกับการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทฯ

“เราได้แนะนำเรื่องกลไกการสื่อสารกลับให้แก่การบินไทยตั้งแต่แรก โดยเฉพาะสำหรับพนักงานนั้น เป็นการสื่อสารทางเดียวไม่ได้ เพราะว่าเขาต้องรู้สึกว่าเขามีส่วนและมีเสียงอยู่ในกิจกรรมนี้ด้วย แล้วเขาก็จะมีคำถามเยอะ มีคนสนใจเยอะ เพราะฉะนั้น การบินไทยต้องถามคำถามให้ตรงกับความต้องการของพนักงาน” (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บริษัท เพรสโก้ แชนด์วิก จำกัด มหาชน, สัมภาษณ์, 2 กันยายน 2540)

เนื่องจากการสื่อสารกลับจะทำให้ผู้ส่งสารในที่นี้ คือ บริษัท การบินไทยฯ สามารถทราบผลของการสื่อสารว่าบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่เพียงใด และสามารถทราบผลว่าผู้รับสารซึ่งในที่นี้ คือกลุ่มพนักงานภายในนั้นสามารถตีความหมายได้ตรงกับความหมายที่ผู้ส่งสารได้ตั้งใจไว้หรือไม่ วิธีการเช่นนี้เป็นวิธีการที่ทำให้สามารถเข้าถึงได้อย่างดี เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ ที่ต้องการสร้างความเข้าใจกับพนักงานภายใน อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าผลดีที่มากกว่านั้นของการสื่อสารกลับ คือ ผู้ส่งสารสามารถใช้การสื่อสารกลับเพื่อปรับปรุง คัดแปลง หรือแก้ไข หรือคงไว้ซึ่งเนื้อหาสาระและวิธีการในการสื่อสารของคน แต่สำหรับการนำเอาวิธีการสื่อสารกลับมาใช้ของการบินไทยในการนี้ไม่ได้ต้องการนำผลของการสื่อสารกลับมาปรับปรุงแก้ไขอย่างใด เนื่องจากเป็นสื่อเพื่อโครงการเฉพาะกิจ เมื่อเสร็จโครงการแล้วก็สิ้นสุดลง แต่ก็ถือว่าการบินไทยได้พยายามที่จะใช้สื่อให้เป็นประโยชน์ โดยเฉพาะกับพนักงานภายใน ซึ่งบริษัท ได้ให้ความสำคัญอย่างมาก อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะเป็นจดหมายที่

ออกจากบริษัท หรือจดหมายที่ตอบกลับของพนักงานมีอยู่ในช่วงการเสนอขายหุ้นและช่วงการรับจองซื้อหุ้นเท่านั้น เช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ ที่มีการเน้นหนักในช่วงที่ยังไม่ได้มีการนำหุ้นไปซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์

3. จดหมายถาม-ตอบ

ในช่วงของการเสนอขายหุ้นนั้น บริษัท การบินไทยฯ ได้นำมาใช้ผ่านช่องทางสื่อเฉพาะกิจในรูปของจดหมายถาม-ตอบ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับรายละเอียดของการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ เช่น รายละเอียดของการปันผลของหุ้น กำหนดการที่หุ้นเริ่มทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น โดยเขียนในลักษณะของคำถามและมีคำตอบในตัวเสร็จ ทั้งนี้ เพื่อให้ธนาคารรับจองหุ้นทั้ง 5 ธนาคารและสาขาต่างๆ นำไปวางไว้ให้กับประชาชนเพื่อเป็นรายละเอียดประกอบการรับจองซื้อหุ้น จดหมายถาม-ตอบนี้ยังได้รับการตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์เพื่อเป็นการช่วยเผยแพร่วิธีการจองซื้อหุ้นอีกทางหนึ่งด้วย

อย่างไรก็ตามจดหมายถาม-ตอบนี้ ได้จัดทำขึ้นในช่วงการเสนอขายหุ้นจนถึงช่วงการรับจองซื้อหุ้นเท่านั้น และจัดทำขึ้นเฉพาะกลุ่มเป้าหมายประชาชนทั่วไป แต่ก็นับได้ว่าเป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ทางการบินไทยจัดทำขึ้นเพื่อช่วยเสริมสื่อประเภทอื่นๆ เพื่อให้ข่าวสารการขายหุ้นของการบินไทยกระจายได้อย่างถูกต้อง และเป็นการช่วยเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจในวิธีการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทฯ

4. จดหมายส่งตรง

จดหมายส่งตรงของการบินไทยที่จัดทำขึ้นด้วยวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นสื่อที่มาช่วยเสริมสื่อประเภทอื่นในการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัทฯ เข้าตลาดหลักทรัพย์นั้น มีลักษณะของจดหมายเชิญที่จัดทำให้แก่กลุ่มเป้าหมายเพื่อเชิญไปร่วมงาน “โรค โควิด” จดหมายส่งตรงเพื่อการนี้ได้รับการจัดทำขึ้นจากสองหน่วยงาน คือ หนึ่ง เป็นจดหมายที่สำนักประชาสัมพันธ์ การบินไทย จัดทำขึ้นเพื่อเชิญสื่อมวลชนไปร่วมงานโรค โควิด และสอง เป็นจดหมายที่บรรดาผู้จัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่ายหุ้น ผู้จัดการการจัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่ายหุ้น หรือ อินเทอร์เน็ต รวมทั้งตัวแทนผู้จัดจำหน่ายหุ้น จัดทำขึ้นเพื่อเชิญบรรดาลูกค้าของตนไปร่วมงานโรค โควิดเช่นกัน จดหมายตรงนับได้ว่าเป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่การบินไทยนำมาใช้เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย อย่างไรก็ตามด้วยเวลาอันจำกัดและการบินไทยยังมีกิจกรรมอื่นอีกมากมายที่ต้องทำ ดังนั้น จึงทำให้จดหมายส่งตรง

ไม่ได้มีส่วนในการเผยแพร่การนี้เท่าที่ควร เนื่องจากมีฐานะเป็นเพียงจดหมายเชิญเท่านั้น แทนที่จะเป็นจดหมายเผยแพร่ข่าวหรือความรู้เกี่ยวกับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท นอกจากนั้น จำนวนของคนที่ได้รับจดหมายส่งตรงนี้ยังต้องถูกจำกัดเพราะเนื้อที่ของสถานที่ในการจัดงาน “โรดโชว์” มีจำกัด ซึ่งจะกล่าวถึงต่อไป

5. แผ่นป้ายหรือแผ่นภาพโฆษณา

ในช่วงของการเสนอขายหุ้น สำนักประชาสัมพันธ์ร่วมกับกองโฆษณา บริษัทการบินไทยฯ ได้ร่วมกันจัดทำแผ่นป้ายโฆษณา เพื่อติดตามสถานที่ต่างๆ ภายในสำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ และสาขาต่างๆ ในกรุงเทพฯ ได้แก่ สาขาสีลม หลานหลวง และคอนเมือง รวมทั้งแผ่นป้ายโฆษณาที่เป็นแผ่นป้ายที่มีเนื้อหาเพื่อเชิญชวนให้ผู้สนใจไปร่วมในกิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเกี่ยวกับการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นการบินไทย หรือกิจกรรม “โรดโชว์” โดยเฉพาะที่ต่างจังหวัด จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่การบินไทยที่มีโอกาสได้ไปร่วมงานดังกล่าว พบว่า แผ่นป้ายเหล่านี้ได้รับการนำไปติดตั้งแต่สนามบินของจังหวัดที่จัดงานโรดโชว์ เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานดังกล่าวว่าจะขึ้นที่ใดและเมื่อไร ทั้งนี้ เป็นเพราะผู้บริหารของการบินไทยได้ให้ความสำคัญกับการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ในเรื่องนี้มาก

อย่างไรก็ตาม แม้จะไม่ได้มีการเก็บสื่อแผ่นป้ายหรือแผ่นภาพที่ใช้ในกิจกรรมดังกล่าวไว้ แต่จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องพอจะสรุปได้ว่า การบินไทยได้ใช้สื่อแผ่นป้ายหรือแผ่นภาพเพื่อการเผยแพร่และชี้แจงเรื่องหุ้นการบินไทยอย่างหลากหลาย รวมทั้งเพื่อชักชวนให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมในการนี้ของบริษัทฯ

6. ข่าวแจก

ข่าวแจก หรือที่การบินไทยใช้ชื่อว่า “ทีจีนิวส์” นั้น เป็นการเขียนรายงานความเคลื่อนไหวของการจัดสรรหุ้นและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท การบินไทยฯ ในการจัดทำข่าวแจกนี้ การบินไทยได้มอบหมายให้บริษัท เพรสโก้ จัดทำขึ้นโดยประสานกับสถาบันการเงินต่างๆ ที่ทำหน้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายและผู้รับประกันการจำหน่าย รวมทั้งตัวแทนจำหน่ายหุ้น ในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง จากนั้น เพรสโก้ฯ จะส่งรายงานข่าวที่เขียนเสร็จแล้วมาให้สำนักประชาสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบและส่งให้สื่อมวลชน เพื่อนำไปลงข่าวเผยแพร่ให้กับประชาชนต่อไป ข่าวแจกที่จัดทำขึ้นเพื่อการนี้ทั้งที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้หัวกระดาษของการบินไทย จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องทำให้

ทราบว่า ในการเผยแพร่ข้อมูลเรื่องการนำบริษัท การบินไทยฯ เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ฯ นั้น มีข่าวแจก 2 ลักษณะ คือ ข่าวที่ออกจากการบินไทยโดยตรง กับข่าวออกจากเพรสไค้ฯ โดยผ่านการบินไทย

เนื้อหาของข่าวแจก ที่ทางสำนักประชาสัมพันธ์ร่วมกับบริษัท เพรสไค้ฯ จัดทำขึ้นในขณะนั้น เป็นลักษณะของการรายงานการดำเนินการทำงานในการกระจายหุ้นเพิ่มทุนของการบินไทย ขึ้นตอนต่างๆ แต่สิ่งที่เน้นเป็นวัตถุประสงค์หลักของการจัดทำข่าวแจกในขณะนั้น คือ เพื่อรายงานความเคลื่อนไหวเพื่อให้ประชาชนรับรู้ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการกระตุ้นความสนใจและความต้องการของประชาชน ดังนั้นเนื้อหาของข่าวแจกหรือที่การบินไทยใช้ชื่อว่า “ทีจีนิวส์” หรือ “ข่าวการบินไทย” จึงมีรายละเอียด ได้แก่ ผลการจับจองหุ้น การจัดสรรหุ้นด้วยคอมพิวเตอร์ การประกาศวันซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ฯ เป็นต้น

7. สื่อวิดิทัศน์

บริษัท การบินไทย จำกัด โดยสำนักประชาสัมพันธ์ ได้ทำการบันทึกภาพ “โรดโชว์” ที่จัดขึ้นที่สำนักงานใหญ่ให้กับพนักงานเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2535 เพื่อเผยแพร่ให้พนักงานที่ไม่มีโอกาสได้ชม เช่น พนักงานที่ประจำอยู่ที่สถานีต่างจังหวัดและสถานีต่างประเทศ ซึ่งในการนี้ ผู้จัดการประจำสำนักประชาสัมพันธ์ บริษัท การบินไทย จำกัด ได้กล่าวถึงการใช้สื่อวิดิทัศน์เพื่อเผยแพร่ในเรื่องนี้ว่า

“ภายในเราจัด presentation ใน auditorium จัดกลุ่มเป้าหมายที่นี้ จุดไหนที่เราไม่สามารถไป เราก็เอาบันทึกเทปไว้ วิดิโอเทปต่างๆ ไปฉาย จุดไหนที่เราเห็นว่าควรจะมีข้อมูลส่งไป”

การใช้สื่อวิดิทัศน์เพื่อการเผยแพร่ในเรื่องนี้ของบริษัท การบินไทยฯ นั้น นับได้ว่าเป็นความพยายามที่จะให้ความรู้และความเข้าใจแก่พนักงานอย่างแท้จริง เพราะบริษัทฯ พยายามทุกวิถีทางที่จะใช้สื่อเข้าถึงพนักงานอย่างทั่วถึง แม้จะใช้สื่อที่ต้องลงทุนบ้างอย่างสำเนาวิดิทัศน์ก็ตาม

1.3 สื่อกิจกรรม

เนื่องจากการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนของบริษัท การบินไทย จำกัด ในครั้งนั้น เป็นการกระจายหุ้นที่มีปริมาณมากถึง 100,000,000 หุ้น และวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่เรื่องดังกล่าวเพื่อเชิญชวนให้ประชาชนได้เข้ามาจับจองเป็นเจ้าของหุ้นการบินไทย เพื่อให้หุ้นการบินไทยได้กระจายไปสู่มือประชาชนมากที่สุด สมดังเจตนารมณ์ของบริษัทฯ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เรื่องนี้จึงต้องอาศัยหลาย

ฝ่ายร่วมมือกัน และนอกจากจะใช้สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจข้างต้นเป็นช่องทางในการเผยแพร่แล้วนั้น สื่อกิจกรรมก็มีส่วนสำคัญในการเป็นช่องทางที่ช่วยถ่ายทอดเรื่องราวไปถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง

บริษัท การบินไทย จึงเล็งเห็นความสำคัญของสื่อกิจกรรมที่มีบุคคลต่างๆ เป็นสื่อ ได้แก่ สื่อมวลชน เจ้าหน้าที่สถาบันการเงินต่างๆ ที่ทำหน้าที่รับจองหุ้น ประชาชนทั่วไป และแม้กระทั่งพนักงานภายในด้วยกันเอง เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจในวิธีการปฏิบัติในเรื่องหุ้น เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายของบริษัทฯ ที่วางใจในเรื่องนี้ จึงจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว เพื่อครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1. กิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเรื่องหุ้นการบินไทย หรือ กิจกรรม “โรดโชว์”

กิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเรื่องหุ้นการบินไทย หรือ กิจกรรมโรดโชว์นี้ เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ของการเสนอขายหุ้นให้กับประชาชนทั่วไป ตามระเบียบของตลาดหลักทรัพย์ในการที่บริษัทที่จดทะเบียนจะต้องมีการเปิดเผยสารสนเทศในส่วนที่จำเป็นต่อการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ให้ประชาชนทราบ ซึ่งผู้ลงทุนจะต้องได้รับโอกาสในการเข้าถึงและรับทราบสารสนเทศอย่างเท่าเทียมกันเพื่อให้การเปิดเผยสารสนเทศเป็นไปอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: 2540) และสำหรับการบินไทยเป็นบริษัทที่พิเศษกว่าบริษัทอื่นที่นำหุ้นออกซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ คือ มีกิจกรรมการให้ความรู้และความเข้าใจให้กับพนักงานภายใน ด้วยเหตุผลเฉพาะของบริษัท การบินไทยฯ ที่ต้องการสร้างความเข้าใจอันดีกับพนักงานเพื่อลดปัญหาที่สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจต่อต้านการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ

ด้วยเหตุนี้ บริษัท การบินไทยฯ จึงเล็งเห็นความสำคัญของการจัดกิจกรรมเผยแพร่และชี้แจงเพื่อเสนอขายหุ้น โดยได้จัดกิจกรรมดังกล่าวให้กับพนักงานภายในและประชาชนทั่วไป ซึ่งบริษัทฯ ได้จัดขึ้นทั้งหมด 5 รอบด้วยกัน โดยจัดให้พนักงานภายใน 1 รอบที่สำนักงานใหญ่ นอกนั้นเป็นการจัดให้กับสื่อมวลชน นักวิเคราะห์ทางการเงิน สื่อมวลชน และผู้สนใจทั่วไป โดยจัดขึ้น 4 รอบที่กรุงเทพฯ และ 3 จังหวัดศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของแต่ละภาค ได้แก่ นครราชสีมา เชียงใหม่ และหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และในแต่ละรอบจะใช้เวลา 2 ชั่วโมงครึ่ง ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกันทุกรอบ คือ ตั้งแต่เวลา 14.00 - 16.30 น.

รูปแบบของงานคือ การที่คณะผู้บริหารของการบินไทยและสถาบันการเงินต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้เดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ที่จัดงานทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เพื่อให้คำชี้แจงและแนะนำเกี่ยวกับหุ้นการบินไทย ทั้งวิธีการจองซื้อและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ประชาชนจะได้รับ รวมทั้งผลการดำเนินงานที่ผ่านมาและในปัจจุบันของบริษัทฯ เป้าหมายและแผนการดำเนินงานในอนาคต ทั้งนี้เพื่อมุ่งหวังให้ประชาชนทั่วไป รวมทั้งสื่อมวลชนและนักวิเคราะห์ทางการเงินเกิดความเข้าใจในวิธีการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนครั้งนี้ และเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจในบริษัทฯ พร้อมทั้งมีโอกาสได้ซักถามข้อข้องใจต่างๆ ในครั้งนี้ ภายในงานยังมีการฉายสไลด์ มัลติวิชชั่น เกี่ยวกับประวัติและรายละเอียดของบริษัทฯ โดยสังเขปอีกด้วย

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารการบินไทยและเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบของบริษัทเพรสโก้ ทำให้ทราบว่า โรดโชว์เป็นแนวความคิดที่ได้มาจากการนำบริษัทที่เป็นกิจการของรัฐของประเทศเจ้าตลาดหลักทรัพย์ กิจการตัวอย่างเหล่านี้ ได้แก่ สายการบินแอร์นิวซีแลนด์ สายการบินบริติชแอร์เวย์ส เป็นต้น ซึ่งบริษัทเหล่านี้ได้นำวิธีการเสนอขายหุ้นแบบโรดโชว์มาใช้ และเนื่องจากกรณีการเข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ เป็นกรณีพิเศษเป็นกรณีแรกของประเทศไทย ที่มีกรรมการนำหุ้นของรัฐวิสาหกิจออกขายให้กับประชาชนทั่วไป ดังนั้น จึงไม่มีกรณีตัวอย่างที่การบินไทยจะสามารถศึกษาเป็นตัวอย่างในการทำประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ได้

สำหรับกระบวนการในการจัดงานโรดโชว์นั้น จากการสัมภาษณ์พบว่า การบินไทยได้ประสานกับสถาบันการเงินที่ทำหน้าที่เป็นอันเดอร์ไรท์เตอร์และ โบรกเกอร์ เพื่อช่วยในการให้ข้อมูลและเดินทางไปกับคณะทำงานของการบินไทยในการชี้แจงกับประชาชนเกี่ยวกับหุ้นการบินไทยในครั้งนี้ พร้อมทั้งดูตัวอย่างจากบริษัทต่างๆ ในประเทศไทยที่เคยจัดงานโรดโชว์มาก่อน ซึ่งงานนี้ผู้บริหารการบินไทยเห็นว่าเป็นปรัชญาทางการตลาดอย่างหนึ่ง ในการเชิญชวนให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความสนใจที่จะเข้ามาจับจองซื้อหุ้นการบินไทย และเป็นวิธีการที่ดีกว่าการบอกประชาชนว่าการบินไทยจะขายหุ้นเพียงอย่างเดียว ซึ่งไม่น่าสนใจ การทำโรดโชว์ในทัศนะของผู้บริหารท่านนี้เห็นว่าเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้ประชาชนเห็นว่ากิจการของบริษัทฯ สามารถดำเนินไปได้ในขอบเขตหนึ่งและการบินไทยก็สามารถที่จะบรรลุเป้าหมายได้

โรดโชว์เป็นความสำเร็จและเป็นความภาคภูมิใจของผู้บริหารที่ทำหน้าที่ควบคุมงานประชาสัมพันธ์การเผยแพร่เรื่องหุ้นการบินไทยในขณะนั้น จากการสัมภาษณ์ พบว่าประชาชนได้ให้ความสนใจในงานนี้เป็นอย่างมาก ดูได้จากจำนวนคนที่มาร่วมงานซึ่งแน่นห้องประชุมที่จัดงานทุกแห่งที่การบินไทยไปจัด นอกจากนี้ มีเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบของการบินไทยบางท่านมองว่างานโรดโชว์เป็น

ผลพลอยได้ของการส่งเสริมภาพความเป็นปึกแผ่นของบริษัทฯ หลังจากมีการร่วมกับบริษัท เติงอากาศไทย จำกัด หรือ บตท.

“ผมคิดว่าประสบผลสำเร็จมาก โดยเฉพาะจากที่เรียนว่านอกจากเราจะไปหาประชาชนแล้วบอกเขาถึงเรื่องที่เราจะขายหุ้นแล้ว ผมว่าเรายังได้เผยแพร่ชื่อการบินไทยหลังจากที่ร่วมกับ บตท. คือ สมัยก่อนต่างจังหวัดเราไม่ค่อยไปยุ่งกับเขามากเพราะเป็นบตท. แล้วก็มารวมกัน พอมารวมกันเราก็มีแคมเปญ ตอนนั้นก็เคยทำแคมเปญที่ออกไปว่าเราเป็นหนึ่งเดียว ที่นี้พอหลังจากนั้นมันก็มีอันนี้คล้ายๆ กับมันเป็นเครื่องสนับสนุนว่า เวลานี้การบินไทยกับบตท. คือ หนึ่งเดียวถึงมาขายหุ้น”
(เจ้าหน้าที่กองปรับปรุงยอดผลผลิต บริษัท การบินไทย จำกัด มหาชน, สัมภาษณ์, 24 มิถุนายน 2540)

อย่างไรก็ตาม การจัดงานโรดโชว์ เป็นเพียงกระบวนการหนึ่ง ที่บริษัท การบินไทย จำกัด ได้นำมาใช้เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ ประชาชนทั่วไป และสื่อมวลชน ทั้งนี้ เพื่อเปิดโอกาสให้มีการสื่อสารสองทาง ทำให้การเผยแพร่เรื่องนี้เป็นไปอย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น แต่ด้วยเวลาอันจำกัด กิจกรรมดังกล่าวจึงทำได้เฉพาะบางจังหวัดเท่านั้น ถึงแม้จะมีการให้สื่อมวลชนมาช่วยโดยการเผยแพร่ภาพข่าวเพื่อเป็นการกระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็วขึ้นภายในระยะเวลาอันจำกัดก็ตาม งานโรดโชว์มิใช่ข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์ฯ และมีบริษัทไม่กี่บริษัทที่จัดงานโรดโชว์เพื่อเสนอขายหุ้นให้กับประชาชน แสดงถึงการทุ่มเทงบประมาณในการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลในนี้อย่างมากมายของบริษัทฯ เพื่อให้ข่าวการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นนั้น กระจายให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ทั้งนี้ เพื่อบรรลุเป้าหมายของการขายหุ้นในหมู่ประชาชนทั่วไปให้มากที่สุด ซึ่งในการนี้ มีผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานนี้บางท่านมองว่า การจัดกิจกรรม “โรดโชว์” คือ การเสริมภาพลักษณ์ให้กับบริษัท การบินไทยฯ มากกว่าที่จะมีเจตนาเพื่อเผยแพร่ข้อมูลเพื่อการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อย่างแท้จริง

“การทำโรดโชว์เป็นการเสริมภาพลักษณ์มากกว่า ไม่ได้มีจุดประสงค์ว่าต้องมาซื้อสินค้าเราละ โอ. เค. มันอาจจะเป็น by product ว่าหลังจากนั้นทำให้คนมาซื้อสินค้ามากขึ้น แต่จุดนั้นผมว่าไม่ใช่ปัจจัยสำคัญ จุดประสงค์หลัก เพื่อไปสร้างภาพลักษณ์มากกว่า ภาพลักษณ์ของเราที่ว่า บัดนี้การบินไทยเป็นอย่างนี้แล้ว การบินไทยเป็นองค์กร เป็นกิจการที่มีภาพลักษณ์ที่ดี มีผลการดำเนินงานที่ดี” (เจ้าหน้าที่สำนักประชาสัมพันธ์ บริษัท การบินไทย จำกัด, สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2540)

และสำหรับการจัดงานนี้ให้พนักงานโดยเฉพาะซึ่งมีเพียงหนึ่งรอบเท่านั้น ซึ่งน้อยมากสำหรับจำนวนพนักงาน 18,000 คน ซึ่งมีอยู่ทั้งในและนอกประเทศ อย่างไรก็ตาม เจ้าหน้าที่ของบริษัท เพรสโก้ เห็นว่า จำนวนหนึ่งรอบนั้นเพียงพอแล้วสำหรับระยะเวลาและบุคลากรที่ใช้ในการทำงานเพียงแค่นั้น ประกอบในช่วงนั้นยังมีสื่ออื่นที่ใช้ประ โคมข่าวนี้

“ต้องคิดด้วยว่าโรคไข้เป็นกิจกรรมเพียงกิจกรรมเดียว มีกิจกรรมอื่นอีกเยอะมาก มีจดหมายทุกวันประจำที่เป็นรายละเอียดด้วย มีข้อมูลเยอะมาก จริงๆ แล้วโรคไข้สำหรับนักลงทุนนั้น ไม่อาจจัดได้นานกว่านี้ เพราะมันหนึ่งชั่วโมง แล้วก็ต้องคิดว่าช่วงนั้นตารางเวลาแน่นมาก แล้วก็ต้องทำทุกสิ่งทุกอย่าง ต้องทำโปรแกรมการเผยแพร่ให้กับพนักงานและประชาชนทั่วไป ต้องติดต่อกับตลาดหลักทรัพย์ฯ ตลอดเวลา” (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บริษัท เพรสโก้ แซนด์วิก จำกัด มหาชน, สัมภาษณ์, 2 กันยายน 2540)

2. กิจกรรมการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน

สื่อมวลชนเป็นกลุ่มเป้าหมายหนึ่งที่บริษัท การบินไทยฯ ได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะสื่อมวลชนเป็นช่องทางที่ช่วยกระจายข่าวได้อย่างรวดเร็ว และการที่จะให้ข่าวนั้นมีความถูกต้องเที่ยงตรง ดังนั้น การบินไทยในฐานะแหล่งข่าวจึงจำเป็นต้องจัดแถลงข่าวเพื่อให้ข่าวที่จะได้รับการเปิดเผยจากสื่อต่างๆ นั้น เป็นข่าวที่มาจากแหล่งข่าวโดยตรง เพื่อข่าวที่ออกไปจะมีความถูกต้องและตรงกัน ด้วยเหตุนี้ การแถลงข่าวเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่การบินไทยได้นำมาใช้ในการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนครั้งนี้ เพื่อรายงานความเคลื่อนไหวและเหตุการณ์สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นการบินไทย อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สื่อมวลชนเข้าใจได้อย่างถูกต้องตรงกัน เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่ได้อย่างถูกต้อง เหตุการณ์สำคัญที่ทางบริษัท การบินไทยฯ นำโดยผู้บริหารและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องเห็นความสำคัญของการเปิดแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน เพื่อเผยแพร่เรื่องการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนของบริษัท การบินไทย จำกัด เหตุการณ์เหล่านี้ ได้แก่

- งานแถลงข่าวที่จัดขึ้นหลังจากที่คณะกรรมการบริหารบริษัท การบินไทย จำกัด ได้รับเห็นชอบจากมติคณะกรรมการรัฐมนตรี ให้มีการจดทะเบียนเพิ่มทุน โดยนำหุ้นออกกระจายให้กับพนักงานและประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ เพื่อยืนยันเจตจำนงในการเข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ พร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการแต่งตั้งที่ปรึกษาทางการเงินในประเทศ 2 แห่ง คือ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ภัทรธนกิจ จำกัด บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ เอกธนกิจ จำกัด และที่ปรึกษาทางการเงินต่างประเทศ 2 แห่ง คือ S. G. Warburg และบริษัท Morgan Stanley

- งานแถลงข่าวที่จัดขึ้นเพื่อให้สื่อมวลชนทราบว่า บริษัท การบินไทย จำกัด ได้คัดเลือกบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์จำนวน 4 บริษัท เพื่อเป็นแกนนำในการจัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่ายหุ้นการบินไทย รวมทั้งเสนอราคาหุ้นที่จะขายให้กับบุคคลทั่วไปด้วย

- งานแถลงข่าวเรื่องที่บริษัท การบินไทย จำกัด ได้แต่งตั้งผู้รับประกันการจำหน่าย จำนวน 76 บริษัท พร้อมจัดพิธีลงนามที่โรงแรม รอยัลออกคิด เซอราตัน
- งานแถลงข่าวในโอกาสที่กำหนดวันรับจองหุ้น คือ วันที่ 16 - 27 มี.ค. 35 โดยรับจองผ่านบริษัทผู้รับประกันการจำหน่ายทั้ง 76 แห่งและธนาคารพาณิชย์ 5 ธนาคาร และสาขาอีก 1,600 แห่ง
- งานแถลงข่าวเกี่ยวกับการจัดโรดโชว์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท การบินไทย จำกัด พร้อมตอบข้อข้องใจเกี่ยวกับวิธีการจัดสรรหุ้นการบินไทยและรายละเอียดอื่นๆ โดยจัดที่กรุงเทพฯ นครราชสีมา เชียงใหม่ และหาดใหญ่ ทั้งนี้ เพื่อเชิญชวนนักลงทุนในกรุงเทพฯ และภูมิภาค ให้เกิดความสนใจเข้ามาจับจองหุ้นการบินไทย

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการนี้ พบว่าในช่วงเสนอขายหุ้นนี้ การบินไทยได้จัดงานแถลงข่าวจำนวนหลายครั้งมาก เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงกันแก่สื่อมวลชน ทั้งนี้ อยู่ภายใต้บริษัท เพรสโก้ ซึ่งเป็นผู้ควบคุมกำหนดการการให้ข่าวแก่สื่อมวลชน โดยเพรสโก้ จะเป็นผู้ประสานงานทั้งหมด ทั้งในเรื่องของตารางเวลาและจุดเด่นของข่าวที่จะนำไปแถลง และกิจกรรมการแถลงข่าวเรื่องหุ้นการบินไทยจะปรากฏให้เห็นตลอดจนสิ้นสุดระยะเวลาของการประชาสัมพันธ์ในเรื่องดังกล่าว

3. กิจกรรมการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน

ผู้บริหารบริษัท การบินไทย จำกัด ที่มีบทบาทในการให้ข่าวแก่สื่อมวลชน ได้แก่ ประธานกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายธุรกิจ ผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายการเงินและการบัญชี ผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายการเงินและรองผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายการเงิน ซึ่งนอกจากบุคคลดังกล่าวจะมีการทำหน้าที่ในการแถลงข่าวเพื่อชี้แจงต่อสื่อมวลชนโดยรวมแล้ว การให้ข่าวในลักษณะเป็นรายบุคคลมีปรากฏให้เห็นบ่อยครั้งทางหน้าหนังสือพิมพ์ และบางครั้งทางรายการวิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งทางบริษัท เพรสโก้ และสำนักประชาสัมพันธ์ บริษัท การบินไทยฯ จะเป็นผู้จัดตารางเวลาให้ หากเป็นการให้สัมภาษณ์ที่เป็นทางการ เช่น มีการติดต่อจากสื่อมวลชนเพื่อขอสัมภาษณ์ เนื่องจากเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการประชาสัมพันธ์เรื่องหุ้นการบินไทย เนื้อหาที่ผู้บริหารดังกล่าวให้สัมภาษณ์เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับหุ้นการบินไทย พร้อมทั้งแผนการดำเนินงานที่ผ่านมาและที่จะทำในอนาคต ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีงามกับประชาชนผู้รับสารและสร้างความ

มั่นใจและไว้วางใจในบริษัท โดยมีแหล่งข้อมูลที่มาจากราคาผู้บริหารซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่น่าเชื่อถือ อันมีผลทำให้เกิดการกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการจับจองซื้อหุ้นดังกล่าว

นอกจากนั้น ยังมีการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารการบินไทยแก่สื่อมวลชนอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นการยากต่อการควบคุมให้เป็นไปตามกลไกของตลาดหลักทรัพย์ฯ ในเรื่องของการเปิดเผยสารสนเทศของบริษัทจดทะเบียนฯ การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารการบินไทยไม่ว่าจะเป็นทางการหรือไม่ก็ตามมีบทบาทสำคัญยิ่ง โดยเฉพาะในช่วงหลังจากมีการจัดสรรหุ้นแล้วและก่อนที่จะมีการซื้อขายหุ้นการบินไทยในตลาดหลักทรัพย์ฯ ซึ่งเป็นการให้สัมภาษณ์ที่มีผลต่อราคาหุ้นการบินไทยอย่างมาก ดังนั้น การสัมภาษณ์ในช่วงนี้หากผู้บริหารไม่ระวังและหากไม่ได้กระทำการศึกษากฎในการเปิดเผยสารสนเทศของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ อย่างถี่ถ้วนด้วยแล้ว ผลที่ตามมาจะทำให้มีผลกระทบต่อราคาหุ้น ซึ่งผู้บริหารการบินไทยบางคนในช่วงนั้น ได้รับการตักเตือนจากตลาดหลักทรัพย์ฯ และได้รับการวิพากษ์วิจารณ์จากหนังสือพิมพ์หลายฉบับ เนื่องจากให้สัมภาษณ์ในลักษณะที่เป็นการขึ้นราคาหุ้นเป็นการสร้างความคาดหวังให้กับนักลงทุน

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของบริษัท เพรสโก้ ได้กล่าวถึงขั้นตอนการเตรียมการในการให้สัมภาษณ์ รวมทั้งปัญหาในการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารการบินไทย รวมทั้งผู้บริหารสถาบันการเงินที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการนี้ โดยเฉพาะในช่วงของการเสนอขายหุ้นว่า ในขั้นแรกจะต้องขอแนวคำถามจากสื่อมวลชน และจากนั้นเพรสโก้ ก็จะนำแนวคำถามที่ได้ไปติดต่อกับทางการบินไทยเพื่อขออนุมัติว่าจะให้สัมภาษณ์ได้หรือไม่ หากทางการบินไทยยินยอม เพรสโก้ก็จะแนะนำแนวทางและวิธีการในการให้สัมภาษณ์ว่าจะควรตอบอย่างไร ที่เพรสโก้ต้องเข้ามาควบคุม เพราะในช่วงนี้การเปิดเผยสารสนเทศกระทำไม่ได้โดยจะต้องไม่มีผลต่อราคาหุ้น เพราะฉะนั้น เพรสโก้เป็นบริษัทที่มีประสบการณ์ในการรับทำประชาสัมพันธ์ให้กับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ จึงต้องเข้ามาควบคุมอย่างใกล้ชิด โดยจะมีการอนุญาตให้ผู้บริหารของการบินไทยและสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้องเพียงไม่กี่ท่านเท่านั้นที่สามารถให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับราคาหุ้นได้

ปัญหาที่พบจากการให้สัมภาษณ์ในช่วงการเสนอขายหุ้น หรือช่วง Initial Public Offering (IPO) ของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้ เจ้าหน้าที่บริษัท เพรสโก้ จำกัดฯ กล่าวว่า หลายครั้งที่ไม่สามารถควบคุมการให้ข่าวของผู้บริหารเหล่านี้ได้ โดยเฉพาะผู้บริหารสถาบันการเงินที่ทำหน้าที่เป็นอันเดอร์ไรท์เตอร์ที่มีความรู้มากมีข้อมูลมากจนเกิดการพลั้งเผลอไปพูดถึงราคาหุ้น หรือความคืบหน้าเกี่ยวกับหุ้นการบินไทย ทำให้ผู้สื่อข่าวข่าวไปเขียนเพื่อส่งเสริมราคาหุ้นอันทำให้ถูกตักเตือนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชนตามรายการ โทรทัศน์และวิทยุ เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ผู้บริหารการบินไทยได้ดำเนินการเพื่อส่งเสริมการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ซึ่งผู้วิจัยได้กล่าวไปแล้วในหัวข้อของรูปแบบของการนำเสนอเรื่องราวดังกล่าวผ่านสื่อมวลชน

นับว่าเป็นความพยายามอีกวิธีการหนึ่งในการนำสื่อกิจกรรมมาใช้เพื่อช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทยฯ เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่อาศัยความน่าเชื่อถือของบรรดาผู้บริหารการบินไทย ซึ่งมีความแม่นยำในการให้ข่าวที่เกี่ยวกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมทั้งที่มาความเป็นไปและอนาคตของการบินไทยจากการนำหุ้นออกขายให้กับประชาชน รวมทั้งความน่าเชื่อถือของบรรดาผู้บริหารของสถาบันการเงินต่างๆ ที่มีความรู้เกี่ยวกับวิธีการและรายละเอียดของการจัดสรรและจำหน่ายหุ้น ด้วยความหวังที่จะใช้ความน่าเชื่อถือนี้อในการกระจายข่าวสารได้อย่างถูกต้องให้กับสื่อมวลชนเพื่อชักจูงให้ผู้ที่ได้รับข่าวสารนั้นเกิดความเชื่อถือและมั่นใจในการจับจองเป็นเจ้าของหุ้นการบินไทย

4. กิจกรรมการบรรยายนอกสถานที่ของผู้บริหารการบินไทย

จากการสัมภาษณ์อดีตผู้บริหารระดับสูงของการบินไทย ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมการตัดสินใจในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เรื่องการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในขณะนั้นได้พูดถึงรูปแบบของการให้สัมภาษณ์ในขณะนั้นว่า ได้รับเชิญจากสมาคมสโมสรต่างๆ เช่น สโมสรโรดาร์ฯ ไกลออนส์คลับ ให้ไปพูดเกี่ยวกับการนำบริษัทฯ เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ฯ ซึ่งในครั้งนั้น อดีตผู้บริหารระดับสูงของการบินไทยท่านนี้ได้พยายามไปทุกแห่งที่ได้รับเชิญมา เนื่องจากเห็นว่าเป็นโอกาสที่จะโฆษณาและสร้างความสนใจให้กับบุคคลภายนอกผู้ซึ่งประสงค์ที่จะมาซื้อหุ้นการบินไทย และการให้สัมภาษณ์ในลักษณะนี้ประสบความสำเร็จสูงมากในทัศนะของอดีตผู้บริหารท่านนี้

การจัดกิจกรรมในลักษณะนี้ถือเป็นความพยายามของผู้บริหารการบินไทยในการใช้ความน่าเชื่อถือส่วนบุคคลเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการขายหุ้นของการบินไทยในช่วงระยะเวลาอันจำกัด เนื่องจากสื่อบุคคลมีประสิทธิผลด้วยเป็นการติดต่อสื่อสารสองทางในการทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถโต้ตอบโต้ทันที ซึ่งจะช่วยให้สื่อสารกันได้เข้าใจและสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น หรือถ้าฝ่ายใดยังมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ยังสงสัย หรือไม่เข้าใจก็อาจถามตอบกันได้ทันที จนสามารถทำความเข้าใจกันได้ ในขณะที่ (วิรัช ฤทธิรัตนกุล: 2524) อย่างไรก็ตาม การออกไปบรรยายนอกสถานที่หรือพบปะบุคคลภายนอกที่ถึงแม้ว่าจะเป็นกลุ่มสมาชิกสโมสรหรือสมาคมที่มีชื่อเสียงนี้ เป็นการกระทำที่ไม่ใครจะเป็นไปตามแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการเปิดเผยสารสนเทศของบริษัทฯ

ทะเบียนท่าอากาศยานที่ว่า บริษัทต้องไม่เปิดเผยพัฒนาการที่สำคัญแก่ นักวิเคราะห์ ผู้ถือหุ้น หรือบุคคลอื่นเป็นการเฉพาะรายหรือเลือกเฉพาะบางราย ยกเว้นว่าได้มีการเปิดเผยและเผยแพร่สารสนเทศนั้นต่อประชาชนอย่างทั่วถึงแล้ว นอกจากนี้ บริษัทต้องหลีกเลี่ยงการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคลบางกลุ่มในการอธิบายหรือเผยแพร่สารสนเทศที่สำคัญ (ตลาดหลักทรัพย์: 2535)

2. การวิเคราะห์รูปแบบการใช้สื่อในช่วงการรับจองซื้อหุ้น

เป็นการวิเคราะห์รูปแบบการใช้สื่อเพื่อนำเสนอข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทยฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ในช่วงวันที่ 16 - 27 มีนาคม ซึ่งเป็นช่วงของการรับสมัครจองซื้อหุ้นแต่เนื่องจากการใช้สื่อหลายประเภทในช่วงนี้เป็นการใช้สื่อที่ต่อเนื่องมาจากช่วงแรกคือช่วงของการเสนอขายหุ้น จึงทำให้ข้อมูลการใช้สื่อบางประเภทยังคงไม่สามารถแยกออกจากช่วงแรกได้อย่างเด่นชัด แต่ด้วยวัตถุประสงค์ของการดำเนินการวิจัยที่ต้องการจะจำแนกให้เห็นความแตกต่างระหว่างการใช้สื่อเพื่อวัตถุประสงค์เดียวกันในช่วงเวลาต่างกัน โดยจำแนกตามช่องการนำเสนอข้อมูลดังนี้

2.1 สื่อมวลชน

ในช่วงของการรับจองหุ้นยังคงมีการใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางของการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อประเภทต่างๆ ต่อเนื่องมาจากช่วงเสนอขายหุ้นด้วยรูปแบบและวิธีการที่คล้ายคลึงกันดังต่อไปนี้

ก. โทรทัศน์

1. รูปแบบของโฆษณา

ในช่วงเวลานี้ ยังคงมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อการประกาศขายหุ้นของการบินไทย ในรูปของการโฆษณา คือ ภาพยนตร์โฆษณา 2 ชุดเดิม คือ ชุดกล้วยไม้และชุดเครื่องบิน ยังคงนำเสนอทางโทรทัศน์ต่อไปเพื่อปูพื้นฐานทางแนวคิดของการตัดสินใจซื้อหุ้นการบินไทย ด้วยการนำเสนอภาพความเป็นปึกแผ่น ความมั่นคง และความน่าไว้วางใจของบริษัทฯ ในรูปของภาพลักษณ์โดยรวมขององค์การ

2. รูปแบบข่าว

และเช่นเดียวกับโฆษณา การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อการประกาศขายหุ้นของการบินไทยยังในช่วงของการเสนอขายหุ้นยังคงมีให้เห็นในรูปภาพยนตร์ข่าวทางโทรทัศน์ เนื่องจากในช่วงนี้เป็นช่วงของการจับจองซื้อหุ้น จึงมีกิจกรรมการรับจองซื้อหุ้นของธนาคารผู้รับจอง ที่สถานีโทรทัศน์ต่างๆ นำไปออกเผยแพร่ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการช่วยส่งเสริมกิจการของบริษัทฯ

ข. วิจัย

เนื่องจากไม่สามารถค้นหารายละเอียดของการใช้สื่อประเภทนี้ในช่วงการรับจองซื้อหุ้น ดังนั้น จึงไม่สามารถนำเสนอและทำการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ได้

ค. หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร

หนังสือพิมพ์ยังคงมีบทบาทอย่างมากในการนำเสนอข่าวสารเพื่อการประกาศขายหุ้นของบริษัท การบินไทยฯ ในช่วงของการรับจองซื้อหุ้น โดยมีรูปแบบและวิธีการนำเสนอ ดังนี้

1. รูปแบบโฆษณา

การบินไทยร่วมกับบริษัท แมคแคน แอนด์ อิริคสันฯ ได้ผลิตภาพโฆษณาที่กล่าวถึงแล้วในช่วงของการเสนอขายหุ้น ซึ่งผลิตขึ้นในการนี้จำนวน 6 ชุดด้วยกัน และในจำนวนนี้มีภาพโฆษณา 2 ชุดที่ใช้ครอบคลุมตั้งแต่ช่วงการเสนอขายหุ้นจนถึงสิ้นสุดการรับจองหุ้น ในขณะที่ภาพ 4 ชุดนั้นใช้ในช่วงการเสนอขายหุ้นเท่านั้น

ภาพโฆษณา 2 ชุดดังกล่าว เป็นภาพที่นำพนักงานมาแต่งเครื่องแบบของแต่ละหน่วยงานแล้วถ่ายภาพร่วมกัน จากนั้นเขียนคำบรรยายประกอบภาพ 2 ชุด ชุดแรก ได้แก่ ชุดที่เขียนคำบรรยายว่า “สิทธิเพื่อไทย ก้าวไกลไปกับ...ไทย” เพื่อบอกกล่าวให้ผู้อ่านได้ทราบว่าสามารถจองหุ้นการบินไทยได้ที่ธนาคารและสาขาธนาคาร 5 แห่ง ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพฯ ธนาคารกรุงไทยฯ ธนาคารกสิกรไทยฯ ธนาคารทหารไทยฯ และธนาคารไทยพาณิชย์ฯ อีกชุดหนึ่ง ได้แก่ ชุดที่เขียนคำบรรยายได้ภาพว่า “การบินไทย...ภูมิใจที่คุณเป็นส่วนหนึ่งที่จะก้าวไปพร้อมกับเรา”

ภาพโฆษณา 2 ชุดนี้ นำเสนอในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ สยามรัฐ มติชน ข่าวสด มางกอกโพสต์ เดอะเนชั่น กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการรายวันและรายสัปดาห์ คู่แข่งธุรกิจรายสัปดาห์ บ้านเมือง ดาวสยาม เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์จีนจีนเสียนเยอะเป่า ตงหัว ฐานเศรษฐกิจ ประชาชาติธุรกิจ โดยนำเสนอตั้งแต่ปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2535 ซึ่งเป็นช่วงการเสนอขายหุ้น จนถึงวันที่ 26 มีนาคม 2535 ซึ่งเป็นช่วงรับจองหุ้นการบินไทย

จะเห็นได้ว่าเมื่อถึงเวลาของการจับจองซื้อหุ้นตามเป้าหมายของบริษัทฯ ที่ต้องการให้ประชาชนซื้อหุ้นให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ดังนั้น วิธีการนำเสนอของสื่อจะเริ่มชัดเจนยิ่งขึ้น ภาพโฆษณาที่ลงทางหน้าหนังสือพิมพ์ซึ่งเดิมในช่วงเสนอขายหุ้นนั้น ทำในลักษณะของการสร้างความตระหนักรู้ สร้างความน่าไว้วางใจเพื่อเป็นการปูพื้นฐานทางแนวคิดในการตัดสินใจเลือกซื้อเท่านั้น เมื่อถึงเวลาของซื้อหุ้น วิธีการนำเสนอของสื่อในรูปของโฆษณาเริ่มเปลี่ยนไปด้วยการบอกวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนยิ่งขึ้นว่าบริษัทฯ ต้องการอะไร คือ มีการบอกได้บอกภาพโฆษณาว่าสามารถซื้อหุ้นการบินไทยได้ที่ไหน ทั้งนี้ เพื่อตรงตามเป้าหมายของการเชิญชวนขายหุ้นในที่สุด

2. รูปแบบข่าว

เช่นเดียวกับในช่วงของการเสนอขายหุ้น สื่อหนังสือพิมพ์ยังคงมีบทบาทอย่างมากในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกาศขายหุ้นของการบินไทยในช่วงรับสมัครจองซื้อหุ้น ด้วยการลงข่าวการมาสมัครเพื่อจองซื้อหุ้นการบินไทยของประชาชนทั่วไปตามธนาคารรับจองซื้อ ซึ่งท่วงทำนองและลีลาการเขียนข่าวนั้น มีความแตกต่างกันไปจนดูชัดกัน เพราะบ้างก็ว่าบรรยากาศการจองหุ้นเงียบเหงา บ้างก็ว่าคึกคัก อย่างไรก็ตาม จะได้นำมาวิเคราะห์ในหัวข้อของเนื้อหาสารที่นำเสนอผ่านสื่อต่อไป สำหรับหนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสารที่นำเสนอข่าวการรับสมัครจองซื้อหุ้นการบินไทยได้แก่

หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสารภาษาไทย

เป็นหนังสือพิมพ์ทั้งสิ้น 20 ฉบับ และนิตยสาร 17 ฉบับ คือ

ไทยรัฐ บ้านเมือง เดลินิวส์ เดลินิวส์ ข่าวสด สยามรัฐ ผู้จัดการ ผู้จัดการรายวัน สถานการณ์ ประชาชาติธุรกิจ วัฏจักร กรุงเทพธุรกิจ คู่แข่งธุรกิจ มติชน ดาวสยาม แนวหน้า ข่าวพาณิชย์ รายวันสยาม มติชนสุดสัปดาห์ วงจรเศรษฐกิจ เส้นทางเศรษฐกิจ ฐานเศรษฐกิจ ข่าวไท

ธุรกิจหลักทรัพย์ สายกลาง หลักโท มีเดีย ธุรกิจก้าวหน้า การเงินการธนาคาร ดอกเบี้ย นิกส์ ธุรกิจที่ดิน ดอกเบี้ยรายสัปดาห์ อินไซด์แมนเนจเม้นท์ อีคอนนิวส์ เทียร์วอโลก หญิงไทย

หนังสือพิมพ์/วารสารที่เป็นภาษาต่างประเทศ

ภาษาอังกฤษ : The Nation, Bangkok Post, The Asian Wall Street Journal, TTG Asia, Cargonews Asia
 ภาษาจีน : New Chinese Daily News, Economic Daily News, Kia Hua Tong Nguan, Tong Hua Daily News, Universal Daily News, Sin Sian Yit Pao

สำหรับรูปแบบของข่าวที่นำเสนอในช่วงนี้ยังคงมีสองประเภทเช่นเดียวกับช่วงของการเสนอขายหุ้น คือ

2.1 ข่าวที่เป็นข้อเท็จจริง

เนื่องจากในช่วงนี้เป็นช่วงของการรับสมัครการจองซื้อหุ้น ดังนั้น การใช้สื่อหนังสือพิมพ์ด้วยวิธีการนำเสนอในรูปแบบข่าว ส่วนใหญ่เป็นข่าวเกี่ยวกับบรรยากาศของการจองหุ้นตามที่ต่างๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น เพื่อเป็นการรายงานความคืบหน้าของการจองหุ้นการบินไทย และยังมีผลทำให้คนที่ยังไม่ได้ไปสมัครจองอาจเกิดความรู้สึกสับสนใจด้วยแรงกระตุ้นที่เกิดจากการเขียนข่าวหนังสือพิมพ์ นอกจากนั้น ในช่วงท้ายของวันรับสมัครจองหุ้น รูปแบบการนำเสนอข่าวจะเปลี่ยนไปเป็นการนำเสนอเกี่ยวกับวิธีการจัดสรรและกำหนดวันเวลาในการจัดสรรหุ้นแทน โดยเป็นการให้ข่าวของเจ้าหน้าที่ระดับบริหารของสถาบันการเงินที่รับผิดชอบโดยตรงในการจัดสรรหุ้น ทั้งนี้ เพื่อให้ข่าวนั้นเกิดความน่าเชื่อถือ ซึ่งแนวความคิดที่พยายามนำเสนอต่อประชาชนในช่วงของเสนอข่าวการจัดสรรหุ้นหลังจากที่มีการจับจองแล้วจะเริ่มเปลี่ยนไป คือ เน้นที่ความยุติธรรม ทั้งนี้ จะได้นำมาวิเคราะห์ในช่วงของการใช้สื่อในช่วงปิดรับจองหุ้น

2.2 ข่าวหรือบทความที่สอดแทรกความคิดเห็น

ในช่วงนี้ข่าวในลักษณะบทความจะมีน้อยลง เนื่องจากจะเป็นข่าวที่เป็นรายงานความคืบหน้าของการรับสมัครจองหุ้นมากกว่า โดยเป็นการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับบรรยากาศ

การจองหุ้นการบินไทยทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ลักษณะการนำเสนอมีทั้งส่งผลในแง่ดีของบริษัท ในกรณีที่มีการบรรยายว่าคนไปจองซื้อหุ้นแน่นชนิด แต่ผลที่เสียคือ เป็นการเขียนเชียร์หุ้นในช่วงเวลาของการสมัครจองซื้อหุ้น ซึ่งไม่ใช่เวลาของการเชิญชวนหรือเผยแพร่สารสนเทศใดๆ แก่ประชาชนเพื่อเป็นการเชิญชวนซื้อหุ้น และหากข่าวที่ออกมากล่าวถึงบรรยากาศการจองซื้อหุ้นเป็นไปอย่างเงียบเหงา ก่อให้เกิดผลเสียต่อบริษัท คือ ทำให้คนมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจไม่ซื้อหุ้น

2.2 สื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจยังคงเป็นช่องทางการนำเสนอข้อมูลที่บริษัท การบินไทย จำกัด นำมาใช้ในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลเรื่องนี้ในช่วงการรับจองซื้อหุ้น โดยที่ได้มีการนำสื่อต่างๆ มาใช้ คือ

1. หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้นต่อประชาชน

เนื่องจากในช่วงของการรับจองซื้อหุ้นนี้ ประชาชนผู้สนใจในหุ้นการบินไทยยังคงสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลในหนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้นได้ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจจองซื้อหุ้นการบินไทย เช่น วันเวลา สถานที่รับจองหุ้น รายละเอียดอื่นๆ รวมทั้งใบสมัครจองหุ้นที่อยู่ส่วนท้ายสุดของหนังสือ

2. จดหมายข่าว

ในช่วงระยะเวลานี้ จดหมายข่าวหรือจดหมายรายงานความคืบหน้าเกี่ยวกับการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของการบินไทยยังคงมีให้กับพนักงานต่อเนื่องจากช่วงของการเสนอขายหุ้น โดยเน้นหนักในเรื่องของการเข้าเตือนถึงกำหนดวันสุดท้ายของการรับจองซื้อหุ้น รวมทั้งยังคงเปิดให้พนักงานได้มีจดหมายสอบถามเกี่ยวกับวิธีการและรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนในครั้งนี้ ทั้งนี้ เพื่อใช้วิธีการสื่อสารแบบสองทางให้เป็นประโยชน์ในช่วงเวลาของการใกล้สิ้นสุดแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนให้ประชาชนและพนักงานภายในได้มีส่วนในการเป็นเจ้าของการบินไทย แต่ด้วยช่วงระยะเวลานี้เป็นช่วงเวลาของการไม่สามารถเชิญชวนให้ซื้อหุ้นโดยตรงได้ ดังนั้น การบินไทยจึงใช้วิธีการกระตุ้นกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายด้วยเนื้อหาที่มีได้เชิญชวนแต่เป็นเพียงการเข้าเตือนถึงกำหนดวันของวันสุดท้ายเท่านั้น เป็นการกระตุ้นด้วยวิธีการ คือ เป็นจดหมาย แต่เนื้อหา ยังคงอยู่ในรูปแบบเดิม

3. จดหมายถาม-ตอบ

เนื่องจากจดหมายถาม-ตอบจัดทำขึ้นเพื่อให้ธนาคารที่รับจองซื้อหุ้นนำไปวางไว้ให้ลูกค้าของธนาคาร ดังนั้น ในช่วงของการรับสมัครจองหุ้นนี้ จดหมายถาม-ตอบยังคงมีบทบาทในการทำ ให้บรรดาประชาชนผู้สนใจสามารถเข้าใจในวิธีการและรายละเอียดในการจองหุ้นการบินไทย เนื่องจาก จดหมายดังกล่าวมีเนื้อหาเกี่ยวกับรายละเอียดของการจองหุ้นทั้งสิ้น

4. ข่าวแจก

ข่าวแจกมีความสำคัญอย่างมากในการนำเสนอข่าวที่ถูกต้องให้กับสื่อมวลชน ดังนั้น ในช่วงนี้ ยังคงมีการใช้ข่าวแจกอย่างต่อเนื่องจากช่วงการเสนอขายหุ้น ข่าวแจกในช่วงนี้จึงเป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการจองหุ้นการบินไทยของประชาชน และที่สำคัญ คือ ข่าวที่ออกมาเพื่อแจ้งถึงกำหนดวัน เวลาและสถาบันการเงินที่รับผิดชอบในการจัดสรรหุ้น ซึ่งในการนี้ บริษัท การบินไทย จำกัด ได้ มอบหมายให้บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ทิสโก้ จำกัด เป็นผู้ดำเนินการในการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ ในการจัดสรรหุ้นครั้งนี้ ดังนั้น ข่าวนี้จึงกลายมาเป็นข่าวที่โดดเด่นในช่วงเวลาของการรับสมัครจองหุ้น

3. สื่อกิจกรรม

ในช่วงการรับจองซื้อหุ้น มีกิจกรรมที่สำคัญ คือ

1. กิจกรรมศูนย์ข่าวเฉพาะกิจหรือศูนย์ฮอตไลน์

สำนักประชาสัมพันธ์ การบินไทย ได้รับมอบหมายจากผู้บริหารให้ดำเนินการให้ ข้อมูลแก่บุคคลภายนอกและพนักงานที่มีความสนใจในการจองซื้อหุ้นการบินไทย ด้วยการจัดตั้งศูนย์ ข่าวเฉพาะกิจหรือศูนย์ฮอตไลน์ เพื่อให้พนักงานและประชาชนสามารถใช้โทรศัพท์สอบถามเข้ามายัง ศูนย์ฯ ในการสอบถามและออกความเห็นในการจัดสรรหุ้นการบินไทย โดยมีระยะเวลาการดำเนินงาน ตั้งแต่วันที่ 18-27 มีนาคม 2535 ซึ่งเป็นระยะเวลาของการเปิดให้มีการจองหุ้นเช่นกัน

จากเอกสารภายในบริษัท การบินไทยฯ ที่ศูนย์ข่าวเฉพาะกิจจัดทำเพื่อรายงาน รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายธุรกิจ บริษัท การบินไทยฯ ที่ WU/WW/sn ลงวันที่ 26MAR92 เรื่อง รายงานผลศูนย์ข่าวเฉพาะกิจเรื่องหุ้นการบินไทย นั้น เอกสารดังกล่าวระบุว่า “จากการที่ได้รับ

มอบหมายให้ทำหน้าที่ให้ข้อมูลแก่บุคคลภายนอกที่มีความสนใจในการจองซื้อหุ้นบริษัท การบินไทย จำกัด ซึ่งเริ่มตั้งแต่วันที่ 18 มีนาคม 2535 ปรากฏว่ามีบุคคลจำนวนมากได้ให้ความสนใจกับบริการนี้ โดยเฉลี่ย 30 รายต่อวัน”

คำถามที่ได้รับการถามเข้ามาส่วนใหญ่เป็นคำถามที่เกี่ยวกับวิธีการจอง ระยะเวลาจอง สถานที่ หลักฐานที่ใช้ในการจอง การกรอกรายละเอียดในใบจอง ประโยชน์ที่จะได้รับจากการซื้อหุ้น การจัดสรรหุ้น ฯลฯ ส่วนคนที่ถามนอกจากจะเป็นคนไทยที่ประกอบด้วยพนักงานภายในและ บุคคลภายนอกที่เป็นคนกรุงเทพฯ และคนต่างจังหวัดแล้ว ยังมีคนต่างชาติ ซึ่งในการประกาศขายหุ้นในครั้งนี้ ร้อยละ 15 ของหุ้นที่ออกจำหน่ายจัดไว้ให้กับชาวต่างชาติโดยเฉพาะ

การจัดตั้งศูนย์เฉพาะกิจ หรือศูนย์ฮอตไลน์ เป็นกิจกรรมเสริมจากแผนประชาสัมพันธ์ที่เพรสส์ได้กำหนดให้ฮอตไลน์เป็นกิจกรรมที่จัดทำเพื่อพนักงานภายในโดยเฉพาะ ด้วยบริษัทฯ เกรงว่าการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์เท่าที่มีอยู่จะไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ เพราะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพควรจะเป็นในลักษณะของการสื่อสารสองทางมากกว่าทางเดียว ศูนย์ฮอตไลน์นี้จัดทำขึ้นในช่วงการรับจองซื้อหุ้นเท่านั้น

2. กิจกรรมการติดตามผลการประชาสัมพันธ์

ในระหว่างวันที่ 16 ถึง 27 มีนาคม 2535 ซึ่งเป็นระยะเวลาของการจองซื้อหุ้น การบินไทย ผู้บริหารด้านการเงินในขณะนั้น ร่วมกับสำนักประชาสัมพันธ์ ได้ไปตรวจเยี่ยมธนาคาร สาขาบางแห่งเพื่อสังเกตการณ์และเชิญสื่อมวลชนโทรศัพท์กันไปทำข่าวการจองซื้อหุ้นการบินไทย ในการนี้ เจ้าหน้าที่สำนักประชาสัมพันธ์ บริษัท การบินไทย จำกัด ที่รับผิดชอบเรื่องนี้ในขณะนั้นได้เล่าถึงเหตุการณ์การติดตามผลประชาสัมพันธ์ครั้งนี้ว่า

“เรามีการออกไปสัมผัสด้วย ทีมประชาสัมพันธ์ก็จะไปกับ DU-B (รองผู้อำนวยการใหญ่อาวุโสฝ่ายการเงิน) ไปตามที่ต่างๆ โดยการที่คุยกับคนที่มาจองก็จะมีการสัมภาษณ์ WU (สำนักประชาสัมพันธ์) ก็จะสัมภาษณ์คนที่เดินไปมาว่า เป็นยังไงบ้าง รู้สึกสนใจเพราะอะไร มาจากไหน มีปัญหาอะไรไหม ก็เป็นการสื่อสารกลับที่เราได้รับเข้ามา”

สำหรับการเปิดจองรับซื้อหุ้นวันแรก ได้มีประชาชนสนใจจับจองหุ้นผ่านธนาคารที่รับจอง ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายการเงิน และเจ้าหน้าที่สำนักประชาสัมพันธ์ การบินไทย ได้ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างธนาคารเพื่อเดินทางไปตรวจสอบความเรียบร้อยของการรับจองหุ้นการบินไทยว่ามีปัญหาหรือไม่

มีประชาชนให้ความสนใจมากเพียงใด ทั้งนี้เพื่อจัดทำข่าวแจกให้กับสื่อมวลชน และเป็นวารสารภายในให้กับพนักงานการบินไทยเพื่อให้ทราบในเรื่องดังกล่าว (อดีตเจ้าหน้าที่สำนักประชาสัมพันธ์ บริษัทการบินไทย จำกัด, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2539)

การประเมินผลเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการวางแผนการประชาสัมพันธ์หรือการวางแผนใดๆ สำหรับกิจกรรมการประเมินผลการประชาสัมพันธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของการบินไทยเป็นการประเมินผลจากคนกลุ่มเดียวจากหน่วยงานเดียวและเป็นการสุ่มตัวอย่าง จึงไม่สามารถเรียกได้ว่าเป็นกรรมวิธีของการประเมินผลอย่างจริงจัง และจากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบว่ากิจกรรมการประเมินผลดังกล่าวทำไปเพื่อหาข่าว และนำข่าวนั้นไปสร้างภาพที่ดีให้กับองค์กรต่อไปเท่านั้น มิใช่การประเมินผลการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง

3. กิจกรรมการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน

ในช่วงระยะเวลาของการรับสมัครจองหุ้น ยังคงมีการให้ข่าวแก่สื่อมวลชน แต่ส่วนมากข่าวที่ออกผ่านสื่อมวลชนสู่ประชาชนเป็นข่าวที่ให้สัมภาษณ์โดยเจ้าหน้าที่ระดับบริหารของธนาคารต่างๆ ที่ทำหน้าที่เป็นผู้รับจองซื้อหุ้นการบินไทย ซึ่งเป็นข่าวที่ออกมาเป็นผลดีต่อภาพลักษณ์ของหุ้นการบินไทยทั้งสิ้น เพราะผู้บริหารของธนาคารเหล่านี้มักจะให้สัมภาษณ์ในทำนองว่าหุ้นการบินไทยขายดี หรือโบสถ์ครบจองหุ้นหมด เป็นต้น

3. การวิเคราะห์รูปแบบการใช้สื่อในช่วงหลังการปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในช่วงของการปิดรับจองซื้อหุ้นการบินไทยนั้น จากการสัมภาษณ์พบว่าในความเป็นจริงแล้วระยะของการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้นมิได้ครอบคลุมถึงช่วงเวลาหลังจากที่มีการรับจองซื้อหุ้น แต่เนื่องจาก บริษัทฯ ต้องเตรียมการที่จะนำหุ้นเข้ากระจ่ายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเดิมไม่สามารถกำหนดวันที่แน่นอนได้ เนื่องจากเกิดวิกฤติการณ์พฤษภาทมิฬ จึงทำให้ต้องเลื่อนกำหนดการออกไป จนในที่สุดสามารถกำหนดได้ว่าเป็นวันที่ 23 กรกฎาคม 2535 และด้วยวิกฤติการณ์ดังกล่าวประกอบกับความปั่นป่วนทางการเมืองอันมีผลมาจากการเลือกตั้งในวันที่ 22 มีนาคม 2535 และสภาพทางการเมืองที่มีผลมาจากเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ การเปลี่ยนตัวประธานกรรมการบริษัทฯ อันเป็นผลมาจากสภาพทางการเมืองเช่นกัน นอกจากนี้ ยังมีปัญหาเกี่ยวกับราคาหุ้นในตลาดมืดที่มีผลต่อการขึ้นลงของราคาหุ้น เพราะนักลงทุนนำหุ้นการบินไทยที่จองซื้อได้ไปขายกันเองในตลาดดังกล่าว และประกอบกับสภาวะ

ทางการเมืองที่มีผลต่อเศรษฐกิจในขณะนั้น จึงทำให้การซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ฯ ช่วงนั้นซบเซาลงเป็นอย่างมากส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของหุ้นการบินไทย

ด้วยเหตุนี้ สำนักประชาสัมพันธ์ การบินไทย จึงจัดทำแผนเฉพาะกิจขึ้นเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์การบินไทยในช่วงเวลาเพียง 2 สัปดาห์ก่อนเข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อนักลงทุน สื่อที่นำมาใช้เพื่อการนี้ได้นำเสนอผ่านช่องทางสื่อมวลชน อันได้แก่ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ รวมทั้งข่าวแจกเพื่อจัดทำให้แก่สื่อมวลชนดังกล่าว นอกจากนี้ ในช่วงก่อนการนำหุ้นบริษัท การบินไทยฯ เข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ยังมีกิจกรรมการใช้สื่อที่สำคัญที่ควรนำมากล่าวถึง นอกจากสื่อที่กล่าวมาแล้วซึ่งผู้วิจัยจะได้นำเสนอจำแนกตามประเภทของสื่อต่อไปนี้

1. สื่อมวลชน

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า สื่อมวลชนยังคงเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีบทบาทสำคัญต่อกิจกรรมการขายหุ้นของการบินไทยถึงแม้ว่าจะปิดรับจองซื้อไปแล้ว แต่บทบาทของสื่อมวลชนยังคงมีในแง่ที่เป็นเครื่องมือให้กับบริษัทฯ ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ในช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ซึ่งเป็นช่วงที่สำคัญมาก อย่างไรก็ตาม บริษัท การบินไทยฯ มิได้มีการเตรียมการวางแผนการใช้สื่อก่อนที่จะเริ่มโครงการ ดังนั้น การนำสื่อมาใช้ผ่านช่องทางสื่อมวลชนในช่วงนี้เป็นส่วนหนึ่งของแผนเฉพาะกิจที่จัดทำขึ้นเป็นการเร่งด่วน ซึ่งเหตุผลของการใช้สื่อในเวลาอันเร่งด่วนนี้อาจเป็นไปตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ ในข้อที่ว่า

“ในกรณีที่บริษัทจดทะเบียนทราบถึงข่าวลือหรือข่าวสารต่างๆ ไม่ว่าจะจริงหรือไม่ก็ตาม บริษัทจดทะเบียนต้องชี้แจงเกี่ยวกับข่าวลือหรือข่าวสารนั้นโดยเร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ เนื่องจากข่าวลือหรือข่าวสารนั้นอาจจะมีหรือได้มีผลต่อการซื้อขายหลักทรัพย์หรือจะมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน” (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: 2535)

ดังนั้น การบินไทยจึงได้มีการนำสื่อประเภทต่างๆ มาใช้ผ่านช่องทางสื่อมวลชนเพื่อการนี้ ได้แก่

ก. สื่อโทรทัศน์และวิทยุ

มีการจัดให้ผู้บริหารระดับสูงของการบินไทย เช่น กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายธุรกิจ และผู้อำนวยการใหญ่อาวุโสฝ่ายการเงินและการบัญชี

ให้สัมภาษณ์ออกรายการโทรทัศน์และวิทยุ ทั้งนี้ เพื่อชี้แจงประเด็นเกี่ยวกับการสร้างความมั่นใจต่อนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยเน้นเกี่ยวกับผลงานในรอบหลายสิบปีที่ผ่านมา เนื่องจากวิธีการแก้ข่าวตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ นั้น บริษัทที่จดทะเบียนไม่สามารถแก้ข่าวได้โดยตรง เช่น โฆษณาว่าหุ้นการบินไทยมีราคาอยู่ในเกณฑ์ดี ดังนั้น การแก้ข่าวจึงทำได้เพียงประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินการของบริษัทเท่านั้น เพื่อให้ให้นักลงทุนใช้วิจารณญาณในการตัดสินใจเกี่ยวกับราคาหุ้นว่ามีความสมเหตุสมผลกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

ข. หนังสือพิมพ์

ข่าวที่มีผลต่อราคาหุ้นการบินไทยมาจากหนังสือพิมพ์ ดังนั้น รูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ จึงเป็นไปในรูปข่าว ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. รูปแบบของข่าวที่เป็นข้อเท็จจริง

นอกจากหนังสือพิมพ์จะเป็นเครื่องมือของการบินไทยที่นำมาใช้เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของหุ้นการบินไทยในช่วง 2 สัปดาห์ก่อนเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แล้ว ในช่วงแรกหลังจากการปิดรับจองหุ้น คือ ประมาณเดือนเมษายน 2535 หนังสือพิมพ์ยังคงเป็นสื่อกลางให้การการบินไทยในการรายงานข่าวความเคลื่อนไหวของการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้ ด้วยการรายงานข่าวเกี่ยวกับผลการจองซื้อหุ้นการบินไทยและการจัดพิธีจัดสรรหุ้นด้วยคอมพิวเตอร์ รวมทั้งการประกาศมอบรางวัลให้แก่ผู้ที่ได้รับการจัดสรรและไม่ได้รับการจัดสรรเป็นคนแรก ที่บริษัทฯ จัดร่วมกับบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ทิสโก้ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาและเป็นผู้จัดการและรับประกันการจัดจำหน่ายหุ้นในครั้งนี้ โดยมีการเชิญบุคคลที่สำคัญรวมทั้งกรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์ไปร่วมเป็นประธานในงานดังกล่าว ดังนั้น ข่าวที่เป็นข้อเท็จจริงในช่วงนี้ จึงเป็นการรายงานเหตุการณ์ที่สำคัญข้างต้นจนเสร็จสิ้นพิธีการ และหลังจากนั้น การรายงานข่าวในลักษณะนี้จึงเงียบหายไป จนกระทั่งในช่วงก่อนของการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ เพียงไม่กี่วัน จึงมีข่าวเกี่ยวกับความคืบหน้าของหุ้นการบินไทยในลักษณะของข้อเท็จจริง คือ เป็นข่าวที่มาจากข่าวแจกของการบินไทย ได้แก่ ข่าวที่บริษัทฯ ได้เตรียมตัวนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ด้วยการแจกใบหุ้นให้กับผู้ถือหุ้นที่ได้รับการจัดสรรทั่วประเทศ

2. รูปแบบของข่าวหรือบทความที่สอดคล้องความคิดเห็น

รูปแบบของข่าวในช่วงก่อนการนำหุ้นการบินไทยเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ฯ นั้น เห็นได้ว่า ข่าวที่มีบทบาทอย่างมากจนทำให้เกิดแผนเฉพาะกิจเพื่อสร้างภาพลักษณ์แก่องค์กรก่อนนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดฯ นั้น คือ ข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์ที่มีการสอดคล้องความคิดเห็นของนักข่าวที่มีการวิเคราะห์ไปตามสถานการณ์การเมืองในประเทศบ้าง และการเมืองภายในการบินไทยบ้าง และนักวิเคราะห์การเงินการลงทุน ที่นำเอาหลักวิชาการทางเศรษฐศาสตร์ ผสมผสานกับเหตุการณ์บ้านเมืองในปัจจุบันมาวิเคราะห์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาหุ้นการบินไทยเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากในช่วงนี้เป็นช่วงที่สำคัญและมีผลต่อราคาหุ้นก่อนนำเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ เป็นอย่างมาก และเนื่องจากการบินไทยได้ทิ้งช่วงเวลาหลังจากปิดรับจองหุ้นจนถึงวันที่มีการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ วันแรกเป็นเวลานานมาก จึงทำให้เป็นโอกาสของบรรดานักข่าวและนักวิจารณ์การลงทุนทั้งหลายในการวิเคราะห์วิจารณ์หุ้นกันไปต่างๆ นานา อันส่งผลกระทบต่อการบินไทย ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะได้พยายามเสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทฯ แต่ก็เป็นการดำเนินการในช่วงเวลาสั้น คือ 2 สัปดาห์ก่อนการเข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ และเป็นการดำเนินการที่ดูเหมือนไม่ได้เจตนา แต่เป็นเพียงการกระทำเพื่อให้เป็นไปตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ เท่านั้น ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยจะได้ทำการวิเคราะห์ในส่วนที่เป็นเนื้อหาของข่าวในหัวข้อต่อไป

2. สื่อเฉพาะกิจ

รูปแบบของสื่อที่นำมาใช้ผ่านช่องทางสื่อเฉพาะกิจที่นำมาใช้ในช่วงก่อนการนำหุ้นการบินไทยเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่

ข่าวแจก

เป็นสื่อประเภทเดียวที่นำเสนอผ่านช่องทางสื่อเฉพาะกิจที่บริษัท การบินไทยฯ นำมาใช้ในขณะนั้น ข่าวแจกเป็นสื่อที่ใช้ร่วมกับสื่อที่นำเสนอผ่านช่องทางสื่อมวลชน หรือมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำเพื่อให้บรรดาสื่อมวลชนนำไปเผยแพร่ จากการวิเคราะห์พบว่าในช่วงแรกหลังจากที่มีการจับจองหุ้นการบินไทยเสร็จเรียบร้อยแล้ว การบินไทยมีกิจกรรมที่สำคัญ คือ การประกาศผลการจองหุ้นการบินไทย ดังนั้น ข่าวแจกในช่วงแรกจึงเป็นข่าวของการให้ภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ ด้วยการเผยแพร่ข่าวการจองหุ้นจากประชาชนจำนวนมากที่จองหุ้นเกินจากจำนวนที่สามารถให้ได้ถึง 200,000 ราย นับเป็นประวัติกิจการและความภาคภูมิใจของการบินไทยในช่วงนั้นที่จะต้องเผยแพร่ให้สื่อมวลชนได้รับทราบ จะเห็นได้ว่าข่าวหนังสือพิมพ์ในช่วงนั้น จึงเป็นเรื่องราวของการจับจองหุ้นการบินไทยของ

ประชาชนอย่างล้นหลาม จากนั้น การบินไทยได้จัดพิธีจัดสรรหุ้นที่ได้รับการจับจองด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ดังนั้น บริษัทฯ จึงต้องจัดทำข่าวแจกให้แก่สื่อมวลชนเกี่ยวกับรายละเอียดของการจัดงานดังกล่าว ทั้งนี้ บริษัทฯ มีวัตถุประสงค์หลัก คือ ต้องการนำเสนอให้ประชาชนได้ทราบถึงความยุติธรรมที่บริษัทฯ นำมาใช้ในการจัดสรรหุ้นครั้งนี้ และหลังจากพิธีนี้เสร็จสิ้นลง บริษัทฯ จึงได้จัดทำข่าวแจกเกี่ยวกับผลของการจัดสรรหุ้น และหลังจากนั้น บริษัทฯ จึงได้หยุดทำข่าวแจกไป จนกระทั่ง บริษัทฯ ได้จัดทำแผนเฉพาะกิจเพื่อเสริมภาพลักษณ์ของการบินไทยในช่วง 2 สัปดาห์ก่อนการนำหุ้นการบินไทยเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ และด้วยเหตุนี้ ข่าวแจกจึงกลับมามีบทบาทอีกครั้ง แต่เนื่องจากแนวทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ ไม่สามารถทำให้วิธีการแก้ข่าวในเรื่องราคาหุ้นของการบินไทยเป็นไปอย่างชัดเจนตรงไปตรงมาได้ ดังนั้น ในช่วงนี้ข่าวแจกจึงเป็นสื่อในการเผยแพร่ผลการดำเนินงานที่ดีของบริษัทฯ รวมทั้งเผยแพร่ว่าบริษัทฯ พร้อมแล้วในการเข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ ทั้งนี้ เพื่อให้ นักลงทุนเกิดความมั่นใจในราคาหุ้นของการบินไทย

อย่างไรก็ตาม ข่าวแจกนับได้ว่าเป็นสื่อที่มีการนำเสนอผ่านช่องทางสื่อเฉพาะกิจที่การบินไทยได้นำมาใช้ตลอดช่วงของการประชาสัมพันธ์เพื่อการขายหุ้นการบินไทย ตั้งแต่ช่วงแรกคือช่วงการเสนอขายหุ้นจนกระทั่งช่วงสุดท้าย

3. สื่อกิจกรรม

รูปแบบของสื่อที่นำมาใช้ผ่านช่องทางสื่อกิจกรรมในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทยจำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงก่อนการนำหุ้นการบินไทยเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ มีดังนี้

1. กิจกรรมการจัดการบรรยายและสัมมนากลุ่มย่อย

หลังจากที่บริษัท การบินไทยฯ ได้ปิดการรับจองซื้อหุ้นไปเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2535 บริษัทฯ จึงดำเนินการจัดสรรหุ้น ซึ่งในการนี้มีผู้จองเข้ามาจำนวนถึง 400,000 กว่าราย จากจำนวนผู้ถือหุ้นที่จะต้องได้รับการจัดสรรเพียง 200,000 ราย ดังนั้น เพื่อให้เกิดความยุติธรรมที่สุด การบินไทยด้วยความร่วมมือจากบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ทิสโก้ จำกัด ซึ่งเป็นที่ปรึกษาทางด้านการเงิน และเป็นอันเดอร์ไรท์เตอร์ให้กับการบินไทยในการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนครั้งนี้ จึงได้ระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดสรรหุ้นให้เกิดความยุติธรรมที่สุด และด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงสังเกตเห็น

ความสำคัญของการให้ความรู้และความเข้าใจแก่สื่อมวลชน ผู้ที่จะทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลให้กับ บริษัทฯ การให้ความรู้แก่สื่อมวลชนจะทำให้ข้อมูลที่สื่อมวลชนจะนำไปเผยแพร่ นั้นถูกต้องตรงกัน เพราะมาจากแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือแหล่งเดียวกัน

ดังนั้น การบินไทยจึงได้จัดกิจกรรมการบรรยายเรื่อง การจัดสรรหุ้นด้วยคอมพิวเตอร์ แก่สื่อมวลชน เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2535 เวลา 14.00 น. ณ ห้องประชุม 131-132 ชั้น 13 อาคาร 1 สำนักงานใหญ่ บริษัท การบินไทย จำกัด ทั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้แก่สื่อมวลชนพร้อมกับการสาธิตเกี่ยวกับการสุ่มคัดเลือกผู้จองซื้อหุ้นด้วยคอมพิวเตอร์ก่อนที่จะให้มีพิธีจัดสรรหุ้นในวันที่ 24 เมษายน 2535 กิจกรรมการบรรยายดังกล่าวที่จัดขึ้นเพื่อสื่อมวลชนโดยเฉพาะนั้น บริษัท การบินไทยฯ มีเจตนาหมายที่จะให้สื่อมวลชนเห็นว่าการจัดสรรหุ้นนั้นเป็นไปด้วยความยุติธรรม จะได้นำไปเผยแพร่ให้กับประชาชนได้อย่างชัดเจนถูกต้อง ซึ่งในการนี้ บริษัทฯ ได้เชิญเจ้าหน้าที่การประกันการจัดจำหน่ายหลักทรัพย์ของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ทิสโก้ จำกัด ซึ่งเป็นที่ปรึกษาทางการเงินให้กับบริษัท การบินไทยฯ ในการจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนครั้งนี้ มาเป็นวิทยากรร่วมกับทีมผู้บริหารทางการเงินของการบินไทยและทีมงานจากบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ทิสโก้ จำกัด และหลังจากที่วิทยากรบรรยายเสร็จก็ได้มีการเปิดโอกาสให้สื่อมวลชนซักถาม ซึ่งงานนี้มีผู้สื่อข่าวเข้าร่วมรับฟังทั้งสิ้น 40 คน

2. กิจกรรมการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน

บริษัท การบินไทย จำกัด ได้จัดกิจกรรมการแถลงข่าวของเจ้าหน้าที่ระดับผู้บริหาร ในช่วงก่อนการนำหุ้นการบินไทยเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในเรื่องของการจัดสรรหุ้นให้กับบรรดาผู้จองหุ้นเข้ามา ซึ่งจำนวนหุ้นที่จองเข้ามามีมากกว่าจำนวนหุ้นที่สามารถจัดสรรให้ได้ การจัดสรรหุ้นดังกล่าวจะกระทำโดยนำคอมพิวเตอร์มาใช้ ดังนั้น การบินไทยฯ จึงเปิดแถลงข่าวแก่สื่อมวลชนเกี่ยวกับการจัดสรรหุ้นด้วยระบบดังกล่าวพร้อมทั้งสาธิตวิธีการให้ดูเป็นตัวอย่างด้วย

หลังจากที่มีการจัดสรรหุ้นให้แก่ประชาชนเสร็จเรียบร้อยแล้ว การบินไทยมิได้เปิดการแถลงข่าวใดๆ ในเรื่องหุ้นอีกเลย แม้กระทั่งในช่วงที่บริษัทฯ มีปัญหาเกี่ยวกับภาพลบที่มีผลต่อราคาหุ้นก่อนเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ และถึงแม้ว่าการบินไทยจะจัดทำแผนเฉพาะกิจเสริมภาพลักษณ์ของการบินไทยก่อนเข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ ก็ตาม แต่การบินไทยมิได้นำการแถลงข่าวมาใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ภาพลบ ด้วยเหตุผลที่ว่า ในช่วงเวลาดังกล่าว สื่อมวลชนได้ให้ความสำคัญต่อข่าวของการบินไทยไปหลากหลายประเภท ดังนั้น การแถลงข่าวอาจไม่ได้ผลเท่าที่ควร เพราะผู้สื่อข่าวอาจซักถามในหัวข้อต่างๆ ที่กำลังเป็นที่สนใจมากกว่า และจะทำให้ข่าวเรื่องหุ้นหรือเรื่องภาพลักษณ์ของบริษัทฯ

กลายเป็นความสนใจอันดับรองลงมา (เอกสารแผนเฉพาะกิจเพื่อเสริมภาพลักษณ์ของการบินไทย ในช่วง 2 สัปดาห์ ก่อนเข้าตลาดหลักทรัพย์ : 2535) ดังนั้น ในช่วงเวลานั้น จึงนำข่าวแจกมาใช้ในการแก้ภาพลบของการบินไทยแทนและการแถลงข่าวจึงเปลี่ยนไปในรูปของการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มผู้บริหาร ซึ่งจะกล่าวถึงในหัวข้อถัดไป

3. กิจกรรมการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน

ในช่วงก่อนการนำหุ้นการบินไทยเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ นั้น การบินไทยได้นำวิธีการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชนของบรรดาผู้บริหารระดับสูงมาใช้ส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทฯ เพื่อให้เป็นไปตามวิธีการแก้ข่าวที่ไม่สามารถพูดตรงไปตรงมาเกี่ยวกับราคาหุ้นได้ ดังนั้น ความน่าเชื่อถือของบรรดาผู้บริหารเหล่านี้ในการให้ข่าวเกี่ยวกับความมั่นคงทางการเงิน การบริหารของการบินไทย จะทำให้สามารถช่วยเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ได้ในระดับหนึ่ง

และการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารการบินไทยในช่วงนี้เองทำให้เกิดปัญหาของการพูดขึ้นาราคาหุ้น เนื่องจาก ผู้บริหารเหล่านี้ไม่ได้รับการแนะนำในการให้สัมภาษณ์ในแนวทางที่ไม่ผิดต่อกฎของตลาดหลักทรัพย์ในการเปิดเผยสารสนเทศ ดังนั้น จึงเกิดปัญหาของการพูดขึ้น่า คือ เป็นการกึ่งราคาหุ้นสร้างความคาดหวังให้แก่นักลงทุนว่า เมื่อหุ้นการบินไทยเข้าตลาดแล้ว ราคาจะต้องอยู่ในเกณฑ์ดีอย่างแน่นอน ซึ่งในช่วงก่อนการเข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ นี้ จะเป็นช่วง quiet period ที่บริษัทจดทะเบียนไม่สามารถให้ข่าวใดๆ อันจะมีผลต่อราคาหุ้นได้ จึงทำให้ผู้บริหารการบินไทยที่ให้ข่าวในทำนองนั้นได้รับการวิพากษ์วิจารณ์จากบรรดานักวิเคราะห์การเงินการลงทุนเป็นอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตาม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในขณะนั้น ยังมิได้นำกฎเรื่อง quiet period มาใช้แต่อย่างใด แต่ก็ได้ออกหนังสือตักเตือนการบินไทยถึงการให้ข่าวด้วย

แต่ก็นับได้ว่าการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชนเป็นกิจกรรมที่การบินไทยนำมาใช้ในการเผยแพร่เรื่องหุ้นการบินไทยตั้งแต่ต้นจนกระทั่งสิ้นสุดการประชาสัมพันธ์ คือ ในช่วงก่อนการนำหุ้นการบินไทยเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนี้

และเช่นเดียวกับการนำเสนอรูปแบบการใช้สื่อเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงการเสนอขายหุ้นและการรับจองซื้อหุ้น

สรุปการวิเคราะห์รูปแบบการใช้สื่อเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำ บริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากการเปรียบเทียบรูปแบบการใช้สื่อเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นั้น พบว่า ในช่วงของการเสนอขายหุ้นมีการระดมใช้สื่ออย่างหลากหลายประเภทเป็นอย่างมากผ่านช่องทางสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และ สื่อกิจกรรม ซึ่งในแต่ละประเภทยังมีวิธีการนำเสนอหลากหลายแตกต่างกันไป ซึ่งในการใช้สื่อสำหรับช่วงเวลาดังกล่าวมีกลุ่มเป้าหมายหลัก 2 กลุ่ม คือ พนักงานภายในและประชาชนทั่วไป อย่างไรก็ตาม สื่อมวลชนก็มีความสำคัญไม่น้อยสำหรับการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่เรื่องหุ้นการบินไทยในช่วงเวลานี้ แต่เนื่องจากการนำสื่อหลายประเภทมาใช้มาก ดังนั้น ความสำคัญของกลุ่มเป้าหมายจึงกระจายกันไป

เนื่องจากในช่วงนี้เป็นช่วงเวลาของการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจและเข้ามาจองซื้อหุ้นการบินไทย ดังนั้น การระดมสื่อในช่วงนี้จึงดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าประสงค์ที่จะกระจายหุ้นไปสู่ประชาชนให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ และนอกจากนั้น การบินไทยยังเป็นรัฐวิสาหกิจแห่งแรกที่มีการระดมทุนด้วยการนำหุ้นบริษัทออกขายให้กับประชาชนทั่วไปและเป็นบริษัทแรกที่มีการเผยแพร่ข่าวสารการขายหุ้นให้กับพนักงานภายใน เนื่องจาก พนักงานภายในจึงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ เพราะนอกจากพนักงานจะได้รับการจัดสรรหุ้นตามสิทธิแล้ว พนักงานยังสามารถที่จะจับจองหุ้นได้เช่นเดียวกับประชาชนทั่วไป ดังนั้น รูปแบบการใช้สื่อในช่วงของการเสนอขายหุ้น จึงแตกต่างกันไปตามกลุ่มเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ในการให้แต่ละกลุ่มเป้าหมายนั้นรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการกระจายหุ้นของบริษัทฯ

สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นพนักงานภายใน การบินไทยได้พยายามกระจายข่าวสารเรื่องการจัดสรรหุ้นตามสิทธิ ด้วยการพยายามให้ความรู้และความเข้าใจในการนำบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ผ่านช่องทางสื่อเฉพาะกิจ และสื่อกิจกรรม ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการสื่อสารสองทางอันเป็นการสื่อสารที่จะทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถทำให้การสื่อสารนั้นสมบูรณ์ได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว เพราะในช่วงนั้น มีการประหวังของสหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ดังนั้น สื่อทั้งสองดังกล่าวจะสามารถทำให้บริษัทฯ เข้าถึงประชาชนได้ดียิ่งขึ้น

แต่เนื่องจากวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ข่าวสารการกระจายหุ้นการบินไทยให้กับพนักงานนั้นมิได้มีเพียงการสร้างความรู้และความเข้าใจเท่านั้น เช่นเดียวกับบุคคลภายนอก บริษัทฯ ต้องการให้พนักงานได้รับทราบถึงวิธีการจองซื้อหุ้นและรายละเอียดอื่นเช่นกัน ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้พยายามนำสื่อมาใช้ในการอธิบายวิธีการดังกล่าวให้แก่พนักงาน ทั้งในรูปของการจัดกิจกรรมบรรยายเพื่อแนะนำและ

ชี้แจงเกี่ยวกับหุ้นการบินไทยให้แก่พนักงาน โดยเฉพาะ หรือในรูปของจดหมายข่าว หรือแม้แต่อุปกรณ์ที่
ต้องลงทุนอย่างวิดีโอเทป ที่การบินไทยดำเนินการบันทึกจากงาน “โรดโชว์” ที่จัดให้กับพนักงานโดย
ส่งไปให้แก่พนักงานทำงานอยู่ ณ สถานที่ต่างประเทศ ให้มีโอกาสรับทราบข้อมูลดังกล่าว ทั้งนี้ การบิน-
ไทยยังมีวัตถุประสงค์อีกข้อหนึ่งสำหรับพนักงาน คือ ต้องการให้พนักงานสามารถนำข้อมูลที่ได้เกี่ยวกับ
หุ้นการบินไทยไปเผยแพร่ได้อย่างถูกต้อง

สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นบุคคลภายนอกนั้น บริษัท การบินไทยฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญของ
การนำสื่อมาใช้ผ่านช่องทางสื่อมวลชนมาใช้ในการนี้ ไม่ว่าจะเป็น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อ
หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่างๆ และด้วยเวลาอันจำกัด ประกอบกับความไม่ชำนาญในการสร้างสื่อเพื่อวัตถุประสงค์
ดังกล่าว การบินไทยจึงได้จ้างบริษัทเอกชนเป็นผู้รับจ้างผลิตสื่อในการนี้ เช่น สื่อโฆษณาทาง
โทรทัศน์ สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ เป็นต้น สำหรับสื่อโฆษณานั้น เป็นการปูพื้นฐานทางแนวคิดใน
การตัดสินใจในการจับจองหุ้นการบินไทย เนื่องจากตลาดหลักทรัพย์ฯ ไม่อนุญาตให้มีการโฆษณาใน
แนวทางที่เป็นการส่งเสริมราคาหุ้น ดังนั้น การปูพื้นฐานด้วยวิธีการนำเสนอสื่อในรูปแบบของการสร้าง
ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร จึงเป็นการนำเสนอแนวคิดที่ถูกกาลเทศะ และเป็นการปูพื้นฐานเพื่อ
ความมั่นใจในกิจการของการบินไทย อันเป็นผลให้คนตัดสินใจจองซื้อหุ้นการบินไทย สมดังเจตนารมณ์
ที่จะกระจายหุ้นให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้

สื่อมวลชนเป็นกลุ่มเป้าหมายอีกกลุ่มหนึ่งที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากลุ่มเป้าหมายอื่น เพราะ
การกระจายข่าวสารอย่างรวดเร็วและถูกต้องนั้น จำเป็นอย่างยิ่งในการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่
สื่อมวลชนนั้น เพื่อนำข่าวไปเผยแพร่ได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ด้วยเหตุนี้ ในช่วงเสนอขายหุ้นของ
บริษัทฯ จึงมีการใช้สื่อกิจกรรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับสื่อมวลชน

นับได้ว่าเป็นการใช้สื่ออย่างหลากหลายประเภท ต่างกลุ่มเป้าหมาย และมากด้วยวัตถุประสงค์
ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายในการกระจายหุ้นการบินไทยไปสู่มือประชาชนให้มากที่สุดเท่าที่จะ
มากได้ เนื่องจากมีเวลาในการประชาสัมพันธ์น้อยมากเมื่อเทียบกับปริมาณหุ้น คือ 95 ร้อยล้านหุ้น จึงทำ
ให้บริษัท การบินไทยฯ ในขณะนั้น ต้องใช้งบประมาณไปกับการนี้อย่างมากมาย ซึ่งผลตอบแทนที่ได้
รับกลับมาจากการจองหุ้นการบินไทยอย่างมากมายของประชาชน ถึงแม้ว่าจะไม่ได้มีการวิจัยผลของ
การสื่อสารครั้งนี้ แต่ก็สามารถเห็นได้อย่างชัดเจนว่าเป็นผลสืบเนื่องมาจากการให้ข้อมูลข่าวสารที่
ต่อเนื่อง

สำหรับการใช้สื่อในช่วงของการรับจองซื้อหุ้นนั้น จะเห็นได้ว่าการบินไทยได้เริ่มลดความสำคัญ
ของสื่อลงมาด้วยการลดรูปแบบและวิธีการของการนำเสนอของสื่อ สื่อที่ยังคงมีความสำคัญเช่นเดิมได้

แก่สื่อมวลชน แต่ก็ได้มีการลดวิธีการนำเสนอลงไป สื่อบางประเภทมีการเปลี่ยนวิธีการนำเสนอจากวิธีการนำเสนอเพื่อเชิญชวนให้คนซื้อหุ้นทางอ้อมในช่วงของการเสนอขายหุ้น แต่เมื่อถึงเวลาของการรับจองซื้อหุ้นก็เริ่มมีการนำเสนอเพื่อเชิญชวนให้คนซื้อหุ้นในทางตรง เช่น สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ เป็นต้น สำหรับสื่อกิจกรรมที่เน้นการสื่อสารสองทางนั้น ในช่วงนี้มีกิจกรรมที่เพิ่มขึ้นได้แก่กิจกรรมออนไลน์ ทั้งนี้ เพื่อให้พนักงานและประชาชนสามารถใช้การสื่อสารสองทางดังกล่าวให้เป็นประโยชน์ในการซักถามรายละเอียดในการจองซื้อหุ้นได้ เนื่องจากในช่วงนี้เป็นช่วงของการรับจองซื้อหุ้น ดังนั้นเนื้อหาของสื่อที่นำเสนอในช่วงนี้จึงไม่สามารถเป็นไปในรูปของการเชิญชวนได้ บริษัทฯ จึงได้นำวิธีการเข้าถึงกลุ่มบุคคลเป้าหมายมาใช้เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้รับสารเป้าหมายเกิดความตื่นตัวในข่าวสาร เพื่อที่จะดึงไปสู่ความสนใจในการจับจองเป็นเจ้าของการบินไทย ด้วยการซื้อหุ้นการบินไทยอันเป็นเป้าหมายของการทำประชาสัมพันธ์ในครั้งนี้

กิจกรรมการใช้สื่อที่ควรให้ความสนใจอีกกิจกรรมหนึ่ง คือ กิจกรรมการติดตามผลการประชาสัมพันธ์ ที่ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จัดทำขึ้นเพื่อตรวจสอบความเรียบร้อยของการรับสมัครจองซื้อหุ้นผ่านธนาคาร ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อทำข่าว สร้างภาพลักษณ์ให้แก่บริษัทฯ แทนที่จะเป็นการประเมินผลเพื่อการประชาสัมพันธ์จริงๆ แต่สิ่งที่เห็นได้จากเหตุผลของการจัดกิจกรรมดังกล่าว คือ การให้ความสำคัญแก่สื่อมวลชนของบริษัท การบินไทยฯ เพราะสื่อมวลชนสามารถช่วยในการแพร่กระจายข่าวได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น อะไรก็ตามที่ผ่านสื่อมวลชนจะต้องอยู่ในภาพลักษณ์ที่ดี ทั้งนี้ เพื่อให้การกระจายหุ้นครั้งนี้ประสบผลดียิ่งขึ้น เพราะเมื่อภาพลักษณ์การบินไทยดี ประชาชนก็เกิดความมั่นใจ ไว้วางใจในการจับจองซื้อหุ้นการบินไทย สมดังเจตนารมณ์ในการขายหุ้น ไปสู่ประชาชนให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ของบริษัทฯ

จากที่กล่าวไว้ในตอนต้นว่า ในความเป็นจริงแล้วการประกาศขายหุ้นของการบินไทยครั้งนี้ ล้นสุดลงเมื่อขายหุ้นได้เรียบร้อยเท่านั้น คือ ล้นสุดลงในช่วงของการรับจองซื้อหุ้นแต่เนื่องจากบริษัทฯ ประสบปัญหาเกี่ยวกับการนำเสนอของสื่อมวลชนในทางที่นำไปสู่ผลกระทบต่อราคาหุ้นของบริษัทฯ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนในการจัดทำแผนเฉพาะกิจเพื่อเสริมภาพลักษณ์ในช่วง 2 สัปดาห์ก่อนการนำหุ้นการบินไทยเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งบริษัทฯ มิได้ทำแผนรองรับไว้แต่แรก ซึ่งบริษัทฯ ควรที่จะทำแผนครอบคลุมไปอีกระยะหนึ่งจนกว่าหุ้นการบินไทยจะเข้าซื้อขายได้และตรึงราคาได้ในระดับหนึ่งแล้ว ทั้งนี้ เพื่อเป็นการติดตามดูแลผู้ถือหุ้นหลังจากที่การบินไทยขายหุ้นให้เรียบร้อยแล้ว เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทฯ ว่ามิได้ทอดทิ้งประชาชน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มิได้มีเจตนาที่จะทำแผนใดๆ หลังการขายหุ้นให้กับประชาชนเสร็จเรียบร้อยแล้ว แต่ที่ต้องทำแผนเฉพาะกิจเพราะเป็นแนวทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่ต้องการให้บริษัทจดทะเบียนแก้ข่าวเมื่อมี

ข่าวลือหรือข่าวใดก็ตามที่เป็นผลเสียหายต่อราคาหุ้นที่กำลังจะเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ของบริษัท และอย่างน้อยเพื่อให้ราคาหุ้นวันแรกที่ทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ นั้นได้ราคาดี

ดังนั้น ในช่วงสุดท้าย คือ ช่วงก่อนการนำหุ้นการบินไทยเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ จึงได้ให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนทั้งหมด หรือถ้ามีการนำสื่ออื่นมาใช้ก็จะมีเป้าหมายเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้สื่อมวลชนได้รับทราบ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องภายในเวลาอันรวดเร็ว เพราะบริษัทฯ มีเวลาในช่วงนี้เพียง 2 สัปดาห์เท่านั้น หลังจากปล่อยให้สื่อมวลชนประโคมข่าวเกี่ยวกับการบินไทยอย่างเสียหายมานาน และเนื่องจากแหล่งข่าวที่เกิดภาพลบแก่การบินไทยนั้น มาจากหนังสือพิมพ์ ดังนั้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญแก่สื่อมวลชนมากที่สุด

การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ในครั้ง นี้ มิได้มีการวางแผนสื่อหรือแม้แต่มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน รูปแบบของการใช้สื่อในแต่ละช่วงการประชาสัมพันธ์ได้มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอน มิได้ให้ความสำคัญกับการใช้งบประมาณเพื่อเลือกใช้สื่อ แต่เป็นลักษณะของการระดมสื่อมาใช้เพื่อเป้าประสงค์สูงสุดมากกว่า และเมื่อมีการบรรลุเป้าประสงค์สูงสุดด้วยการที่สามารถขายหุ้นได้หมดแล้ว ก็มิได้มีแผนต่อเนื่องหลังการขายแต่อย่างใด จึงก่อให้เกิดปัญหาตามมา คือ ราคาหุ้นไม่เป็นไปอย่างที่ผู้ถือหุ้นหรือนักลงทุนคาดหวังไว้ ถึงแม้ว่าส่วนหนึ่งจะมาจากสถานการณ์ทางการเมืองที่ก่อให้เกิดสภาพทางเศรษฐกิจพลิกผันก็ตาม ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นทำให้มีผลย้อนหลังมาถึงจุดเริ่มของการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลในครั้ง นี้ว่า มิได้มีการให้ความรู้และความเข้าใจกับประชาชนอย่างแท้จริง ว่าปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลกระทบต่อหุ้นสามัญของบริษัท การบินไทยฯ ซึ่งในส่วนของเนื้อหาที่การบินไทยได้บอกกล่าวประชาชนในตอนนั้น จะได้นำมาเสนอในหัวข้อต่อไป

การวิเคราะห์เนื้อหาสารผ่านรูปแบบสื่อที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในการวิเคราะห์เนื้อหาสารผ่านรูปแบบของสื่อที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบเนื้อหาสารที่นำเสนอผ่านสื่อประเภทต่างๆ ในแต่ละช่วงของการเผยแพร่ ได้แก่ ช่วงการเสนอขายหุ้น ช่วงการรับจองซื้อหุ้น และช่วงหลังจากการปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ว่าเนื้อหาสารที่นำเสนอในแต่ละช่วงเวลาดังกล่าวนั้น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ ที่ต้องการจะจำหน่ายหุ้นให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้นั้นเพียงไร โดยเปรียบเทียบสัดส่วนของเนื้อหาสาระที่ใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวในแต่ละช่วงระยะเวลา

จากที่กล่าวข้างต้นว่า วัตถุประสงค์หลักของการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ฯ นั้น เป็นการใช้สื่อเพื่อบอกกล่าวถึงการประกาศขายหุ้นของบริษัทฯ รวมทั้งเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจใคร่จับจองเป็นเจ้าของหุ้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมนโยบายขององค์การที่ต้องการบรรลุเป้าหมายของบริษัทฯ ในการจัดสรรและกระจายหุ้นในหมู่ ประชาชนและพนักงานให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ แต่ด้วยจำนวนหุ้นในขณะนั้นมีมากถึง 95 ล้านหุ้น ซึ่งจะต้องได้รับการนำไปจัดสรรให้กับบุคคลภายนอกให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ภายในระยะเวลาอันสั้น จึงทำให้บริษัทฯ ต้องใช้วิธีการระดมสื่อหลากหลายประเภทมาใช้ในการนี้ เพื่อให้ข่าวสารการจัดสรร และจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนครั้งนี้แพร่กระจายในกลุ่มคนจำนวนมากในระยะเวลาอันรวดเร็ว

ในขณะที่หุ้นอีกจำนวน 5 ล้านหุ้น ซึ่งถึงแม้จะได้รับการจัดสรรตามสิทธิให้กับพนักงานภายใน แต่มีข้อจะสามารถกระทำได้โดยพลการ ในการนี้บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องนำสื่อมาใช้ในการเผยแพร่ในการให้ความรู้ความเข้าใจแก่พนักงานว่า บริษัทฯ มีหลักการ กระบวนการ และวิธีการอย่างไรในการจัดสรรหุ้นดังกล่าว และที่สำคัญคือ บริษัทฯ จะต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่พนักงานให้ได้ว่าการนำหุ้นสามัญส่วนหนึ่งของบริษัทฯ ออกขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ไม่ได้หมายความว่าถึงเสถียรภาพส่วนหนึ่งของ บริษัทฯ จะลดลง แต่ในทางตรงกันข้ามวิธีการเช่นนี้กลับเป็นการสร้างความเป็นปึกแผ่นให้กับสถานภาพทางเศรษฐกิจการเงินของบริษัทฯ เพราะการขายหุ้นคือการระดมทุนอย่างหนึ่งด้วยการนำหุ้นออกขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ให้ประชาชนภายนอกเข้ามาถือหุ้น เป็นวิธีการที่ดีกว่าการกู้เงินจากต่างประเทศ ซึ่งบริษัทฯ จะต้องเสียเงินค่าตอบแทนเป็นจำนวนที่สูงยิ่ง นอกจากนี้ บริษัทฯ จะต้องใช้สื่อในการสร้างความภาคภูมิใจให้กับพนักงานที่พวกเขาจะได้มีโอกาสเป็นเจ้าของการบินไทย ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างภาพเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ หากไม่ให้ความรู้ความเข้าใจแก่พนักงานที่ดีพอ เนื่องจาก ในช่วงนั้นมีปัญหาการประท้วงการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของสหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจ การสื่อสารเพื่อเผยแพร่เรื่องราวดังกล่าวเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง และเพื่อที่พนักงานจะสามารถนำไปถ่ายทอดให้แก่บุคคลภายนอกได้อย่างถูกต้องเช่นกันจึงเป็นเรื่องสำคัญ

ในการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่นำเสนอผ่านรูปแบบของสื่อที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ เรื่องการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนของบริษัท การบินไทยฯ นี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และจำแนกเนื้อหาออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. เนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการแจ้งให้ทราบ
2. เนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ความรู้และความเข้าใจ
3. เนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจและเสริมสร้างภาพลักษณ์
4. เนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเชิญชวน

ทั้งนี้ ได้มีการเรียงลำดับประเภทของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ ซึ่งเป็นไปตามลำดับเหตุการณ์ของการนำหุ้นออกจำหน่ายในตลาดหลักทรัพย์ อันเป็นกระบวนการของการทำบริษัทเป็นบริษัทมหาชน ด้วยการ เริ่มจากการบอกกล่าวให้ประชาชนและกลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงการประกาศขายหุ้นของบริษัท จากนั้นจะต้องให้ความรู้และความเข้าใจถึงที่มา หลักการ และกระบวนการของการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และพร้อมกันนั้น บริษัทมีความจำเป็นต้องสร้างความมั่นใจและเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้วยการใช้เนื้อหาสารที่เผยแพร่ออกไปนั้นเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ และท้ายสุดเมื่อสามารถบรรลุวัตถุประสงค์หลังจากที่ได้มีการใช้เนื้อหาสารทุกประเภทแล้ว บริษัทฯ จึงจะสามารถเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายสนใจและจองซื้อหุ้นการบินไทยได้ในที่สุด

ผู้วิจัยจึงจะได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่นำเสนอผ่านสื่อแต่ละประเภทตามที่ได้จำแนกประเภทของเนื้อหาที่กล่าวมาข้างต้นดังนี้

I. เนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการแจ้งให้ทราบ

หมายถึง เนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์ของการนำเสนอเพื่อให้ผู้รับสารเป้าหมายทราบถึงการประกาศขายหุ้นของการบินไทย ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมหรือรายละเอียดของข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการนี้ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้เกิดแก่ประชาชนผู้รับสารดังกล่าว

การนำเสนอเนื้อหาผ่านรูปแบบสื่อโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการแจ้งให้ทราบในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการประกาศขายหุ้นการบินไทยนั้น เป็นการนำเสนอข้อมูลเพื่อเป็นการปูพื้นฐานแนวคิดของประชาชนด้วยการสร้างความตระหนักรู้ในลักษณะของการรายงานความเคลื่อนไหวของกิจกรรมการขายหุ้นการบินไทย รวมทั้งการแจ้งข้อมูลอันจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้ ก่อนนำเสนอเนื้อหาประเภทอื่นต่อไป การนำเสนอเนื้อหาประเภทนี้จะพบว่ามีปรากฏอยู่ทุกช่วงระยะเวลาของการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รายละเอียดของการวิเคราะห์มีดังนี้

ก. ช่วงระยะเวลาของการเสนอขายหุ้น

วัตถุประสงค์หลักของการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้นนั้น คือ เพื่อบอกกล่าวให้กลุ่มเป้าหมายทราบถึงการประกาศขายหุ้นของบริษัทฯ ซึ่งเป็นการปูพื้นฐานก่อนที่จะมีการนำเสนอ

เนื้อหาเพื่อวัตถุประสงค์ในการอื่นต่อไป ซึ่งเนื้อหาเพื่อบอกกล่าวได้รับการนำเสนอผ่านช่องทางการสื่อสารและได้มีการนำสื่อประเภทต่างๆ มาใช้ รายละเอียดมีดังต่อไปนี้

1. สื่อมวลชน

ในช่วงระยะเวลาของการเสนอขายหุ้น สื่อมวลชนเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญที่บริษัท การบินไทย จำกัด ได้นำมาใช้เพื่อเผยแพร่ข้อมูลการประกาศขายหุ้นของบริษัทฯ ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนทั่วไป เนื่องจากสื่อต่างๆ ที่นำมาใช้ผ่านช่องทางการสื่อสารดังกล่าวนี้มีคุณสมบัติของการกระจายข่าวสารที่รวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสารต่างๆ จึงทำให้ประชาชนสามารถรับรู้ข้อมูลได้อย่างทั่วถึง

วิธีการนำเสนอเนื้อหาสารผ่านช่องทางสื่อมวลชนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการแจ้งให้ทราบในช่วงเวลานี้นั้นเป็นไปในรูปแบบของข่าว ทั้งข่าวโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นการรายงานความคืบหน้าของกิจกรรมการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนในครั้งนี้ ลักษณะเนื้อหาของรายงานเป็นลักษณะของการนำเสนอข่าวที่เป็นข้อเท็จจริง เนื้อหาของข่าวที่นำเสนอในช่วงนี้ไม่ว่าจะเป็นรายงานข่าวทางโทรทัศน์ในรูปแบบของภาพยนตร์ข่าวหรือข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์เป็นการนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมพิธีลงนามเพื่อแต่งตั้งผู้จัดการการจัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่ายหุ้น กิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเรื่องหุ้นการบินไทย ที่จัดขึ้นที่กรุงเทพฯ เชียงใหม่ นครราชสีมา และหาดใหญ่ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการบอกกล่าวให้ประชาชนผู้รับสารสามารถได้รับข้อมูลที่เป็นกลาง ปราศจากความคิดเห็น อันเป็นวัตถุประสงค์ของการบอกกล่าวให้ประชาชนทราบว่าการบินไทยกำลังขายหุ้น กำลังนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ เพื่อเป็นการสร้างความตระหนักรู้ ให้เกิดกับประชาชนผู้รับสาร ก่อนใช้ความต่อเนื่องเพื่อเป็นการเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ต่อไป

2. สื่อเฉพาะกิจ

ช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อเฉพาะกิจที่มีการนำเสนอเนื้อหาสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการแจ้งให้ทราบในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้นนั้น มีการนำเสนอผ่านสื่อหลายประเภท ได้แก่

2.1 ข่าวแจก

เนื้อหาหลักที่ระบุไว้ในข่าวแจก คือ จะต้องยึดหลักการเขียนข่าว คือ ใคร อะไร

ที่โหนด เมื่อไหร่ ทำไม และอย่างไร (บุญเกื้อ ควรหาเวช: 2537) ซึ่งข่าวแจกของการบินไทยในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้นก็เช่นเดียวกัน และด้วยหลักของเนื้อหาดังกล่าว จึงทำให้ข่าวแจกถูกรวมไว้ในประเภทของสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อแจ้งให้ทราบ เช่น แจ้งให้ทราบว่าการบินไทยจะมีพิธีลงนามเพื่อแต่งตั้งผู้จัดการการจัดจำหน่ายและรับประกันการจัดจำหน่าย แจ้งให้ทราบว่าการบินไทยจะมีกิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเกี่ยวกับหุ้นการบินไทย เป็นต้น

นอกจากนั้น จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนประชาสัมพันธ์ในเรื่องนี้พบว่า ตั้งแต่แรกนั้นการบินไทยตัดสินใจแล้วว่า จะประกาศขายหุ้น โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนภายในประเทศเท่านั้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการบินไทยเป็นสายการบินแห่งชาติ เป็นองค์การที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับต่างประเทศ ดังนั้น จึงควรที่จะต้องมีการบอกกล่าวให้นักลงทุนทั่วโลกได้ทราบว่าการบินไทยกำลังจะเข้าตลาดหลักทรัพย์ด้วยการประกาศขายหุ้น ด้วยเหตุนี้ จึงได้มีการจัดทำข่าวแจกเป็นภาษาต่างประเทศ เพื่อแจ้งให้สื่อมวลชนต่างประเทศทราบว่า การบินไทยกำลังจะเป็นบริษัทมหาชน ด้วยการนำหุ้นออกขายในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งในรอบ 7 ของจำนวนหุ้นที่บริษัทให้ผู้จัดการจำหน่ายและรับประกันการจัดจำหน่ายดูแลอยู่นั้น นักลงทุนต่างชาติสามารถซื้อได้โดยติดต่อผ่านตัวแทนจำหน่ายหุ้นที่ได้รับการแต่งตั้ง อย่างไรก็ตาม การเชิญชวนนักลงทุนต่างชาติให้ซื้อหุ้นถือเป็นวัตถุประสงค์รองจากการแจ้งให้ทราบ เนื่องจากจำนวนหุ้นที่สามารถจำหน่ายให้ชาวต่างชาติได้นั้นมีน้อยมาก ทำให้การบินไทยสามารถคาดการณ์ได้ว่า จะไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร ดังนั้น เนื้อหาของข่าวแจกจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการแจ้งให้สื่อมวลชนไทยและต่างประเทศทราบถึงการประกาศขายหุ้นของการบินไทยเป็นสำคัญ

3. สื่อกิจกรรม

กิจกรรมที่สำคัญที่จัดขึ้นเพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการประกาศขายหุ้นการบินไทย ได้แก่

3.1 การแถลงข่าว

ในช่วงของการเสนอขายหุ้นนั้น เป็นช่วงเวลาที่สั้นมากสำหรับกิจกรรมการเสนอขายหุ้นที่มีจำนวนมากถึง 95 ล้านหุ้น ให้กระจายไปสู่ประชาชนได้ทั่วถึง ดังนั้น การบินไทยได้เล็งเห็นความสำคัญของการนำสื่อมวลชนมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการแพร่กระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว แต่ข่าวที่นำไปกระจายนั้นต้องมีความถูกต้องด้วย และด้วยเหตุนี้ ผู้บริหารระดับสูงของการบินไทยจึงได้จัดงานแถลงข่าวขึ้น เพื่อให้เนื้อหาข่าวที่ออกไปสู่ประชาชนผ่านสื่อมวลชนนั้น มีความถูกต้องและตรงกัน ทั้งนี้

เนื้อหาของข่าวที่ได้รับการแถลงนั้น สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการบอกกล่าว หรือแจ้งให้ทราบได้ อันเป็นประเด็นหลักของสารที่นำเสนอในช่วงของการเสนอขายหุ้นนี้

เนื้อหาของเหตุการณ์ที่นำเสนอในช่วงนี้ ได้แก่ การแถลงข่าวเพื่อแจ้งให้ สื่อมวลชนทราบถึงมติคณะรัฐมนตรี ให้มีการจดทะเบียนเพิ่มทุน โดยนำหุ้นออกกระจายให้กับพนักงาน และประชาชนทั่วไป การแถลงข่าวเกี่ยวกับการตั้งที่ปรึกษาทางการเงิน การแถลงข่าวเกี่ยวกับการจัดตั้ง สถาบันทางการเงินที่เป็นแกนนำในการจัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่ายหุ้นการบินไทย การแถลง ข่าวเกี่ยวกับการจัดพิธีลงนามเพื่อแต่งตั้งผู้รับประกันการจำหน่ายจำนวน 76 บริษัท เป็นต้น

ข. ช่วงระยะเวลาของการรับจองซื้อหุ้น

ในช่วงเวลานี้ ยังคงมีการนำเสนอเนื้อหาสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะแจ้งให้ทราบถึง การประกาศขายหุ้นของการบินไทยผ่านช่องทางการสื่อสารและสื่อประเภทต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. สื่อมวลชน

สื่อมวลชนยังคงเป็นช่องทางการสื่อสารที่การบินไทยนำมาใช้เพื่อการเผยแพร่ข้อมูล ในการนำบริษัทฯ เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงระยะเวลาของการรับจองซื้อหุ้น โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อบอกกล่าวให้ประชาชนและกลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงการประกาศขายหุ้นของบริษัทฯ ดังนั้น เนื้อหาที่นำเสนอจึงเป็นการรายงานข่าวบรรยากาศการจองหุ้นผ่านสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร และเนื้อหาที่นำเสนอออกไปจึงมีความเป็นกลาง มิได้มีการสอดแทรกความคิดเห็นใดๆ เนื่องจากมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักรู้และเข้าใจในเนื้อหาสาร อันจะนำไปสู่การกระตุ้นเตือนให้ประชาชนจับจองซื้อหุ้น ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หนึ่งที่สำคัญในการนำ เสนอเนื้อหาของสารในช่วงนี้ เนื่องจากในช่วงนั้น บริษัทฯ ไม่สามารถให้ข้อมูลที่เป็นการเชิญชวนหรือ กระตุ้นเตือนให้ประชาชนไปซื้อหุ้น โดยตรงได้ ดังนั้น การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบข่าวซึ่งเป็นสื่อที่มี เนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการแจ้งให้ทราบจึงเป็นวิธีการกระตุ้นเตือนที่สามารถทำได้ในช่วงนั้น

สำหรับการรายงานข่าวบรรยากาศวันจองซื้อหุ้นผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ เป็นการรายงาน ข่าวที่มีลีลาและท่วงทำนองการเขียนที่ทำให้เกิดความสับสนในเรื่องของเนื้อหา เนื่องจากการจองหุ้น เฝียบเหงา และหนังสือพิมพ์บางฉบับทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีกับการจองซื้อหุ้น เช่น การลงข่าว ว่าบรรยากาศการจองหุ้นเฝียบเหงา และบางหนังสือพิมพ์บางฉบับนำเสนอข่าวที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความ รู้สึกที่ดีกับการจองซื้อหุ้น เช่น การลงข่าวว่าบรรยากาศการจองหุ้นคึกคัก ดังนั้น ข่าวที่มีรายละเอียด

เกี่ยวกับบรรยากาศการจองซื้อหุ้นที่นำเสนอผ่านหน้าหนังสือพิมพ์ ในกรณีผู้วิจัยจะได้นำไปรวมไว้ในหัวข้อเดียวกับเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจและเสริมสร้างภาพลักษณ์

อย่างไรก็ตาม การใช้เนื้อหาสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการแจ้งให้ทราบผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ได้รับการนำกลับมาใช้อีกครั้งในข่าวหนังสือพิมพ์ คือ มีการบอกกล่าวถึงกำหนดวันจัดสรรหุ้น และวิธีการจัดสรรหุ้นด้วยระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ประชาชนได้ทราบความคืบหน้าเกี่ยวกับผลการจองซื้อหุ้น ถึงแม้ว่าส่วนหนึ่งของการนำเสนอข่าวนั้นเป็นไปเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์การ

2. สื่อเฉพาะกิจ

ในช่วงระยะเวลาของการรับจองซื้อหุ้นนั้น ช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อเฉพาะกิจยังมีการนำเสนอเนื้อหาสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการแจ้งให้ทราบ โดยมีการนำเสนอผ่านสื่อหลายประเภท ได้แก่

2.1 จดหมายข่าว

เป็นจดหมายที่บริษัท การบินไทย จำกัด ทำถึงพนักงานภายในเพื่อรายงานความคืบหน้าของการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน ด้วยการแจ้งให้ทราบถึงกำหนดวันสุดท้ายของการรับสมัครจองซื้อหุ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่ตามมา คือ เพื่อเป็นการข่าเตือนให้พนักงานทราบและกระตุ้นให้ไปจองซื้อหุ้น ซึ่งวิธีการนี้เป็นวิธีการข่าเตือนที่การบินไทยทำให้กับพนักงานได้ดีที่สุดในขณะนั้น

2.2 ข่าวแจก

ในช่วงระยะเวลาของการรับจองซื้อหุ้น บริษัท การบินไทย จำกัด ได้จัดทำข่าวแจกเพื่อรายงานบรรยากาศของการจองซื้อหุ้นให้สื่อมวลชนได้ทราบเพื่อสามารถรายงานข่าวให้กับประชาชนได้อย่างถูกต้องเที่ยงตรง และในช่วงท้ายของระยะเวลาดังกล่าว มีการออกข่าวเกี่ยวกับกำหนดการจัดสรรหุ้นและมีการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดสรรหุ้น ซึ่งถือว่าเนื้อหาข่าวแจกในช่วงนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบอย่างแท้จริง

ค. ช่วงระยะเวลาหลังปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์หลักของการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงนี้ ในส่วนของการนำเสนอเนื้อหาเพื่อแจ้งให้ทราบคือ เพื่อรายงานผลการจองซื้อหุ้นผ่านสื่อมวลชนสู่ประชาชน และเพื่อรายงานความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกิจกรรมการจัดสรรหุ้นด้วยคอมพิวเตอร์ โดยนำเสนอผ่านช่องทางการสื่อสารดังต่อไปนี้

1. สื่อมวลชน

ในช่วงแรกหลังปิดรับจองซื้อหุ้น ได้มีการรายงานข่าวทางโทรทัศน์ เพื่อนำเสนอการแถลงข่าวของผู้บริหารการบินไทยเกี่ยวกับกำหนดเวลาและรายละเอียดในการจัดสรรหุ้นสามัญที่ได้รับการจองซื้อด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งรายงานข่าวทางโทรทัศน์ในลักษณะของภาพยนตร์ข่าวนี้นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ประชาชนทราบถึงความคืบหน้าของการจับจองซื้อหุ้นและการจัดสรรหุ้นสามัญครั้งนี้

สำหรับข่าวที่นำเสนอผ่านหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการแจ้งให้ทราบนั้น เช่นเดียวกับการรายงานข่าวทางโทรทัศน์ คือ เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผลการจับจองหุ้น และข่าวการจัดสรรหุ้นด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ด้วยการแจ้งให้ทราบอย่างละเอียด ทั้งเนื้อหาและวิธีการ เพื่อให้ประชาชนผู้รับสารสามารถทราบได้อย่างชัดเจน และหลังจากการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นเป็นกำหนดเวลา วิธีการแล้ว การรายงานเหตุการณ์ในวันงานถือเป็นเป้าหมายที่การบินไทยจะต้องนำเสนอสู่ประชาชนไป โดยใช้สื่อมวลชนเป็นศูนย์กลางในการแพร่กระจายข่าวสารให้กับบรรดาผู้จองซื้อหุ้นที่มีอยู่ทั่วประเทศไทย ด้วยเหตุนี้ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการรายงานผลการจองซื้อหุ้นให้ประชาชนได้ทราบผ่านทางสื่อ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ รวมทั้งเนื้อหาที่เกี่ยวกับการจองซื้อหุ้นนี้ บริษัทฯ ยังได้มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม สำหรับการรายงานข่าวผ่านสื่อวิทยุ นั้น เนื่องจากไม่ได้มีการเก็บข้อมูลที่เป็นเทปรายงานข่าววิทยุไว้ จึงไม่สามารถวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อนี้ได้

2. สื่อเฉพาะกิจ

ช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อเฉพาะกิจที่มีการนำเสนอเนื้อหาสารที่มีวัตถุประสงค์

เพื่อเป็นการแจ้งให้ทราบในช่วงเวลาหลังปิดรับซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น มีการนำเสนอผ่านสื่อประเภทต่างๆ ดังนี้

2.1 ข่าวแจก

เช่นเดียวกับช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้นและการรับจองซื้อหุ้น ข่าวแจกยังคงเป็นสื่อที่มีบทบาทตลอดช่วงเวลาหลังจากปิดรับซื้อหุ้น จนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในช่วงแรกหลังจากปิดรับจองซื้อหุ้น เนื้อหาของข่าวแจกเป็นเรื่องเกี่ยวกับผลการจับจองซื้อหุ้น และรายงานข่าวการจัดสรรหุ้นด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งถึงแม้ว่าในส่วนหนึ่งของการนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวจะเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ของการสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้แก่หุ้นการบินไทยและองค์การก็ตาม แต่ข้อมูลที่อยู่ในเนื้อหาดังกล่าวเป็นข้อมูลที่มีพื้นฐานอยู่บนข้อเท็จจริง จึงถือได้ว่าเนื้อหาในข่าวแจกมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ประชาชนทราบถึงความเคลื่อนไหวต่างๆ

ในช่วงเวลา 2 สัปดาห์ก่อนการนำหุ้นการบินไทยเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น ข่าวแจกได้กลับมามีบทบาทอีกครั้งในการนำเสนอเนื้อหาข่าวที่เป็นการแจ้งให้ทราบ ในช่วงนี้เนื่องจากการบินไทยได้จัดทำแผนเฉพาะกิจเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งได้มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นการประกาศความพร้อมของบริษัท ด้วยการแจ้งผลดำเนินการในขณะนั้น รวมทั้งรายงานสถานะการเงินของบริษัทฯ เพื่อเป็นการแจ้งให้ประชาชนทราบ และเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรและเป็นการสร้างความไว้วางใจให้แก่บรรดานักลงทุนไปในตัว ด้วยการรายงานข่าวที่มีข้อเท็จจริงเป็นพื้นฐาน

3. สื่อกิจกรรม

กิจกรรมที่นำมาใช้เพื่อนำเสนอเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการแจ้งให้ทราบ ในช่วงนี้ ได้แก่

3.1 การแถลงข่าว

ผู้บริหารการบินไทยได้เห็นความสำคัญของการให้ข่าวแก่สื่อมวลชน เพราะ

สื่อมวลชนสามารถกระจายข่าวสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ดังนั้น การจัดกิจกรรมการแถลงข่าวจะสามารถทำให้สื่อมวลชนสามารถนำไปเผยแพร่ได้อย่างถูกต้องตรงกัน

ในช่วงแรกหลังจากปิดรับซื้อหุ้นแล้ว การบินไทยได้จัดแถลงข่าว ซึ่งมีเนื้อหาของข่าวที่แถลงเกี่ยวกับการจัดงานจัดสรรหุ้นด้วยระบบคอมพิวเตอร์ พร้อมสถิติวิธีการซึ่งเนื้อหาของข่าวที่เป็นการบอกกล่าวแก่สื่อมวลชนนี้ จะสามารถทำให้สื่อมวลชนสามารถนำข่าวนั้นไปแพร่กระจาย และมีผลทำให้ประชาชนผู้รับสารสามารถเข้าใจในเนื้อหาที่บริษัทฯ ต้องการนำเสนอได้อย่างถูกต้อง

II. เนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ความรู้และความเข้าใจ

หมายถึง สื่อที่มีเนื้อหาเพื่อให้ความรู้และความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมายถึงรายละเอียดและวิธีปฏิบัติในการจองซื้อหุ้นการบินไทย รวมทั้งนโยบายของบริษัทฯ ในการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการดำเนินงานและเป้าหมายในอนาคตที่บริษัทฯ วางไว้ รวมทั้งรายละเอียดอื่นๆ อันจะทำให้ประชาชนผู้รับสารเกิดความรู้และความเข้าใจในกิจกรรมดังกล่าว

การให้ความรู้และความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมายไม่ว่าจะเป็นพนักงานภายในหรือประชาชนทั่วไปถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจถึงกระบวนการ หลักการ และเหตุผลในการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนให้แก่พนักงาน ตลอดจนสิทธิในจำนวนหุ้นที่พนักงานจะได้รับการจัดสรร ซึ่งพนักงานภายในนั้นถือเป็นเป้าหมายที่บริษัทฯ เน้นให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้สามารถได้รับข้อมูลที่ถูกต้องเที่ยงตรง และเพื่อให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปเผยแพร่ให้กับบุคคลภายนอกได้อย่างถูกต้องเช่นกัน และการให้ความรู้และความเข้าใจแก่พนักงานจะทำให้เกิดความภาคภูมิใจและสร้างความรู้สึที่ดีแก่พนักงานให้เกิดกับบริษัทฯ นอกจากนี้ สำหรับประชาชนภายนอก บริษัท การบินไทยฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการให้ความรู้และความเข้าใจแก่ประชาชนเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าใจในนโยบายการจัดจำหน่ายหุ้นพร้อมทั้งรายละเอียดอื่นๆ ในการที่จะจำหน่ายหุ้นครั้งนี้ อันจะทำให้เป็นประโยชน์ต่อการกระจายหุ้นสู่ประชาชนได้อย่างทั่วถึง

การวิเคราะห์เนื้อหาสาระที่ให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของการบินไทยนั้น ผู้วิจัยจะได้ดำเนินการวิเคราะห์โดยจำแนกตามช่วงระยะเวลาและช่องทางการสื่อสาร รวมทั้งประเภทของสื่อที่ใช้ดังต่อไปนี้

ก. ช่วงการเสนอขายหุ้น

ช่วงเวลานี้เป็นช่วงของการสื่อสารเพื่อประโยชน์ของการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการประกาศขายหุ้นของบริษัทฯ ดังนั้น จึงมีการนำสื่อมาใช้หลากหลายประเภทผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ โดยนำเสนอเนื้อหาสาระเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้และความเข้าใจ ช่องทางการสื่อสารและสื่อประเภทต่างๆ ที่นำเสนอเนื้อหาสาระเหล่านี้ ได้แก่

1. สื่อเฉพาะกิจ

ช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในช่วงระยะเวลาของการเสนอขายหุ้น ได้มีการนำสื่อประเภทต่างๆ มาใช้ ดังต่อไปนี้

1.1 หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น

เป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอเนื้อหาสาระที่เป็นข้อเท็จจริงด้วยกฎของการจัดตั้งบริษัทมหาชนจำกัดที่ว่า บริษัทฯ ที่กำลังจะจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ นั้น จะต้องจัดทำหนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้นต่อประชาชนทั่วไป ข้อกำหนดในระเบียบดังกล่าวยังได้พูดถึงข้อความในหนังสือชี้ชวนว่า หนังสือชี้ชวนต้องไม่ใช่ถ้อยคำใดที่เกินความจริงหรือเป็นเท็จ หรืออาจทำให้บุคคลอื่นสำคัญผิด ทั้งนี้ เพื่อคุ้มครองประชาชนที่จะเข้าซื้อหุ้นของบริษัทฯ มิให้ถูกหลอกลวงหรือหลงผิดด้วยประการใดๆ (ประยูร เกลิงศรี: 2522)

เนื้อหาที่ลงในหนังสือชี้ชวนของการบินไทย ได้มีการระบุถึงมูลค่าและราคาเสนอขายหุ้นต่อประชาชน การจองและการชำระเงิน ค่าของหุ้น สถานที่ และวันเวลาที่จะของรับหนังสือชี้ชวน และแบบคำขอซื้อหุ้น ระยะเวลาการจองหุ้น วิธีการและกำหนดเวลาจัดสรรและคืนเงินค่าจองหุ้นให้แก่ผู้จอง ชื่อผู้จัดจำหน่ายและผู้รับประกันการจำหน่ายหุ้น พร้อมด้วยเงื่อนไขในการจัดจำหน่าย หรือรับประกันการจำหน่าย และค่านายหน้า หรือค่าตอบแทนใดๆ ที่ต้องจ่ายให้แก่บุคคลดังกล่าว โครงการประกอบธุรกิจโดยสังเขป โดยระบุประเภทของธุรกิจที่บริษัทจะดำเนินการ วิธีการดำเนินการและกำหนดเวลาที่จะดำเนินการ ตลอดจนประมาณการเกี่ยวกับรายจ่ายลงทุน รายได้ ค่าใช้จ่าย และกำไรของธุรกิจ ข้อความทั้งหมดในหนังสือบริคณห์สนธิ ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท การบินไทย จำกัด เป็นต้น

ถึงแม้ว่าวัตถุประสงค์หนึ่งของการจัดทำหนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น คือ เพื่อเชิญชวนให้ประชาชนผู้สนใจได้จองซื้อหุ้น โดยการกรอกแบบฟอร์มใบจองซื้อหุ้นตามัญเพิ่มทุน

ที่อยู่แบบท้ายก็ตาม แต่รายละเอียดทั้งหมดที่นำเสนอในหนังสือเล่มนี้ ถือเป็นข้อมูลสำคัญที่บริษัทจดทะเบียนจะต้องจัดทำเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการให้ความรู้และความเข้าใจแก่ประชาชนผู้สนใจในหุ้นการบินไทย

1.2 จดหมายถาม-ตอบ

เนื้อหาที่นำเสนอในจดหมายถาม-ตอบเป็นการให้คำอธิบายเกี่ยวกับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท การบินไทย จำกัด โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนทั่วไป รายละเอียดของเนื้อหาที่ปรากฏในจดหมายที่เป็นลักษณะของคำถาม-คำตอบในตัวเสร็จนั้น ได้แก่ วิธีการชำระค่าจองซื้อหุ้น จำนวนหุ้นที่การบินไทยได้ทำการจัดสรรไว้ครั้งนี้ วิธีการจัดสรรหุ้นหากมีผู้จองซื้อหุ้นมากกว่า 200,000 ราย วิธีการที่การบินไทยจะนำเงินที่ชำระไปในการจองซื้อหุ้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์ เป็นต้น ดังนั้น ประชาชนที่ได้อ่านจดหมายถาม-ตอบดังกล่าว จะสามารถเข้าใจรายละเอียดในวิธีปฏิบัติในการจองซื้อหุ้นการบินไทยพร้อมรายละเอียดที่เกี่ยวข้องเท่านั้น สำหรับรายละเอียดอื่น เช่น นโยบายและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ประชาชนจะสามารถทราบได้จากสื่อประเภทอื่น เนื่องจากในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้นนี้ได้มีการระดมสื่อมาใช้หลากหลายประเภท

1.3 สื่อวิดิทัศน์

เนื้อหาที่นำเสนอในรูปของสื่อวิดิทัศน์ เป็นเนื้อหาที่ได้จากการบันทึกเทปกิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเกี่ยวกับหุ้นการบินไทย ที่บริษัทฯ จัดให้แก่พนักงานภายใน โดยเฉพาะภายในเนื้อหาเป็นการบรรยายของคณะผู้บริหารการบินไทยเกี่ยวกับที่มาของการนำบริษัทการบินไทยฯ เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ฯ ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ หลักและวิธีการในการจัดสรรหุ้นตามสิทธิให้แก่พนักงาน รวมทั้งรายละเอียดและวิธีการจองซื้อหุ้นในส่วนนอกเหนือจากการจัดสรรตามสิทธิให้แก่พนักงาน การจัดทำสื่อวิดิทัศน์นี้ เพื่อประโยชน์แก่พนักงานที่ไม่สามารถเข้าร่วมรับฟังการบรรยายดังกล่าว เช่น พนักงานที่อยู่ต่างจังหวัด และต่างประเทศ

เนื่องจากบริษัทฯ ได้เน้นความสำคัญในการให้ความรู้และความเข้าใจแก่พนักงานภายในเนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวนั้น ได้มีการประท้วงการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของกลุ่มสหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจ ดังนั้น การให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการ หลักการ และเหตุผลของการนำบริษัทการบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นั้น จึงเป็นสิ่งที่ยุติบริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้นนี้ และสำเนาวิดิทัศน์ชุดนี้ ถือได้ว่ามีเนื้อหาเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการให้ความรู้ความเข้าใจดังกล่าว

1.4 จดหมายข่าว

จากที่กล่าวไว้ในหัวข้อของการวิเคราะห์รูปแบบการใช้สื่อแล้วว่า จดหมายข่าว เป็นสื่อเฉพาะกิจที่บริษัท การบินไทยฯ จัดทำให้กับพนักงานภายในโดยเฉพาะ เพื่อเป็นการเผยแพร่และสร้างความเข้าใจอันดีถึงกระบวนการ หลักการ และเหตุผลในการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่พนักงานตลอดจนสิทธิในจำนวนหุ้นที่พนักงานจะได้รับการจัดสรร

ดังนั้น เนื้อหาที่ปรากฏในจดหมายข่าว จึงเป็นการอธิบายที่มาของการนำบริษัท การบินไทยฯ เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ฯ สิทธิในจำนวนหุ้นที่พนักงานจะได้รับในการจัดสรร ซึ่งบริษัท ได้อธิบายถึงหลักเกณฑ์ในการจัดสรรหุ้นตามสิทธิของพนักงาน โดยใช้อายุงาน ตำแหน่ง และเงินเดือนของพนักงานเป็นตัวกำหนดจำนวนหุ้นตามสิทธิที่พนักงานจะได้รับ ในการนี้ บริษัทฯ ได้แนบตัวอย่างของการกรอกใบจองซื้อหุ้นสามัญให้แก่พนักงานด้วย

จดหมายข่าวนี้ บริษัท การบินไทยฯ ยังคงนำมาใช้จนถึงช่วงของการเสนอขายหุ้น ทั้งนี้ เพื่อนำประโยชน์จากเนื้อหาในจดหมายข่าวมาใช้ในการให้ความรู้และความเข้าใจแก่พนักงาน เพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนครั้งนี้

2. สื่อกิจกรรม

ช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อกิจกรรมที่มีการนำเสนอเนื้อหาสาระที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการให้ความรู้และความเข้าใจในช่วงระยะเวลาของการเสนอขายหุ้นนั้น มีการนำเสนอผ่านสื่อหลายประเภท ได้แก่

2.1 กิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเรื่องหุ้นการบินไทยหรือกิจกรรม “โรดโชว์”

วัตถุประสงค์โดยตรงของการจัดกิจกรรมโรดโชว์นี้ เพื่อให้คำอธิบายและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับหุ้นการบินไทยให้กับประชาชนทั่วไป สื่อมวลชน นักวิเคราะห์การเงินการลงทุน รวมทั้งพนักงานภายใน เนื้อหาของกิจกรรมจึงเป็นการแถลงผลการดำเนินงานและนโยบายในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ฯ รวมทั้งสิทธิประโยชน์ที่ทั้งพนักงานและประชาชนทั่วไปจะได้รับ สำหรับกิจกรรมโรดโชว์นี้ ความเข้มข้นของเนื้อหาอยู่ในช่วงที่ผู้เข้าร่วมงาน ที่อาจเป็นพนักงานภายใน (สำหรับรอบที่จัดให้เฉพาะพนักงาน) หรือประชาชนทั่วไป (สำหรับรอบที่จัดให้กับ

ประชาชน) ได้มีโอกาสถามคำถามและข้อข้องใจเกี่ยวกับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้ เนื้อหาที่นำเสนอในช่วงของการถาม-ตอบคำถาม ด้วยวิธีการสื่อสารสองทางนี้ เป็นการแสดงถึงเจตนาที่จะให้ความรู้และความเข้าใจแก่ผู้ร่วมงานอย่างแท้จริง

2.2 กิจกรรมการบรรยายนอกสถานที่

จากที่กล่าวแล้วว่า ในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้นนั้น บริษัท การบินไทยฯ ได้นำสื่อมาใช้หลากหลายประเภทด้วยกัน ทั้งนี้ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์หลักที่นอกจากจะเป็นการเชิญชวนให้ประชาชนสนใจจับจองซื้อหุ้นการบินไทยแล้ว วัตถุประสงค์ที่สำคัญในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้นนี้ คือ การให้ความรู้และความเข้าใจในเรื่องของการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน ซึ่งนอกจากจะจัดกิจกรรมการบรรยายนอกสถานที่เพื่อแนะนำและชี้แจงเรื่องหุ้นการบินไทยให้กับพนักงานและประชาชนทั่วไปแล้ว ผู้บริหารระดับสูงของการบินไทยยังเห็นความสำคัญของการนำเรื่องราวดังกล่าวไปเผยแพร่ให้กับสมาชิกสโมสร สมาคมต่างๆ ซึ่งเนื้อหาที่นำมาใช้ในการเผยแพร่ความรู้และความเข้าใจนี้ ได้ใช้เนื้อหาเดียวกับเนื้อหาที่ใช้ในกิจกรรม “โรคหัวใจ”

อย่างไรก็ตาม กิจกรรมการบรรยายนอกสถานที่นี้ ก่อนข้างไม่ถูกต้องนักต่อแนวทางในการเปิดเผยสารสนเทศของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีให้นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจดทะเบียนไปเผยแพร่กับบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ แต่ก็นับได้ว่าเนื้อหาที่นำมาใช้ในการบรรยายดังกล่าวเป็นการให้ความรู้และความเข้าใจอย่างแท้จริง

2.3 กิจกรรมการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารการบินไทยทางรายการโทรทัศน์และวิทยุ

ในช่วงของการเสนอขายหุ้นนี้ ผู้บริหารการบินไทยได้มีการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชนทางรายการโทรทัศน์และวิทยุ ทั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้แจงเกี่ยวกับนโยบาย หลักการ และกระบวนการของการนำหุ้นการบินไทยเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ดังนั้น เนื้อหาที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารการบินไทยดังกล่าว จึงมีประโยชน์ต่อประชาชนที่สนใจในกิจกรรมการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนครั้งนี้

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผู้วิจัยได้นำสื่อประเภทนี้ไปไว้ในหัวข้อของสื่อที่มีเนื้อหาเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ เนื่องจากเนื้อหาของการให้สัมภาษณ์ทางรายการโทรทัศน์และวิทยุนี้ ส่วนหนึ่งที่ทำให้เนื้อหานี้น่าสนใจ คือ ความน่าเชื่อถือของผู้บริหารการบินไทย อันมีผลมาถึงสารที่นำเสนอด้วย แต่จุดประสงค์ของการนำเสนอเนื้อหาสารใน

รูปแบบของการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารการบินไทยทางรายการโทรทัศน์และวิทยุ คือ การให้ความรู้และความเข้าใจแก่ประชาชนในเรื่องหุ้นและรายละเอียดเกี่ยวกับหุ้นการบินไทย

ข. ช่วงการรับจองซื้อหุ้น

ในช่วงเวลานี้ ยังคงมีการนำเสนอสื่อที่มีเนื้อหาที่เป็นการให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุน ถึงแม้ว่าจะเป็นช่วงเวลาของการรับจองซื้อหุ้นก็ตาม เนื่องจากในช่วงนี้เป็นช่วงเริ่มต้นของ quiet period คือ ห้ามบริษัทจดทะเบียนให้ข่าวสารที่เป็นการเชิญชวนให้ซื้อหุ้นโดยตรง ด้วยเหตุนี้ การบินไทยไม่สามารถจะทำอะไรได้นอกจากนำเสนอเนื้อหาสาระที่เป็นการให้ความรู้และความเข้าใจผ่านสื่อประเภทต่างๆ คือเปลี่ยนไปเน้นหรือกระตุ้นประชาชนให้จองซื้อหุ้นการบินไทย ด้วยวิธีการที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแทน

อย่างไรก็ตาม การนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวถือว่าเป็นการให้ความรู้และความเข้าใจแก่พนักงานและประชาชนทั่วไป โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่เรื่องหุ้นการบินไทยในช่วงนี้ คือ เป็นการกระตุ้นเตือนประชาชนให้จองซื้อหุ้นการบินไทย ด้วยการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นเรื่องราวของรายละเอียดและวิธีการการจัดสรรหุ้นอย่างต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการวิเคราะห์เนื้อหาสาระที่ให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของการบินไทย จะได้จำแนกตามช่องทางสื่อสารและประเภทของสื่อที่ใช้ ดังนี้

1. สื่อเฉพาะกิจ

ประกอบด้วยสื่อประเภทต่างๆ ดังนี้

1.1 หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น

ในช่วงนี้ ถึงแม้ว่าจะเป็นช่วงของการรับจองซื้อหุ้น แต่ก็ถือว่าเนื้อหาในหนังสือชี้ชวนยังเป็นประโยชน์ต่อการให้ความรู้และความเข้าใจแก่ประชาชนผู้สนใจที่ต้องการจะทราบรายละเอียดประกอบการจองซื้อหุ้น ได้แก่ วิธีการและกำหนดเวลาจัดสรรและคืนเงินค่าจองหุ้น การส่งมอบใบหุ้น ผลประโยชน์ด้านภาษีอากร สำหรับผู้ลงทุน หลังจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยรับหลักทรัพย์ เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน เป็นต้น ซึ่งเป็นรายละเอียดที่ผู้สนใจจองซื้อหุ้นต้องการทราบ นอกเหนือจากรายละเอียดอื่นๆ เช่น ที่มาและนโยบายของการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งในช่วงระยะเวลาที่ประชาชนไม่ยอมทราบมากนัก เพราะได้รับการ

ปูพื้นมามากแล้วจากสื่ออื่น ดังนั้น หนังสือชี้ชวนเพื่อการเสนอขายหุ้น จึงยังคงมีบทบาทในการเป็นสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อให้ความรู้และความเข้าใจในเรื่องการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนสำหรับช่วงเวลาของการรับจองซื้อหุ้นนี้

1.2 จดหมายถาม-ตอบ

เช่นเดียวกับหนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น คือ เป็นสื่อที่ใช้ต่อเนื่องมาจากช่วงของการเสนอขายหุ้น ด้วยรูปแบบและเนื้อหาที่คงเดิม แต่เนื่องจากรายละเอียดของเนื้อหาเป็นรายละเอียดและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจองซื้อหุ้น และด้วยกฎของตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่มีให้มีการเชิญชวนให้ซื้อหุ้นในช่วงนี้ ดังนั้น การบินไทยจึงใช้วิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยการยื่นข้อเสนอและส่งเนื้อหาซ้ำอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจและสามารถเข้าใจในวิธีปฏิบัติและรายละเอียดของการจองซื้อหุ้นจากเนื้อหาที่ปรากฏในจดหมายถาม-ตอบ ด้วยเหตุนี้ จดหมายถาม-ตอบ จึงสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการนำเสนอเนื้อหาเพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจและเป็นการกระตุ้นเตือนให้ประชาชนมาซื้อหุ้นการบินไทย อันเป็นไปตามวัตถุประสงค์หลักของการเผยแพร่เรื่องหุ้นการบินไทยในช่วงของการเสนอขายหุ้นนี้

2. สื่อกิจกรรม

ได้แก่ กิจกรรมต่างๆ ดังนี้



2.1 กิจกรรมศูนย์ข่าวเฉพาะกิจหรือศูนย์ฮอตไลน์

เนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อกิจกรรมศูนย์ข่าวเฉพาะกิจ ซึ่งเป็นศูนย์ที่จัดตั้งขึ้น เพื่อเป็นการให้ความรู้และความเข้าใจแก่ประชาชนและพนักงานภายในเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติและรายละเอียดของการจองซื้อหุ้นการบินไทย ในการนำเสนอเนื้อหาที่ให้ความรู้และความเข้าใจแก่พนักงานและประชาชนนี้ นอกจากจะมีวัตถุประสงค์เพื่อไขข้อข้องใจให้กับบรรดาพนักงานและประชาชนที่ใช้โทรศัพท์ในการถามคำถามและปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องหุ้นแล้ว ยังเป็นการใช้สื่อที่มีเนื้อหาดังกล่าวเพื่อตอบย้ำให้ประชาชนตื่นตัว และสนใจที่จะจับจองซื้อหุ้นการบินไทยในช่วงเวลานี้

เนื้อหาคำถามคำตอบจากการจัดตั้งศูนย์ข่าวเฉพาะกิจหรือศูนย์ฮอตไลน์ ได้แก่ วิธีการปฏิบัติในการจองหุ้น กำหนดเวลาในการจัดสรรหุ้น วิธีการจัดสรรหุ้น สิทธิประโยชน์ที่ได้จากหุ้นการบินไทย วิธีการชำระเงินค่าจองหุ้น เป็นต้น ในการนี้ บริษัทได้นำวิธีการสื่อสารสองทางมาใช้อีกครั้ง

เพื่อให้เนื้อหาสาระที่ผ่านสื่อในช่วงนี้เกิดประโยชน์สูงสุด คือ สามารถให้ความรู้และความเข้าใจแก่ประชาชนและกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และเมื่อกลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องแล้ว จะสามารถนำความรู้นั้นมาใช้ในการตัดสินใจจับจองซื้อหุ้นการบินไทยได้ อันเป็นไปตามเจตนารมณ์สูงสุดของบริษัทฯ

ก. ช่วงเวลาหลังจากปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในช่วงระยะเวลานี้เป็นช่วงที่บริษัท การบินไทย จำกัด มิได้จัดทำแผนรองรับไว้ โดยเฉพาะในช่วงก่อนการนำหุ้นบริษัทฯ เข้าสู่ซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากแผนที่ได้จัดทำไว้ตั้งแต่ช่วงเสนอขายหุ้นยังครอบคลุมจนถึงช่วงของการจัดสรรหุ้น ดังนั้น การจัดกิจกรรมที่ให้ความรู้และความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมาย จึงมีปรากฏให้เห็นในช่วงแรกหลังการปิดรับจองหุ้นแล้ว ซึ่งมีเพียงกิจกรรมเดียว คือ กิจกรรมการให้ความรู้และความเข้าใจแก่สื่อมวลชน ด้วยการจัดการบรรยายและสัมมนากลุ่มย่อย เกี่ยวกับการจัดสรรหุ้นด้วยระบบคอมพิวเตอร์พร้อมสาธิตวิธีการสมัครเลือกผู้จองซื้อหุ้นให้บรรดาสื่อมวลชนได้รับชม

II. เนื้อหาสาระที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์

หมายถึง เนื้อหาที่ทำให้ผู้รับสารเป้าหมายเกิดความรู้สึกเชื่อถือในสารนั้น ซึ่งก่อให้เกิดภาพที่ดีแก่บริษัทฯ อันมีผลทำให้เกิดความมั่นใจในการจับจองซื้อหุ้นเพื่อมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของการบินไทยต่อไป รายละเอียดของการวิเคราะห์มีดังนี้

ก. ช่วงการเสนอขายหุ้น

ในช่วงเวลานี้ นอกจากบริษัท การบินไทย จำกัด จะได้มีการนำเสนอสารเพื่อบอกกล่าวให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงการประกาศขายหุ้นของบริษัทฯ และเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดและวิธีปฏิบัติในการจองซื้อหุ้นเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐาน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจซื้อหุ้นการบินไทยแล้ว บริษัทฯ ยังได้นำเสนอเนื้อหาสาระที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อเป็นการสนับสนุนการประกาศขายหุ้นการบินไทยผ่านช่องทางสื่อสารและสื่อประเภทต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. สื่อมวลชน

จากที่ได้กล่าวไว้ในหัวข้อของการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการแจ้งให้ทราบ จะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญในการนำเสนอเนื้อหาดังกล่าว เนื่องจากสื่อมวลชนมีคุณสมบัติของการกระจายข่าวสารที่รวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสารต่างๆ และด้วยคุณลักษณะดังกล่าว บริษัท การบินไทยฯ จึงได้ใช้สื่อมวลชนในการนำเสนอเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์เพื่อสนับสนุนวัตถุประสงค์อื่นๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ด้วยวิธีการนำเสนอในรูปแบบของโฆษณาและข่าว

โฆษณามีวิธีการของการใช้สื่อเพื่อมุ่งใจให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือและสนใจในสิ่งที่โฆษณานั้นนำเสนอ

การโฆษณาเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือ กิจกรรมการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุน ในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้น นั้น ประเด็นหนึ่งของสารที่นำเสนอในช่วงนี้และเป็นวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อในช่วงนี้ด้วย คือ เพื่อเชิญชวนให้ผู้รับสารสนใจใคร่จับจองเป็นเจ้าของหุ้นการบินไทย ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้จ้างบริษัท แมคแคน แอนด์ อีริคสัน จำกัด เป็นผู้ร่วมดำเนินการในการผลิตงานโฆษณาเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการขายหุ้นในครั้งนี้ และเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว

จากที่กล่าวไว้ในหัวข้อของการวิเคราะห์รูปแบบสื่อแล้วว่า บริษัท การบินไทยฯ และบริษัทเอเชนซึ่งดังกล่าวได้ร่วมกันผลิตงานโฆษณาทั้งในรูปแบบของภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ภาพโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ และสปอตวิทยุ แต่เนื่องจากการโฆษณาทางสปอตวิทยุมีเนื้อหาที่มีได้เป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของหุ้นและของบริษัทฯ ดังนั้น จะได้นำสปอตวิทยุไปรวมไว้ในหัวข้ออื่น

สำหรับเนื้อหาที่นำเสนอผ่านภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์และภาพโฆษณาในหนังสือพิมพ์ในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้นนั้น มีการนำเสนอด้วยการปูพื้นฐานแนวคิดให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่นในภาพที่นำเสนอผ่านสื่อโฆษณา ด้วยวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกัน และสำหรับกรณีของโฆษณาทางโทรทัศน์นั้น ในกรณีนี้ บริษัท แมคแคนฯ ได้จัดทำภาพยนตร์โฆษณาจำนวน 2 ชุด คือ ชุดกล้วยไม้และชุดเครื่องบิน ในชุดกล้วยไม้นั้น เป็นวิวัฒนาการของกล้วยไม้จากเริ่มแรกไปสู่ดอกที่โตเต็มที่ และชุดเครื่องบิน ที่การนำเสนอเนื้อหาเช่นนี้การบินไทยต้องการจะนำเสนอแนวคิดของการมีพัฒนาการของบริษัทฯ เพื่อให้กลุ่มผู้รับสารเกิดความเชื่อมั่นว่า

หากตกลงใจร่วมเป็นเจ้าของการบินไทยด้วยการซื้อหุ้นการบินไทยแล้ว จะสามารถวางใจได้ว่าบริษัทจะไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ แต่ในทางตรงกันข้ามจะมีการก้าวไปข้างหน้าอยู่ตลอดเวลา

สำหรับภาพโฆษณาทางหน้าหนังสือพิมพ์ในช่วงนี้ เป็นการใช้หลักความคิดนี้เช่นกัน คือ มิได้โฆษณาที่มีเนื้อหาเป็นการบอกผู้รับสารตรงๆ ว่า การบินไทยต้องการจะขายหุ้น จึงขอให้ทุกคนไปซื้อ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามกฎของตลาดหลักทรัพย์ที่ไม่ให้มีการโฆษณาที่เป็นการส่งเสริมราคาหุ้นโดยตรง ดังนั้น ภาพโฆษณาในหนังสือพิมพ์จึงมีการใช้ข้อความที่เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทโดยรวม ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับโฆษณาทางโทรทัศน์ คือ เป็นภาพหมู่ของพนักงานการบินไทย แต่งกายด้วยเครื่องแบบประจำหน่วยงานต่างๆ ของการบินไทย จำนวน 6 ภาพ และในแต่ละภาพจะมีการเขียนคำบรรยายที่แสดงถึงศักยภาพความมั่นคงเป็นปึกแผ่นของบริษัทฯ เพื่อเป็นการปูพื้นฐานแนวคิดเช่นเดียวกับโฆษณาทางโทรทัศน์ว่า การบินไทยเป็นองค์การที่มีความมั่นคงและเป็นสายการบินที่มีมาตรฐาน สมควรที่ประชาชนจะให้ความไว้วางใจในการร่วมลงทุนกับบริษัทฯ ด้วยการซื้อหุ้น

การนำเสนอเนื้อหาสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้แก่บริษัทฯ นั้น นอกจากจะเป็นการนำเสนอในรูปแบบโฆษณาแล้ว ยังได้มีการนำเสนอในรูปแบบข่าวอีกด้วย กล่าวคือ การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับการขายหุ้นของการบินไทยในช่วงของการเสนอขายหุ้นนั้นเป็นการนำเสนอผ่านสื่อมวลชนโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ รวมทั้งวารสารและนิตยสารต่างๆ รวมทั้งข่าวแจก ซึ่งในที่นี้จัดเป็นช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อเฉพาะกิจอีกประเภทหนึ่งที่การบินไทยจัดทำให้แก่สื่อมวลชน ซึ่งจะได้อีกกล่าวในหัวข้อต่อไป

สำหรับข่าวที่ปรากฏทางหน้าหนังสือพิมพ์นั้น จากการวิจัยพบว่า ข่าวเกี่ยวกับการนำบริษัท การบินไทย เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ตั้งแต่ปี พ. ศ. 2532 ตั้งแต่ยังเป็นเพียงแนวคิดของคณะรัฐมนตรีเท่านั้น และสำหรับในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้นคือ ตั้งแต่วันที่ 19 กุมภาพันธ์ - 15 มีนาคม 2535 ได้ปรากฏข่าวที่มีเนื้อหาของ การส่งเสริมกิจกรรมการขายหุ้นการบินไทย หมายถึงข่าวหรือบทความทางหน้าหนังสือพิมพ์ที่มีการสอดแทรกความคิดเห็นที่ทำให้เกิดผลดีต่อภาพลักษณ์ของบริษัทฯ หรือเป็นลักษณะของการ “เชียร์หุ้น” เช่น ข่าวการได้รับความสนใจจากประชาชนในการเข้าร่วมกิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงหุ้นการบินไทย ซึ่งเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญมาก

อย่างไรก็ตาม การเขียนข่าวในลักษณะเชียร์หุ้นนี้ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์แก่บริษัทฯ ก่อให้เกิดผลเสียแก่บริษัทฯ จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ในครั้งนี้ ได้กล่าวถึงข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์ที่กล่าวถึงราคาหุ้นการบินไทยในช่วงก่อนการกำหนดราคา ซึ่งเป็น

ระยะเวลาก่อนการเสนอขายหุ้น ซึ่งทางการบินไทยและแอร์เวย์แอร์ยังมีได้มีการกำหนดราคาของหุ้นว่าในช่วงนั้นเกิดปัญหามาก เพราะถึงแม้จะมีแนวทางว่ามีให้บุคคลในบริษัทจดทะเบียนพูดถึงราคาหุ้นก็ตาม หรือที่เรียกว่าช่วง Quiet Period แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นจากผู้สื่อข่าวและบรรดานักวิเคราะห์การเงิน การลงทุนที่เขียน “เชียร์หุ้น” จนทำให้เกิดปัญหาเข้าข่าย “ปั่นหุ้น” จากข้อเขียนของคอลัมนิสต์หลายคน ในหนังสือพิมพ์หลายคน ในหนังสือพิมพ์หลายฉบับได้เขียนสนับสนุนหุ้นการบินไทย และมีการเก็งราคาหุ้น โดยนำปัจจัยด้านดีทั้งหลายมาวิเคราะห์ จึงทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับความคาดหวังในราคาหุ้น และสิ่งนี้อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ราคาหุ้นการบินไทยสูงถึง 60 บาทต่อหุ้น เมื่อได้มีการกำหนดราคาเรียบร้อยแล้ว ซึ่งหลายฝ่ายมองว่าเป็นราคาที่สูงไปจนทำให้การบินไทยไม่สามารถพุงราคาให้อยู่ในระดับนี้ได้ จนปัจจุบัน

สำหรับข่าววิฤตและโทรทัศน์นั้น ถึงแม้ว่าจะเป็นรายงานข่าวความเคลื่อนไหวของการจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการประกาศขายหุ้นของบริษัทฯ แต่วัตถุประสงค์ส่วนหนึ่งนั้นเป็นไปเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดแก่องค์กรว่าบริษัทฯ ได้มีการเตรียมการอย่างดีในการให้ความรู้ความเข้าใจและชี้แจงเกี่ยวกับจัดสรรหุ้นครั้งนี้ และที่สำคัญคือ บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากประชาชนจากการที่ประชาชนให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่บริษัทฯ จัดขึ้นในการนี้ และได้นำภาพเหล่านี้เผยแพร่ออกสู่สายตาประชาชนผ่านช่องทางสื่อมวลชน ด้วยวิธีการนำเสนอในรูปแบบข่าว

2. สื่อเฉพาะกิจ

ช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อเฉพาะกิจที่มีการนำเสนอเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจและเสริมสร้างภาพลักษณ์นั้น มีการนำเสนอผ่านสื่อต่อไปนี้

2.1 ข่าวแจก

ถึงแม้ว่าวัตถุประสงค์หลักของข่าวแจก คือ การรายงานข่าวความคืบหน้าเกี่ยวกับกิจกรรมการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนของบริษัท การบินไทย จำกัด เพื่อให้สื่อมวลชนสามารถนำไปเผยแพร่ให้กับประชาชนได้อย่างถูกต้องก็ตาม แต่เนื้อหาที่นำเสนอในข่าวแจกนั้นล้วนเป็นการนำเสนอแต่สิ่งที่ดีและทำให้มองเห็นภาพที่ดีของบริษัทฯ โดยเฉพาะในช่วงของการเสนอขายหุ้น ที่บริษัทฯ ได้นำเสนอข้อมูลต่างๆ ได้แก่ กิจกรรมการจัดการบรรยายและชี้แจงเรื่องหุ้นการบินไทย รวมทั้งที่มาและนโยบายในการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร อันจะทำให้ประชาชนเกิดความสนใจในการจับจองซื้อหุ้นของบริษัทฯ และไว้วางใจที่จะร่วมลงทุนกับการบินไทย ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของการประกาศขายหุ้นในครั้งนี้

เนื้อหาที่สำคัญของข่าวแจกในช่วงนี้ เป็นเนื้อหาเดียวกับที่ลงในหนังสือพิมพ์ ได้แก่ พิธีลงนามแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายและผู้รับประกันการจัดจำหน่ายหุ้น กิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเกี่ยวกับหุ้นการบินไทย หรือ กิจกรรม “โรดโชว์” แต่ต่างกันตรงที่ลีลาการเขียนไม่แสดงเจตนาที่จะส่งเสริมบริษัทฯ มากเท่าข่าวที่เขียนตามหน้าหนังสือพิมพ์ แต่ก็เป็นข่าวที่จัดทำขึ้น โดยมีเนื้อหาที่เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัท และหุ้นการบินไทย

3. สื่อกิจกรรม

ในช่วงเวลานี้มีกิจกรรมที่มีการนำเสนอเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจและเสริมสร้างภาพลักษณ์ ได้แก่

3.1 กิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเรื่องหุ้นการบินไทยหรือกิจกรรม “โรดโชว์”

กิจกรรมหนึ่งที่เป็นหัวใจสำคัญของการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนในครั้งนี้ ได้แก่ กิจกรรม “โรดโชว์” โดยบริษัทฯ มีวัตถุประสงค์ของการจัดงานเพื่อเป็นการชี้แจงเกี่ยวกับรายละเอียดและวิธีการในการจองซื้อหุ้นการบินไทยให้แก่ประชาชนทั่วไป นักลงทุน สื่อมวลชน และนักวิเคราะห์การเงินการลงทุน นอกจากนี้ เป้าหมายที่สำคัญ คือ เพื่อเป็นการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายดังกล่าวซื้อหุ้นการบินไทย

การจัดงานโรดโชว์ในครั้งนี้ ผู้ที่มีบทบาทสำคัญ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ระดับสูงของบริษัทฯ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ดังกล่าวของสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้อง ที่ได้เดินทางไปยังจังหวัดต่างๆ ที่ได้มีการจัดงาน ซึ่งนอกจากจะมีการชี้แจงเรื่องหุ้น วิธีการจัดสรรหุ้นแล้ว ยังมีการแถลงและตอบซักถามข้อข้องใจเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อีกด้วย ซึ่งเป็นการดำเนินการใช้สื่อในลักษณะเดียวกับการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารทางรายการโทรทัศน์และวิทยุ เนื่องจากความน่าเชื่อถือของผู้บริหารเหล่านี้ทำให้สารที่นำไปสู่ประชาชนผู้รับสารเกิดความรู้สึกเชื่อถือและไว้วางใจอันเป็นผลมาจากตัวผู้ส่งสาร อันได้แก่ ผู้บริหารดังกล่าว และการจัดงาน “โรดโชว์” จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทำให้ทราบว่า ส่วนหนึ่งของการจัดงาน คือ นอกจากจะเป็นการชี้แจงและเชิญชวนให้ซื้อหุ้นแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรอีกด้วย และจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของบริษัท เพรสโก้ ทำให้ทราบว่าในช่วงเวลาขายหุ้นนี้เป็นช่วงเวลาสำคัญที่นอกจากจะเป็นการเชิญชวนให้ประชาชนซื้อหุ้นแล้วยังเป็นโอกาสอันดีที่จะทำให้บริษัทฯ สามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ด้วยการแถลงผลการดำเนินงานที่ผ่านมา เป้าหมายที่จะกระทำในอนาคต ทั้งนี้ เพื่อสร้างภาพที่มั่นคงและมีพัฒนาการที่

ไม่หยุดยั้งให้ประชาชนได้เกิดความรู้สึกไว้วางใจในการบริหารและการดำเนินงานของบริษัทฯ จึงนับได้ว่าเนื้อหาของสารที่ผ่านสื่อกิจกรรม “โรคโชว์” เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัทฯ และต่อหุ้นการบินไทย

3.2 กิจกรรมการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน

การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน มีทั้งการให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ของผู้บริหารระดับสูงของบริษัท การบินไทย จำกัด และสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้อง เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้แก่ประชาชนทั่วไป เป็นการให้ข่าวโดยสอดคล้องความคิดเห็นส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งเป็นผู้บริหารของการบินไทยและสถาบันการเงินต่างๆ โดยยึดถือข้อเท็จจริงเป็นพื้นฐาน แต่เป็นการนำเสนอข่าวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัทฯ เท่านั้น

ในช่วงของการเสนอขายหุ้นนั้นปรากฏว่ามีการให้ข่าวเกี่ยวกับการเสนอขายหุ้นการบินไทยจากบรรดาผู้บริหารเหล่านี้ ซึ่งถ้าเป็นการให้ข่าวที่เป็นทางการ คือ มีการนัดแนะเวลา มีการเตรียมคำถามมาให้ ผู้บริหารเหล่านี้ก็จะสามารถตอบคำถามที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรอย่างระมัดระวังเป็นอย่างดี ภาพที่ปรากฏผ่านสื่อมวลชนต่างๆ ที่ทำหน้าที่สัมภาษณ์ เป็นสิ่งที่ทำให้ประชาชนรู้สึกมั่นใจและไว้วางใจในกิจกรรมของบริษัทฯ มากยิ่งขึ้น อันมีผลต่อการขายหุ้นการบินไทย และเป็นการบรรลุวัตถุประสงค์ในการนำเสนอเนื้อหาสารผ่านสื่อในช่วงของการเสนอขายหุ้นนี้ การให้สัมภาษณ์ที่เป็นทางการนี้นอกจากจะเป็นการนัดสัมภาษณ์เพื่อนำไปเขียนเป็นข่าวหนังสือพิมพ์แล้ว การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารระดับสูงของการบินไทยทางรายการวิทยุและโทรทัศน์ เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการให้สัมภาษณ์เพื่อให้รายละเอียดเกี่ยวกับหุ้นการบินไทย โดยใช้ความน่าเชื่อถือในตัวผู้บริหารระดับสูงเป็นสื่อในการนำเสนอเนื้อหาดังกล่าว ความน่าเชื่อถือของผู้บริหารจะทำให้เนื้อหาที่ได้จากการสัมภาษณ์ทางรายการโทรทัศน์และวิทยุ นั้น มีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น นับได้ว่า เนื้อหาสารที่ผ่านสื่อในรูปแบบของการให้สัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ ไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว หรือการให้สัมภาษณ์ทางรายการโทรทัศน์และวิทยุ ล้วนแต่เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรทั้งสิ้น

แต่สิ่งที่เป็นปัญหาที่เกิดจากการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชนของผู้บริหาร คือ การให้สัมภาษณ์ที่ไม่เป็นทางการ เนื่องจากการให้สัมภาษณ์ในลักษณะนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่สามารถทราบล่วงหน้า จึงทำให้ไม่มีการเตรียมตัว ซึ่งเป็นการยากต่อการควบคุมให้เป็นไปตามกลไกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในเรื่องของารเปิดเผยสารสนเทศของบริษัทจดทะเบียนฯ และจากที่กล่าวไว้ในการวิเคราะห์รูปแบบสื่อว่า ปัญหาที่พบจากการให้สัมภาษณ์ในช่วงเสนอขายหุ้น ซึ่งเป็นช่วง

Initial Public Offering หรือ IPO นั้น เกิดจากการให้สัมภาษณ์ของบรรดาเจ้าหน้าที่สถาบันการเงินต่างๆ ที่มักให้ข่าวงานทำให้สื่อมวลชนนำข่าวไปเขียนในลักษณะของการส่งเสริมราคาหุ้น ซึ่งเป็นการผิดต่อแนวทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่ไม่ให้ออกข่าวในลักษณะที่เป็นการส่งเสริมหุ้นโดยตรง

ข. ช่วงการรับจองซื้อหุ้น

เนื้อหาของสารที่ผ่านสื่อในช่วงของการรับจองซื้อหุ้นนี้ เป็นสารที่ต่อเนื่องจากช่วงแรก คือ ช่วงของการเสนอขายหุ้น ดังนั้น จึงยังคงมีลักษณะของการสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรอยู่ เนื่องจากประเด็นสำคัญของการนำเสนอเนื้อหาในช่วงของการรับจองซื้อหุ้น ได้แก่ เพื่อกระตุ้นเตือนประชาชนให้จองซื้อหุ้น และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดแก่บริษัทฯ และกิจกรรมการขายหุ้น ด้วยเหตุนี้ จึงยังคงมีการใช้สื่อเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการบินไทย ผ่านช่องทางการสื่อสารต่อไปนี้

1. สื่อมวลชน

ในช่วงของการรับจองซื้อหุ้น ยังคงมีการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการสร้างความไว้วางใจ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร ด้วยการนำเสนอเนื้อหาสารดังกล่าวกล่าวผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร ในรูปแบบโฆษณาและข่าว

โฆษณาที่เผยแพร่เนื้อหาดังกล่าว บริษัท การบินไทย จำกัด ร่วมกับบริษัท แมคแคน แอนด์ ฮีริคสัน ยังคงใช้ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ชุดเดิม คือ ชุดกล้วยไม้ และชุดเครื่องบิน ที่เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรโดยรวม คือ การมีพัฒนาการอย่างไม่หยุดยั้งขององค์กร ในขณะที่ภาพโฆษณาทางหน้าหนังสือพิมพ์ได้มีการเปลี่ยนแปลงจากภาพที่ใช้อยู่เดิม ซึ่งเป็นการเน้นในเรื่องของประสิทธิภาพและศักยภาพของการบินไทย ซึ่งเป็นการโฆษณาโดยใช้ภาพรวมขององค์กรเช่นเดียวกับภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ โดยนำเสนอภาพหมู่ของพนักงานการบินไทยที่แต่งกายด้วยเครื่องแบบต่างๆ ของแต่ละหน่วยงาน แต่มีการเขียนคำบรรยายได้ภาพที่บอกถึงสถานที่รับจองซื้อหุ้น เป็นการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะเชิญชวน ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำมากล่าวถึงในหัวข้อต่อไป

สำหรับวิธีการนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวในรูปแบบข่าวพบว่า ในช่วงเวลาของการรับจองซื้อหุ้น ถือว่า เป็นช่วงเวลาที่สำคัญที่สุดของการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนของการบินไทยในครั้งนี้ คือ เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามาจับจองหุ้น ถึงแม้ว่าในช่วงนี้ บริษัทฯ จะได้หยุดการเชิญชวนให้บุคคลต่างๆ ไปซื้อหุ้นการบินไทย แต่อย่างไรก็ตาม การเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

ยังคงเป็นกิจกรรมที่กระทำอย่างต่อเนื่อง เนื่องจาก ในช่วงนี้บริษัทฯ มีวัตถุประสงค์ของการนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อต่างๆ คือ เพื่อกระตุ้นเตือนประชาชนให้ซื้อหุ้นการบินไทย ด้วยเหตุนี้ ข่าวที่นำเสนอในช่วงนี้จึงเป็นข่าวเกี่ยวกับการรายงานบรรยากาศวันจองหุ้นการบินไทย ตั้งแต่วันที่ 16-27 มีนาคม 2535 เนื้อหาของข่าวที่ปรากฏตามหน้าหนังสือพิมพ์ในช่วงนี้ จึงเป็นข่าวที่เขียนเชียร์หรือสนับสนุนกิจกรรมการรับจองซื้อหุ้นอย่างเห็นได้ชัด เช่นเดียวกับที่ได้มีการเขียนในช่วงของการเสนอขายหุ้นมาแล้ว ถึงแม้ว่าจะมีบางข่าวได้รายงานถึงบรรยากาศวันจองหุ้นการบินไทยว่าเงียบเหงาไม่คึกคักเท่าที่ควรก็ตาม แต่ก็เป็นส่วนน้อย จึงนับได้ว่าการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับบรรยากาศวันจองหุ้นนี้เป็นเนื้อหาที่เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท การบินไทยฯ และมีผลต่อการกระตุ้นให้คนที่ยังไม่ซื้อหุ้นให้ไปซื้อหุ้นด้วย

อีกข่าวหนึ่งที่เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ และหุ้นการบินไทย ได้แก่ ข่าวที่หนังสือพิมพ์ลงตามการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารระดับสูงของการบินไทย และผู้บริหารของธนาคารรับจองซื้อรวมทั้งสถาบันการเงินต่างๆ ในเรื่องของใบหุ้นทั้งหมด ทำให้การจองซื้อหุ้นอาจมีปัญหาบ้าง เนื่องจากมีคนถามหาเพื่อจองซื้ออย่างมาก การให้ข่าวเช่นนี้ มิได้มีเจตนาที่จะพูดถึงการทำงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบในแง่ที่ไม่ดี แต่ในทางตรงกันข้าม กลับเป็นการเขียนข่าวที่มีเนื้อหาที่เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของหุ้นการบินไทย ว่าได้รับความสนใจจากประชาชนจนใบจองหุ้นหมด นับได้ว่าเป็นการเขียนสนับสนุนหุ้นในทางอ้อม เนื่องจากตามกฎของตลาดหลักทรัพย์ฯ ไม่สามารถสนับสนุนราคาหุ้นได้โดยตรง

และในช่วงท้ายของการรายงานข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์ในช่วงของการรับจองซื้อหุ้น ได้มีการรายงานข่าวเกี่ยวกับการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดสรรหุ้นที่รับจอง โดยเป็นการรายงานข่าวในเวลาใกล้กับวันปิดรับจองซื้อหุ้น ทั้งนี้ เพื่อให้ประชาชนผู้รับสารเกิดความรู้สึกมั่นใจในความยุติธรรมที่ทางการบินไทยมอบให้ และเป็นการสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของกิจกรรมการจัดสรรหุ้นการบินไทย ด้วยการนำระบบคอมพิวเตอร์อันเป็นระบบอันทันสมัยมาใช้ในการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนครั้งนี้

2. สื่อเฉพาะกิจ

ช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อเฉพาะกิจที่มีการนำเสนอเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ในช่วงของการรับจองซื้อหุ้น มีการนำเสนอผ่านสื่อหลายประเภท ได้แก่

2.1 ข่วแจก

ข่วแจก เป็นสื่อเฉพาะกิจที่มีบทบาทในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่ต้นจนจบช่วงเวลาการประชาสัมพันธ์ เช่นเดียวกับช่วงของการเสนอขายหุ้น ข่วแจกในช่วงของการรับสมัครจองซื้อหุ้นนี้ ยังคงเป็นรายงานข่าวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกิจกรรมการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท ซึ่งในช่วงเวลานี้มีเหตุการณ์ที่สำคัญสองเหตุการณ์ คือ การรายงานข่าวบรรยากาศการจองซื้อหุ้น และการรายงานการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดสรรหุ้นที่มีประชาชนจองเข้ามา ซึ่งข่วแจกนั้นมีการนำเสนอเนื้อหาที่คล้ายคลึงกับข่าวที่ปรากฏตามหน้าหนังสือพิมพ์หรือภาพยนตร์ข่าวทางโทรทัศน์ เนื่องจากข่วแจกเป็นต้นฉบับของข่าวทั้งหมด เพียงแต่ข่าวอื่นได้นำไปแต่งเติมสอดแทรกความคิดเห็น เช่น การเขียนข่าวในลักษณะที่เป็นการเขียนเชียร์ดังที่ได้กล่าวไว้ในหัวข้อที่แล้ว ถึงแม้ว่าข่วแจกที่เกี่ยวกับการรายงานบรรยากาศการจองซื้อหุ้นและการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดสรรหุ้นที่ได้รับการจองซื้อ แต่เนื้อหาข่าวที่ปรากฏในข่วแจก จากการวิเคราะห์พบว่า ล้วนเป็นเนื้อหาที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรทั้งสิ้น และจะเป็นเช่นนี้ทุกฉบับ

2. สื่อกิจกรรม

กิจกรรมที่สำคัญในช่วงนี้ ได้แก่

2.1 กิจกรรมการติดตามผลการประชาสัมพันธ์

ในช่วงเวลาของการรับสมัครจองซื้อหุ้นนี้ ผู้บริหารระดับสูงฝ่ายการเงินของบริษัท การบินไทย จำกัด ร่วมกับเจ้าหน้าที่สำนักประชาสัมพันธ์ ได้ไปเยี่ยมชมกิจการการรับจองซื้อหุ้น โดย สุ่มคัดเลือกธนาคารบางแห่งที่ไปทำการตรวจสอบ ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สำนักประชาสัมพันธ์ที่เดินทางไปในการนี้ ได้กล่าวว่าได้นำช่างภาพไปถ่ายภาพในขณะที่กำลังเดินตรวจกิจกรรมดังกล่าว ทั้งนี้ เพื่อนำภาพข่าวและเรื่องราวที่เกิดขึ้นนำไปเขียนเป็นข่วแจก และนำภาพไปลงตามหน้าหนังสือพิมพ์ต่างๆ ซึ่งถือเป็นความพยายามของบริษัทที่จะให้ประชาชนรับทราบถึงการให้ความเอาใจใส่ดูแลในกิจกรรมการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนในครั้งนี้ อันจะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์และความไว้วางใจที่กลุ่มเป้าหมายมีให้แก่บริษัทฯ

2.2 กิจกรรมการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน

เนื่องจากในช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาของการรับสมัครจองซื้อหุ้นที่มีระยะเวลา คือ ตั้งแต่วันที่ 16 - 27 มีนาคม 2535 ดังนั้น เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจำหน่ายหุ้นด้วยการกระจายหุ้นสู่มือประชาชนให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ดังนั้น ประเด็นเนื้อหาที่สำคัญที่นำเสนอในช่วงนี้ได้แก่การกระตุ้นเตือนประชาชนให้จองซื้อหุ้นและใช้เหตุการณ์ที่ดำเนินอยู่ในช่วงของการรับจองซื้อหุ้นนำเสนอสู่ประชาชนในลักษณะที่เป็นการเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทฯ และของหุ้นการบินไทย

สำหรับผู้บริหารระดับสูงของการบินไทยและบรรดาสถาบันการเงินต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือแม้แต่ผู้บริหารของธนาคารรับจองซื้อ ก็ได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของหุ้นและบริษัท การบินไทยฯ ในช่วงเวลาดังกล่าว ด้วยการให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน เนื่องจากในช่วงเวลานี้จนถึงช่วงของการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ เป็นช่วงที่เรียกว่า Quiet Period ที่บริษัทฯ ที่จดทะเบียนไม่สามารถให้ข้อมูลที่เป็นการส่งเสริมราคาหุ้นได้ ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมหุ้นโดยอ้อมผู้บริหารของการบินไทย และสถาบันอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจึงได้ให้สัมภาษณ์ที่มีเนื้อหาที่สามารถทำให้ผู้สื่อข่าวสามารถนำไปเขียน “เซียร์” หุ้นได้อย่างไม่ผิดแนวทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ อย่างเช่นในกรณีที่บรรดาผู้บริหารของธนาคารสาขาต่างๆ ที่ทำหน้าที่รับจองซื้อหุ้น ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับบรรยากาศการจองหุ้นนั้นตึกคัก หรือใบจองไม่พอ ซึ่งข่าวที่เกี่ยวกับใบจองหุ้นไม่พอนี้มีทั้งเป็นข่าวที่มีลักษณะของการรายงานธรรมดา และลักษณะของการเขียนข่าวชุบซับทำนองดีเตียน อย่างไรก็ตาม นับได้ว่าข่าวดังกล่าวเป็นข่าวที่มีเนื้อหาเป็นการเสริมภาพลักษณ์ของการบินไทยในขณะที่กำลังรับสมัครจองซื้อหุ้นเนื่องจากบริษัทฯ ไม่สามารถเขียนสนับสนุนหุ้นโดยตรงได้ จึงต้องใช้วิธีการดังกล่าว

และที่ได้กล่าวแล้วว่า ในช่วงเวลานี้ตอนท้าย เจ้าหน้าที่ระดับสูงของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ทิสโก้จำกัด ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการคัดเลือกรายชื่อผู้จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท การบินไทยฯ โดยมีการให้สัมภาษณ์ถึงกำหนดวันคัดเลือกและย้ำว่าในวันนั้นจะมีการเชิญกรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์ฯ มาเป็นประธานในพิธี ซึ่งข่าวนี้ได้ออกในช่วงไม่กี่วันก่อนปิดรับจองซื้อหุ้น เพื่อให้ประชาชนเกิดความมั่นใจว่าการบินไทยจะดำเนินการจัดสรรหุ้นอย่างยุติธรรม ซึ่งในเรื่องของความยุติธรรมนี้ ถือเป็นแนวคิดที่สำคัญที่การบินไทยได้นำมาเน้นอยู่เสมอในช่วงเวลาต่อจากนี้ คือ ช่วงปิดรับจองซื้อหุ้น อย่างไรก็ตาม สำหรับในช่วงของการรับจองซื้อหุ้น การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารสถาบันการเงินดังกล่าวเกี่ยวกับเรื่องการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดสรรหุ้นจึงเป็นการใช้สารที่มีเนื้อหาในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มเป้าหมาย และยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดแก่องค์กรด้วยการนำระบบคอมพิวเตอร์อันทันสมัยมาใช้

ก. ช่วงหลังปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงเวลาของการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย

ในช่วงเวลานี้ ถึงแม้ว่าบริษัท การบินไทย จำกัด จะมีได้มีการเตรียมแผนรองรับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากการขายหุ้นเสร็จเรียบร้อยแล้วก็ตาม และเมื่อเกิดข่าวที่มีผลเสียหายนต่อบริษัทฯ โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่ใกล้การนำหุ้นของบริษัทฯ เข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ด้วยเหตุนี้ บริษัท การบินไทยฯ จึงได้จัดทำแผนเฉพาะกิจเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของการบินไทยในช่วง 2 สัปดาห์ก่อนนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ และในรายละเอียดของแผนเฉพาะกิจดังกล่าวล้วนมีประเด็นของการใช้สื่อเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่เสียไปของบริษัทฯ ทั้งสิ้น อันเป็นผลมาจากวิกฤติการณ์ทางการเมืองพฤษภาทมิฬที่เป็นผลให้เศรษฐกิจและการซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ฯ ในขณะนั้นซบเซา และประกอบกับปัญหาของการนำหุ้นไปขายในตลาดมืดที่ปรากฏว่าราคาหุ้นไม่สูงอย่างที่มีการเก็งราคาไว้นอกจากนั้น ยังมีข่าวการเปลี่ยนตัวประธานคณะกรรมการบริหารของการบินไทยฯ อันเป็นผลมาจากสภาพทางการเมือง ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้บริษัทฯ ต้องทำแผนเฉพาะกิจดังกล่าวเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์การการบินไทย แสดงถึงการให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ถึงแม้ว่าแผนที่ใช้จะมีระยะเวลาสั้นมากก็ตาม

และเนื่องจากในช่วงเวลานี้มิได้มีการวางแผนเพื่อรองรับไว้ตั้งแต่ต้น ดังนั้น สื่อที่นำมาใช้ในช่วงนี้จึงเป็นสื่อมวลชน และกิจกรรมการใช้สื่อทุกประเภทก็มีเป้าหมายอยู่ที่สื่อมวลชนทั้งสิ้น ทั้งนี้ เพื่อต้องการให้เนื้อหาที่บริษัทฯ เผยแพร่สามารถกระจายสู่ประชาชนได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง ด้วยวัตถุประสงค์ที่กล่าวข้างต้นแล้วว่า เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้แก่บริษัทฯ ด้วยเหตุนี้ในช่วง 2 สัปดาห์ ก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ จึงมีการใช้สื่อมวลชนโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ เพื่อนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความพร้อมในการนำบริษัทฯ เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ฯ ไม่ว่าจะเป็นผลการดำเนินงานที่ผ่านมามาจนถึงในขณะนั้น หรือสถานะทางการเงินของบริษัทฯ เนื่องจาก บริษัทฯ ไม่สามารถจะแก้ข่าวเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ในลักษณะของการส่งเสริมราคาหุ้นได้ตามกฎของตลาดหลักทรัพย์ที่บัญญัติไว้ แต่ก็ถือว่าเนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนในช่วงนั้น เป็นเนื้อหาที่เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างภาพลักษณ์ที่มีต่อหุ้นการบินไทย และบริษัท การบินไทยฯ ทั้งนี้ เพื่อทำให้ราคาหุ้นเมื่อเข้าตลาดฯ ไปแล้วได้ราคาที่น่าพอใจ

จึงขอสรุปการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่นำเสนอในลักษณะของการสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ และต่อหุ้นการบินไทย ผ่านช่องทางการสื่อสารดังต่อไปนี้

1. สื่อมวลชน

เช่นเดียวกับช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้น และช่วงของการรับจองซื้อหุ้น ข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์มีบทบาทสำคัญอย่างมากในการนำเสนอข่าวสารที่มีเนื้อหาที่เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้แก่บริษัทฯ ในขณะที่ข่าวโทรทัศน์และวิทยุยังคงเป็นเพียงการรายงานความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวกับกิจกรรมการจัดสรรหุ้นในครั้งนี้ ด้วยวัตถุประสงค์นอกเหนือจากการแจ้งให้ประชาชนทราบถึงกิจกรรมการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นของบริษัทฯ แล้ว ยังเป็นการนำเสนอข่าวผ่านสื่อดังกล่าวเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้แก่บริษัทฯ การบินไทยฯ อีกด้วย

สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์นั้น ในช่วงแรกหลังจากที่มีการปิดรับจองซื้อหุ้นเสร็จแล้ว ได้มีข่าวที่เขียนสนับสนุนหุ้นการบินไทย เช่น ข่าวการนับใบจองซื้อทั่วประเทศว่ามีผู้สมัครเข้ามามากเป็นประวัติการณ์ จำนวนใบจองซื้อหุ้นมากกว่าจำนวนหุ้นที่สามารถให้ได้หลายเท่าตัว หลังจากนั้นจึงเป็นข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดสรรหุ้นที่มีการจองซื้อไว้ ดังนั้น ในช่วงเวลานี้จึงเป็นการรายงานข่าวความเคลื่อนไหวของผลการจองซื้อหุ้น ที่มีผู้สมัครจองซื้อประมาณสี่แสนกว่าราย จากจำนวนคนที่บริษัทฯ สามารถให้หุ้นได้เพียงแค่สองแสนราย นอกจากนั้น ยังมีข่าวเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการจัดสรรหุ้นด้วยคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีวัตถุประสงค์ที่ต้องการจัดสรรหุ้นครั้งนี้เป็นไปอย่างยุติธรรมที่สุด และการใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดสรรหุ้นดังกล่าวก็เครื่องแสดงถึงความทันสมัยของการจัดสรรหุ้นครั้งนี้ และสิ่งที่แสดงถึงภาพลักษณ์ของบริษัทฯ สำหรับข่าวในช่วงหลังจากปิดรับจองซื้อหุ้น ได้แก่ ข่าวที่การบินไทยมอบรางวัลบัตรโดยสารให้แก่ผู้ที่ได้รับการจัดสรรเป็นคนแรก และผู้ที่ไม่ได้รับการจัดสรรเป็นคนแรกเช่นกัน รายละเอียดของข่าวทั้งหมดที่กล่าวมานี้ จะเห็นได้ว่าล้วนแต่เป็นเนื้อหาที่สร้างความน่าเชื่อถือเช่น การเน้นความยุติธรรมของการจัดสรรหุ้นในครั้งนี้ และเนื้อหาที่เสริมสร้างภาพลักษณ์ให้แก่บริษัทฯ เช่น การนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดสรรหุ้น และการมอบรางวัลบัตรโดยสารดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

และหลังจากช่วงนี้ ปัญหาทางด้านการเมืองอันเป็นผลต่อสภาพเศรษฐกิจในขณะนั้น และมีผลโดยตรงต่อการซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ฯ ทำให้บริษัท การบินไทย จำกัด ต้องเลื่อนวันนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ และในที่สุดจึงตัดสินใจกำหนดวันซื้อขายหุ้นวันแรก คือ วันที่ 23 กรกฎาคม 2535 ซึ่งการบินไทยได้ทิ้งช่วงนานมาตั้งแต่ปิดรับจองหุ้น คือ เมื่อวันที่ 16 มีนาคม จนถึง 23 กรกฎาคม 2535 จึงทำให้ช่วงเวลาที่เดือนที่ผ่านมา เป็นช่วงเวลาที่ทำให้การบินไทยเสียภาพลักษณ์อย่างมาก เนื่องจาก มิได้มีการแก้ข่าวแต่อย่างใด โดยปล่อยให้ภาพลบที่มีผลต่อบริษัทฯ และมีผลต่อหุ้นโดยตรงยังคงได้รับการนำเสนอทางหน้าหนังสือพิมพ์อยู่เนืองๆ จนในที่สุด ในช่วงเวลา

2 สัปดาห์ก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงได้มีการจัดทำแผนเฉพาะกิจ ด้วยการนำเสนอสารผ่านสื่อมวลชน โดยมีเนื้อหาที่มุ่งประเด็นไปที่การรายงานความพร้อมของการนำหุ้นบริษัทฯ เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ฯ และแถลงสถานะทางเศรษฐกิจที่มั่นคงของบริษัทฯ ทั้งนี้ โดยมีจุดประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทฯ เช่นที่เคยปฏิบัติในช่วงของการเสนอขายหุ้นและช่วงรับสมัครจองซื้อหุ้น

เป็นที่น่าสังเกตว่าการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ในครั้งนี้ อาจเป็นไปได้เพราะแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ว่า เมื่อเกิดภาพลบที่เกิดกับบริษัทจดทะเบียน จะต้องมีการแก้ข่าวทันที แต่การแก้ข่าวไม่สามารถทำได้ด้วยการพูดถึงราคาหุ้นโดยตรง แต่ให้พูดถึงผลการดำเนินงานหรือสภาพทั่วไปโดยรวมแทน ดังนั้น การเสริมสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าวจึงจัดทำขึ้นภายในระยะเวลาอันสั้น ซึ่งไม่สามารถเปลี่ยนทัศนคติของคนได้ เพราะการเปลี่ยนทัศนคติของผู้รับสารนั้นอาศัยความต่อเนื่อง ดังนั้น จึงต้องใช้เวลา แต่อย่างไรก็ตาม นับได้ว่าเนื้อหาของสื่อที่นำเสนอดังกล่าวเป็นไปเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นแก่นักลงทุนและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่เสียไปของบริษัทฯ

2. สื่อเฉพาะกิจ

ช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อเฉพาะกิจที่มีการนำเสนอเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ในช่วงระยะเวลาหลังปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น มีการนำเสนอผ่านสื่อหลายประเภท ได้แก่

2.1 ข่าวแจก

ในช่วงแรกหลังจากที่มีการปิดรับจองซื้อหุ้น ข่าวแจกยังคงเป็นกลยุทธ์ของบริษัท การบินไทยฯ ในการนำเนื้อหาที่นำเสนอมาใช้ในการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ และต่อหุ้นการบินไทย นอกจากจะเป็นรายงานข่าวความเคลื่อนไหวธรรมดาแล้ว ในช่วงนี้ ข่าวแจกจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับผลของการจองหุ้นการบินไทย การจัดสรรหุ้นด้วยระบบคอมพิวเตอร์ กิจกรรมต่างๆ ที่การบินไทยจัดขึ้น เพื่อการจัดสรรหุ้นครั้งนี้ เช่น การจัดการบรรยายและสัมมนากลุ่มย่อยให้แก่บรรดาสื่อมวลชน รายงานข่าวความเคลื่อนไหวทั้งหมดนี้ เป็นเนื้อหาที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับบรรดาผู้ถือหุ้นถึงความยุติธรรมที่บริษัทฯ นำมาใช้ในการจัดสรรหุ้นครั้งนี้ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของการใช้เทคโนโลยีอันทันสมัยมาใช้ในการจัดสรรหุ้น และความเป็นผู้มีใจกว้างด้วยการมอบรางวัลบัตรโดยสารเครื่องบินให้แก่ผู้ที่ได้รับการจัดสรรคนแรกและปลอบใจผู้ที่ไม่ได้รับการจัดสรรคนแรกด้วยบัตรโดยสารเครื่องบินเช่นกัน

และในช่วง 2 สัปดาห์ ก่อนการนำหุ้นการบินไทยเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้มีการนำแผนเฉพาะกิจเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์การบินไทยมาใช้เพื่อเป็นการแก้ไขภาพลบที่เกิดขึ้น ในช่วงเวลาดังกล่าว ด้วยเหตุนี้ เนื้อหาของข่าวแจกในช่วงนี้ จึงเป็นการนำเสนอเกี่ยวกับความพร้อมของ บริษัทฯ ในการนำหุ้นเข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้แก่ เนื้อหาที่เป็นบทสัมภาษณ์ของผู้บริหารเกี่ยวกับผล การดำเนินงานของบริษัท และสถานะทางการเงินที่ดีของบริษัทฯ ในช่วงนั้น ทั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ ของการนำเนื้อหาดังกล่าวมาใช้เพื่อเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของการบินไทยและสร้างความมั่นใจ ให้กับผู้ถือหุ้นและนักลงทุน

3. สื่อกิจกรรม

กิจกรรมที่สำคัญในช่วงนี้ ได้แก่

3.1 กิจกรรมการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร

การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชนในช่วงหลังจากการปิดรับซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำ หุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น เป็นช่วงที่มีการนำเสนอเนื้อหาของการสร้างความ น่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์จนเกิดเป็นปัญหา เนื่องจากเป็นการให้สัมภาษณ์โดยมิได้มีการ ศึกษาแนวทางของการให้ข้อมูลข่าวสารของตลาดหลักทรัพย์ฯ มาก่อน จนเกิดเป็นปัญหาของการขึ้นรา ราคาค่าหุ้น หรือการเก็งกำไรหุ้น นั่นคือ เป็นการสร้างความคาดหวังให้นักลงทุนว่า เมื่อหุ้นการบินไทย เข้าตลาดแล้ว ราคาจะต้องอยู่ในเกณฑ์ดีอย่างแน่นอน ซึ่งในช่วงนี้รวมทั้งช่วงของการรับสมัครจองซื้อหุ้น เป็นช่วงที่เรียกว่า Quiet Period ที่บริษัทจดทะเบียนไม่สามารถให้ข่าวใดๆ อันจะมีผลต่อราคาหุ้นได้ จึงทำให้ผู้บริหารการบินไทยที่ให้ข่าวดังกล่าว ได้รับการดักเตือนจากตลาดหลักทรัพย์ฯ แห่งประเทศ ไทย แต่ก็ถือว่า การให้สัมภาษณ์ข้างต้นนี้ มีเนื้อหาของการสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้าง ภาพลักษณ์ของบริษัทฯ อีกด้วย เนื่องจากในช่วงนี้เป็นช่วงวิกฤติทางการเมือง จึงมีความพยายามที่จะให้ ข่าวที่เป็นการกู้ภาพลักษณ์ของหุ้นและบริษัท การบินไทยฯ

และในช่วงต้นหลังปิดรับจองซื้อหุ้น ได้มีการให้สัมภาษณ์ที่มีเนื้อหาเป็นการสร้างความ น่าเชื่อถือและส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับบริษัทฯ จากผู้บริหารการบินไทย ซึ่งการให้สัมภาษณ์นี้ บ้างก็นำไปลงในข่าวแจก บ้างก็นำไปลงในข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์ และบ้างก็ลงในข่าวทั้งสอง ประเภท ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเสริมสร้างลักษณะให้กับบริษัทฯ ข่าวดังกล่าวนี้ได้แก่ การให้ข่าวเกี่ยวกับการ ที่มีประชาชนจำนวนมากมาจองซื้อหุ้นการบินไทย เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้สื่อมวลชนสามารถนำข่าว

ที่ได้จากการสัมภาษณ์นั้น ไปเขียนในทางที่ให้ความมั่นใจแก่ผู้ถือหุ้นว่าหุ้นที่ได้รับการจัดสรรนั้น ได้ใช้กระบวนการอันยุติธรรม และการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ นั้น เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์การ

IV. เนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเชิญชวน

หมายถึง สื่อที่มีเนื้อหาเชิญชวนและมุ่งให้ผู้รับสารไปร่วมในกิจกรรมที่สนับสนุนการขายหุ้นของการบินไทย หรือเชิญชวนให้ซื้อหุ้นการบินไทย

ในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น มีวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ คือ บอกกล่าวเกี่ยวกับการประกาศขายหุ้นของการบินไทย พร้อมทั้งให้ความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดและวิธีการจองซื้อหุ้นให้แก่ประชาชนทั่วไป และสำหรับพนักงานภายในนั้น การเผยแพร่ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่และสร้างความเข้าใจอันดีถึงกระบวนการ หลักการ และเหตุผลในการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่พนักงาน และอีกวัตถุประสงค์หนึ่งที่สำคัญ คือ เชิญชวนให้พนักงานและประชาชนทั่วไปร่วมเป็นเจ้าของบริษัท การบินไทยฯ ด้วยการซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การที่ต้องการกระจายหุ้นสู่มือประชาชนให้มากที่สุด

ด้วยเหตุนี้ เนื้อหาสื่อที่นำมาใช้นอกจากจะเป็นการบอกกล่าวหรือแจ้งให้ทราบหรือเนื้อหาที่เป็นการให้ความรู้และความเข้าใจ สร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชน และเสริมภาพลักษณ์ต่อองค์การแล้วสิ่งที่สำคัญที่จะทำให้บริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายในการจำหน่ายหุ้นครั้งนี้ได้ คือ เนื้อหาที่เป็น การเชิญชวนให้ประชาชนสนใจใคร่จับจองซื้อหุ้นการบินไทย

จึงทำการวิเคราะห์เนื้อหาสาระที่เป็น การเชิญชวนตามช่วงเวลาและประเภทของสื่อ ดังนี้

ก. ช่วงการเสนอขายหุ้น

จากที่กล่าวข้างต้นแล้วว่า ในช่วงของการเสนอขายหุ้นนั้น นอกจากจะเป็นช่วงเวลาของการใช้สื่อเพื่อบอกกล่าว และสร้างความรู้และความเข้าใจให้กับประชาชนแล้ว สิ่งที่สำคัญของการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือ การเชิญชวนให้ประชาชนซื้อหุ้นการบินไทยผ่านช่องทาง การสื่อสารดังนี้

1. สื่อมวลชน

ในการนำเสนอเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเชิญชวนในช่วงของการเสนอขายหุ้นนั้น ได้มีการนำสื่อประเภทต่างๆ มาใช้ดังนี้

1.1 วิทยู

บริษัท การบินไทย จำกัด ได้นำเสนอเนื้อหาเพื่อเป็นการเชิญชวนผ่านสื่อวิทยูในรูปแบบของโฆษณาหรือสปอตวิทยู โดยเนื้อหาที่นำเสนอมีความแตกต่างจากสื่อประเภทอื่นที่นำเสนอผ่านช่องทางการสื่อสารดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์หรือสื่อหนังสือพิมพ์

จากการวิเคราะห์พบว่า เนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยูนั้น เป็นการเชิญชวนผู้ฟังให้ไปร่วมงาน “โรคโชว์” ซึ่งโฆษณาดังกล่าวได้ออกกระจายเสียงไปตามจังหวัดต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาคที่การบินไทยมีรายการวิทยูเป็นของตนเอง

โฆษณาวิทยูจึงเป็นรูปแบบของการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการเชิญชวนให้ประชาชนไปร่วมงานที่ส่งเสริมกิจกรรมการขายหุ้น มิใช่เชิญชวนให้ซื้อหุ้นโดยตรง

1.2 หนังสือพิมพ์

การบินไทยได้นำเสนอเนื้อหาที่เป็นการเชิญชวนให้ประชาชนทั่วไปซื้อหุ้นด้วยวิธีการประกาศผ่านทางหน้าหนังสือพิมพ์ในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นไปตามระเบียบของตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่ผู้เริ่มจัดตั้งบริษัทมหาชนจะโฆษณาชี้ชวนให้ประชาชนซื้อหุ้นของบริษัททางสิ่งพิมพ์ได้ เมื่อนายทะเบียนรับจดทะเบียนหนังสือชี้ชวนแล้ว

ด้วยเหตุนี้ การบินไทยจึงได้ลงประกาศเพื่อโฆษณาการประกาศขายหุ้น โดยมีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนผู้อ่านสนใจในการจับจองหุ้นการบินไทย เนื้อหาที่ระบุไว้ในประกาศ ได้แก่ จำนวน ชนิด มูลค่า และราคาหุ้นที่โฆษณาชี้ชวนให้ซื้อ สถานที่ และวันเวลา และวิธีการรับจองซื้อหุ้น กำหนดการจัดงานโรคโชว์ รายชื่อสถาบันทางการเงินที่เป็นที่ปรึกษาทางการเงิน และผู้จัดการการจำหน่ายหุ้นและรับประกันการจำหน่ายหุ้น ทั้งนี้ ได้จัดทำเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายทั้งประชาชนชาวไทยและชาวต่างประเทศ มาร่วมในกิจกรรมการขายหุ้นโดยตรงและกิจกรรมอื่นที่เป็นการส่งเสริมการขายหุ้นในครั้งนี้

2. สื่อเฉพาะกิจ

ประเภทของสื่อที่นำมาใช้ได้แก่

2.1 หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น

ในช่วงแรกของการวิเคราะห์เนื้อหา ได้มีการนำหนังสือชี้ชวนเพื่อขายหุ้นไปรวมไว้ในประเภทของสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรมการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มเติมทุนของการบินไทย เนื่องจากข้อมูลส่วนใหญ่เกือบทั้งหมดในหนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้นเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องรายละเอียดการขายหุ้นสามัญของบริษัท การบินไทยฯ แก่ประชาชนทั่วไป ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทฯ หนังสือบริคณห์สนธิและข้อบังคับของบริษัทฯ ข้อมูลทางการเงิน ซึ่งล้วนแต่เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการจองซื้อหุ้นของประชาชนตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม ในหน้าแรกของหนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้นนั้น ปรากฏข้อความที่มีการระบุถึงวันเวลาในการรับสมัครจองซื้อหุ้น จำนวนหุ้นที่ขาย ราคาหุ้นที่ขาย รวมทั้งรายชื่อผู้จัดการจำหน่ายและรับประกันการจำหน่ายหุ้น ทั้งนี้ เพื่อเชิญชวนให้ประชาชนจองซื้อหุ้นการบินไทย ตามวันเวลาดังกล่าว และในตอนท้ายของหนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้นทุกฉบับจะปรากฏใบจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มเติม เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนที่สนใจและเป็นการเชิญชวนให้ประชาชนผู้รับสารจองซื้อหุ้นการบินไทยด้วย

2.2 จดหมายส่งตรง

จดหมายส่งตรง เป็นจดหมายที่สำนักประชาสัมพันธ์ บริษัท การบินไทย จำกัด จัดทำขึ้นเพื่อเชิญสื่อมวลชนไปร่วมกิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเรื่องหุ้นการบินไทย และจดหมายลักษณะนี้ บรรดาตัวแทนจำหน่ายหุ้นได้จัดทำขึ้น เพื่อเชิญชวนบรรดาลูกค้าไปร่วมงานดังกล่าวเช่นกัน

นับว่าจดหมายส่งตรงนี้เป็นสื่อเฉพาะกิจที่มีเนื้อหาเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายไปร่วมในกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อสนับสนุนการประกาศขายหุ้นการบินไทย มิได้มีเนื้อหาที่เป็นการเชิญชวนให้ซื้อหุ้นโดยตรง แต่ก็นับได้ว่าจดหมายดังกล่าวมีเนื้อหาเพื่อเชิญชวน อันเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงของการเสนอขายหุ้นนี้

2.2 แผ่นป้ายหรือแผ่นภาพโฆษณา

ในการเชิญชวนประชาชนทั่วไปและพนักงานให้เข้าร่วมกิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเรื่องหุ้นการบินไทย นั้น บริษัทฯ ได้พยายามใช้สื่อหลายรูปแบบเพื่อเป็นการสนับสนุนและเชิญชวนให้ประชาชนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในการประกาศขายหุ้นของบริษัทฯ ในครั้งนี้ และในการนี้ บริษัทฯ ได้มีการจัดทำแผ่นป้ายและแผ่นภาพโฆษณาเพื่อบอกกล่าวกำหนดการ สถานที่ของการจัดงาน “โรคโควิด” รวมทั้งเชิญชวนให้ไปร่วมงานด้วย

เนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในแผ่นป้ายหรือแผ่นภาพโฆษณานี้มีลักษณะเหมือนกับเนื้อหาในจดหมายส่งตรง คือ เป็นการเชิญชวนให้ไปร่วมกิจกรรมที่ส่งเสริมการขายหุ้น มิใช่เชิญชวนให้ซื้อหุ้นโดยตรง

ข. ช่วงการรับจองซื้อหุ้น

ในช่วงนี้ เป็นช่วงที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยห้ามไม่ให้ออกข่าวที่เป็นการเชิญชวนประชาชนให้ซื้อหุ้นโดยตรง อย่างไรก็ตาม ในช่วงนี้มีเพียงหนังสือชี้ชวนเพื่อขายหุ้นเท่านั้นที่มีเนื้อหาดังที่ได้กล่าวมาแล้วในช่วงของการเสนอขายหุ้น และสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อเชิญชวนนี้ได้ยุติลงตั้งแต่ช่วงของการรับจองซื้อหุ้น

สรุปการวิเคราะห์เนื้อหาสารผ่านรูปแบบสื่อที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่นำเสนอผ่านสื่อประเภทต่างๆ ในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น สรุปได้ว่า เนื้อหาสารที่นำมาใช้นั้น มีวัตถุประสงค์ของการนำเสนอที่แตกต่างกัน คือ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนรวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อหุ้นและต่อตัวองค์กร เพื่อให้ความรู้และความเข้าใจให้กับประชาชนเกี่ยวกับกิจกรรมการขายหุ้นของบริษัทฯ เพื่อบอกกล่าวหรือแจ้งให้ทราบ และท้ายสุด คือ เพื่อเชิญชวนให้ประชาชนร่วมในกิจกรรมการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้

จากการวิเคราะห์โดยจำแนกประเภทของเนื้อหาตามช่วงเวลาของการเผยแพร่และประเภทของสื่อที่ใช้ทำให้ทราบว่าเนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละวัตถุประสงค์นั้นจะนำมาใช้ในเวลาที่แตกต่างกัน

ไปตามวัตถุประสงค์ของการนำเสนอสารในแต่ละช่วงเวลาของการเผยแพร่ วัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ในครั้งนี้ ได้แก่

1. ช่วงการเสนอขายหุ้น

- ก. เพื่อบอกกล่าวให้กลุ่มเป้าหมายทราบถึงการประกาศขายหุ้นของบริษัทฯ
- ข. เพื่อชี้แจงถึงวิธีปฏิบัติและรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการจองซื้อหุ้น และสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นพนักงานภายในนั้น เน้นสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ กระบวนการและเหตุผลในการจัดสรรหุ้นตามสิทธิให้แก่พนักงานรวมทั้งวิธีการจองซื้อหุ้นในส่วนที่นอกเหนือจากสิทธิดังกล่าว
- ค. เพื่อเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายซื้อหุ้นของบริษัทฯ ด้วยการปูพื้นฐานแนวคิดเกี่ยวกับความมั่นคงและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่จะมาลงทุน

2. ช่วงการรับจองซื้อหุ้น

- ก. เพื่อกระตุ้นเตือนกลุ่มเป้าหมายให้จองซื้อหุ้นการบินไทย
- ข. เพื่อให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติและรายละเอียดในการจองซื้อหุ้น
- ค. เพื่อรายงานข่าวความคืบหน้าเกี่ยวกับบรรยากาศการจองซื้อหุ้นให้แก่สื่อมวลชน เพื่อสร้างภาพที่ดีให้แก่กิจกรรมการจองหุ้นของบริษัทฯ และเป็นผลดีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร
- ง. เพื่อแจ้งกำหนดวันเวลาและสถานที่ในการจัดสรรหุ้นที่ได้รับการจองซื้อ

3. ช่วงหลังการปิดรับซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

- ก. เพื่อรายงานผลการจองซื้อหุ้นการบินไทยผ่านสื่อมวลชนสู่ประชาชน
- ข. เพื่อรายงานความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกิจกรรมการจัดสรรหุ้นด้วยคอมพิวเตอร์ผ่านสื่อมวลชนสู่ประชาชน
- ค. เพื่อให้ความรู้และความเข้าใจแก่สื่อมวลชนเกี่ยวกับการจัดสรรหุ้นด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้เพื่อให้สื่อมวลชนสามารถนำไปเผยแพร่ให้กับประชาชนได้อย่างถูกต้อง
- ง. เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ที่เสียไปหลังจากที่มีการจัดสรรหุ้นแล้ว ด้วยการประกาศความพร้อมของบริษัทฯ ในการนำหุ้นเข้าทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ด้วยการแถลงผลการดำเนินงานที่ผ่านมาและสถานะทางการเงินของบริษัทฯ ผ่านสื่อมวลชน

จากการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่มีวัตถุประสงค์ต่างกัันนั้น พบว่า ในช่วงของการเสนอขายหุ้น ได้มีการนำสื่อที่มีเนื้อหาสนับสนุนต่อกิจกรรมการเสนอขายหุ้นของบริษัทฯ ได้แก่ สื่อที่มีเนื้อหาสร้างความเชื่อมั่นและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์การ เป็นการปูพื้นแนวคิดที่มีต่อบริษัทฯ ให้เกิดความเชื่อมั่นไว้วางใจในศักยภาพ ภาพลักษณ์ที่ดีโดยรวมขององค์การ โดยใช้พร้อมๆ กับสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อบอกกล่าวแก่ประชาชนว่าบริษัท การบินไทยฯ กำลังประกาศขายหุ้น โดยนำเสนอเนื้อหาที่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการขายหุ้นของบริษัทฯ จากนั้น เมื่อประชาชนทราบถึงการประกาศขายหุ้นแล้ว ก็ได้มีการนำสื่อที่เป็นการให้ความรู้และความเข้าใจในรายละเอียดวิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับการจองซื้อหุ้นมานำเสนอต่อประชาชน และเมื่อประชาชนสามารถเข้าใจในเนื้อหาดังกล่าวแล้ว ก็สามารถเชิญชวนให้ประชาชนไปร่วมในกิจกรรมการขายหุ้นของบริษัทฯ ได้

ในช่วงของการรับจองซื้อหุ้น ถึงแม้ว่าจะเป็นช่วงที่กฎของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไม่เอื้ออำนวยต่อการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นการเชิญชวน แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้นำวิธีการย้ำเนื้อหาเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมาใช้ โดยนำสื่อที่ยังคงมีเนื้อหาเพื่อให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการและรายละเอียดในการจองซื้อหุ้น ประกอบกับสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อบอกกล่าวรวมทั้งสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่จะมาลงทุนกับบริษัทฯ มาใช้ในการกระตุ้นให้ประชาชนไปจองซื้อหุ้นการบินไทย และในช่วงท้ายได้มีการนำเนื้อหาสื่อที่เป็นการบอกกล่าวรวมทั้งสร้างความมั่นใจและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ มาใช้เพื่อแจ้งให้ทราบถึงกำหนดวันเวลาในการจองซื้อหุ้นการบินไทย และในช่วงนี้แทบจะไม่เห็นสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อเชิญชวนหลงเหลืออยู่ เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ช่วงสุดท้ายซึ่งเป็นช่วงหลังจากการปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงแรกหลังจากที่มีการปิดรับจองซื้อหุ้นไปแล้ว บริษัทฯ ได้มีการนำสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อแจ้งให้ทราบและสื่อที่เสริมสร้างความมั่นใจและสร้างภาพลักษณ์ขององค์การ มาใช้ในการรายงานผลการจองซื้อหุ้น ผลการจัดสรรหุ้นด้วยระบบคอมพิวเตอร์ รวมทั้งมีการนำสื่อเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจมาใช้ในการให้ความรู้แก่บรรดาสื่อมวลชนเกี่ยวกับการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดสรรหุ้นดังกล่าว และในช่วงหลังจากจัดสรรหุ้นแล้ว ได้เกิดวิกฤติการณ์ทางการเมือง อันมีผลต่อสภาพเศรษฐกิจและหุ้นการบินไทยดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ด้วยเหตุนี้ การบินไทย จึงได้นำสื่อที่มีเนื้อหาสร้างความมั่นใจและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์การ รวมทั้งสื่อเพื่อบอกกล่าว อีกครั้ง เพื่อเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่บริษัทฯ ได้สูญเสียไปในช่วงเวลาดังกล่าว

จากการเปรียบเทียบเนื้อหาสารที่ผ่านสื่อประเภทต่างๆ ระหว่างช่วงเวลาทั้งสาม พบว่า บริษัท การบินไทยฯ สามารถนำสื่อที่มีเนื้อหาตรงตามประเด็นของการนำเสนอ อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์

พบว่าประเด็นของการนำเสนอของช่วงเวลาของการเผยแพร่ในแต่ละช่วงนั้น มีความคล้ายคลึงกันในระหว่างช่วงของการเสนอขายหุ้น กับช่วงของการรับจองซื้อหุ้น คือ ส่วนใหญ่เน้นหนักในเรื่องของการประชาสัมพันธ์เพื่อการขายหุ้นและเชิญชวนให้คนซื้อหุ้น แต่จะต่างกันอยู่บ้างตรงที่ในช่วงรับจองซื้อหุ้นนั้น ประเด็นของการเชิญชวนจะไม่สามารถลงน้ำหนักได้มากเท่ากับช่วงการเสนอขายหุ้นเพื่อให้เป็นไปตามกฎของตลาดหลักทรัพย์ แต่กลับไปเน้นในเรื่องของการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติในการจองซื้อหุ้นและรายละเอียดอื่นๆ ที่เกี่ยวกับหุ้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้คนตื่นตัวในการไปร่วมจองซื้อหุ้นการบินไทย และสำหรับในช่วงสุดท้าย คือ ช่วงปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ นั้น เน้นที่การนำเสนอข่าวเพื่อบอกกล่าวและสร้างภาพที่ดีต่อหุ้นและองค์การ สำหรับในช่วงหลังปิดรับจองซื้อหุ้น และเน้นการใช้สื่อที่มีเนื้อหาเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่บริษัทฯ ในช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จึงสรุปได้ว่าเนื้อหาของสารที่นำเสนอผ่านสื่อประเภทต่างๆ ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น มีความแตกต่างของประเภทของเนื้อหาสารที่ใช้ และน้ำหนักของเนื้อหาแต่ละประเภท โดยขึ้นอยู่กับเวลาและประเด็นของสารที่บริษัท การบินไทยฯ ต้องการจะนำเสนอ ซึ่งบริษัท การบินไทยฯ สามารถนำสื่อที่มีเนื้อหาสนองตอบวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอประเด็นต่างๆ ตามระยะเวลาของการเผยแพร่ ได้อย่างสอดคล้อง โดยเฉพาะในช่วงของการเสนอขายหุ้น ซึ่งเป็นช่วงแรกของการขายหุ้น จะเห็นได้ว่าการบินไทย ได้นำสื่อที่มีเนื้อหาทุกประเภทตรงตามประเด็นเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ และสำหรับช่วงเวลาของการรับจองซื้อหุ้น ยังคงเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์เนื้อหาที่เป็นการบอกกล่าวและเนื้อหาที่เสริมสร้างความรู้และความเข้าใจ แต่จะสำหรับเนื้อหาที่เป็นการเชิญชวนนั้นจะลดน้ำหนักลงไปด้วยกฎของตลาดหลักทรัพย์

อย่างไรก็ตาม ช่วงที่เป็นปัญหามากในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ ครั้งนี้ คือ การใช้สื่อในช่วงสุดท้ายของการเผยแพร่ คือ ช่วงหลังปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยเฉพาะในช่วงหลังจากที่มีการจัดสรรหุ้นเรียบร้อยแล้ว บริษัทฯ ขาดความต่อเนื่องในเรื่องของการนำเสนอเนื้อหา เพราะ บริษัท การบินไทยฯ มิได้มีการสื่อสารใดๆ ในเรื่องนี้อีก จนกระทั่ง 2 สัปดาห์ก่อนนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ จึงได้ทำการสื่อสารอีกครั้ง และถึงแม้ว่าจะเป็นการพยายามใช้สื่อที่นำเสนอเนื้อหาที่เป็นการเสริมสร้างภาพพจน์ก็ตาม แต่ด้วยเวลาเพียง 2 สัปดาห์ บริษัทฯ ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ดีที่ประชาชนมีต่อหุ้นและบริษัท การบินไทยฯ ได้ เพราะการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะต้องใช้เวลาใช้ความต่อเนื่องของเนื้อหาสารที่เสริมสร้างภาพลักษณ์ ให้ความรู้ความเข้าใจ และแจ้งให้ทราบ โดยใช้

เวลานานพอสมควรด้วยปริมาณและวิธีการเข้าถึงประชาชน เช่นที่การบินไทยได้นำมาใช้ในช่วงของการเสนอขายหุ้นและช่วงการรับจองซื้อหุ้น ซึ่งจากการวิจัยพบว่า ในช่วงเวลาดังกล่าว การบินไทยกลับใช้เนื้อหาของสื่อที่เสริมสร้างภาพลักษณ์เพียงประเภทเดียว คือ สื่อมวลชนซึ่งเหมาะในการแพร่กระจายข่าวสารเท่านั้น โดยมีได้นำสื่อที่มีเนื้อหาให้ความรู้และความเข้าใจเหมือนกับช่วงการเสนอขายหุ้น

แต่ก็นับได้ว่าเนื้อหาของสื่อที่ใช้ในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้นจนถึงช่วงหลังจากการจัดสรรหุ้นเรียบร้อยแล้ว หมายถึง ช่วงแรกของช่วงเวลาหลังปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ นั้น ตรงตามวัตถุประสงค์ ในขณะที่ช่วงท้ายของช่วงเวลาดังกล่าวนั้น เนื้อหาของสื่อที่ใช้ยังไม่สามารถสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่ออย่างเต็มที่เนื่องจากมีการใช้สื่อน้อยประเภท และให้เวลาในการใช้สื่อน้อยมาก อันเป็นผลมาจากการที่บริษัทฯ มิได้มีการวางแผนรองรับไว้

จึงขอสรุปการวิเคราะห์รูปแบบของสื่อและเนื้อหาสารที่นำเสนอผ่านสื่อแต่ละประเภทที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตามตารางข้างล่างนี้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบสื่อที่ใช้ในแต่ละช่วงเวลาของการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำ บริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ช่วงการเสนอขายหุ้น (PRE-LAUNCHING PERIOD)			ช่วงการรับจองซื้อหุ้น (POST-LAUNCHING PERIOD)			ช่วงหลังการปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้น เข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (POST-LAUNCHING PERIOD)		
ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ	กลุ่มเป้าหมาย	ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ	กลุ่มเป้าหมาย	ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ	กลุ่มเป้าหมาย
1. สื่อมวลชน	- โทรทัศน์ นำเสนอในรูปแบบของ โฆษณา ข่าว และการให้ สัมภาษณ์ทางรายการ โทรทัศน์	ประชาชน ทั่วไป	1. สื่อมวลชน	- โทรทัศน์ นำเสนอในรูปแบบของ โฆษณา และข่าว	ประชาชน ทั่วไป	1. สื่อมวลชน	- โทรทัศน์ นำเสนอในรูปแบบของ ข่าว	ประชาชน ทั่วไป
	- วิทยุ นำเสนอในรูปแบบของ โฆษณา และการให้ สัมภาษณ์ทางรายการวิทยุ	ประชาชน ทั่วไป		- วิทยุ ไม่ปรากฏรายละเอียด ของข้อมูลเกี่ยวกับ รูปแบบและวิธีการ นำเสนอ	ประชาชน ทั่วไป		- วิทยุ นำเสนอในรูปแบบของ ข่าว	ประชาชน ทั่วไป
	- หนังสือพิมพ์/วารสาร/ นิตยสาร นำเสนอในรูปแบบของ โฆษณา ข่าว และประกาศ	ประชาชน ทั่วไป		- หนังสือพิมพ์/วารสาร/ นิตยสาร นำเสนอในรูปแบบของ โฆษณา และข่าว	ประชาชน ทั่วไป		- หนังสือพิมพ์/วารสาร/ นิตยสาร นำเสนอในรูปแบบของ ข่าว	ประชาชน ทั่วไป

ตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบสื่อที่ใช้ในแต่ละช่วงเวลาของการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำ บริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ต่อ)

ช่วงการเสนอขายหุ้น (PRE-LAUNCHING PERIOD)			ช่วงการรับจองซื้อหุ้น (POST-LAUNCHING PERIOD)			ช่วงหลังการปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้น เข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (POST-LAUNCHING PERIOD)		
ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ	กลุ่มเป้าหมาย	ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ	กลุ่มเป้าหมาย	ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ	กลุ่มเป้าหมาย
2. สื่อเฉพาะกิจ	<ul style="list-style-type: none"> - หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น - จดหมายข่าว - จดหมายถาม-ตอบ - จดหมายส่งตรง - แผ่นป้ายหรือแผ่นภาพโฆษณา 	<ul style="list-style-type: none"> ประชาชน ผู้สนใจ พนักงาน ประชาชน ผู้สนใจ สื่อมวลชน ลูกค้าของ สถาบัน การเงิน ที่เกี่ยวข้อง พนักงาน ประชาชน ในจังหวัด 	2. สื่อเฉพาะกิจ	<ul style="list-style-type: none"> - หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น - จดหมายข่าว - จดหมายถาม-ตอบ - ข่าวแจก 	<ul style="list-style-type: none"> ประชาชน ผู้สนใจ พนักงาน ประชาชน ผู้สนใจ สื่อมวลชน 	2. สื่อเฉพาะกิจ	<ul style="list-style-type: none"> - ข่าวแจก 	สื่อมวลชน

ตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบสื่อที่ใช้ในแต่ละช่วงเวลาของการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำ บริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
(ต่อ)

ช่วงการเสนอขายหุ้น (PRE-LAUNCHING PERIOD)			ช่วงการรับของซื้อหุ้น (POST-LAUNCHING PERIOD)			ช่วงหลังการปิดรับของซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้น เข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (POST-LAUNCHING PERIOD)		
ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ	กลุ่มเป้าหมาย	ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ	กลุ่มเป้าหมาย	ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ	กลุ่มเป้าหมาย
2. สื่อเฉพาะกิจ	<ul style="list-style-type: none"> - ข่าวแจก - สำนวนวิดิทัศน์ 	ทีมการจัด “โรคโชว์” สื่อมวลชน พนักงานที่ ประจำอยู่ ณ สาขา ต่างประเทศ						
3. สื่อกิจกรรม	<ul style="list-style-type: none"> - การบรรยายเพื่อแนะนำ และ ชี้แจงเรื่อง หุ้นการบินไทย หรือกิจกรรมโรคโชว์ 	พนักงาน สื่อมวลชน นักวิเคราะห์ การเงิน การลงทุน และประชาชน ผู้สนใจ	3. สื่อกิจกรรม	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์ข่าวเฉพาะกิจ หรือศูนย์ สอทไลน์ - การติดตามผลการประชา- สัมพันธ์ - การให้สัมภาษณ์ 	พนักงาน ประชาชน ผู้สนใจ ประชาชน ผู้สนใจ สื่อมวลชน	3. สื่อกิจกรรม	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดการบรรยาย และ สัมมนากลุ่มย่อย - การแถลงข่าว - การให้สัมภาษณ์ 	สื่อมวลชน สื่อมวลชน สื่อมวลชน

ตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบสื่อที่ใช้ในแต่ละช่วงเวลาของการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำ บริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
(ต่อ)

ช่วงการเสนอขายหุ้น (PRE-LAUNCHING PERIOD)			ช่วงการรับจองซื้อหุ้น (POST-LAUNCHING PERIOD)			ช่วงหลังการปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้น เข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (POST-LAUNCHING PERIOD)		
ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ	กลุ่มเป้าหมาย	ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ	กลุ่มเป้าหมาย	ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ	กลุ่มเป้าหมาย
3. สื่อกิจกรรม	<ul style="list-style-type: none"> - การแถลงข่าว - การให้สัมภาษณ์ - การบรรยายนอกสถานที่ของ ผู้บริหารการบินไทย 	<p>สื่อมวลชน</p> <p>สื่อมวลชน</p> <p>กลุ่มประชาชน ผู้สนใจ เช่น สมาชิกสโมสร สมาคมต่างๆ</p>						

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาสาระที่นำเสนอผ่านรูปแบบสื่อที่ใช้ในแต่ละช่วงเวลาของการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำ บริษัท การบินไทย จำกัด
เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของ เนื้อหาสาระที่นำเสนอ	ช่วงการเสนอขายหุ้น (PRE-LAUNCHING PERIOD)		ช่วงการรับจองซื้อหุ้น (LAUNCHING PERIOD)		ช่วงหลังการปิดรับของซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นเข้า ซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (POST-LAUNCHING PERIOD)	
	ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ	ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ	ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ
เพื่อแจ้งให้ทราบ	<p>สื่อมวลชน</p> <p>สื่อเฉพาะกิจ</p> <p>สื่อกิจกรรม</p>	<p>- โทรทัศน์/วิทยุ/หนังสือพิมพ์/ วารสาร/นิตยสาร นำเสนอในรูปแบบของข่าว</p> <p>- ข่าวแจก</p> <p>- การแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน</p>	<p>สื่อมวลชน</p> <p>สื่อเฉพาะกิจ</p>	<p>- โทรทัศน์/วิทยุ/หนังสือพิมพ์/ วารสาร/นิตยสาร นำเสนอในรูปแบบของข่าว</p> <p>- จดหมายข่าว</p> <p>- ข่าวแจก</p>	<p>สื่อมวลชน</p> <p>สื่อเฉพาะกิจ</p> <p>สื่อกิจกรรม</p>	<p>- โทรทัศน์/วิทยุ/หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร นำเสนอในรูปแบบของข่าว</p> <p>- ข่าวแจก</p> <p>- การแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน</p>
เพื่อให้ความรู้และ ความเข้าใจ	<p>สื่อเฉพาะกิจ</p> <p>สื่อกิจกรรม</p>	<p>- หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น</p> <p>- จดหมายถาม-ตอบ</p> <p>- สำนักวิเคราะห์</p> <p>- จดหมายข่าว</p> <p>- การบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจง เรื่องหุ้นการบินไทย หรือกิจกรรม “โรคไขว้”</p>	<p>สื่อเฉพาะกิจ</p> <p>สื่อกิจกรรม</p>	<p>- หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น</p> <p>- จดหมายถาม-ตอบ</p> <p>- ศูนย์ข่าวเฉพาะกิจ หรือ ศูนย์สอทไลน์</p>	<p>สื่อกิจกรรม</p>	<p>- การบรรยายและสัมมนาในกลุ่มย่อย พร้อมสาธิตวิธีการตุ้มคัดเลือก ผู้จองซื้อหุ้นด้วยระบบคอมพิวเตอร์</p>

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาสารที่นำเสนอผ่านรูปแบบสื่อที่ใช้ในแต่ละช่วงเวลาของการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำ บริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ต่อ)

วัตถุประสงค์ของเนื้อหาสารที่นำเสนอ	ช่วงการเสนอขายหุ้น (PRE-LAUNCHING PERIOD)		ช่วงการรับของซื้อหุ้น (LAUNCHING PERIOD)		ช่วงหลังการปิดรับของซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (POST-LAUNCHING PERIOD)	
	ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ	ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ	ช่องทางการสื่อสาร	ประเภทของสื่อ
เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์	<p>สื่อมวลชน</p> <ul style="list-style-type: none"> - โทรทัศน์/วิทยุ/หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร - นำเสนอในรูปแบบของโฆษณาและข่าว 	<p>สื่อมวลชน</p> <ul style="list-style-type: none"> - โทรทัศน์/วิทยุ/หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร - นำเสนอในรูปแบบของโฆษณาและข่าว 	<p>สื่อมวลชน</p> <ul style="list-style-type: none"> - โทรทัศน์/วิทยุ/หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร - นำเสนอในรูปแบบของโฆษณาและข่าว 	<p>สื่อมวลชน</p> <ul style="list-style-type: none"> - โทรทัศน์/วิทยุ/หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร - นำเสนอในรูปแบบของโฆษณาและข่าว 	<p>สื่อมวลชน</p> <ul style="list-style-type: none"> - โทรทัศน์/วิทยุ/หนังสือพิมพ์/นิตยสาร - นำเสนอในรูปแบบของข่าว 	<p>สื่อเฉพาะกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ข่าวแจก
	<p>สื่อเฉพาะกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ข่าวแจก 		<p>สื่อเฉพาะกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - จดหมายข่าว 	<p>สื่อเฉพาะกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - จดหมายข่าว 	<p>สื่อเฉพาะกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ข่าวแจก 	
	<p>สื่อกิจกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> - การบรรยายและชี้แจงเรื่องหุ้นการบินไทย หรือกิจกรรม “โรคหัวใจ” - การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน 	<p>สื่อกิจกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> - การติดตามผลการประชุมหุ้น - การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน 	<p>สื่อกิจกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> - การติดตามผลการประชุมหุ้น - การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน 	<p>สื่อกิจกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> - การติดตามผลการประชุมหุ้น - การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน 	<p>สื่อกิจกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> - การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน 	
เพื่อเชิญชวน	<p>สื่อมวลชน</p> <ul style="list-style-type: none"> - วิทยุ - นำเสนอในรูปแบบโฆษณา - หนังสือพิมพ์ - นำเสนอในรูปแบบของกาประกาศ 	<p>สื่อเฉพาะกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น - จดหมายส่งตรง - แผ่นป้าย หรือแผ่นภาพโฆษณา 	<p>สื่อเฉพาะกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น 	<p>สื่อเฉพาะกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น 		