

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่องการศึกษาภาพลักษณ์ขององค์กรจากเนื้อหาหนังสือพิมพ์ ได้ศึกษาจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 12 ฉบับ ที่เสนอข่าวเกี่ยวกับโครงการขยายโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมายขององค์กรโทรศัพท์ฯ ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2536 ถึง 31 ธันวาคม 2537 รวมทั้งหมด 17 เดือน มีจำนวนข่าวทั้งหมด 2,162 ข่าว มีปริมาณเนื้อหาทั้งหมด 59,935 คอลัมน์นิ้ว มีประเด็นหลักที่น่าสนใจ 8 ประเด็น ได้แก่ การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม การขยายบริการ ความคืบหน้าโครงการ ความล่าช้าการดำเนินงาน เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน หุ่นบริษัทเทลคอมเอเชียฯ โครงการขยายโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน มีองค์กรหลักที่ปรากฏเป็นข่าวและเกี่ยวกับโครงการฯ 4 องค์กร ได้แก่ องค์กรโทรศัพท์ฯ บริษัทเทลคอมเอเชียฯ บริษัทไทยเทเลโฟนฯ และกระทรวงคมนาคม

จากการที่หนังสือพิมพ์เสนอข่าวของโครงการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยแล้วมีความถี่การเสนอข่าว 4.23 ข่าวต่อวัน การเสนอข่าวดังกล่าวย่อมมีผลกระทบต่อการดำเนินโครงการฯและต่อองค์กรที่เกี่ยวข้อง ทั้งในทางที่เป็นผลดีต่อโครงการและช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรให้ดีขึ้น และเป็นผลในทางไม่ดีต่อโครงการและเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อองค์กรที่เกี่ยวข้องได้ ผลการวิจัยสรุปเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1

ภาพรวมการเสนอข่าวโครงการโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมายของหนังสือพิมพ์จำนวน 12 ฉบับ ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2536 ถึง 31 ธันวาคม 2537 โดยแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลาจำแนกตามองค์กร

การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับโครงการโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย ได้แบ่งช่วงเวลาในการนำเสนอข่าวออกเป็น 3 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงที่ 1 ช่วงเริ่มดำเนินโครงการ ช่วงที่ 2 ช่วงดำเนินโครงการ ช่วงที่ 3 ช่วงขยายบริการ ทั้ง 3 ช่วงมีจำนวนข่าวทั้งหมด 2,162 ข่าว จากการศึกษาในแต่ละช่วงเวลาพบว่า การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์จำนวน 12 ฉบับ เกี่ยวกับโครงการโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2536 ถึงเดือนธันวาคม 2537 รวม 17 เดือน มีจำนวนข่าวทั้งหมด 2,162 ข่าว โดยเฉลี่ยการเสนอข่าวต่อวันได้เท่ากับ 4.23 ข่าวต่อวัน ช่วงการเสนอข่าวได้แบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา ได้แก่ช่วงที่ 1 เริ่มดำเนินโครงการ ช่วงที่ 2 ดำเนินโครงการ ช่วงที่ 3 ขยายบริการ พบว่าช่วงการขยายบริการจะปรากฏเป็นข่าวมากที่สุด ช่วงเริ่มดำเนินโครงการจะปรากฏเป็นข่าวน้อยที่สุด ช่วงดำเนินโครงการจะปรากฏเป็นข่าวในระดับปานกลาง การปรากฏเป็นข่าวขององค์กรในแต่ละช่วงเวลาพบว่า

บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ ปรากฏเป็นข่าวมากที่สุด จำนวน 769 ข่าว จะมีข่าวโดยเฉลี่ยต่อวันได้เท่ากับ 1.48 ข่าวต่อวัน และจะปรากฏเป็นข่าวในช่วงขยายบริการมากที่สุด รองลงมาคือช่วงดำเนินโครงการ และจะมีข่าวน้อยในช่วงเริ่มดำเนินโครงการ

องค์กรโทรศัพท์ฯ ปรากฏเป็นข่าวมากเป็นอันดับ 2 มีจำนวนข่าว 679 ข่าว จะมีข่าวโดยเฉลี่ย ได้เท่ากับ 1.31 ข่าวต่อวัน และจะปรากฏเป็นข่าวในช่วงดำเนินโครงการมากที่สุด รองลงมาเป็นช่วงขยายบริการ และจะมีข่าวค่อนข้างน้อยในช่วงเริ่มดำเนินโครงการ

กระทรวงคมนาคม ปรากฏเป็นข่าวอยู่อันดับ 3 มีจำนวนข่าว 404 ข่าว จะมีข่าวโดยเฉลี่ยต่อวันได้เท่ากับ 0.77 ข่าวต่อวัน และจะปรากฏเป็นข่าวในช่วงดำเนินโครงการมากที่สุด รองลงมาเป็นช่วงขยายบริการ จะน้อยในช่วงเริ่มดำเนินโครงการ

บริษัทไทยเทเลโฟนฯ ปรากฏเป็นข่าวอันดับ 4 มีจำนวนข่าว 310 ข่าว จะมีข่าวโดยเฉลี่ยต่อวันได้เท่ากับ 0.59 ข่าวต่อวัน และปรากฏเป็นข่าวในช่วงขยายบริการมากที่สุด รองลงมาเป็นช่วงดำเนินโครงการ และจะน้อยในช่วงเริ่มดำเนินโครงการ

ส่วนที่ 2

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ในประเด็นทั้ง 8 ประเด็นของโครงการโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมายในรูปของความถี่ของข่าวและปริมาณเนื้อหาการนำเสนอ และในรูปของข่าว บทความ โดยจำแนกตามหนังสือพิมพ์ จำแนกตามองค์กร

จากการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์จำนวน 12 ฉบับที่เสนอข่าวในโครงการโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย พบว่า มีจำนวนข่าวทั้งหมด 2,162 ข่าว มีปริมาณเนื้อหาทั้งหมด 59,935 คอลัมน์ นิ้ว เสนอในรูปข่าว 1,785 ข่าว บทความ 377 บทความ มีปริมาณเนื้อหาในรูปข่าว 49,010 คอลัมน์ นิ้ว บทความ 10,925 คอลัมน์ นิ้ว เมื่อแบ่งหนังสือพิมพ์ออกเป็น 2 ประเภท พบว่า หนังสือพิมพ์ทั่วไป เสนอข่าวโครงการทั้งหมด 1,287 ข่าว ปริมาณเนื้อหา 27,116 คอลัมน์ นิ้ว เสนอในรูปข่าว 1,039 ข่าว บทความ 248 บทความ ปริมาณเนื้อหาข่าว 21,701 คอลัมน์ นิ้ว บทความ 5,415 คอลัมน์ นิ้ว หนังสือพิมพ์ธุรกิจ เสนอข่าวโครงการทั้งหมด 875 ข่าว มีปริมาณเนื้อหา 32,819 คอลัมน์ นิ้ว เสนอในรูปข่าว 746 ข่าว บทความ 129 บทความ ปริมาณเนื้อหาข่าว 27,309 คอลัมน์ นิ้ว บทความ 5,510 คอลัมน์ นิ้ว

การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์จำนวน 12 ฉบับ

หนังสือพิมพ์จำนวน 12 ฉบับ ที่เสนอข่าวโครงการโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะให้ความสำคัญข่าวของโครงการฯ มากน้อยแตกต่างกันไป ทั้งในรูปข่าว และบทความ ในด้านความถี่การเสนอข่าว หนังสือพิมพ์สยามโพสต์ มีความถี่การเสนอข่าวมากที่สุด รองลงมาหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ อันดับ 3 หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ อันดับ 4 หนังสือพิมพ์มติชน อันดับ 5 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ อันดับ 6 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ อันดับ 7 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ อันดับ 8 หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ อันดับ 9 หนังสือพิมพ์สยามรัฐ อันดับ 10 หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ อันดับ 11 หนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น อันดับ 12 หนังสือพิมพ์คู่แข่ง

ด้านปริมาณเนื้อหาการนำเสนอ หนังสือพิมพ์สยามโพสต์ มีปริมาณเนื้อหามากที่สุด รองลงมา หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ อันดับ 3 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ อันดับ 4 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ อันดับ 5 หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ อันดับ 6 หนังสือพิมพ์มติชน อันดับ 7 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ อันดับ 8 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ อันดับ 9 หนังสือพิมพ์คู่แข่ง อันดับ 10 หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น อันดับ 11 หนังสือพิมพ์สยามรัฐ อันดับ 12 หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

เมื่อแบ่งหนังสือพิมพ์ออกเป็น 2 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ พบว่า หนังสือพิมพ์ทั่วไปมีจำนวนข่าวมากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในด้านปริมาณเนื้อหาการนำเสนอหนังสือพิมพ์ธุรกิจจะมีปริมาณเนื้อหามากกว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไป ทั้ง ๆ ที่มีความถี่น้อยกว่า

รูปแบบการเสนอข่าว หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีความถี่ในการเสนอข่าวและบทความมากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในด้านปริมาณเนื้อหา หนังสือพิมพ์ธุรกิจมีปริมาณเนื้อหาในรูปของข่าวและบทความมากกว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไป

ประเด็นทั้ง 8 ในโครงการโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย

ในประเด็นข่าวทั้ง 8 ประเด็น พบว่า ในแต่ละประเด็นจะมีความถี่ไม่เท่ากัน เรียงตามลำดับความสำคัญมากน้อยได้ดังนี้ ประเด็นโครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย มีความถี่การเสนอข่าวมากที่สุด รองลงมา การขยายบริการ อันดับ 3 ความคืบหน้าโครงการ อันดับ 4 ความล่าช้าการดำเนินงาน อันดับ 5 หุ่นบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ อันดับ 6 เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน อันดับ 7 การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน อันดับ 8 การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม

ในด้านปริมาณเนื้อหาของแต่ละประเด็นพบว่า ส่วนใหญ่จะมีความสัมพันธ์กันกับความถี่ คือประเด็นที่มีความถี่มากปริมาณเนื้อหาจะมากไปด้วย ยกเว้นประเด็น อันดับที่ 4 ความล่าช้าการดำเนินงาน กับอันดับที่ 5 หุ่นบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ จะมีปริมาณเนื้อหามากต่างกับความถี่

การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ในประเด็นทั้ง 8 ที่มีต่อองค์กรทั้ง 4

ในด้านการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ 12 ฉบับในประเด็นทั้ง 8 ที่มีต่อองค์กรทั้ง 4 พบว่า ความถี่ของการปรากฏเป็นข่าวของแต่ละองค์กร ในแต่ละประเด็นจะมีความแตกต่างกัน บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ ปรากฏเป็นข่าวมากที่สุด รองลงมาองค์กรโทรศัพท์ฯ อันดับ 3 กระทรวงคมนาคม อันดับ 4 บริษัทไทยเทเลโฟนฯ โดยเรียงตามลำดับมากน้อยของประเด็นได้ดังนี้

บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ อันดับ 1 ความคืบหน้าโครงการ อันดับ 2 การขยายบริการ อันดับ 3 หุ่นบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ อันดับ 4 ความล่าช้าการดำเนินงาน อันดับ 5 เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน อันดับ 6 โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย อันดับ 7 การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน อันดับ 8 การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม

องค์กรโทรศัพท์ฯ อันดับ 1 การขยายบริการ อันดับ 2 ความคืบหน้าโครงการ อันดับ 3 ความล่าช้าการดำเนินงาน อันดับ 4 โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย อันดับ 5 หุ่นบริษัท

เทเลคอมเอเชียฯ อันดับ 6 เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน อันดับ 7 การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม อันดับ 8 การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน

กระทรวงคมนาคม อันดับ 1 โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย อันดับ 2 การขยายบริการ อันดับ 3 ความคืบหน้าโครงการ อันดับ 4 การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม อันดับ 5 ความล่าช้าการดำเนินงาน อันดับ 6 หุ้นบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ อันดับ 7 เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน อันดับ 8 การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน

บริษัทไทยเทเลโฟนฯ อันดับ 1 ความคืบหน้าโครงการ อันดับ 2 การขยายบริการ อันดับ 3 โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย อันดับ 4 หุ้นบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ อันดับ 5 ความล่าช้าการดำเนินงาน อันดับ 6 การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน อันดับ 7 การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม อันดับ 8 เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน

การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อองค์กรทั้ง 4

ในด้านการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์จำนวน 12 ฉบับ พบว่าจะมีความถี่และปริมาณเนื้อหาการนำเสนอข่าวของแต่ละองค์กรแตกต่างกันไป เมื่อแบ่งเป็นหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจเสนอข่าวองค์กรทั้ง 4 ปรากฏผลดังนี้

หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีความถี่การเสนอข่าวบริษัทเทเลคอมเอเชียฯมากที่สุด อันดับ 2 องค์กรโทรศัพท์ฯ อันดับ 3 กระทรวงคมนาคม อันดับ 4 บริษัทไทยเทเลโฟนฯ ด้านปริมาณเนื้อหาการนำเสนอ องค์กรโทรศัพท์ฯมากที่สุด อันดับ 2 บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ อันดับ 3 กระทรวงคมนาคม อันดับ 4 บริษัทไทยเทเลโฟนฯ

หนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีความถี่การเสนอข่าวบริษัทเทเลคอมเอเชียฯมากที่สุด อันดับ 2 องค์กรโทรศัพท์ฯ อันดับ 3 บริษัทไทยเทเลโฟนฯ อันดับ 4 กระทรวงคมนาคม ด้านปริมาณเนื้อหาการนำเสนอบริษัทเทเลคอมเอเชียฯมากที่สุด อันดับ 2 องค์กรโทรศัพท์ฯ อันดับ 3 กระทรวงคมนาคม อันดับ 4 บริษัทไทยเทเลโฟนฯ

ส่วนที่ 3

เป็นผลการวิเคราะห์ทิศทางทัศนคติที่เกิดขึ้นจากการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ จำนวน 12 ฉบับในโครงการโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย โดยจำแนกตามหนังสือพิมพ์ ตามประเด็น ตามองค์กร และผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ เกี่ยวกับเรื่องโครงการ โทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมายและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ นำมาเปรียบเทียบกันอย่างคร่าว ๆ เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิเคราะห์ (Double Check) ระหว่างผลการวิเคราะห์จากเนื้อหา หนังสือพิมพ์กับผลการสำรวจความคิดเห็นจากประชาชนที่ใช้บริการ ปรากฏผลการวิเคราะห์ดังนี้

จากการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ จำนวน 12 ฉบับ ในโครงการโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย เป็นเวลา 17 เดือน รวบรวมประเด็นข่าวได้ 8 ประเด็น โดยแบ่งการเสนอข่าวของ หนังสือพิมพ์ออกเป็นหนังสือพิมพ์ทั่วไปจำนวน 7 ฉบับ หนังสือพิมพ์ธุรกิจจำนวน 5 ฉบับ มีองค์กรหลักที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ 4 องค์กร ได้แก่ องค์กรโทรศัพท์ฯ บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ บริษัทไทยเทเลโฟนฯ กระทรวงคมนาคม จากการเสนอข่าวโครงการดังกล่าวปรากฏผลที่เกิดขึ้น ดังนี้

ผลการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อโครงการฯ

หนังสือพิมพ์ทั่วไป

พบว่า หนังสือพิมพ์ทั่วไปเสนอข่าวโครงการมากเป็นอันดับ 1 ปรากฏผลการเสนอ ข่าวเชิงบวกมากที่สุด รองลงมาเป็นผลเชิงเป็นกลาง อันดับ 3 เป็นผลเชิงลบ ด้านปริมาณเนื้อหาเป็น อันดับ 2 ปรากฏผลเชิงเป็นกลางมากที่สุด รองลงมาเป็นผลเชิงบวก อันดับ 3 เป็นผลเชิงลบ

หนังสือพิมพ์ธุรกิจ

พบว่า หนังสือพิมพ์ธุรกิจเสนอข่าวโครงการมากเป็นอันดับ 2 ปรากฏผลการเสนอ ข่าวเชิงบวกมากที่สุด รองลงมาเป็นผลเชิงเป็นกลาง อันดับ 3 เป็นผลเชิงลบ ด้านปริมาณเนื้อหาเป็น อันดับ 1 ปรากฏผลเชิงบวกมากที่สุด รองลงมาเป็นผลเชิงเป็นกลาง อันดับ 3 เป็นผลเชิงลบ

ประเด็นทั้ง 8 ประเด็นที่มีผลต่อโครงการฯ

โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย เป็นประเด็นที่มีการนำเสนอมากที่สุด ปรากฏ ผลข่าวเชิงเป็นกลางมากที่สุด รองลงมาเป็นผลเชิงลบ อันดับ 3 เป็นผลเชิงบวก

การขยายบริการ เป็นประเด็นที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 2 ปรากฏผลข่าวเชิงบวกมากที่สุด รองลงมาเป็นผลเชิงเป็นกลาง อันดับ 3 เป็นผลเชิงลบ

ความคืบหน้าโครงการ เป็นประเด็นที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 3 ปรากฏผลข่าวเชิงบวกมากที่สุด รองลงมาเป็นผลเชิงเป็นกลาง อันดับ 3 เป็นผลเชิงลบ

ความล่าช้าการดำเนินงาน เป็นประเด็นที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 4 ปรากฏผลข่าวเชิงลบมากที่สุด รองลงมาเป็นผลเชิงเป็นกลาง อันดับ 3 เป็นผลเชิงบวก

หุ้นบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ เป็นประเด็นที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 5 ปรากฏผลข่าวเชิงบวกมากที่สุด รองลงมาเป็นผลเชิงเป็นกลาง อันดับ 3 เป็นผลเชิงลบ

เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน เป็นประเด็นที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 6 ปรากฏผลข่าวเชิงลบมากที่สุด รองลงมาเป็นผลเชิงเป็นกลาง อันดับ 3 เป็นผลเชิงบวก

การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน เป็นประเด็นที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 7 ปรากฏผลข่าวเชิงบวกมากที่สุด รองลงมาเป็นผลเชิงเป็นกลาง อันดับ 3 เป็นผลเชิงลบ

การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นประเด็นที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 8 ปรากฏผลข่าวเชิงเป็นกลางมากที่สุด รองลงมาเป็นผลเชิงลบ อันดับ 3 เป็นผลเชิงบวก

ผลการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อองค์กรทั้ง 4

หนังสือพิมพ์ทุกประเภทจำนวน 12 ฉบับ

พบว่า บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ มีความถี่การเสนอข่าวอันดับ 1 ปรากฏผลข่าวเชิงบวกมากที่สุด รองลงมาผลเชิงลบ อันดับ 3 ผลเชิงเป็นกลาง ปริมาณเนื้อหาปรากฏผลเชิงบวกมากที่สุด รองลงมาผลเชิงลบ อันดับ 3 ผลเชิงเป็นกลาง

องค์กรโทรศัพท์ฯ มีความถี่การเสนอข่าวอันดับ 2 ปรากฏผลข่าวเชิงบวกมากที่สุด รองลงมาผลเชิงเป็นกลาง อันดับ 3 ผลเชิงลบ ปริมาณเนื้อหาปรากฏผลเชิงบวกมากที่สุด รองลงมาผลเชิงเป็นกลาง อันดับ 3 ผลเชิงลบ

กระทรวงคมนาคม มีความถี่การเสนอข่าวอันดับ 3 ปรากฏผลข่าวเชิงเป็นกลางมากที่สุด รองลงมาผลเชิงลบ อันดับ 3 ผลเชิงเป็นกลาง ปริมาณเนื้อหาปรากฏผลเชิงเป็นกลางมากที่สุด รองลงมาผลเชิงลบ อันดับ 3 ผลเชิงบวก

บริษัทไทยเทเลโฟนฯ มีความถี่การเสนอข่าวมากเป็นอันดับ 4 ปรากฏผลข่าวเชิงบวกมากที่สุด รองลงมาผลเชิงเป็นกลาง อันดับ 3 ผลเชิงลบ ปริมาณเนื้อหาปรากฏผลเชิงบวกมากที่สุด รองลงมาผลเชิงเป็นกลาง อันดับ 3 ผลเชิงลบ

ผลการเสนอประเด็นทั้ง 8 ประเด็นที่มีผลต่อองค์กรทั้ง 4

พบว่า บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ ได้รับการเสนอข่าวทั้ง 8 ประเด็นมากเป็นอันดับ 1 ปรากฏผลข่าวที่เป็นผลเชิงบวกมากที่สุด 4 ประเด็น ได้แก่ การขยายบริการ ความคืบหน้าโครงการ หุ่นบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน ปรากฏผลข่าวที่เป็นผลเชิงลบมากที่สุด 3 ประเด็น ได้แก่ ความล่าช้าการดำเนินงาน เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย ปรากฏผลข่าวที่เป็นผลเชิงเป็นกลางมากที่สุด 1 ประเด็น ได้แก่ การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม

องค์กรโทรศัพท์ฯ ได้รับการเสนอข่าวทั้ง 8 ประเด็นมากเป็นอันดับ 2 ปรากฏผลข่าวที่เป็นผลเชิงบวกมากที่สุด 3 ประเด็น ได้แก่ การขยายบริการ ความคืบหน้าโครงการ การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน ปรากฏผลข่าวที่เป็นผลเชิงลบมากที่สุด 3 ประเด็น ได้แก่ ความล่าช้าการดำเนินงาน เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน หุ่นบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ ปรากฏผลข่าวที่เป็นผลเชิงเป็นกลางมากที่สุด 2 ประเด็น ได้แก่ โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย การรับภาระภาษี มูลค่าเพิ่ม

กระทรวงคมนาคม ได้รับการเสนอข่าวทั้ง 8 ประเด็นมากเป็นอันดับ 3 ปรากฏผลข่าวที่เป็นผลเชิงเป็นกลางมากที่สุด 5 ประเด็น ได้แก่ โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย การขยายบริการ การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม ความล่าช้าการดำเนินงาน หุ่นบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ ปรากฏผลข่าวที่เป็นผลเชิงบวกมากที่สุด 1 ประเด็น ได้แก่ ความคืบหน้าโครงการ ปรากฏผลข่าวที่เป็นผลเชิงลบมากที่สุด 1 ประเด็น ได้แก่ เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน ประเด็นที่ไม่ปรากฏเป็นข่าว ได้แก่ การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน

บริษัทไทยเทเลโฟนฯ ได้รับการเสนอข่าวทั้ง 8 ประเด็นมากเป็นอันดับ 4 ปรากฏผลข่าวที่เป็นผลเชิงบวกมากที่สุด 5 ประเด็น ได้แก่ ความคืบหน้าโครงการ การขยายบริการ หุ่นบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน ปรากฏผลข่าวที่เป็นผลเชิงลบมากที่สุด 3 ประเด็น ได้แก่ ความล่าช้าการดำเนินงาน เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม ปรากฏผลข่าวที่เป็นผลเชิงเป็นกลางมากที่สุด 2 ประเด็น ได้แก่ การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน

หมายเหตุ ในประเด็นการรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่มและเรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน มีคะแนนด้านที่เป็นผลเชิงลบและผลเชิงเป็นกลางเท่ากันทั้ง 2 ประเด็น

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของประชาชน

พบว่า จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ จำนวน 100 คน พบว่าเป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง ส่วนใหญ่มีโทรศัพท์แล้ว 1 เครื่อง และใช้บริการขององค์กรโทรศัพท์มาก ที่สุด

ระดับการรู้จักองค์กร ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รู้จักองค์กรโทรศัพท์ฯ อันดับ 1 รองลงมา บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ อันดับ 3 บริษัทไทยเทเลโฟนฯ อันดับ 4 กระทรวงคมนาคม

การรับทราบข่าวสารจากองค์กร องค์กรโทรศัพท์ฯ ผู้ใช้บริการรับทราบจากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาหนังสือพิมพ์ อันดับ 3 เพื่อนร่วมงาน บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ ผู้ใช้บริการรับทราบจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาโทรทัศน์ อันดับ 3 เพื่อนร่วมงาน บริษัทไทยเทเลโฟนฯ ผู้ใช้บริการรับทราบจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาโทรทัศน์ อันดับ 3 จากเพื่อนร่วมงาน กระทรวงคมนาคม ผู้ใช้บริการรับทราบจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาโทรทัศน์ อันดับ 3 เพื่อนร่วมงาน

ระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อองค์กร พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรโทรศัพท์ฯมากที่สุด รองลงมาบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ อันดับ 3 กระทรวงคมนาคม อันดับ 4 บริษัทไทยเทเลโฟนฯ

ระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรในด้านคุณสมบัติเด่น 10 ข้อ พบว่า องค์กรโทรศัพท์ฯ มีคุณสมบัติเด่นมากที่สุด รองลงมาบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ อันดับ 3 บริษัทไทยเทเลโฟนฯ อันดับ 4 กระทรวงคมนาคม

ระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อประเด็นทั้ง 8 ประเด็นในโครงการโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย พบว่า ประเด็นส่วนใหญ่ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติเชิงบวกมากกว่าเชิงลบ โดยมีประเด็นเชิงบวก 6 ประเด็น ประเด็นเชิงลบ 2 ประเด็น ประเด็นเชิงบวก 6 ประเด็น ตั้งแต่มากไปหาน้อย ได้แก่ 1. ประเด็นการขยายบริการ 2. การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน 3. ความคืบหน้าโครงการ 4. โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย 5. หุ่นบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ 6. การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม ประเด็นเชิงลบ 2 ประเด็น จากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1. ความล่าช้าการดำเนินงาน 2. เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยโดยการศึกษาเนื้อหาการเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ในโครงการโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย และจากการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนทั่วไปที่ใช้บริการโทรศัพท์ นำมาวิเคราะห์เกี่ยวกับการเกิดภาพลักษณ์องค์กร ที่เสนอโดยหนังสือพิมพ์จำนวน 12 ฉบับ จากผลสรุปการวิจัยดังกล่าวข้างต้นสามารถอภิปรายผลการวิจัยเป็น 3 ส่วน ในประเด็นสำคัญ ๆ ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ภาพรวมการเสนอข่าวโครงการโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย

จากการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์จำนวน 12 ฉบับ นำเสนอข่าวโครงการฯ ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2536 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2537 มีจำนวนข่าวทั้งหมด 2,162 ข่าว โดยเฉลี่ยแล้ว 4.23 ข่าวต่อวัน โดยแบ่งการเสนอข่าวเป็น 3 ช่วงเวลา ช่วงที่ 1 เริ่มดำเนินโครงการ ช่วงที่ 2 ดำเนินโครงการ ช่วงที่ 3 ขยายบริการ การปรากฏเป็นข่าวในแต่ละช่วงเวลามากน้อยแตกต่างกันไป ในช่วงที่ 1 เริ่มดำเนินโครงการ ตั้งแต่เดือนสิงหาคมจนถึงธันวาคม 2536 การปรากฏเป็นข่าวในช่วงเวลานี้ค่อนข้างน้อยมีจำนวน 442 ข่าวคิดเป็น 20.44% ของข่าวทั้งหมด และจะปรากฏเป็นข่าวเพิ่มมากขึ้น ในช่วงที่ 2 ช่วงดำเนินโครงการตั้งแต่เดือนมกราคมจนถึงเดือนมิถุนายน 2537 มีข่าวจำนวน 798 ข่าว คิดเป็น 36.91% ช่วงที่ 3 ขยายบริการ ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม จนถึงเดือนธันวาคม 2537 ช่วงนี้จะปรากฏเป็นข่าวมากที่สุดจำนวน 922 ข่าวคิดเป็น 42.44 %

การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ในโครงการติดตั้งโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมายในแต่ละช่วงเวลา มีข่าวโดยเฉลี่ยต่อวัน 4.23 ข่าว การเสนอข่าวเป็นภาระหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ ตามที่ Duane Bradley (1971 : 18-25) อ้างใน สรสิทธิ์ ชันสุวรรณ, 2529 : 13-16 ได้กล่าวว่าการเสนอข่าวเป็นภาระหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องกับข้อเท็จจริงอย่างครบถ้วนและทันต่อเหตุการณ์ที่ผู้อ่านต้องการทราบได้อย่างรวดเร็ว โดยการเสนอข่าวสารที่กำลังเป็นปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของสาธารณชน โดยภาระหน้าที่หมายถึง หนังสือพิมพ์จะต้องให้การชี้แนะแนวทางหรืออธิบายข้อความของข่าวมาเป็นวิพากษ์วิจารณ์ให้ความคิดเห็นติติงและเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาในรูปของบทความ รูปของกระบวนข่าว โดยมีการอธิบายทั้งเบื้องหน้าเบื้องหลังของเหตุการณ์ พร้อมทั้งชี้ให้เห็นถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากปัญหาดังกล่าว

นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังทำหน้าที่รายงานข่าวที่เป็นสาธารณะ โดยการรายงานข่าวของโครงการฯ ให้รัฐบาลรับทราบเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เจ้าหน้าที่รัฐได้ปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์

สูงสุดของประชาชนด้วย เนื่องจากโครงการนี้มีความผูกพันกับประชาชนทั่วประเทศ ที่จะทำให้ การติดต่อสื่อสารด้วยระบบโทรศัพท์เป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว และเพียงพอมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังช่วยลดการเดินทางไปมาหาสู่กัน ช่วยลดปัญหาการจราจร เป็นการประหยัดเวลาและ พลังงาน และสามารถให้บริการเสริมจากโครงการได้อีกด้วยเช่น เคเบิลทีวี คอมพิวเตอร์ fax, internet, ISDN. และอื่น ๆ บริการหลักและการบริการเสริมเหล่านี้ ล้วนเกี่ยวข้องกับการดำเนิน ชีวิตของประชาชนอย่างมาก จึงได้รับความสนใจจากสื่อมวลชน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ โดย สังเกตได้จากภาพรวมการเสนอข่าวโครงการในช่วงเวลา 17 เดือน มีข่าวทั้งหมด 2,162 ข่าว เฉลี่ย การเสนอข่าวต่อวันได้ 4.23 ข่าว (ตารางที่ 1)

การปรากฏเป็นข่าวในแต่ละช่วงเวลาของแต่ละองค์การจะมีความแตกต่างกันไป ในช่วงเริ่มดำเนินโครงการมีการปรากฏเป็นข่าวน้อย เนื่องจากผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานยังมี น้อยอยู่ ประเด็นข่าวที่น่าสนใจจึงมีน้อย เมื่อโครงการเริ่มดำเนินงานมากขึ้น ผลงานย่อมปรากฏ มากขึ้น ทั้งในด้านปัญหาอุปสรรคและผลการดำเนินงานจึงมีประเด็นข่าวเพิ่มมากขึ้น ในช่วงขยาย บริการจะมีข่าวมากที่สุด เนื่องจากเป็นช่วงที่มีการขอแก้ไขสัญญาเพื่อทำบริการเสริมและบริการ ใหม่ต่อเนื่องจากโครงการ รวมทั้งผลการดำเนินงานปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น จึงอาจมีความขัดแย้ง ในการดำเนินงาน เนื่องจากมีหลายองค์การเกี่ยวข้อง การเสนอข่าวจึงมากที่สุดกว่าทุกช่วงเวลา

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวโครงการฯ

ข่าวโครงการที่เสนอโดยหนังสือพิมพ์ทั้ง 12 ฉบับ พบว่า หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับมี ความถี่และปริมาณเนื้อหาการเสนอข่าวแตกต่างกันไป โดยหนังสือพิมพ์สยามโพสต์มีความถี่และ ปริมาณเนื้อหามากที่สุด หนังสือพิมพ์คู่แข่งจะมีความถี่และปริมาณเนื้อหาน้อยกว่าฉบับอื่น การ เสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ที่มีความแตกต่างกัน เพราะเป็นไปตามนโยบายของหนังสือพิมพ์แต่ละ ฉบับที่จะให้ความสำคัญกับข่าวโครงการมากน้อยเพียงใด ดังที่ ยงยุทธ รัชชาติ (2530 : 5-7 อ้าง ใน คุณากร เพชรคง 2533 : 23-24) ได้กล่าวสรุปว่า เหตุการณ์หนึ่งอาจเป็นข่าวใหญ่ของ หนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่ง แต่เหตุการณ์เดียวกันอาจไม่เป็นข่าวของหนังสือพิมพ์อีกฉบับหนึ่งใน สังคมเดียวกันได้ ขึ้นอยู่กับนโยบายและประเภทของหนังสือพิมพ์ ในที่นี้จะเห็นได้ว่า หนังสือพิมพ์สยามโพสต์ ให้ความสำคัญลงข่าวโครงการสูงสุด ในด้านปริมาณเนื้อหาการนำ เสนออีกเช่นเดียวกัน หนังสือพิมพ์ที่มีความถี่การเสนอข่าวสูง แต่ปริมาณเนื้อหาอาจจะน้อยกว่า ฉบับอื่นก็ได้ ในทางกลับกันหนังสือพิมพ์ที่มีความถี่การเสนอข่าวต่ำกว่า แต่ปริมาณเนื้อหาอาจจะ สูงกว่าจึงขึ้นอยู่กับนโยบายของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับและประเภทของหนังสือพิมพ์ด้วย ดังจะ เห็นได้จากตารางแบ่งหนังสือพิมพ์ออกเป็น 2 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์

เห็นได้จากการแบ่งหนังสือพิมพ์ออกเป็น 2 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ หนังสือพิมพ์ทั่วไปจะมีความถี่การเสนอข่าวมากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ แต่เมื่อเทียบกับปริมาณเนื้อหาแล้วพบว่า หนังสือพิมพ์ธุรกิจมีปริมาณเนื้อหามากกว่าทั้งที่ความถี่น้อยกว่า จึงแสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ทั่วไปมีความถี่การเสนอข่าวมาก แต่รายละเอียดของเนื้อหาจะมีน้อย ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจมีความถี่การเสนอข่าวน้อยกว่าแต่รายละเอียดของเนื้อหาจะมีมากกว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไป

การแบ่งประเภทข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์

การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะจัดแบ่งประเภทของข่าวเป็นหลายประเภท เช่น ข่าวทั่วไป ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง เป็นต้น ในส่วนข่าวโครงการฯ หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จะเสนอในส่วนของข่าวเศรษฐกิจ ธุรกิจ และการตลาด บางครั้งก็พาดหัวข่าวในหน้า 1 ด้วย จากหนังสือพิมพ์จำนวน 12 ฉบับ พบว่า

หนังสือพิมพ์ทั่วไป

หนังสือพิมพ์สยามโพสต์	เสนอข่าวอยู่ในหน้า 17,18 มากที่สุด ในหน้า 1 มี 10 ข่าว
หนังสือพิมพ์มติชน	เสนอข่าวอยู่ในหน้า 6,7,9,17 มากที่สุด ในหน้า 1 มี 8 ข่าว
หนังสือพิมพ์เดลินิวส์	เสนอข่าวอยู่ในหน้า 9,32 มากที่สุด ในหน้า 1 ไม่มี
หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	เสนอข่าวอยู่ในหน้า 7 มากที่สุด ในหน้า 1 ไม่มี
หนังสือพิมพ์สยามรัฐ	เสนอข่าวอยู่ในหน้า 8,9 มากที่สุด ในหน้า 1 มี 1 ข่าว
หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์	เสนอข่าวอยู่ในหน้า 19 มากที่สุด ในหน้า 1 มี 7 ข่าว
หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น	เสนอข่าวอยู่ในหน้า B ₁ ,B ₂ มากที่สุด ในหน้า 1 มี 1 ข่าว

หนังสือพิมพ์ธุรกิจ

หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ	เสนอข่าวอยู่ในหน้า 1,10 มากที่สุด ในหน้า 1 มี 64 ข่าว
หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ	เสนอข่าวอยู่ในหน้า 1,36 มากที่สุด ในหน้า 1 มี 47 ข่าว
หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ	เสนอข่าวอยู่ในหน้า 1,53,54,65 มากที่สุดในหน้า 1 มี 20ข่าว
หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ	เสนอข่าวอยู่ในหน้า มากที่สุด ในหน้า 1 มี 8 ข่าว
หนังสือพิมพ์คู่แข่ง	เสนอข่าวอยู่ในหน้า 17 มากที่สุด ในหน้า 1 มี 2 ข่าว

การปรากฏเป็นข่าวในส่วนต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์จะสังเกตได้ว่า หนังสือพิมพ์ธุรกิจจะให้ความสำคัญของข่าวโครงการฯมาก โดยลงข่าวในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์ที่นอกเหนือจากหน้าเศรษฐกิจประจำ และให้รายละเอียดของข่าวมากกว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไปที่ส่วนใหญ่จะวางตำแหน่งข่าวโครงการฯไว้ในหน้าข่าวเศรษฐกิจ เพราะข่าวโครงการฯเกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจของประเทศค่อนข้างมาก เนื่องจากมีมูลค่าการลงทุนสูง และเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันของคนทั่วไป และการพัฒนาประเทศ ข่าวเศรษฐกิจได้มีการจัดประเภทของข่าวอยู่ในประเภทข่าวหนัก (hard news) ดังที่ มาลี บุญศิริพันธ์ 2534 : 27 ได้กล่าวว่าข่าวหนักเป็นข่าวที่มีผลกระทบกระเทือนต่อความเป็นอยู่ของประชาชนมากกว่าองค์ประกอบที่น่าสนใจอย่างเดียว โดยข่าวเศรษฐกิจเมื่อเกิดขึ้นจะโยงไปปัจจัยอื่นอีกมาก เช่นผลกระทบมาจากสภาวะทางการเมืองสะท้อนถึงความเป็นอยู่ ค่าครองชีพของประชาชน ในกรณีนี้ มีการนำปัญหาบางอย่างให้ผู้อ่านหรือผู้เกี่ยวข้องนำไปแก้ไขต่อไป มิได้หยุดอยู่ที่การรายงานข่าวเท่านั้น โดยข่าวประเภทนี้ก่อให้เกิดความคิดต่อเนื่องแก่ผู้อ่านมากกว่าจะเป็นเพียงสนองอารมณ์ ความอยากรู้อยากเห็นเพียงอย่างเดียว

หนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวโครงการฯจำนวน 12 ฉบับ ในการวิจัยได้กำหนดตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2536 ถึง 31 ธันวาคม 2537 เป็นระยะเวลา 17 เดือน มีความถี่การเสนอข่าวทั้งหมด 2,162 ข่าว มีปริมาณเนื้อหา 59,935 คอลัมน์นี้เสนอในรูปแบบของข่าว 1,785 ข่าว บทความ 377 บทความ เฉลี่ยการเสนอข่าวได้ 4.23 ข่าวต่อวัน มีปริมาณเนื้อหา 117.5 คอลัมน์นี้ต่อวัน

การที่หนังสือพิมพ์เสนอข่าวโครงการฯทั้งในรูปแบบของข่าวและบทความอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลายาวนาน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญ ของข่าวโครงการฯเป็นอย่างมาก ดังที่ มาลี บุญศิริพันธ์ 2534 : 19-20 ได้กล่าวถึงความสำคัญของข่าว (significance) โดยได้ติดตามรายงานข่าวอย่างใกล้ชิดทั้งข่าวประจำวันและบทความต่าง ๆ ข่าวโครงการฯเป็นข่าวที่มีความสำคัญในตนเอง การดำเนินโครงการเมื่อมีผลสำเร็จจะกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ช่วยอำนวยความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารทั้งเรื่องธุรกิจและเรื่องส่วนตัว ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ประหยัดพลังงานและเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้ทัดเทียมประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากนี้ยังเป็นส่วนหนึ่งในการเชิญชวนให้มาลงทุนในประเทศ เพราะโทรศัพท์ก็เป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมในการพัฒนาประเทศ

ความน่าสนใจ (interest) ในระหว่างการดำเนินโครงการจะมีทั้งผลการดำเนินงาน และปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ เกิดขึ้น จึงเป็นที่สนใจของสื่อมวลชน ประชาชน นักธุรกิจ และ

ความรวดเร็ว (immedecy) ความรวดเร็วในการเสนอข่าวโครงการฯ หนังสือพิมพ์ได้แข่งขันกันในความฉับไวของการเสนอข่าว สังกัดได้จากจำนวนหนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวโครงการมีจำนวน 12 ฉบับ มีข่าวมากน้อยใกล้เคียงกันและแตกต่างกันไป (ตารางที่ 51) ทั้งความถี่การเสนอข่าวและปริมาณเนื้อหาการนำเสนอ และตำแหน่งหน้าในการเสนอข่าว

ความขัดแย้ง (conflict) โครงการนี้เป็นสาธารณูปโภคที่อำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารให้กับประชาชน มีองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการฯ หลายองค์กร เจ้าของสัมปทาน คือ องค์กรโทรศัพท์ฯ คู่สัญญา คือ บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ บริษัทไทยเทเลโฟนฯ ผู้ควบคุมนโยบาย คือ กระทรวงคมนาคม และองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกหลายองค์กร ในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับหลายองค์กรอาจมีปัญหาอุปสรรค จากความคิดเห็นไม่ตรงกัน ผลประโยชน์ขัดกัน เช่น กรณีการติดตั้งโทรศัพท์ล่าช้า การขุดถนน การร้องเรียนเรื่องการบริการ การบริการไม่เป็นที่ประทับใจของประชาชน การขอแก้ไขสัญญาเพื่อทำบริการเสริมจากโครงการ และขยายเลขหมายโทรศัพท์เพิ่มขึ้นไปอีก ในกรณีโครงการติดตั้งโทรศัพท์เพิ่มเติมอีก 1.1 เลขหมาย ซึ่งการแก้ไขสัญญาเป็นเรื่องละเอียดอ่อนมีขั้นตอนมากและเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ กรณีเหล่านี้ล้วนก่อให้เกิดปัญหาอุปสรรคและความขัดแย้งได้ จึงเป็นประเด็นให้หนังสือพิมพ์สนใจติดตามรายงานข่าวสู่ประชาชน

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เยาวดา ตฤณานนท์ ได้ทำการวิจัยเรื่องทำทิจของสื่อมวลชนต่อโครงการก่อสร้างเขื่อนพลังน้ำของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนมีนโยบายมุ่งเน้นข่าวตามประเด็นที่ประชาชนสนใจ โดยพิจารณาคุณค่าของข่าวในแง่ความขัดแย้ง ซึ่งเป็นข่าวเชิงลบเป็นสำคัญ โดยเสนอแบบเร้าอารมณ์ เพื่อเพิ่มจุดขายให้เด่นและดึงดูดความสนใจ ทั้งในรูปของข่าวและบทความต่าง ๆ

ความก้าวหน้า (progressiveness) ความคืบหน้าโครงการ ก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่หนังสือพิมพ์ให้ความสนใจ ด้วยโครงการนี้ได้นำเอาเทคโนโลยีใหม่ทันสมัยมาใช้ด้วยมูลค่าการลงทุนสูง เช่น การติดตั้งชุมสายโทรศัพท์ระบบใหม่ กระจายชุมสายหลักและชุมสายย่อยไปตามชุมชนต่าง ๆ เป็นการลดขั้นตอนในการเดินสายเคเบิลและเข้าถึงชุมชนได้มากกว่า การวางโครงข่ายเคเบิลเพื่อให้เพียงพอและรองรับกับอนาคตที่จะขยายโทรศัพท์เพิ่มเติม การเปิดบริการขอโทรศัพท์เคลื่อนที่ การให้บริการติดตั้งโทรศัพท์อย่างรวดเร็ว การให้บริการเสริมจากโครงข่ายโทรศัพท์ และการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ผลการดำเนินงานขององค์กรในรูปแบบต่าง ๆ ผลจากการดำเนินงานด้วยเทคโนโลยีทันสมัย การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์ตามไปด้วยและองค์กรก็ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนเร็วขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้

ประชาชนจะได้รับการติดตั้งโทรศัพท์เร็วขึ้นแล้ว ยังเป็นการช่วยลดการขาดแคลนโทรศัพท์ เป็นการลดปัญหาความยากจน เป็นการประหยัดพลังงาน และยังเป็นสิ่งจูงใจในการมาลงทุนทำธุรกิจในประเทศมากขึ้นด้วย ผลจากความก้าวหน้าในโครงการฯย่อมส่งผลดีให้กับโครงการ องค์กรที่เกี่ยวข้อง และประชาชนโดยรวมทั้งประเทศด้วย

จากองค์ประกอบของข่าวที่สำคัญดังที่กล่าวมานี้ ทำให้ข่าวโครงการได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วไปและสื่อมวลชนจึงมีการรายงานข่าวความเคลื่อนไหวโครงการให้ประชาชนได้รับทราบอย่างต่อเนื่อง ทั้งในรูปของข่าวและบทความ

ส่วนที่ 3 ผลที่เกิดขึ้นจากการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์

จากการที่หนังสือพิมพ์ได้เสนอข่าวโครงการติดตั้งโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2536 ถึงธันวาคม 2537 เป็นเวลา 17 เดือน มีความถี่การเสนอข่าวทั้งหมด 2,162 ข่าว มีปริมาณเนื้อหา 59,935 คอลัมน์นี้ โดยเฉลี่ยการเสนอข่าวต่อวันเท่ากับ 4.23 ข่าวต่อวัน

การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์อย่างต่อเนื่องและเสนอเป็นจำนวนมากย่อมส่งผลต่อการดำเนินโครงการฯและองค์กรที่เกี่ยวข้อง อย่างหลีกเลี่ยงมิได้ เพราะสื่อมวลชนโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ เมื่อเสนอข่าวในประเด็นใดประเด็นหนึ่งอย่างต่อเนื่องแล้วย่อมมีอิทธิพลต่อผู้อ่านไม่มากก็น้อย ตามที่ ธีรภัทร เสรีรังสรรค์ 2531 : 377 ได้กล่าวถึงผลกระทบของอิทธิพลสื่อสิ่งพิมพ์ว่า หนังสือพิมพ์รายวันจะมีอิทธิพลต่อประชาชนผู้อ่านมากเนื่องจากมีระยะเวลาออกจำหน่ายเป็นประจำทุกวัน และเป็นไปอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ดังนั้นหนังสือพิมพ์จึงเข้าถึงกลุ่มผู้อ่านได้อย่างกว้างขวางกว่า หนังสือพิมพ์ยังเป็นการสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนในระดับบุคคล นักวิจัยสื่อสารมวลชนได้สำรวจความคิดเห็นของผู้อ่านว่า เขามีความรู้สึกอย่างไรบ้างถ้าไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน คำตอบส่วนใหญ่สรุปว่า การไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์ ไม่เพียงแต่ขาดการอ่านเท่านั้นแต่ยังเป็นการขาดเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจและประกอบธุรกิจประจำวันอีกด้วย

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พ.ต.ต. หญิง ศิริวรรณ อนันต์โท ได้วิจัยเรื่องการเก็บข่าวเหตุการณ์อัศจรรย์ของกรมตำรวจ เน้นสื่อมวลชนระหว่าง พ.ศ. 2533-2534 ผลการวิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์มีการติดตามข่าวอัศจรรย์ของกรมตำรวจมากกว่าสื่ออื่นเพราะสื่อวิทยุโทรทัศน์มีข้อจำกัดเรื่องเวลา หนังสือพิมพ์มีการติดตามข่าวอย่างต่อเนื่อง พร้อมบทวิจารณ์เป็นระยะเวลาติดต่อกันนานนับเดือนทีเดียว จึงสรุปได้ว่าหนังสือพิมพ์สามารถติดตามข่าวและประมวลเหตุผลต่าง ๆ เพื่อโน้มน้าวความเชื่อถือและทัศนคติของประชาชนได้อย่างจริงจังและยาวนานกว่า

จากการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ นอกเหนือจากการเสนอข่าวปกติธรรมดาที่ต้องมีองค์ประกอบของข่าวแล้ว การนำเสนอข่าวในเชิงลบยังจัดว่าเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวและประเมินคุณค่าข่าวอีกด้วย ตามที่ Jack B. Haskins & M. Mark Miller 1984 : 184 ได้กล่าวถึงข่าวเชิงลบและเชิงบวกว่า

1. ข่าวเชิงลบ (negative news) หมายถึง เรื่องราวที่มีเนื้อหาข่าวโดยที่เนื้อหาของข่าวมีความเป็นลบ หรือเรื่องราวในด้านร้าย หรือเรื่องราวที่ทำให้ความรู้สึกที่ไม่ดีต่อเหตุการณ์ สถานที่ บุคคล ความไม่น่าชื่นชม หรือความเสียหายของข่าวสาร
2. ข่าวเชิงบวก (positive news) หมายถึง ข่าวลักษณะอื่น ๆ ที่ไม่ได้เน้นเรื่องราวในเชิงลบหรือเรื่องราวในด้านร้าย แต่จะเป็นข่าวที่มีเนื้อหาสาระในด้านบวก หรือเป็นเรื่องที่ทำให้ความรู้สึกที่ดีต่อเหตุการณ์ที่เป็นข่าว รวมทั้งสถานที่และบุคคลในข่าวนั้นด้วย

Gultung & Ruge (อ้างใน Robert H. Bohle 1987 : 790) ได้เสนอความเป็นลบของข่าว อาจเป็นการคาดการณ์ที่มีนัยสำคัญของการคัดเลือกข่าว โดยนักข่าว หัวหน้าข่าว บรรณาธิการข่าว ผลกระทบที่เป็นปัจจัยอันตรายของข่าวที่เป็นลบ คือเนื้อหาในเชิงลบที่มีอยู่ในข่าว สามารถทำให้จิตใจของผู้อ่านเกิดภาพพจน์ที่ไม่ดีกับหนังสือพิมพ์และชุมชนได้

จากการเสนอข่าวโครงการติดตั้งโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย หนังสือพิมพ์ได้ติดตามความเคลื่อนไหวของโครงการอย่างต่อเนื่องและจำนวนมาก แสดงให้เห็นถึงความสำคัญการเสนอข่าวของหน้าหนังสือพิมพ์ที่มีต่อโครงการ เนื่องจากโครงการนี้เป็นโครงการที่มีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน และต่อเศรษฐกิจของประเทศ เพราะมีมูลค่าการลงทุนนับแสนล้านบาท เนื่องด้วยโครงการนี้องค์กรโทรศัพท์ฯ เป็นเจ้าของสัมปทาน แต่การดำเนินงานเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน เช่น การตัดสินใจในด้านนโยบายขึ้นอยู่กับกระทรวงคมนาคม และคณะกรรมการในด้านการบริหารงานและการดำเนินงานขึ้นอยู่กับผู้บริหารองค์กรโทรศัพท์ฯ คณะกรรมการองค์กรโทรศัพท์และพนักงาน โครงการนี้ยังเกี่ยวข้องกับสภาพพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงการคลัง และผู้รับสัมปทานติดตั้งโทรศัพท์อีก 2 บริษัท คือบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ บริษัทไทยเทเลโฟนฯ และหน่วยงานอื่น ๆ อีก

การดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องด้วยหลายหน่วยงาน จากการปรากฏเป็นข่าว มีทั้งที่ความคิดเห็นตรงกันและขัดแย้งกัน นอกจากนี้ โครงการดังกล่าวบริษัทผู้รับสัมปทาน 2 บริษัทยังขอแก้ไขสัญญากับองค์กรโทรศัพท์ฯ เพื่อทำบริการเสริมในโครงการและนอกเหนือจากโครงการต่อไปอีก เนื่องจากแผนแม่บทขององค์กรโทรศัพท์ฯ มีโครงการขยายโทรศัพท์อีก 1.1 ล้าน 6 ล้านเลขหมายทั่วประเทศ เพื่อให้โทรศัพท์เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน และต่อการ

พัฒนาประเทศ จากข่าวการดำเนินโครงการทั้งที่มีความเห็นตรงกันและขัดแย้งกันเป็นจำนวนมาก ข้อมส่งผลต่อโครงการทั้งในด้านการดำเนินโครงการ ภาพลักษณ์ขององค์กรที่เกี่ยวข้อง ทั้งในทางบวกและทางลบได้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร 2537 : 77-79 ที่ได้ให้คำจำกัดความของภาพลักษณ์ว่า คือภาพที่เกิดขึ้นในใจกัน เนื่องมาจากการประทับใจและเกิดความทรงจำ ทั้งทางบวกและทางลบในตัวสาร โดยได้มีการสะสมและพัฒนาปรับเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ที่ได้พบเห็น หรือไปมีส่วนร่วม โดยภาพลักษณ์สามารถเกิดขึ้นได้ 2 วิธี

1. เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ ปราศจากการปรุงแต่ง ภาพขององค์กรหนึ่งจะเป็นเช่นไรก็ได้ตามที่บุคคลนั้นไปพบเห็น ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์ที่ดี และเลวได้แล้วแต่ประสบการณ์

2. เกิดจากการปรุงแต่ง โดยที่มีความพยายามที่จะให้องค์กรมีพฤติกรรมที่ดี เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี หรือถ้าเกิดเหตุการณ์ไม่ดี ก็จะสร้างเหตุการณ์บางอย่างมาลบล้างและสอดคล้องกับคำกล่าวของ สมควร กวียะ 2536 : 5 ได้ให้คำจำกัดความของภาพลักษณ์องค์กรว่า คือผลของการรับรู้เกี่ยวกับองค์กร มีความสลับซับซ้อนคลุมเครือ และเป็นนามธรรมมากกว่าภาพลักษณ์ของบุคคลหรือวัตถุ ภาพลักษณ์องค์กรมักจะเอนเอียงไปในทางลบมากกว่าทางบวก เพราะเกี่ยวข้องกับจิตวิทยาของมนุษย์จำนวนมาก โดยเฉพาะจิตวิทยามวลชน ภาพลักษณ์อาจเป็นไปในทางลบได้ทั้ง ๆ ที่องค์กรไม่มีเจตนาที่จะเสริมสร้างขึ้นมาอย่างนั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ

- 2.1. พฤติกรรมขององค์กร ไปใช้ในทางลบจริง ๆ ไม่สามารถควบคุมหรือปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ในเวลาอันสมควร
- 2.2. พฤติกรรมขององค์กรอาจดี แต่ข่าวสารที่ออกไปบางอย่าง อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ก่อให้เกิดข่าวลือ ข่าวร้ายที่ไม่เป็นความจริง
- 2.3. พฤติกรรมขององค์กรดี แต่ไม่เป็นไปตามที่ประชาชนคาดหมาย
- 2.4 . พฤติกรรมขององค์กรดี แต่อาจมีคู่แข่งที่ไม่ปรารถนาดีคอยปล่อยข่าวหรือให้ข่าวในทางกลั่นแกล้ง
- 2.5. สื่อมวลชนประสงค์จะได้ข่าวจากองค์กร แต่องค์กรไม่ให้ข่าว สื่อมวลชนอาจใช้วิธีลงข่าวเพื่อหวังที่จะให้มีการแถลงข่าวหรือแก้ข่าว

จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าภาพลักษณ์องค์กร อันเกิดขึ้นจากข่าวสารที่ปรากฏขึ้นต่อองค์กร อาจเกิดได้ทั้งในทางบวกและทางลบต่อองค์กร การเสนอข่าวสารของสื่อมวลชน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์มีการปรากฏข่าวสารได้ยาวนานกว่า และมุ่งเน้นติดตามประเด็นอย่างต่อเนื่อง โดยเสนอในหลายรูปแบบ ทั้งในรูปของข่าวและบทความต่าง ๆ โดยเฉพาะการเสนอข่าวในโครงการติดตั้งโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย ที่ปรากฏเป็นข่าวในระยะ

เวลา 17 เดือน มีจำนวนข่าวทั้งหมด 2,162 ข่าว แบ่งเป็นรูปข่าว 1,875 ข่าว บทความ 377 บทความ มีปริมาณเนื้อหา 59,935 คอลัมน์นิ้วเฉลี่ยการเสนอข่าวต่อวันเท่ากับ 4.23 ข่าวต่อวัน การที่หนังสือพิมพ์เสนอข่าวโครงการอย่างต่อเนื่องและเป็นจำนวนมาก ผลจากการเสนอข่าวที่เกิดขึ้นต่อโครงการและต่อองค์กร ข่อมปรากฏเป็นผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรได้ทั้งในทางบวกและทางลบด้วยเช่นกัน

จากผลการวิจัยการเกิดภาพลักษณ์องค์กรจากเนื้อหาหนังสือพิมพ์ ในโครงการติดตั้งโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย ปรากฏผลดังรายละเอียดต่อไปนี้

ผลการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อภาพลักษณ์โครงการ

ผลการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์จำนวน 12 ฉบับ เสนอข่าวโครงการปรากฏผลกับภาพลักษณ์โครงการดังนี้

หนังสือพิมพ์สยามโพสต์	เสนอข่าวมากที่สุด และปรากฏผลการเสนอข่าวโครงการเป็นเชิงบวกมากที่สุด
หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ	เสนอข่าวอันดับ 2 และปรากฏผลการเสนอข่าวโครงการเป็นเชิงบวกมากที่สุด
หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ	เสนอข่าวอันดับ 3 และปรากฏผลการเสนอข่าวโครงการเป็นเชิงบวกมากที่สุด
หนังสือพิมพ์มติชน	เสนอข่าวอันดับ 4 และปรากฏผลการเสนอข่าวโครงการเป็นเชิงเป็นกลางมากที่สุด
หนังสือพิมพ์เดลินิวส์	เสนอข่าวอันดับ 5 และปรากฏผลการเสนอข่าวโครงการเป็นเชิงบวกมากที่สุด
หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	เสนอข่าวอันดับ 6 และปรากฏผลการเสนอข่าวโครงการเป็นเชิงลบมากที่สุด
หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ	เสนอข่าวอันดับ 7 และปรากฏผลการเสนอข่าวโครงการเป็นเชิงบวกมากที่สุด
หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ	เสนอข่าวอันดับ 8 และปรากฏผลการเสนอข่าวโครงการเป็นเชิงบวกมากที่สุด
หนังสือพิมพ์สยามรัฐ	เสนอข่าวอันดับ 9 และปรากฏผลการเสนอข่าวโครงการเป็นเชิงบวกมากที่สุด
หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์	เสนอข่าวอันดับ 10 และปรากฏผลการเสนอข่าวโครงการเป็นเชิง

	เป็นกลางมากที่สุด
หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น	เสนอข่าวอันดับ 11 และปรากฏผลการเสนอข่าวโครงการเป็นเชิงเป็นกลางมากที่สุด
หนังสือพิมพ์คู่แข่ง	เสนอข่าวอันดับ 12 และปรากฏผลการเสนอข่าวโครงการเป็นเชิงเป็นกลางมากที่สุด

จากรายละเอียดพบว่า หนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวโครงการ ปรากฏเป็นข่าวเชิงบวกซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโครงการ จำนวน 7 ฉบับ ได้แก่ สยามโพสต์ กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการ เดลินิวส์ ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ สยามรัฐ

หนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวโครงการปรากฏผลข่าว ผลเชิงเป็นกลาง เป็นการสร้างภาพลักษณ์การเป็นกลางให้กับโครงการ 4 ฉบับ ได้แก่ มติชน บางกอกโพสต์ เดอะเนชั่น คู่แข่ง

หนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวโครงการปรากฏผลข่าวเชิงลบ เป็นการสร้างภาพลักษณ์เป็นลบให้กับโครงการ 1 ฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ

มองในภาพรวมการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ทั้งหมดจำนวน 12 ฉบับ ปรากฏข่าวเชิงบวกต่อโครงการมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการเสนอข่าวโครงการ ปรากฏเป็นภาพลักษณ์ที่ดีต่อโครงการติดตั้งโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย

เมื่อแบ่งการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ออกเป็นหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ปรากฏว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไปปรากฏเป็นผลข่าวเชิงบวกต่อโครงการมากที่สุด

หนังสือพิมพ์ธุรกิจ ปรากฏผลข่าวเชิงบวกมากที่สุดเช่นกัน แสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ประเภทเสนอข่าวที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโครงการ

ประเด็นที่ให้ผลต่อโครงการ 8 ประเด็น

ประเด็นทั้ง 8 ประเด็นที่ได้รับการนำเสนอในโครงการติดตั้งโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย ปรากฏเป็นภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโครงการ 4 ประเด็น ได้แก่ 1 การขยายบริการ 2 ความคืบหน้าโครงการ 3 หุ่นบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ 4 ประชาสัมพันธ์การดำเนินงาน

ประเด็นที่ปรากฏเป็นภาพลักษณ์เป็นกลางให้กับโครงการ 2 ประเด็น ได้แก่ 1 โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย และ 2 การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม

ประเด็นที่ปรากฏผลเป็นภาพลักษณ์ด้านลบให้กับโครงการ 2 ประเด็น ได้แก่ 1 ความล่าช้าการดำเนินงาน และ 2 เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน

ผลการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรทั้ง 4

ภาพลักษณ์ที่ปรากฏขึ้นจากการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ในโครงการติดตั้งโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย ที่มีต่อแต่ละองค์กร ปรากฏผลดังนี้

1. หนังสือพิมพ์ทั้งหมดจำนวน 12 ฉบับ

หนังสือพิมพ์ทั้งหมดที่เสนอข่าวโครงการปรากฏผลเป็นภาพลักษณ์ด้านบวกกับบริษัทเทเลคอมเอเชียฯมากที่สุด อันดับ 2 องค์กรโทรศัพท์ฯ อันดับ 3 บริษัท ไทยเทเลโฟนฯ ปรากฏผลเป็นภาพลักษณ์ด้านเป็นกลางแก่ กระทรวงคมนาคมมากที่สุด

บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ ปรากฏผลข่าวด้านเชิงบวกมากที่สุด

หนังสือพิมพ์ที่ปรากฏเป็นข่าวด้านบวกมากกว่าด้านอื่น ให้กับบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ มีทั้งหมด 11 ฉบับ จากจำนวน 12 ฉบับ ผลข่าวเชิงบวกจากหนังสือพิมพ์ 11 ฉบับ ได้แก่ สยามโพสต์ เดลินิวส์ ไทยรัฐ บางกอกโพสต์ สยามรัฐ เดอะเนชั่น กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการ ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ คู่แข่ง ผลข่าวเชิงเป็นลบมากกว่าด้านอื่น 1 ฉบับ ได้แก่ มติชน

องค์กรโทรศัพท์ฯ ปรากฏผลข่าวด้านเป็นบวกอันดับ 2

หนังสือพิมพ์ปรากฏข่าวด้านบวกมากกว่าด้านอื่นมี 7 ฉบับ เดลินิวส์ สยามรัฐ เดอะเนชั่น กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการ ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ ปรากฏข่าวด้านลบมากกว่าด้านอื่น 1 ฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ

บริษัทไทยเทเลโฟนฯ ปรากฏเป็นข่าวด้านบวกเป็นอันดับ 3

หนังสือพิมพ์ที่ปรากฏเป็นข่าวด้านบวกมากกว่าด้านอื่นให้กับบริษัทไทยเทเลโฟนฯ มีทั้งหมด 10 ฉบับ จากจำนวน 12 ฉบับ ผลข่าวเชิงบวกจากหนังสือพิมพ์ 10 ฉบับ ได้แก่ สยามโพสต์ มติชน เดลินิวส์ ไทยรัฐ บางกอกโพสต์ สยามรัฐ กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการ ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ ผลข่าวเป็นกลางมากกว่าด้านอื่น ได้แก่ เดอะเนชั่น คู่แข่ง

กระทรวงคมนาคม ปรากฏผลข่าวด้านเป็นกลางมากที่สุด

หนังสือพิมพ์ที่ปรากฏเป็นข่าวด้านเป็นกลางมากกว่าด้านอื่น ให้กับกระทรวงคมนาคม มีทั้งหมด 12 ฉบับ ได้แก่ สยามโพสต์ มติชน เดลินิวส์ ไทยรัฐ บางกอกโพสต์ สยามรัฐ เดอะเนชั่น กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการ ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ คู่แข่ง

2. หนังสือพิมพ์ทั่วไปจำนวน 7 ฉบับ

เมื่อแบ่งหนังสือพิมพ์ออกเป็น 2 ประเภท หนังสือพิมพ์ทั่วไปที่เสนอข่าวโครงการ ปรากฏผลเป็นภาพลักษณ์ด้านบวก กับบริษัทเทเลคอมเอเชียมากที่สุด ภาพลักษณ์ด้านบวก อันดับ 2 กับบริษัทไทยเทเลโฟนฯ ปรากฏผลเป็นภาพลักษณ์ด้านเป็นกลางกับกระทรวงคมนาคมมากที่สุด ปรากฏผลเป็นภาพลักษณ์ด้านลบกับองค์กรโทรศัทพ์ฯมากที่สุด

บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ ปรากฏผลข่าวด้านบวกมากที่สุด

หนังสือพิมพ์ที่ปรากฏเป็นข่าวด้านบวกมากกว่าด้านอื่น มี 6 ฉบับ ได้แก่ สยาม-โพสต์ เดลินิวส์ ไทยรัฐ บางกอกโพสต์ สยามรัฐ เดอะเนชั่น ปรากฏเป็นข่าวด้านลบมากกว่าด้านอื่น 1 ฉบับ ได้แก่ มติชน

บริษัทไทยเทเลโฟนฯ ปรากฏผลข่าวด้านบวกมากเป็นอันดับ 2

หนังสือพิมพ์ที่ปรากฏเป็นข่าวด้านบวกมากกว่าด้านอื่น มี 6 ฉบับ ได้แก่ สยาม-โพสต์ มติชน เดลินิวส์ ไทยรัฐ บางกอกโพสต์ สยามรัฐ ปรากฏเป็นข่าวด้านเป็นกลาง 1 ฉบับ ได้แก่ เดอะเนชั่น

กระทรวงคมนาคม ปรากฏผลข่าวด้านเป็นกลางมากที่สุด

หนังสือพิมพ์ทั่วไปที่ปรากฏเป็นข่าวด้านเป็นกลางมากกว่าด้านอื่น มี 7 ฉบับ ได้แก่ สยามโพสต์ มติชน เดลินิวส์ ไทยรัฐ บางกอกโพสต์ สยามรัฐ เดอะเนชั่น

องค์กรโทรศัทพ์ฯ ปรากฏเป็นข่าวด้านลบมากที่สุด จำนวน 149 ข่าว อันดับ 2 ปรากฏเป็นข่าวด้านเป็นกลางจำนวน 143 ข่าว อันดับ 3 ปรากฏเป็นข่าวด้านบวกจำนวน 125 ข่าว

เมื่อเปรียบเทียบผลข่าวอันดับ 1 กับอันดับ 2 ปรากฏผลข่าวมีความใกล้เคียงกันมาก ต่างกันเพียง 6 ข่าว แสดงให้เห็นว่าองค์การโทรศัพท์ฯมีภาพลักษณ์ด้านลบมากที่สุด และด้านเป็นกลางใกล้เคียงกัน จากการเสนอข่าวโครงการของหนังสือพิมพ์ทั่วไป

หนังสือพิมพ์ทั่วไปที่ปรากฏเป็นข่าวด้านลบมากกว่าด้านอื่น มี 1 ฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ ปรากฏผลด้านเป็นกลาง 3 ฉบับ ได้แก่ สยามโพสต์ มติชน บางกอกโพสต์

3. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 5 ฉบับ

หนังสือพิมพ์ธุรกิจที่เสนอข่าวโครงการ ปรากฏผลเป็นภาพลักษณ์ด้านบวกกับบริษัทเทเลคอมเอเชียฯมากที่สุด ภาพลักษณ์ด้านบวกอันดับ 2 องค์การโทรศัพท์ฯ ภาพลักษณ์ด้านบวกอันดับ 3 บริษัทไทยเทเลโฟนฯ ปรากฏผลเป็นภาพลักษณ์ด้านเป็นกลางกับกระทรวงคมนาคมมากที่สุด

บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ ปรากฏผลข่าวด้านบวกมากที่สุด

หนังสือพิมพ์ที่ปรากฏเป็นข่าวด้านบวกมากกว่าด้านอื่น มี 5 ฉบับ ได้แก่ กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการ ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ คู่แข่ง

องค์การโทรศัพท์ฯ ปรากฏผลข่าวด้านบวกอันดับ 2

หนังสือพิมพ์ที่ปรากฏเป็นข่าวด้านบวกมากกว่าด้านอื่น มี 4 ฉบับ ได้แก่ กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการ ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ ปรากฏผลข่าวด้านเป็นกลาง 1 ฉบับ ได้แก่ คู่แข่ง

บริษัทไทยเทเลโฟนฯ ปรากฏผลข่าวด้านบวกอันดับ 3

หนังสือพิมพ์ที่ปรากฏเป็นข่าวด้านบวก มากกว่าด้านอื่น มี 4 ฉบับ ได้แก่ กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการ ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ ปรากฏผลข่าวด้านเป็นกลาง 1 ฉบับ ได้แก่ คู่แข่ง

กระทรวงคมนาคม ปรากฏผลข่าวด้านเป็นกลางมากที่สุด

หนังสือพิมพ์ที่ปรากฏเป็นข่าวด้านเป็นกลางมากกว่าด้านอื่น มี 5 ฉบับ ได้แก่ กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการ ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ คู่แข่ง

เมื่อนำผลการเสนอข่าวที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรทั้ง 4 ของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท มาเปรียบเทียบกัน ปรากฏผลดังนี้

หนังสือพิมพ์ทั้งหมดจำนวน 12 ฉบับ ผลการเสนอข่าวปรากฏเป็นภาพลักษณ์ด้านบวกกับบริษัทเทเลคอมเอเชียฯและบริษัทไทยเทเลโฟนฯ ปรากฏเป็นภาพลักษณ์ด้านเป็นกลางกับกระทรวงคมนาคมและองค์การโทรศัพท์ฯ

หนังสือพิมพ์ทั่วไป ผลการเสนอข่าวปรากฏเป็นภาพลักษณ์ด้านบวกกับบริษัทเทเลคอมเอเชียฯและบริษัทไทยเทเลโฟนฯ ปรากฏเป็นภาพลักษณ์ด้านเป็นกลางกับกระทรวงคมนาคม ปรากฏภาพลักษณ์ด้านลบกับองค์การโทรศัพท์ฯ

หนังสือพิมพ์ธุรกิจ ผลการเสนอข่าวปรากฏเป็นภาพลักษณ์ด้านบวกกับบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ บริษัทไทยเทเลโฟนฯ องค์การโทรศัพท์ฯ ปรากฏเป็นภาพลักษณ์ด้านเป็นกลางกับกระทรวงคมนาคม

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างปรากฏว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท ปรากฏผลข่าวของบริษัทเทเลคอมเอเชียฯและบริษัทไทยเทเลโฟนฯมีภาพลักษณ์เชิงบวก กระทรวงคมนาคมมีภาพลักษณ์เชิงเป็นกลางเหมือนกัน ในส่วนขององค์การโทรศัพท์ฯมีความแตกต่างกันโดยหนังสือพิมพ์ทุกประเภทปรากฏผลข่าวที่เป็นภาพลักษณ์ที่เป็นกลาง เมื่อแบ่งการเสนอข่าวเป็นหนังสือพิมพ์ทั่วไป ปรากฏว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไปเสนอข่าวเป็นภาพลักษณ์ด้านลบกับองค์การโทรศัพท์ฯ หนังสือพิมพ์ธุรกิจกลับเสนอข่าวเป็นภาพลักษณ์ด้านบวกให้กับองค์การโทรศัพท์ฯ

แสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ทั้งหมดเสนอข่าวองค์การโทรศัพท์ฯภาพลักษณ์เป็นกลาง หนังสือพิมพ์ทั่วไปเสนอข่าวองค์การโทรศัพท์ฯภาพลักษณ์เป็นลบ หนังสือพิมพ์ธุรกิจเสนอข่าวองค์การโทรศัพท์ฯภาพลักษณ์เป็นบวก

ผลการเสนอประเด็นทั้ง 8 ประเด็นในโครงการที่มีต่อองค์กรทั้ง 4

จากการเสนอข่าวโครงการติดตั้งโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย มีประเด็นข่าวที่สำคัญ 8 ประเด็น มีองค์กรที่สำคัญเกี่ยวข้องกัน 4 องค์กร ปรากฏผลเป็นภาพลักษณ์ต่อองค์กรดังนี้

บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ ประเด็นที่มีภาพลักษณ์ด้านบวกแก่องค์กร มี 4 ประเด็น ได้แก่ การขยายบริการ ความคืบหน้าโครงการ การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน หุ่นบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ ประเด็นที่ให้ผลเป็นภาพลักษณ์ด้านเป็นกลาง 1 ประเด็น ได้แก่ การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม ประเด็นที่ให้ผลเป็นภาพลักษณ์ด้านลบ 3 ประเด็น ได้แก่ ความล่าช้าการดำเนินงาน เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย

องค์กรโทรศัพท์ฯ ประเด็นที่มีภาพลักษณ์ด้านบวกแก่องค์กร มี 3 ประเด็น ได้แก่ การขยายบริการ ความคืบหน้าโครงการ การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน ประเด็นที่ให้ผลเป็นภาพลักษณ์ด้านเป็นกลาง 2 ประเด็น ได้แก่ โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย หุ่นบริษัทเทลคอมเอเชียฯ การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม ประเด็นที่ให้ผลเป็นภาพลักษณ์ด้านลบ 2 ประเด็น ได้แก่ ความล่าช้าการดำเนินงาน เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน

กระทรวงคมนาคม ประเด็นที่มีภาพลักษณ์ด้านบวกแก่องค์กร มี 1 ประเด็น ได้แก่ ความคืบหน้าโครงการ ประเด็นที่ให้ผลเป็นภาพลักษณ์ด้านเป็นกลาง 5 ประเด็น ได้แก่ โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย การขยายบริการ การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม ความล่าช้าการดำเนินงาน หุ่นบริษัทเทลคอมเอเชียฯ ประเด็นที่ให้ผลเป็นภาพลักษณ์ด้านลบ 1 ประเด็น ได้แก่ เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน

บริษัทไทยเทเลโฟนฯ ประเด็นที่มีภาพลักษณ์ด้านบวกแก่องค์กร มี 5 ประเด็น ได้แก่ ความคืบหน้าโครงการ การขยายบริการ หุ่นบริษัทเทลคอมเอเชียฯ โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน ประเด็นที่ให้ผลเป็นภาพลักษณ์ด้านเป็นกลาง 2 ประเด็น ได้แก่ การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน ประเด็นที่ให้ผลเป็นภาพลักษณ์ด้านลบ 3 ประเด็น ได้แก่ ความล่าช้าการดำเนินงาน เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม

เมื่อเปรียบเทียบประเด็นของแต่ละองค์กรมีประเด็นที่เกิดภาพลักษณ์ด้านบวกเหมือนกัน ส่วนใหญ่ใน 3 ประเด็น ความคืบหน้าโครงการ การขยายบริการ การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน การที่หนังสือพิมพ์เสนอประเด็นทั้ง 3 ประเด็นในด้านบวก เนื่องจากการรายงานความคืบหน้าโครงการและผลการดำเนินงานจากการติดตามข่าวของหนังสือพิมพ์เองและจากการเผยแพร่จากองค์กรให้ฝ่ายประชาชนได้ทราบ ขอมแสดงให้เห็นว่าการติดตั้งโทรศัพท์ พร้อมทั้งจะบริการประชาชนได้ส่วนหนึ่งแล้ว และจะต้องติดตั้งเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ประชาชนได้ใช้โทรศัพท์เร็วขึ้นและสะดวกขึ้น ในประเด็นทั้ง 3 จึงปรากฏผลเป็นภาพลักษณ์ด้านบวกกับองค์กรทุกองค์กร

ในส่วนประเด็นที่เกิดภาพลักษณ์ด้านลบเหมือนกันเกือบทุกองค์กรได้แก่ ความล่าช้าการดำเนินงาน เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน ประเด็นทั้ง 2 ประเด็นนี้เป็นภาพลักษณ์ด้านลบแก่องค์กร เนื่องจากการเสนอข่าวเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและความขัดแย้งในเรื่องการดำเนินการให้ประชาชนได้รับทราบการเสนอข่าว ในประเด็นนี้ทำให้ประชาชนเกิดความไม่แน่ใจในการดำเนิน

งานว่าจะได้บริการที่ดีหรือไม่ และโครงการจะได้ผลตามที่คาดหวังหรือไม่ จึงเกิดความไม่แน่ใจในตัวองค์กรที่เกี่ยวข้อง เป็นผลทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีกับองค์กรได้

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นประชาชน

เป็นการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนผู้ใช้บริการโทรศัพท์จำนวน 100 คน เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับอย่างคร่าว ๆ ในการเช็คผลการวิเคราะห์ครั้งที่ 2 (double check) กับผลการวิเคราะห์โดยอาศัยเกณฑ์การประเมิน

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ จำนวน 100 คน พบว่าเป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง ส่วนใหญ่มีโทรศัพท์แล้ว 1 เครื่อง และใช้บริการขององค์กรโทรศัพท์ฯมากที่สุด

ระดับการรู้จักองค์กร ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รู้จักองค์กรโทรศัพท์ฯ อันดับ 1 รองลงมาบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ อันดับ 3 บริษัทไทยเทเลโฟนฯ อันดับ 4 กระทรวงคมนาคม

การรับทราบข่าวสารจากองค์กร องค์กรโทรศัพท์ฯ ผู้ใช้บริการรับทราบจากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาทราบจากหนังสือพิมพ์ อันดับ 3 ทราบจากเพื่อนร่วมงาน บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ ผู้ใช้บริการรับทราบจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาทราบจากโทรทัศน์ อันดับ 3 ทราบจากเพื่อนร่วมงาน บริษัทไทยเทเลโฟนฯ ผู้ใช้บริการรับทราบจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาทราบจากโทรทัศน์ อันดับ 3 ทราบจากจากเพื่อนร่วมงาน กระทรวงคมนาคม ผู้ใช้บริการรับทราบจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาทราบจากโทรทัศน์ อันดับ 3 ทราบจากเพื่อนร่วมงาน

ระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อองค์กร พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรโทรศัพท์ฯมากที่สุด รองลงมาบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ อันดับ 3 กระทรวงคมนาคม อันดับ 4 บริษัทไทยเทเลโฟนฯ

ระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรในด้านคุณสมบัติเด่น 12 ข้อ ได้แก่ 1. ความซื่อสัตย์สุจริต 2. ให้ความเป็นมิตรแก่ประชาชน 3. ความน่าเชื่อถือ 4. ความรวดเร็วในการให้บริการ 5. ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน 6. เป็นองค์กรที่ก้าวหน้าด้วยเทคโนโลยี 7. เป็นองค์กรหลักในการดำเนินงานจัดหาโทรศัพท์ให้ประชาชนใช้ 8. มีการพัฒนาองค์กร 9. มีความกล้าในการตัดสินใจ 10. เป็นองค์กรที่มั่นคง 11. สนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม

พบว่า องค์กรโทรศัพท์ มีคุณสมบัติเด่นมากที่สุด รองลงมา บริษัทเทเลคอมเอเชีย
 อันดับ 3 บริษัทไทยเทเลโฟน อันดับ 4 กระทรวงคมนาคม มีคุณสมบัติปานกลาง 2 ข้อ

ระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อประเด็นทั้ง 8 ประเด็นในโครงการโทรศัพท์ 3
 ล้านเลขหมาย พบว่า ประเด็นส่วนใหญ่ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติเชิงบวกมากกว่าเชิงลบ โดยมี
 ประเด็นเชิงบวก 6 ประเด็น ประเด็นเชิงลบ 2 ประเด็น

ประเด็นเชิงบวก 6 ประเด็น ตั้งแต่มากไปหาน้อย ได้แก่ 1. ประเด็นการขยายบริการ
 2. การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน 3. ความคืบหน้าโครงการ 4. โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้าน
 เลขหมาย 5. หุ่นบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ 6. การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม

ประเด็นเชิงลบ 2 ประเด็น จากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1. ความล่าช้าการดำเนินงาน
 2. เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน

เมื่อนำผลการวิเคราะห์จากเกณฑ์การประเมิน และผลการประเมินทัศนคติของประชาชนมาเปรียบเทียบกันอย่างคร่าว ๆ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 88 แสดงการเปรียบเทียบการเกิดภาพลักษณ์องค์กร

เกณฑ์การประเมิน (Expert Judge)				ประเมินทัศนคติของประชาชน (Population Judgement)			
อันดับ	ภาพลักษณ์			อันดับ	ภาพลักษณ์		
	ด้านบวก	ด้านเป็นกลาง	ด้านลบ		ด้านบวก	ด้านเป็นกลาง	ด้านลบ
1.	บริษัท เทเลคอมเอเชียฯ	กระทรวง คมนาคม		1.	องค์กร โทรศัพท์ฯ	บริษัท ไทยเทเลโฟนฯ	
2.	องค์กร โทรศัพท์ฯ			2.	บริษัท เทเลคอมเอเชียฯ	กระทรวง คมนาคม	
3.	บริษัท ไทยเทเลโฟนฯ						

จากตาราง 88 แสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์องค์กรที่เกิดขึ้นจากเนื้อหาหนังสือพิมพ์ โดยอาศัยเกณฑ์การประเมินกับการประเมินทัศนคติของประชาชน มีความแตกต่างกัน

เกณฑ์การประเมินพบว่า บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ มีภาพลักษณ์ด้านบวกเป็นอันดับ 1 องค์กรโทรศัพท์มีภาพลักษณ์ด้านบวกเป็นอันดับ 2 บริษัทไทยเทเลโฟนฯ มีภาพลักษณ์ด้านบวกเป็นอันดับ 3 กระทรวงคมนาคมมีภาพลักษณ์ด้านเป็นกลาง

ประเมินทัศนคติของประชาชน พบว่า องค์กรโทรศัพท์มีภาพลักษณ์ด้านบวกเป็นอันดับ 1 บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ มีภาพลักษณ์ด้านบวกเป็นอันดับ 2 บริษัทไทยเทเลโฟนฯ มีภาพลักษณ์ด้านเป็นกลางอันดับ 1 กระทรวงคมนาคมมีภาพลักษณ์ด้านเป็นกลาง อันดับ 2

การปรากฏภาพลักษณ์องค์กรที่แตกต่างกัน เป็นเพราะทัศนคติของหนังสือพิมพ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อองค์กรแตกต่างกัน

เกณฑ์การประเมิน (Expert Judge)

ในด้านเกณฑ์การประเมิน การที่หนังสือพิมพ์เสนอข่าวบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ มากที่สุด และเป็นผลข่าวด้านบวกมากที่สุดกว่าด้านอื่น ผลด้านบวกรองลงมาก็คือองค์การโทรศัพท์ฯ อันดับ 3 บริษัทไทยเทเลโฟนฯ เนื่องจากบริษัททั้ง 2 เป็นผู้รับสัมปทานโครงการติดตั้งโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย โดยบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ ดำเนินการติดตั้งโทรศัพท์ 2 ล้านเลขหมาย ในกรุงเทพฯและปริมณฑล บริษัทไทยเทเลโฟนฯ ดำเนินการติดตั้งโทรศัพท์ 1 ล้านเลขหมาย ในเขตภูมิภาคทั่วประเทศ ในโครงการติดตั้งโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย เป็นการติดตั้งเลขหมายจำนวนมากให้เสร็จภายในระยะเวลา 5 ปี มีมูลค่าการลงทุนสูงมาก เมื่อโครงการแล้วเสร็จจะช่วยแบ่งเบาปัญหาการขาดแคลนโทรศัพท์ได้เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใหญ่ ๆ ในภูมิภาค เป็นศูนย์กลางของธุรกิจ สถาบันต่าง ๆ ส่วนงานราชการ และจุดรวมที่อยู่อาศัยของประชาชนในหลายสาขาอาชีพ โทรศัพท์จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในการติดต่อสื่อสารที่จะอำนวยความสะดวกให้กับประชาชน และด้วยการ ให้บริการโทรศัพท์ขององค์การโทรศัพท์ ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน เนื่องจากขีดจำกัดงบประมาณ การลงทุนที่รวดเร็วในการขยายงาน การบริหารงานมีกฎระเบียบมาก รวมทั้งการตัดสินใจดำเนินโครงการในบางครั้งต้องอาศัยหลายฝ่าย เช่น คณะกรรมการองค์การโทรศัพท์ ผู้บริหารงาน กระทรวงคมนาคม สหภาพแรงงาน และข่าวจากสื่อมวลชน ก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งในการตัดสินใจ แต่บริษัทเอกชนสามารถตัดสินใจการดำเนินงานได้คล่องตัวกว่า ทั้งด้านการลงทุนด้วยเงินจำนวนมาก การจัดหาอุปกรณ์ และบุคลากร นอกจากนี้ในการประชาสัมพันธ์การดำเนินงาน การให้ข่าวสารกับสื่อมวลชน เป็นไปอย่างต่อเนื่องไม่มีขั้นตอนหรือกฎระเบียบมากเหมือนองค์การโทรศัพท์ฯ และกระทรวงคมนาคม และมีลักษณะการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากกว่าเชิงรับ สังเกตได้จากการเสนอประเด็นข่าวความคืบหน้าโครงการฯ การขยายบริการ และการเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน จะมีความรู้และปริมาณเนื้อหามากกว่าองค์กรอื่น ในประเด็นการเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน ยังสามารถกำหนดเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดีให้เกิดขึ้นได้ ในประเด็นเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยก่อให้เกิดภาพลักษณ์ด้านบวกให้กับบริษัทมากที่สุด

ในส่วนประเด็นที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ด้านลบกับบริษัทมากมี 2 ประเด็น ได้แก่ ความล่าช้าการดำเนินงาน เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน ซึ่งเป็นผลมาจากปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน เช่น การขุดถนนแล้วกลับไม่เรียบร้อย การติดตั้งโทรศัพท์ล่าช้า ปัญหาเรื่องระบบการจัดเก็บเงินค่าใช้บริการ และการมีผู้รับเหมาช่วงหลายบริษัทซึ่งยากแก่การควบคุมคุณภาพ เป็นต้น แต่เมื่อมีปัญหาอุปสรรคเกิดขึ้นบริษัทสามารถแก้ไขได้ทันเหตุการณ์ เพราะไม่มีกฎระเบียบชั้น

ตอนยุ่งยาก เมื่อเปรียบเทียบผลที่เกิดขึ้นระหว่างผลข่าวด้านลบและผลข่าว ด้านบวกปรากฏว่าข่าวที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทมีจำนวนน้อยกว่าผลในด้านบวก ภาพลักษณ์องค์กรของบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ บริษัทไทยเทเลโฟนฯ ที่ปรากฏเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ จึงมีภาพลักษณ์ด้านบวกมากกว่าด้านอื่น

องค์การโทรศัพท์ฯ ปรากฏภาพลักษณ์ด้านบวกเป็นอันดับ 2 รองจากบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ เนื่องมาจากองค์การโทรศัพท์ เป็นเจ้าของสัมปทานโครงการโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย และทำหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินงานของโครงการให้เป็นไปตามข้อกำหนดของสัญญาเป็นองค์กรของรัฐ จึงต้องวางตัวเป็นกลางและแข่งขันกันในเชิงธุรกิจด้วย เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นที่ศรัทธาของประชาชน เพราะองค์การโทรศัพท์ฯ มีหน้าที่หลักคือ การให้บริการด้านโทรศัพท์แก่ประชาชน แต่ด้วยองค์การฯ มีกฎระเบียบและขั้นตอนการดำเนินการมาก การดำเนินการจึงล่าช้าไม่ทันต่อเหตุการณ์ การให้ข่าวแก่สื่อมวลชนมักอยู่ในกฎระเบียบ การปรากฏเป็นข่าวด้านบวกขององค์การโทรศัพท์จึงน้อยกว่าองค์กรเอกชน

ประเด็นที่ให้ผลบวกแก่องค์การโทรศัพท์ฯ มากที่สุด คือ ประเด็น ความคืบหน้าโครงการ การขยายบริการ การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน เนื่องจากองค์การฯ เป็นผู้กำกับดูแลให้บริษัทคู่สัญญาดำเนินโครงการด้วยความราบรื่น มีผลการดำเนินงานปรากฏ มีความคืบหน้าโครงการเป็นไปตามเป้าหมาย มีการขยายการบริการโทรศัพท์ให้ถึงประชาชนเร็วขึ้นและสะดวกขึ้น เช่น การเปิดสำนักงานบริการเพิ่มขึ้น เพิ่มการทำงานในวันหยุด เร่งรัดการติดตั้งโทรศัพท์และเปิดบริการใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นเป็นต้น ในส่วนประเด็นการเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน ส่วนใหญ่จะเป็นการการเผยแพร่ข่าวสารเชิงรับมากกว่าเชิงรุก สังเกตได้จากการเสนอข่าวด้านการเผยแพร่ข่าวสารน้อยมากและน้อยกว่าองค์กรเอกชน โดยองค์กรเอกชนเป็นผู้ดำเนินโครงการฯ และมีความพร้อมคล่องตัวในการประชาสัมพันธ์มากกว่า ประเด็นที่เป็นเชิงบวกกับองค์การโทรศัพท์จึงน้อยกว่าองค์กรเอกชนที่รับสัมปทาน

ประเด็นที่ให้ผลเชิงลบแก่องค์การฯ มี 2 ประเด็น คือ ประเด็นความล่าช้าการดำเนินงาน เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน เป็นผลมาจาก การดำเนินโครงการเกิดปัญหาอุปสรรคขึ้นจากบริษัทคู่สัญญาและจากองค์การเอง ในฐานะที่องค์การโทรศัพท์เป็นผู้กำกับดูแลจึงต้องรับผิดชอบด้วย เช่น การขุดถนนแล้วกลับไม่เรียบร้อยมีความล่าช้า การติดตั้งโทรศัพท์ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย โทรศัพท์เสียนาน การให้บริการยังไม่เป็นที่ประทับใจของประชาชน ไม่มีการติดตามงานอย่างใกล้ชิด เป็นต้น ในบางครั้งการแก้ไขข่าวในเหตุการณ์ต่าง ๆ เหล่านี้ มักไม่ทันกับเหตุการณ์เนื่องจากมีขั้นตอนและกฎระเบียบมาก และผู้บริหารมักจะหลีกเลี่ยงการตกเป็นข่าว จึงเป็น

ประเด็นให้สื่อมวลชนนำไปตีพิมพ์ฝ่ายเดียว จึงเกิดภาพลักษณ์ด้านลบแก่องค์กรโทรศัพท์ฯ ได้ แต่เมื่อเปรียบเทียบผลข่าวด้านลบกับด้านบวกแล้ว ปรากฏองค์กรโทรศัพท์ที่มีผลด้านบวกมากกว่าด้านลบ ภาพลักษณ์องค์กรจากการเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ในโครงการนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ด้านบวกแก่องค์กรโทรศัพท์

ในการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อองค์กรโทรศัพท์เป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่อมองในภาพรวมหนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวทั้งหมดจำนวน 12 ฉบับ ผลจากการเสนอข่าวปรากฏภาพลักษณ์ด้านบวกให้กับองค์กร แต่เมื่อแบ่งเป็นประเภทหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ปรากฏว่า หนังสือพิมพ์ทั่วไป ปรากฏภาพลักษณ์ด้านลบมากกว่าด้านอื่น หนังสือพิมพ์ธุรกิจเสนอข่าวปรากฏภาพลักษณ์ด้านบวกให้กับองค์กรโทรศัพท์

การที่หนังสือพิมพ์ทั่วไป เสนอข่าวองค์กรโทรศัพท์ปรากฏผลข่าวด้านลบมากกว่าด้านอื่น เป็นเพราะธรรมชาติของหนังสือพิมพ์ทั่วไปที่การเสนอข่าวมีความรวดเร็วฉับไว มีการติดตามประเด็นข่าวอย่างต่อเนื่องและเน้นความถี่การเสนอข่าวมากกว่าปริมาณเนื้อหา การเสนอข่าวเอาใจผู้อ่านมีการใช้ภาษาหวือหวา และมีการจำหน่ายรวดเร็วหลายกรอบ เมื่อองค์กรมีปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานเกิดขึ้น ข่าวจึงออกไปด้วยความรวดเร็วและจำนวนมาก โดยองค์กรตามแก้ไขข่าวที่เกิดขึ้นไม่ทันต่อเหตุการณ์ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากหนังสือพิมพ์ทั่วไปจึงปรากฏภาพลักษณ์ด้านลบให้กับองค์กรได้ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ปรากฏผลข่าวด้านลบกับองค์กรโทรศัพท์มากกว่าด้านอื่น แต่เมื่อมองในภาพรวมการเสนอข่าวองค์กรแล้ว ปรากฏผลเป็นภาพลักษณ์ด้านบวกให้กับองค์กรโทรศัพท์

กระทรวงคมนาคม ปรากฏผลข่าวด้านเป็นกลางมากที่สุด เนื่องจากเป็นหน่วยงานราชการมีหน้าที่ในการควบคุมนโยบายและการดำเนินงานขององค์กรโทรศัพท์ฯ ให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาลและคอยดูแลผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก ไม่แข่งขันในเชิงธุรกิจกับเอกชน จึงวางตัวเป็นกลาง ข่าวที่ปรากฏจะเป็นลักษณะ การติดตามงานและตัดสินใจหรือแก้ไข ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น สังเกตได้จากการเสนอประเด็นทั้ง 8 ประเด็นในโครงการฯ ปรากฏผลด้านเป็นกลาง 5 ประเด็น ผลด้านบวก 1 ประเด็น ผลด้านลบ 1 ประเด็น ประเด็นการเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงานปรากฏเป็นข่าวน้อยมาก

ประเด็นที่ให้ผลเป็นกลางได้แก่ประเด็น โครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย การขยายบริการ การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม ความล่าช้าการดำเนินงาน หุ่นยนต์เทเลคอมเอเชียฯ โดยประเด็นโครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย เป็นประเด็นที่มีความถี่และปริมาณเนื้อหาการนำเสนอมากที่สุด โดยโครงการนี้ บริษัทเทเลคอมเอเชียฯและบริษัทไทยเทเลโฟนฯ ผู้รับ

สัมปทานรายเดิม จะขอแก้ไขสัญญาเพื่อทำโครงการเพิ่มเติม จากโครงการโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย เนื่องจากสัญญาเดิมมีข้อกำหนดไม่ให้คู่สัญญาและองค์การโทรศัพท์ฯ ขยายโทรศัพท์เพิ่มเติมนอกเหนือจากโครงการแต่เพื่อให้เป็นไปตามแผนแม่บทขององค์การโทรศัพท์ฯ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ให้มีโทรศัพท์เพิ่มขึ้นอีก 1.1 ล้านเลขหมายในปี 2540 บริษัทเอกชนรายเดิมขอแก้ไขสัญญาเพื่อทำโครงการเพิ่มเติมโดยไม่มีการประมูลใหม่ โดยบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ ทำเพิ่มเติม 6 แสนเลขหมาย บริษัทไทยเทเลโฟนฯ ทำเพิ่มเติมอีก 5 แสนเลขหมาย แล้วรวมเป็นโครงการ 4.1 ล้านเลขหมาย ในส่วนขององค์การโทรศัพท์ฯ สามารถขยายโทรศัพท์เพิ่มเติมอีก 8 แสนเลขหมายด้วย ในขั้นตอนการแก้ไขสัญญาเป็นเรื่องละเอียดอ่อนมีขั้นตอนมาก และเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์จำนวนมาก ต้องขอความเห็นชอบหลายหน่วยงาน เช่น ผู้บริหารองค์การ คณะกรรมการองค์การโทรศัพท์ อัยการสูงสุด กระทรวงคมนาคม กระทรวงการคลัง สภาพัฒนฯ เป็นต้น ในขั้นตอนสุดท้ายต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี ในระหว่างการดำเนินงานขอแก้ไขสัญญา จะมีกระแสข่าวเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากเป็นที่สนใจของประชาชน และสื่อมวลชนได้ติดตามข่าวอย่างต่อเนื่อง กระทรวงคมนาคมในฐานะเป็นผู้ควบคุมด้านนโยบายจึงปรากฏเป็นข่าวในประเด็นนี้มากกว่าประเด็นอื่น

ประเด็นนี้ปรากฏผลข่าวด้านลบให้กับกระทรวงคมนาคม คือ ประเด็นความคืบหน้าโครงการแสดงให้เห็นว่ามีการติดตามการดำเนินงานของโครงการให้เป็นไปตามเป้าหมาย

ประเด็นที่ปรากฏผลทางด้านลบมี 1 ประเด็น คือประเด็นเรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน เนื่องจากเป็นผู้ควบคุมด้านนโยบายขององค์การโทรศัพท์ฯ เมื่อมีปัญหาอุปสรรคของโครงการเกิดขึ้น จึงต้องเป็นผู้รับผิดชอบส่วนหนึ่ง แต่การดำเนินการและการตัดสินใจมีความล่าช้าขาดการประสานงานที่ดีจึงเกิดการร้องเรียนจากประชาชน สื่อมวลชน บริษัทเอกชนที่รับสัมปทาน และองค์การโทรศัพท์ฯ ขึ้นได้ ประเด็นนี้จึงปรากฏผลข่าวด้านลบแก่กระทรวงคมนาคม แต่เมื่อมองในภาพรวมการเสนอข่าวแล้วปรากฏว่าภาพลักษณ์องค์การที่เกิดขึ้นจากการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ในโครงการโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย ของกระทรวงคมนาคมมีภาพลักษณ์ด้านเป็นกลางมากที่สุดกว่าด้านอื่น

ประเมินทัศนคติของประชาชน (Population Judement)

ในมุมมองของประชาชน ปรากฏว่าประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรโทรศัพท์ฯ เป็นอันดับ 1 และปรากฏภาพลักษณ์ด้านบวกกับองค์กรมากกว่าองค์กรอื่น รองลงมาคือบริษัท เทเลคอมเอเชียฯ ซึ่งแตกต่างกับผลที่ได้จากเกณฑ์การประเมิน การที่องค์กรโทรศัพท์ฯ มีภาพลักษณ์ที่ดีในมุมมองของประชาชน เนื่องมาจากได้รับความเชื่อมั่นในตัวองค์กรมากกว่า โดยองค์กรโทรศัพท์ฯ มีภาพลักษณ์ที่ดี ด้วยการให้บริการโทรศัพท์แก่ประชาชนมาเป็นเวลานานถึง 42 ปี ถึงแม้การบริหารงานบางส่วนจะมีปัญหาอุปสรรคบ้างก็ตาม สังเกตได้จากผลสำรวจด้านคุณสมบัติเด่นที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี จำนวน 11 ข้อ ผลปรากฏว่าองค์กรโทรศัพท์ฯ มีคุณสมบัติเด่นมากที่สุด จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ 1 ความซื่อสัตย์สุจริต 2 ให้ความเป็นมิตรกับประชาชน 3 ความน่าเชื่อถือ 4 ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน 5 เป็นองค์กรหลักในการดำเนินการจัดหาโทรศัพท์ให้ประชาชนใช้ 6 เป็นองค์กรที่มั่นคง 7 สนับสนุนกิจกรรมสังคม จากคุณสมบัติเด่นดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าองค์กรโทรศัพท์ฯ ยังเป็นองค์กรที่ประชาชนไว้วางใจและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ในส่วนคุณสมบัติเป็นรอง มี 4 ข้อ ได้แก่ 1 ความรวดเร็วในการบริการ 2 เป็นองค์กรที่ก้าวหน้าด้วยเทคโนโลยี 3 มีการพัฒนาองค์กร 4 มีความกล้าตัดสินใจ ในคุณสมบัติ 4 ข้อนี้ บริษัทเทเลคอมเอเชียฯ มีคุณสมบัติเด่นที่สุด เพราะบริษัทมีความคล่องตัวในการดำเนินงานมากกว่าองค์กรของรัฐ มีการนำเทคโนโลยีอันทันสมัยมาใช้ในการดำเนินโครงการ มีการขยายงานเพิ่มมากขึ้น เป็นการเพิ่มความมั่นคงให้กับบริษัท และสามารถตัดสินใจดำเนินงานหรือแก้ไขสถานการณ์ปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ให้ทันท่วงที

องค์กรโทรศัพท์ฯ ในฐานะเป็นผู้กำกับดูแลโครงการฯ แต่ในการดำเนินงานบางครั้งมีแรงบีบจากภายนอกและภายในมากคดดันเสมอ จากนักการเมือง จากกระทรวงคมนาคม จากบริษัทคู่สัญญา จากสื่อมวลชนและสภาพแรงงาน เช่น กรณีการขอแก้ไขสัญญาเพื่อทำโครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย การจัดเก็บเงินค่าโทรศัพท์มีความสับสนในบางกรณี การติดตั้งโทรศัพท์ล่าช้า การขุดถนนเพื่อร้อยสายเทเบิลมีความล่าช้าและกลบไม่เรียบร้อย ในประเด็นการขุดกลบ หรือข่าวที่ปรากฏทางสื่อมวลชนดูเหมือนว่าเป็นความบกพร่องขององค์กรโทรศัพท์ฯ แต่ความจริงแล้วบริษัทผู้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการเนื่องด้วยมีการรับเหมาช่วงต่อ หลายช่วงจึงควบคุมดูแลได้ไม่ทั่วถึงและทันต่อเหตุการณ์ ในกรณีที่เกิดปัญหาและอุปสรรค ในส่วนนี้ประชาชนเข้าใจได้ดีเพราะได้ประสบกับตนเองและรับทราบข่าวจากสื่อมวลชน ในเรื่องการจัดเก็บเงินค่าบริการโทรศัพท์ประชาชนยังเชื่อมั่นต่อองค์กรโทรศัพท์ฯ มากกว่า ด้วยเป็นองค์กร

ของรัฐ ไม่เอาเปรียบประชาชน และคอยดูแลผลประโยชน์ของประชาชนมากกว่า ประชาชนจึงมีทัศนคติที่ดีต่อองค์การโทรศัพท์ ในคุณสมบัติดังกล่าว

บริษัทไทยเทเลโฟนฯ เป็นบริษัทที่ขอสัมปทานติดตั้งโทรศัพท์จำนวน 1 ล้านเลขหมายในเขตภูมิภาคทั่วประเทศ ในมุมมองของประชาชน ปรากฏภาพลักษณ์ด้านเป็นกลางกับองค์กรอันดับ 1 สังเกตได้จากผลการประเมินด้านคุณสมบัติเด่น ที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์องค์กร บริษัทไทยเทเลโฟนฯ ปรากฏผลคุณสมบัติปานกลาง 4 ข้อ 1 ความรวดเร็วในทางบริการ 2 เป็นองค์กรที่ก้าวหน้าด้วยเทคโนโลยี 3 มีการพัฒนาองค์กร 4 มีความกล้าตัดสินใจ เนื่องจากบริษัทเป็นผู้ดำเนินการติดตั้งโทรศัพท์ในต่างจังหวัดทั่วประเทศ เป็นพื้นที่บริเวณกว้าง จึงมีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ เพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างรวดเร็ว เช่น การติดตั้งชุมสายย่อยไปตามเมืองใหญ่ ๆ และชุมชนต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด มีการนำระบบสื่อสารสัญญาณเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ และเปิดสำนักงานรับจองโทรศัพท์ไปตามชุมชนต่าง ๆ เพื่อบริการได้รวดเร็วยิ่งขึ้น แต่ด้วยพื้นที่การให้บริการอยู่ในเขตภูมิภาคซึ่งเป็นพื้นที่กว้างใหญ่ การติดตั้งโทรศัพท์ในบางครั้งมีปัญหาเกิดขึ้นได้ เช่น การติดตั้งโทรศัพท์ล่าช้า พนักงานไม่ชำนาญในพื้นที่ การให้บริการไม่ทั่วถึง ใช้เวลาในการเดินทางมาก ปัญหาเกี่ยวกับระบบจัดเก็บเงิน และปัญหาเรื่องการประสานงานในบริษัทกับสาขาในต่างจังหวัด เนื่องจากมีพื้นที่ห่างไกล เป็นต้น แต่บริษัทก็มีความคล่องตัวในการบริหารงาน สามารถตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ทันที เนื่องจากไม่มีกฎระเบียบขั้นตอนมาก เหมือนองค์กรของรัฐ ประเด็นเหล่านี้ประชาชนได้พบกับตัวเอง ภาพลักษณ์องค์กรในมุมมองของประชาชนจึงปรากฏในด้านเป็นกลางมากกว่าด้านอื่น

กระทรวงคมนาคม เป็นองค์กรที่ควบคุมด้านนโยบาย การดำเนินงานขององค์การโทรศัพท์ ผลที่ปรากฏในโครงการติดตั้งโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย ในมุมมองของประชาชนปรากฏภาพลักษณ์องค์กรด้านเป็นกลาง อันดับ 2 สังเกตได้จากผลการประเมินด้านคุณสมบัติเด่นที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์องค์กร ปรากฏว่ากระทรวงคมนาคมมีคุณสมบัติปานกลาง 2 ข้อ 1 เป็นองค์กรที่มั่นคง 2 มีความกล้าตัดสินใจ เนื่องจากกระทรวงฯ เป็นหน่วยงานราชการจึงมีความมั่นคงเป็นที่เชื่อถือของประชาชนและเป็นองค์กรที่ควบคุมนโยบาย จึงมีหน้าที่ในการตัดสินใจดำเนินงานพัฒนาองค์กรให้ประชาชนได้รับความสะดวกสบาย

ในการติดต่อสื่อสารและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินโครงการ แต่ประชาชนไม่ได้สัมผัสการปฏิบัติงานด้วยตนเองเพียงแต่ได้รับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชนจากเพื่อนร่วมงาน ญาติสนิทมากกว่า ภาพลักษณ์องค์กรที่ปรากฏในมุมมองของประชาชนจึงเป็นภาพลักษณ์ด้านเป็นกลางมากกว่าด้านอื่น

ประเด็นทั้ง 8 ประเด็นที่มีผลต่อโครงการฯ เมื่อนำผลวิเคราะห์จากเกณฑ์การประเมิน คือ การประเมินทัศนคติของประชาชน มาเปรียบเทียบกับอย่างคร่าว ๆ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 89 แสดงการเปรียบเทียบประเด็นที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์โครงการ

เกณฑ์การประเมิน (Expert Judge)				ประเมินทัศนคติประชาชน (Population Judgement)			
อันดับ	ภาพลักษณ์			อันดับ	ภาพลักษณ์		
	ด้านบวก	ด้านเป็นกลาง	ด้านลบ		ด้านบวก	ด้านเป็นกลาง	ด้านลบ
1.	การขยายบริการ	โทรศัพท์ 1.1 อ้าน	ความล่าช้าการ ดำเนินงาน	1.	การขยายบริการ		ความล่าช้าการ ดำเนินงาน
2.	ความคืบหน้าโครงการ	การรับภาระภาษี มูลค่าเพิ่ม	เรื่องร้องเรียน การดำเนินงาน	2.	การเผยแพร่ข่าว สารการดำเนินงาน		เรื่องร้องเรียน การดำเนินงาน
3.	หุ้นบริษัทเทเลคอม เอเชียฯ			3.	ความคืบหน้าโครงการ		
4.	การเผยแพร่ข่าว สารการดำเนินงาน			4.	โทรศัพท์ 1.1 อ้าน		
5.				5.	หุ้นบริษัทเทเลคอม เอเชียฯ		
6.				6.	การรับภาระภาษี มูลค่าเพิ่ม		

จากตารางแสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์โครงการที่เกิดขึ้นจากการวิเคราะห์โดยอาศัยเกณฑ์การประเมินกับการประเมินทัศนคติของประชาชน มีทั้งประเด็นที่เหมือนและแตกต่างกัน

ประเด็นที่ปรากฏภาพลักษณ์ด้านบวกเหมือนกัน 4 ประเด็น ได้แก่ การขยายบริการ ความคืบหน้าโครงการ หุ้นบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ การเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงาน แตกต่างกัน 2 ประเด็น โครงการโทรศัพท์ 1.1 ด้านเลขหมาย การรับภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม

ประเด็นที่ปรากฏภาพลักษณ์ด้านลบ เหมือนกันทั้ง 2 ประเด็น ความล่าช้าการดำเนินงาน เรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน

ประเด็นที่มีผลด้านบวกกับโครงการเหมือนกัน 4 ประเด็น การที่ประเด็นทั้ง 4 ได้รับความประเมินเป็นผลด้านบวกเหมือนกัน เนื่องจากในประเด็นดังกล่าว เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับโครงการว่าองค์กรที่ดำเนินโครงการที่มีความคืบหน้าและความสำเร็จในการดำเนินงาน เพิ่มการบริการที่รวดเร็วขึ้น มีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาขยายงานบริการ เช่น การเปิดสำนักงานรับจองโทรศัพท์ไปตามศูนย์การค้า ชุมชน รถบริการขอโทรศัพท์เคลื่อนที่ เปิดให้

บริการในวันหยุด สามารถขอติดตั้งโทรศัพท์และชำระเงินได้ทันที มีการจัดรายการของสมนาคุณพิเศษ แก่ผู้ขอติดตั้งโทรศัพท์ มีการสร้างชุมชนสายย่อยไปตามชุมชนต่าง ๆ เพื่อให้โทรศัพท์เข้าถึงชุมชนได้เร็วขึ้น และสร้างชุมชนสายใต้ดินเพื่อประหยัดพื้นที่ ประเด็นที่เกิดขึ้นเหล่านี้ล้วนก่อประโยชน์ให้กับประชาชนได้เร็วขึ้น และสร้างชุมชนสายใต้ดินเพื่อประหยัดพื้นที่ ประเด็นที่เกิดขึ้นเหล่านี้ล้วนก่อประโยชน์ให้กับประชาชนและองค์กรที่เกี่ยวข้อง จึงปรากฏ เป็นภาพลักษณ์ด้านบวกแก่โครงการ

ประเด็นที่มีผลด้านบวกแตกต่างกัน 2 ประเด็น คือ ประเด็นโครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย และการบริการภาษีมูลค่าเพิ่ม ในด้านเกณฑ์การประเมิน ประเด็นทั้ง 2 ปรากฏภาพลักษณ์โครงการด้านเป็นกลาง แต่การประเมินของประชาชนให้เป็นบวก ที่แตกต่างกันเพราะในด้านการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ในโครงการเป็นข่าวที่มีทั้งความก้าวหน้าและปัญหาอุปสรรคความขัดแย้ง เช่นในประเด็นโครงการโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย เป็นประเด็นที่มีความถี่และปริมาณเนื้อหาข่าวมาก เป็นข่าวความก้าวหน้าที่บริษัทเอกชนจะได้ทำโทรศัพท์เพิ่มเติมอีก 1.1 ล้านเลขหมายและองค์การโทรศัพท์ได้ทำอีก 8 แสนเลขหมาย ในขณะเดียวกันก็มีปัญหาเรื่องการขอแก้ไขสัญญา มีขั้นตอนการเจรจาล่าช้า มีองค์การเกี่ยวข้องด้วยหลายองค์กร ภาพลักษณ์โครงการในประเด็นนี้ จึงปรากฏผลด้านเป็นกลางมากกว่าด้านอื่น

ในมุมมองของประชาชน ให้ประเด็นทั้ง 2 มีภาพลักษณ์ด้านบวกกับโครงการ เนื่องจากในประเด็นโทรศัพท์ 1.1 ล้านเลขหมาย เป็นการขยายโทรศัพท์เพิ่มเติม ทำให้ประชาชนมีความหวังในการได้ใช้โทรศัพท์เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะองค์กรใดจะทำโครงการก็ตาม ประชาชนจะได้ผลประโยชน์มากขึ้น ได้ใช้โทรศัพท์เร็วขึ้น ในมุมมองของประชาชนจึงปรากฏภาพลักษณ์ด้านบวกในประเด็นนี้

ประเด็นที่ปรากฏภาพลักษณ์ด้านลบ เหมือนกัน 2 ประเด็น ถึงความล่าช้าในการดำเนินงานเรื่องร้องเรียนการดำเนินงาน ในด้านเกณฑ์การประเมิน หนังสือพิมพ์จะเสนอข่าวในประเด็นนี้ ปรากฏภาพลักษณ์ด้านลบเพราะว่าในการดำเนินงานมีปัญหาความขัดแย้งและความล่าช้าในการดำเนินงาน เช่น การติดตั้งโทรศัพท์ล่าช้า การขุดถนน โทรศัพท์เสียนาน ปัญหาความขัดแย้งระหว่างองค์การโทรศัพท์ฯ กับบริษัทคู่สัญญา องค์การโทรศัพท์กับสหภาพแรงงาน และกับประชาชนผู้ใช้บริการเป็นต้น

ในด้านมุมมองของประชาชน ปรากฏภาพลักษณ์ด้านลบ เป็นเพราะประชาชนเป็นผู้ใช้บริการโดยตรง เมื่อได้รับบริการไม่ดีจากการให้บริการขององค์การโทรศัพท์ และบริษัทเอกชนทั้ง 2 บริษัท จึงปรากฏภาพลักษณ์ด้านลบจากมุมมองของประชาชน

ข้อเสนอแนะ

ภาพลักษณ์องค์กรที่ปรากฏขึ้นจากการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ เป็นการสะท้อนให้เห็นภาพในการดำเนินงานหรือกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรออกมาทางหนังสือพิมพ์ ให้ประชาชนได้รับทราบ สื่อมวลชนจึงเปรียบเสมือนกระจกเงาที่สะท้อนให้เห็นถึงผลการดำเนินงาน สภาพปัญหาพร้อมทั้งข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขให้กับองค์กร เมื่อมีการเสนอข่าวองค์กรบ่อย ๆ อย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก ย่อมเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้อ่าน และเกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กรได้

ทุกวันนี้สื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของประชาชนมากขึ้น ในการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ข้อวิพากษ์วิจารณ์ และยังทำหน้าที่เป็นตัวแทนของประชาชนในการแสดงความคิดเห็น ร้องเรียน ผ่านไปยังรัฐบาลหรือผู้เกี่ยวข้องได้ ปัจจุบันมีหนังสือพิมพ์เกิดขึ้นใหม่หลายฉบับ ทั้งประเภทรายวัน ราย 3-5 วัน รายสัปดาห์ และรายเดือน เมื่อรวมกับของเดิมที่ดีพิมพ์อยู่แล้วนับว่าเป็นจำนวนมาก หนังสือพิมพ์จึงมีการแข่งขันกันในการแสวงหาข่าว รายงานข่าวอย่างรวดเร็ว และเป็นไปในเชิงธุรกิจ เพื่อทำหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ ในการรายงานข่าวเพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มจุดเด่นของหนังสือพิมพ์ เมื่อมีประเด็นสำคัญจะเกาะติดสถานการณ์ รายงานข่าวอย่างรวดเร็ว ยาวนาน และยากที่จะมีอิทธิพลใด ๆ มาบีบให้เลิกเสนอประเด็นข่าวนั้นได้

ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กร

องค์กรต่าง ๆ ทั้งที่เป็นองค์กรของรัฐ องค์กรเอกชน และหน่วยงานของรัฐบาล ควรให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีอายุการเสนอข่าวยาวนานกว่า มีรายละเอียดเนื้อหามาก เข้าถึงประชาชนได้รวดเร็ว และมีอิทธิพลต่อผู้อ่านเพิ่มมากขึ้น องค์กรดังกล่าวสามารถอาศัยช่องทางนี้ กลับมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อองค์กรได้เป็นอย่างดี ในการเผยแพร่ข่าวสารและสร้างทัศนคติที่ดีขององค์กรสู่สายตาประชาชน นอกจากนี้ควรนำข้อติติงข้อวิพากษ์วิจารณ์มาปรับปรุงแก้ไข ควรลดขั้นตอนกฎระเบียบต่าง ๆ ในการให้ข่าว แก้ไขข่าวที่เกิดขึ้น เพื่อให้ข้อเท็จจริงปรากฏสู่ภายนอกอย่างรวดเร็ว เป็นการป้องกันภาพลักษณ์องค์กรไม่ให้เป็นไปในทางลบแก่องค์กรในมุมมองของสื่อมวลชนและประชาชนได้ สื่อมวลชนจึงไม่ใช่สิ่งที่น่ากลัวสำหรับผู้บริหารอีกต่อไป ถ้าสามารถเข้าใจและเข้าถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนได้

องค์กรควรมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่ดี องค์กรควรให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์และให้ความสำคัญกับสื่อมวลชน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ ควรมีการติดตามข่าวองค์กร

จากสื่อมวลชนทุกวันและวิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้นทุกระยะเพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้บริหารตัดสินใจได้รวดเร็วขึ้น และควรมีการจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ด้วยความจริงใจ สื่อมวลชนจึงเปรียบเสมือนประตูที่นำสิ่งที่ดีขององค์กรสู่สายตาประชาชนได้

อย่างไรก็ตาม องค์กรเองต้องมีผลการดำเนินงานและพฤติกรรมที่ดีให้เป็นที่น่าเชื่อถือด้วยการไม่เอาเปรียบประชาชน และคืนกำไรส่วนหนึ่งให้ประชาชนด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากโครงการติดตั้งโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย จะสิ้นสุดโครงการในปี 2539 และ 2540 โดยบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ ผู้รับสัมปทานติดตั้งโทรศัพท์ 2 ล้านเลขหมายในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จะสิ้นสุดโครงการในปี 2539 และบริษัทไทยเทเลโฟนฯ ผู้รับสัมปทานติดตั้งโทรศัพท์ 1 ล้านเลขหมาย ในเขตภูมิภาคจะสิ้นสุดโครงการในปี 2540 แต่จะมีโครงการขยายการติดตั้งโทรศัพท์เพิ่มอีก 6 ล้านเลขหมาย เพื่อให้เป็นไปตามแผนแม่บทองค์การโทรศัพท์และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่จะให้ประชาชนมีโทรศัพท์อย่างเพียงพอและทั่วถึง

โครงการที่จะดำเนินทางในอนาคตข้างหน้านี้ ผู้รับสัมปทานรายเดิมอาจจะได้เข้ามาดำเนินงานอีกก็ได้ เพราะมีความพร้อมและประสบการณ์อยู่แล้ว การวิจัยในครั้งนี้จะเป็นแบบอย่างในการวิจัยโครงการครั้งต่อไปหรือโครงการอื่นในลักษณะเดียวกันและเพื่อให้การวิจัยเป็นไปอย่างสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ควรพิจารณาวิเคราะห์หนังสือพิมพ์เพิ่มมากขึ้นและสำรวจความคิดเห็นจากประชาชนในกลุ่มใหญ่ขึ้นอีก เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิเคราะห์ให้สมบูรณ์มากขึ้นอีก