บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์การให้บริการข่าวของสำนักข่าวไทย : ทัศนะจากนักหนังสือพิมพ์ผู้ใช้บริการนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

ความเป็นภววิสัย (Objectivity)

แนวคิดในเรื่องความเป็นภววิสัยนี้ เป็นแนวคิดในการสร้างหรือรายงานข่าวทางสื่อมวลชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งทางหนังสือพิมพ์เพื่อให้ข่าวนั้นมีคุณภาพยิ่งขึ้น ผู้ที่นำความคิดในเรื่องของความเป็นภววิสัยมาเสนอคือ Alan Barth (อ้างถึงใน ยงยุทธ รักษาศรี, 2530 : 54) แห่งหนังสือพิมพ์วอชิงตัน โพสท์ ซึ่งได้กล่าวว่าความเป็นภววิสัยในข่าวเป็นหลักที่สำคัญมากสำหรับการเสนอข่าวทางหนังสือพิมพ์

แนวคิดในเรื่องนี้อธิบายได้ว่า ความเป็นภววิสัยในข่าวเป็นหลักที่สำคัญที่สุดของสื่อมวลชน เพราะเป็นวิธีการที่จะทำให้ข่าวไปสู่ผู้รับโดยปราศจากความลำเอียงหรือมีอคติ หรือมีอิทธิพลภายนอกเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการเสนอข่าว สื่อมวลชนเองก็ยอมรับว่าข่าวที่นำเสนอนั้นจะต้องได้รับการพิจารณาว่าปราศจากความลำเอียง ซ่อนเร้นบิดบัง หรือแต่งเติมจากสาระเนื้อหาข้อเท็จจริงเดิม

แต่อย่างไรก็ตาม พบว่าการรายงานข่าวโดยอาศัยความเป็นภววิสัยนั้นเป็นสิ่งที่ยากที่จะกระทำได้อย่างเต็มที่ ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากนักข่าวทั้งหลายที่เป็นปุถุชนนั้นยังไม่สามารถหลีกเลี่ยงอิทธิพลของความคิดเห็นและอารมณ์ส่วนตัวได้ นอกจากนั้นยังพบว่าการรายงานข้อเท็จจริงที่จะ

ให้มีความเป็นภววิสัยนั้น โดยทั่วไปแล้วไม่สามารถที่จะเสนอได้อย่างชัดเจนหรือให้เป็นที่เข้าใจง่าย เนื่องจากชีวิตปัจจุบันเป็นสิ่งซับซ้อน การรายงานข่าวที่จะเป็นภววิสัยได้นั้นจะต้องเป็นผู้ใช้แหล่งข่าวของตนเอง และมีความสามารถที่จะรับรู้ข้อเท็จจริงทั้งหมดในเหตุการณ์นั้นในทุกแง่มุม แต่ในความเป็นจริงแล้วพบว่าไม่มีใครที่จะกระทำได้อย่างสมบูรณ์

แนวคิดในเรื่องความเป็นภววิสัยในการเสนอข่าวนี้ ตรงกับข้อสันนิษฐานในการวิจัยในครั้งนี้ที่ว่า สำนักข่าวไทยเป็นองค์กรกลางด้านข่าวสารของประเทศ เป็นศูนย์กลางด้านข่าวสารให้สื่อมวลชนได้ใช้ด้วยการนำเสนอข่าวที่มีคุณภาพ ปราศจากความลำเอียงหรือซ่อนเร้นปิดบังข้อเท็จจริงส่วนใดส่วนหนึ่งนั่นเอง

<u>แนวคิดผู้เฝ้าประตู</u> (Gatekeeper)

แนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ "ผู้เฝ้าประตู" นี้ Kurt Lewin (1947 อ้างถึงใน พีระ จิรโสภณ, 2529) ได้ให้ข้อสังเกตว่ากระบวนการนำเสนอข่าวสารแต่ละชิ้นนั้น ก่อนที่จะส่งถึงมือผู้รับปลายทางได้ จะต้องผ่านช่องทางต่าง ๆ ซึ่งก็มักจะประกอบไปด้วย "ประตู" ที่มีการปล่อยหรือกักกันข่าวสารต่าง ๆ ตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ หรือโดยวินิจฉัยของผู้เฝ้าประตูเองว่าจะยอมให้ข่าวชิ้นใดไหลผ่านไปได้หรือไม่

ในการศึกษาครั้งนี้ พอจะกล่าวได้ว่าจากต้นตอของแหล่งข่าวนั้น จะมีข่าวสารมากมายหลายชิ้นที่นักข่าวหามาได้และส่งมายังกองบรรณาธิการของสำนักข่าวไทย ซึ่งบรรณาธิการข่าวก็จะทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารเพียงบางชิ้นเพื่อตีพิมพ์ในเอกสารข่าว และข่าวสารที่ถูกคัดเลือกนี้ก็จะถูกตกแต่งให้เหมาะสมกับเวลา เนื้อที่และลักษณะของเอกสารข่าวด้วย

จากแนวคิดผู้เฝ้าประตูนี้ พยายามชี้ให้เห็นกิจกรรมของผู้เฝ้าประตูขององค์กรสื่อมวลชนโดยทั่วไป และพบว่าการที่สำนักข่าวไทยไม่สามารถตีพิมพ์ข่าวทุกชิ้นที่ส่งมาได้นั้น สิ่งหนึ่งที่ต้องได้รับการพิจารณาเป็นประการแรก ก็คือนโยบายในการดำเนินงานของสำนักข่าว

ไทยเอง ที่พร้อมจะ "กักกัน" หรือ "ปล่อยผ่าน" ข่าวสารแต่ละชิ้นได้ และตัวผู้เฝ้าประตูหรือบรรณาธิการข่าวจำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัดด้วย

<u>แนวคิดการกำหนดประเด็นการรับรู้ข่าวสาร</u> (Agenda Setting)

หน้าที่ในการกำหนดประเด็นการรับรู้ข่าวสารนี้เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นจาก M.E. McCombs และ D.L. Show (1972 อ้างถึงใน พีระ จิรโสภณ, 2529) โดยเสนอว่าสื่อมวลชนมีบทบาทที่สำคัญที่จะทำให้สาธารณชนมีความเห็นคล้อยตามว่าเรื่องหนึ่งเรื่องใดควรเป็นเรื่องที่มีความสำคัญที่ควรจะนำมาพิจารณากัน และยังมีบทบาทในแง่ที่เป็นผู้กำหนดประเด็นการรับรู้เหตุการณ์ และข่าวสารของประชาชนอีกด้วย

ลักษณะของผลของการสื่อสารมวลชนตามแนวคิดนี้ แสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนมีผลโดยตรงต่อผู้รับสาร ซึ่ง อรนุช เลิศจรรยารักษ์ (2532) กล่าวว่า ในการเลือกเสนอข่าวบรรณาธิการและนักข่าวจะทำหน้าที่ตรวจสอบ คัดเลือก เรียบเรียงข่าวให้ประชาชนรับทราบ บุคคลเหล่านี้จึงอยู่ในฐานะที่จะควบคุมข่าวสารต่าง ๆ ที่จะผ่านไปยังประชาชนทั่วไปโดยอาศัยวิธีการคัดเลือก เรียบเรียงข่าว ตกแต่งข่าว ตลอดจนลำดับความสำคัญของข่าว ซึ่งพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมข่าวสารดังกล่าวนี้ ถือได้ว่าเป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการกำหนดประเด็นการรับรู้ข่าวสารของสื่อมวลชน

ในการพิจารณาลักษณะการให้บริการข่าวของสำนักข่าวไทยนี้ สามารถใช้แนวคิดการกำหนดประเด็นการรับรู้ข่าวสารเป็นแนวทางในการอธิบายได้ นั่นก็คือ การคัดเลือกตรวจสอบข่าวสารที่จะนำลงตีพิมพ์ในเอกสารข่าวของสำนักข่าวไทย ซึ่งแม้ว่าลักษณะการนำเสนอข่าวในเอกสารข่าวจะไม่สามารถสังเกตความสำคัญได้อย่างชัดเจนเหมือนการเลือกข่าวพาดหัวหน้า 1 ในหนังสือพิมพ์ได้ แต่หากมีการ "ติดตาม" ข่าวใดข่าวหนึ่งที่สำนักข่าวไทยเห็นว่ามีความสำคัญได้อย่างต่อเนื่องและรอบด้านแล้ว ก็สามารถมองได้ว่าสำนักข่าวไทยสามารถกำหนดประเด็นการรับรู้ข่าวสารต่อผู้บริโภคได้เช่นกัน

<u>แนวคิดในการพิจารณาการกระจายผลิตภัณฑ์ การผลิต และการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ทางด้านสื่อสารมวลชน</u>

ศิริชัย ศิริกายะ (2532) ได้กล่าวถึงแนวคิดในการพิจารณาการกระจายผลิตภัณฑ์ การผลิตและการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ทางด้านสื่อมวลชนไว้ในเอกสารประกอบการสอนวิชาการบริหารสถานีวิทยุและโทรทัศน์ ของคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยไว้ว่า องค์กรสื่อมวลชนแต่ละแห่งจะมีความแตกต่างกันอย่างมากในส่วนที่เกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรเพื่อการผลิต การกระจายผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของตน ซึ่งความแตกต่างในการเน้นใช้ทรัพยากรเหล่านี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์เอง กล่าวคือบางผลิตภัณฑ์ต้องเน้นที่บริการที่ฉับพลันทันเวลา ในขณะที่บางผลิตภัณฑ์อาจต้องเน้นที่คุณภาพในการผลิต หรือเน้นที่ราคาต่ำ แต่ไม่ว่าจะมีความแตกต่างกันมากเพียงใด องค์กรสื่อมวลชนแต่ละแห่งต่างก็มีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือพยายามที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคเป้าหมายให้มาก เพื่อจะนำไปสู่ยอดขายที่สูงขึ้นตามไปด้วย

มีแนวคิดสองแนวคิดที่ใช้เป็นหลักสำหรับให้ผู้บริหารองค์กรสื่อมวลชนพิจารณาถึงการกระจายผลิตภัณฑ์ การผลิต และการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานด้านสื่อมวลชน คือ

1. แนวคิดทางด้านการตลาด

เป็นแนวคิดที่ใช้การกระจายผลิตภัณฑ์เป็นตัวหลักในการพิจารณา ทั้งนี้เนื่องจากแนวคิดทางด้านการตลาดจะเป็นตัวกำหนดการกระจายผลิตภัณฑ์ และการกระจายผลิตภัณฑ์นี้เองจะเป็นตัวกำหนดปัจจัยต่าง ๆ สำหรับการผลิตตามมา แนวคิดทางด้านการตลาดจะเน้นไปที่ตัวผู้บริหารองค์กรสื่อมวลชน ซึ่งต้องคิดและออกแบบตัวผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสนองต่อความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ด้วยการพิจารณาว่าผู้รับสารต้องการรับสารอย่างไรและในเวลาใด (หมายถึงการกระจายผลิตภัณฑ์) สารหรือผลิตภัณฑ์ควรออกมาในรูปแบบใดเป็นพิเศษ (หมายถึงการผลิต) และผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อให้ได้มาซึ่งสาระดังกล่าวมากน้อยเพียงใด (หมายถึงการกำหนดราคา)

นั่นก็หมายความว่าความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภคและผู้ผลิตเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดการผลิตและการกระจายผลิตภัณฑ์ และในทางตรงข้ามระบบการกระจายผลิตภัณฑ์ก็เป็นตัวสร้างเนื้อหาสาระที่ผลิตขึ้นมา และหากสำนักข่าวไทยจะดำเนินงานภายใต้เงื่อนไขทางการตลาดนี้แล้ว จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพิจารณาความต้องการของนักสื่อสารมวลชนผู้เป็นลูกค้าตรง เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตงานของตนให้ออกมาตรงความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

2. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความสมดุลย์ระหว่างคุณภาพ บริการ และราคา

เป็นแนวคิดที่ทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตพยายามที่จะหาความสมดุลย์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณภาพ ราคา และการให้บริการเมื่อมีการซื้อหรือการใช้ผลิตภัณฑ์สื่อมวลชนขึ้น และมักจะคาดหวังให้ปัจจัยทั้งสามนี้อยู่ในลักษณะที่ให้ประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคได้ในเวลาเดียวกัน แต่ในกรณีที่ปัจจัยดังกล่าวนี้ไม่สามารถอยู่ในลักษณะที่ให้ประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคในเวลาเดียวกันได้ ผู้ผลิตควรต้องตระหนักว่าได้เกิดความไม่สมดุลย์ขึ้น และควรเน้นไปที่ปัจจัยตัวใดตัวหนึ่งที่มีความสำคัญต่อกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายแทน

ประเด็นหลักในที่นี้ก็คือ การสร้างความสมดุลย์ระหว่างคุณภาพ ราคา และการบริการให้เกิดขึ้นให้ได้และสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายนั้น ควรจะได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบที่สุดจากผู้บริหารองค์กรสื่อมวลชน โดยการนำทรัพยากรที่มีอยู่ออกมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ประสิทธิผล เพื่อให้ได้มาซึ่งคุณภาพ ราคา และการบริการตามที่ได้กำหนดเอาไว้ โดยมีทรัพยากรที่มีความสำคัญมากร่วมอยู่ในกระบวนการนี้ คือ เทคโนโลยี คน และเงิน

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการกระจายผลิตภัณฑ์

วัตถุประสงค์ของการกระจายผลิตภัณฑ์ด้านสื่อมวลชนมักไม่ได้มาจากความสมดุลย์เสมอกันระหว่างคุณภาพ บริการ และราคา แต่มักเน้นไปที่ปัจจัยตัวใดตัวหนึ่งมากกว่า

การกระจายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงนอกจากจะหมายถึงการกระจายผลิตภัณฑ์ได้อย่าง "ทันเวลาและแน่นอน" แล้ว ยังหมายถึง "คุณภาพ" ของตัวผลิตภัณฑ์เองด้วย ซึ่งการกระจายผลิตภัณฑ์จะมีคุณภาพดีได้ก็ต่อเมื่อตัวผลิตภัณฑ์สามารถเข้าถึงผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจงในระดับหนึ่ง ส่วนในเรื่องของการบริการนั้น ความน่าเชื่อถือถือได้ว่าเป็นเครื่องแสดงถึงการบริการที่ดี ต้องทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจว่าจะได้รับผลิตภัณฑ์อย่างตรงเวลาตามที่ได้กำหนดไว้ และสำหรับราคาก็เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของผู้บริโภคที่จะต้องพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ การที่เครื่องมือสื่อสารมวลชนมีราคาสูง ทำให้ราคาของผลิตภัณฑ์สื่อมวลชนสูงขึ้นตามไปด้วย ในกรณีเช่นนี้ผู้บริโภคอาจเลือกที่จะไม่ใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนดังกล่าวได้ หรือในบางกรณีราคาอาจกลายเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้ผลิตได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของธุรกิจที่มีเงินสะพัดอยู่ไม่มาก และดำเนินกิจการด้วยเงินทุนค่อนข้างน้อยหรืออยู่ในภาวะที่มีปัญหาด้านการเงิน

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการผลิต

เมื่อใช้แนวคิดทางด้านการตลาดมาตัดสินความต้องการเนื้อหาจากสื่อมวลชนและวิธีการจัดส่งเนื้อหาดังกล่าวด้วยแล้ว ผู้บริหารองค์กรสื่อมวลชนก็จะเริ่มหันมาสนใจต่อการผลิตตัวเนื้อหาสาระ (ผลิตภัณฑ์) ซึ่งในที่นี้ก็คือการทำให้เกิดความสมดุลย์ในมาตรฐานระหว่างคุณภาพ ราคา และการบริการ

คุณภาพเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการผลิตงานสื่อมวลชน เช่น การเลือกตัวพิมพ์ที่คมชัดหรือกระจายเสียงโดยไร้คลื่นรบกวน ซึ่งผู้ผลิตต้องให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่วนเรื่องการบริการก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน การผลิตงานสื่อมวลชนที่ทำได้อย่างรวดเร็วทันเวลาถือได้ว่าเป็นเกณฑ์ที่มีความสำคัญมาก แม้ว่าในบางครั้งอาจต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเพื่อให้ได้การบริการที่ดีนี้บ้างก็จำเป็นต้องทำเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตาม คุณภาพหรือการบริการอาจจะไม่ใช่ปัจจัยที่กำหนดความสำคัญของผลิตภัณฑ์ได้เสมอไป ในบางกรณีราคาก็มีส่วนช่วยให้ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคได้เช่นกัน ถ้าการผลิตนั้นมีค่าใช้จ่ายไม่มากนัก ซึ่งก็จะส่งผลให้ราคาของผลิตภัณฑ์อยู่

ในระดับที่ผู้บริโภคจะรับได้

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องราคา

ราคาเป็นเรื่องสลับซับซ้อน สำหรับองค์กรสื่อมวลชนแล้วราคารวมถึงการกำหนดอัตราต่อหน่วยของงานสื่อมวลชน อัตราค่าโฆษณา ค่าบริการพิเศษ การกำหนดราคาสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของสื่อมวลชนหรือการเปลี่ยนแปลงราคาสื่อมวลชนที่มีอยู่เดิมต่างก็มีปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องอย่างมากมาย ในบางครั้งต้องทำการวิเคราะห์ทางการเงินอย่างลึกซึ้ง เนื่องจากราคาเป็นเรื่องละเอียดอ่อน สลับซับซ้อนและเคลื่อนตัวอยู่ตลอดเวลา

การพิจารณาในเรื่องราคาสามารถพิจารณาได้สองรูปแบบ ทั้งนี้เพราะราคาเป็นปัจจัยที่เคลื่อนตัวอยู่เสมอของส่วนผสมทางด้านการตลาด กล่าวคือ ประการแรก ราคาของงานสื่อมวลชนต้องแปรเปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลงของตลาดและคู่แข่งขัน โดยเฉพาะอัตราค่าโฆษณามักจะเปลี่ยนแปลงขึ้นลงอยู่เสมอในทุกสื่อ และประการที่สอง เนื่องจากราคาเป็นสิ่งที่เคลื่อนตัวอยู่เสมอ การตั้งราคามักถูกกำหนดตั้งแต่ระยะแรก ๆ ของกระบวนการวางแผนและยังเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามมา เช่นราคาชั่วคราวที่กำหนดขึ้นในระหว่างขั้นการวางกลยุทธ์และเปลี่ยนแปลงในขั้นการวางแผนปฏิบัติมาเป็นราคาที่แท้จริง ซึ่งกระบวนการกำหนดราคานี้ถูกทำซ้ำ ๆ กันหลายคราว

นั่นก็หมายความว่า การกระจายผลิตภัณฑ์ การผลิต และราคาของสื่อมวลชนถูกกำหนดขึ้นตามแนวคิดทางด้านการตลาด ผู้บริหารองค์กรสื่อมวลชนสร้างกลยุทธ์ของตัวผลิตภัณฑ์โดยทำสาระให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และจัดส่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไปให้ผู้บริโภค เป้าหมายของการผลิต การกระจายผลิตภัณฑ์ และการกำหนดราคา การสร้างงานทางสื่อมวลชนที่มุ่งให้มีคุณภาพสูง มีการบริการที่ดี และมีราคาต่ำนี้เป็นเรื่องยากที่จะทำให้บรรลุถึงเป้าหมายได้ ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรที่ฉลาดจึงมักเลือกที่จะลำดับความสำคัญของปัจจัยทั้งสามนี้และพยายามหาเหตุผลให้กับการจัดอันดับความสำคัญดังกล่าว เมื่อใดก็ตามที่สามารถจัดอันดับได้สำเร็จ ความสมดุลย์ก็จะเกิดขึ้นกับองค์กรนั้นเอง ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้มีปัจจัยสำหรับการ

พิจารณาก็คือ สำนักข่าวไทยจะต้องสามารถจัดส่งเอกสารข่าวให้ถึงมือลูกค้าได้อย่างทันเวลาและแน่นอน ให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจว่าจะได้รับผลิตภัณฑ์อย่างตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ รวมทั้งมีเนื้อหาสาระตรงกับความต้องการและสามารถนำไปใช้งานได้จริง นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาถึงกระบวนการผลิตที่จะต้องกระทำอย่างรวดเร็ว ทันเวลา และอยู่ภายใต้การยอมรับจากลูกค้าในเรื่องราคาด้วย ซึ่งสำนักข่าวไทยจะต้องจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยทั้ง 3 ประการนี้เพื่อสร้างความสมดุลย์ให้เกิดขึ้นภายในองค์กรเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริวรรณ บุญดิเรก (2524) ศึกษาถึงการดำเนินงานของสำนักข่าวไทย พบว่า สำนักข่าวไทยเป็นสถาบันสื่อมวลชนที่ตั้งขึ้นมาจากการริเริ่มของรัฐบาล ซึ่งลักษณะการดำเนินงานของสำนักข่าวไทยก็ดำเนินตามนโยบายที่รัฐบาลกำหนด แม้ว่าจะมีเสียงบางส่วนกล่าวว่าการทำงานของสำนักข่าวไทยกับของกรมประชาสัมพันธ์นั้นมีส่วนที่เหมือนกันคือการเสนอข่าว แต่โดยหลักการแล้วการทำงานของสำนักข่าวเป็นการทำงานให้กับชาติหรือรัฐ ส่วนกรมประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการดำเนินงานให้กับรัฐบาล ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลใหม่กรมประชาสัมพันธ์ก็จะทำงานให้กับรัฐบาลใหม่ แต่สำหรับสำนักข่าวไทยมิได้เป็นเช่นนั้น สำนักข่าวไทยจะดำเนินการตามนโยบายของชาติที่ได้กำหนดเอาไว้

นอกจากนั้น ยังพบว่าบทบาทของสำนักข่าวไทยนับได้ว่ามีความสำคัญเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพราะบริการข่าวของสำนักข่าวไทยที่ให้กับสมาชิกทั้งที่เป็นหนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีโทรทัศน์ หน่วยงานของรัฐ หรือแม้แต่ธุรกิจของเอกชนต่าง ๆ นั้นตรงกับความต้องการและสามารถช่วยให้สื่อมวลชนบางประเภทเช่นหนังสือพิมพ์ที่มีทุนน้อยสามารถดำรงอยู่ได้ และบทบาทที่มีต่อสื่อมวลชนต่างประเทศก็เช่นกัน สำนักข่าวไทยสามารถที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารกับสำนักข่าวต่างประเทศได้ ซึ่งเป็นการช่วยให้ข่าวภายในประเทศได้กระจายออกสู่ต่างประเทศเป็นการช่วยเหลือในด้านภาพพจน์ของประเทศ และนำมาซึ่งผลประโยชน์โดยส่วนรวม อีกทั้งทำให้รัฐบาลไม่จำเป็นที่จะต้องคอยสั่งแก้ข่าวเมื่อมีข่าวที่ไม่ดีออกไปทำลายภาพพจน์ของประเทศ

ส่วนบทบาทของสำนักข่าวไทยที่มีต่อการพัฒนาประเทศนั้นก็เป็นบทบาทที่ตรงกับลักษณะงานสำคัญของ อ.ส.ม.ท. ที่จะต้องดำเนินการโดยเฉพาะในส่วนที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา และการพัฒนาประเทศ คือการช่วยแพร่กระจายข่าวสารในด้านการประชาสัมพันธ์สภาพบ้านเมืองให้เป็นไปในทางที่ดี การกระจายข่าวสารเกี่ยวกับการให้ความรู้ในด้านประชากรไปสู่ประชาชนโดยผ่านทางสื่อมวลชน และบทบาทที่มองเห็นได้ชัดของสำนักข่าวไทยคือบทบาทที่มีต่อความมั่นคงของชาติคือการเสนอข่าวสารของรัฐบาลไปสู่ประชาชนเพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนาประเทศนั่นเอง

สุวิทย์ บุตรพรึ้ง (2524) เสนอสารนิพนธ์ประกอบการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวารสารศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เรื่องบทบาทการเสนอข่าวของสำนักข่าวไทย พบว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงให้ระดับการเสนอข่าวของสำนักข่าวไทยว่ามีความเป็นกลางและมีคุณภาพข่าวอยู่ในขั้นพอใช้ สร้างความเชื่อถือได้พอสมควร และพบว่าข่าวที่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงมีความต้องการใช้จากเอกสารข่าวของสำนักข่าวไทยเรียงตามลำดับมากน้อยดังนี้ คือ ข่าวสาธารณสุข ข่าวต่างประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการศึกษา และอื่น ๆ โดยมีอัตราใช้ข่าวประมาณร้อยละ 70 ของข่าวที่เสนอทางวิทยุทั้งหมด แต่ข่าวของสำนักข่าวไทยยังขาดรายละเอียดด้านข่าวการพัฒนาเศรษฐกิจในภูมิภาค และข่าวเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดกับประชาชน และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างข่าวของสำนักข่าวไทยกับสำนักข่าวต่างประเทศแล้ว สำนักข่าวไทยเสนอข่าวได้สั้น กระชับ เรียบเรียงข่าวได้ดี อ่านและเข้าใจง่าย และมีความถูกต้องมากกว่า

ส่วนหนังสือพิมพ์ประเภทข่าวเบา (popular newspaper) นั้นจากการศึกษาพบว่าข่าวของสำนักข่าวไทยมีความน่าเชื่อถือพอสมควร แต่คุณภาพข่าวอยู่ในขั้นไม่น่าพอใจเพราะขาดความเป็นกลางในการเสนอข่าว เนื่องจากเป็นหน่วยงานของรัฐ ซึ่งอาจถูกบังคับให้เสนอข่าวด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ และข่าวเกี่ยวกับบุคคลมักยึดติดกับตัวบุคคลหรือพรรคการเมือง ข่าวที่หนังสือพิมพ์ ประเภทข่าวเบาใช้จากเอกสารข่าวของสำนักข่าวไทยมากก็คือข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการศึกษา และข่าวทั่วไป ใช้ในอัตราเฉลี่ยต่ำกว่าร้อยละ 40 ต่อวัน ส่วนรายละเอียดของข่าวจากสำนักข่าวไทยนั้นหนังสือพิมพ์ประเภทข่าวเบาเห็นว่ายังขาดข่าวเศรษฐกิจภาคเอกชนใน

ประเทศ ข่าวเกี่ยวกับรัฐบาลในด้านลบก็มักจะไม่ค่อยมีรายละเอียด และเมื่อเปรียบเทียบกับสำนักข่าวต่างประเทศแล้วสำนักข่าวต่างประเทศเสนอข่าวได้รวดเร็วและมีสาระน่าเชื่อถือมากกว่า

ส่วนหนังสือพิมพ์คุณภาพ (quality newspaper) นั้นเห็นว่าสำนักข่าวไทยเสนอข่าวมีแนวโน้มเป็นกลาง น่าเชื่อถือพอสมควร แต่เสนออย่างผิวเผิน คุณภาพของข่าวอยู่ในขั้นพอใช้ หนังสือพิมพ์คุณภาพจะนำข่าวของสำนักข่าวไทยไปใช้ประมาณไม่เกินร้อยละ 40 ต่อวัน ส่วนใหญ่ข่าวที่มีความต้องการมากคือ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง และข่าวภูมิภาค และยังเห็นอีกด้วยว่าข่าวของสำนักข่าวไทยมักเป็นไปตามกระแสไม่เจาะลึกถึงรายละเอียดของข่าว นอกจากนั้นยังเสนอว่าสำนักข่าวไทยควรมีบทความและสารคดีต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งสำนักข่าวต่างประเทศมีแล้ว

ศิริพร ภิญโญ (2527) ได้ศึกษาถึงการเสนอข่าวของ อ.ส.ม.ท. เปรียบเทียบกับการเสนอข่าวของกรมประชาสัมพันธ์ พบว่า กรมประชาสัมพันธ์มุ่งเสนอข่าวที่เป็นผลงานของรัฐบาล ซึ่งก็คือการเผยแพร่ผลงานของรัฐบาลให้ประชาชนได้ทราบ เป็นหน้าที่และวัตถุประสงค์หลักของกรมประชาสัมพันธ์ แต่ในการเสนอข่าวก็มิได้เสนอเฉพาะข่าวของรัฐบาลเท่านั้น หากเสนอครอบคลุมถึงข่าวแทบทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นข่าวเศรษฐกิจ การเมือง การทหาร ส่วนข่าวอาชญากรรมนั้นก็มีเสนอบ้างแต่เลือกเฉพาะข่าวที่ใหญ่จริง ๆ เท่านั้น

ส่วนกระบวนการทำข่าวขององค์กรทั้งสองแห่งนี้ พบว่า ข่าวของกรมประชาสัมพันธ์เมื่อดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ เรียบร้อยแล้ว คือนับตั้งแต่การหาข่าว เขียนข่าว ตัดต่อเทปเพื่อทำข่าวประกอบเสียง นำข่าวนั้นออกอากาศ และหลังจากการออกอากาศก็จะนำข่าวนั้นมาตีพิมพ์ในวิทยุสาร ซึ่งเป็นเอกสารข่าวของกรมประชาสัมพันธ์อีกครั้งหนึ่ง ถึงแม้วิทยุสารจะแจกจ่ายไปยังสื่อมวลชนแต่สื่อมวลชนมักไม่นิยมใช้ข่าวจากวิทยุสารลงตีพิมพ์ เพราะไม่ว่าจะเป็นการมองประเด็นข่าวหรือการเขียนข่าวก็ดี ข่าวของกรมประชาสัมพันธ์มักมีลักษณะที่เป็นข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ (publicity) ซึ่งถือว่าเป็นข่าวที่มีคุณค่าน้อย

สำหรับ อ.ส.ม.ท. นั้นเป็นรัฐวิสาหกิจ รัฐบาลไม่ได้กำหนดนโยบายมาให้อย่างเฉพาะเจาะจง อิสระต่าง ๆ ในการเสนอข่าวจึงมีมากกว่ากรมประชาสัมพันธ์และโดยวัตถุประสงค์แล้ว อ.ส.ม.ท.หรือหน่วยงานที่มีหน้าที่เสนอข่าวโดยตรงคือสำนักข่าวไทยไม่ได้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้กับใคร ซึ่งผิดกับกรมประชาสัมพันธ์ที่ทำหน้าที่ใช้ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ข่าวที่เสนอจึงเป็น publicity มากกว่าที่จะเป็น news คือเป็นข้อเขียนที่เขียนจากแง่มุมของผู้ที่มีข้อมูลจะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้กับรัฐบาลด้วยการนำเอาสิ่งที่ดีมาเสนอแต่เพียงมุมเดียว

ผู้เขียนสารนิพนธ์ฉบับนี้ยังได้แสดงความเห็นอีกด้วยว่าข่าวของสำนักข่าวไทยเป็นข่าวที่เรียกตามหลักวารสารศาสตร์ได้ว่าเป็น news คือเป็นการรายงานข้อเท็จจริงตามเนื้อข่าว ซึ่งสำนักข่าวไทยสามารถทำให้ข่าวมีคุณค่าได้มากกว่ากรมประชาสัมพันธ์ ดังนั้นจึงให้ข้อมูลที่ถูกต้องทั้งบวกและลบ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ของรัฐนำไปศึกษาเปรียบเทียบ แต่อย่างไรก็ตามในฐานะที่เป็นรัฐวิสาหกิจ อะไรที่รู้แน่ชัดว่าจะก่อให้เกิดผลเสียแก่รัฐบาลก็พึงละเว้นโดยสามัญสำนึก ข่าวที่เป็นกรณีเจ้าหน้าที่ของรัฐปฏิบัติหน้าที่ไปในทางเสียหาย สำนักข่าวไทยก็สามารถนำเสนอเป็นข่าวได้ แม้จะมีผลกระทบกระเทือนต่อรัฐบาลบ้าง แต่ทั้งนี้ก็เพื่อให้มีการทบทวนและปรับปรุงการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้น ในขณะที่กรมประชาสัมพันธ์ไม่สามารถเสนอข่าวนี้ได้เลย

สำหรับความซ้ำซ้อนระหว่างสำนักข่าวไทยและกรมประชาสัมพันธ์นั้น ผู้เขียนสารนิพนธ์ฉบับนี้ได้อ้างคำกล่าวของ เกริกไกร จีระแพทย์ อดีตผู้อำนวยการสำนักข่าวไทยว่า "ความซ้ำซ้อนกันไม่มีโดยตรง จะมีเพียงคำว่า "ข่าว" และ "การหาข่าว" เท่านั้น ความซ้ำซ้อนในด้านวัตถุประสงค์และขอบเขตนั้นหาได้ยากมาก เพราะแต่ละหน่วยงานต่างมีจุดประสงค์ในการดำเนินงานต่างกัน"

นันทา เบญจศิลารักษ์ (2528) ได้ศึกษาถึงประสิทธิภาพของสำนักข่าวไทยโดยมองในแง่ของหนังสือพิมพ์ พบว่า สำนักข่าวไทยเป็นแหล่งข่าวที่สำคัญของหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ฉบับเล็ก ๆ ที่มีผู้สื่อข่าวน้อย การใช้ข่าวจากเอกสารข่าวของสำนักข่าวไทยจะทำให้ช่วยประหยัดรายจ่ายขึ้น การนำข่าวไปใช้จะใช้ตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ กัน คือ ใช้ตรวจสอบ

ความถูกต้องของข่าว ตรวจสอบความครบถ้วนของข่าว ใช้เสริมข่าวของหนังสือพิมพ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ข่าวที่นำไปตีพิมพ์ส่วนใหญ่จะเป็นข่าวในประเทศมากกว่าข่าวต่างประเทศ ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าหนังสือพิมพ์จะให้ความเชื่อถือข่าวในประเทศมากกว่า แต่ที่เป็นเช่นนี้เพราะหนังสือพิมพ์มีเครื่องโทรสารซึ่งสามารถรับข่าวสารจากต่างประเทศได้โดยตรง หรือหนังสือพิมพ์บางฉบับไม่ได้เน้นเนื้อหาด้านข่าวต่างประเทศเท่าใดนัก

ประเภทของข่าวที่หนังสือพิมพ์ให้ความสนใจมากคือข่าวด้านการเมือง เพราะสำนักข่าวไทยใกล้ชิดกับแหล่งข่าวได้มากกว่า ทำให้การเสนอข่าวของสำนักข่าวไทยมีความถูกต้องน่าเชื่อถือ และรวดเร็วกว่า ส่วนข่าวเศรษฐกิจหนังสือพิมพ์ให้ความสนใจรองลงมาจากข่าวการเมือง ข่าวประเภทอื่น ๆ หนังสือพิมพ์จะให้ความสนใจน้อยมาก และจากการศึกษาถึงยอดผลิตข่าวของสำนักข่าวไทยเมื่อเปรียบเทียบจากอดีต พบว่ายอดผลิตข่าวเพิ่มขึ้นแต่การนำไปตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์กลับลดลง ถึงแม้สำนักข่าวไทยจะได้รับความเชื่อถืออย่างมากในด้านความถูกต้องและรวดเร็ว แต่ในด้านความสมดุลย์ของข่าวแล้ว หนังสือพิมพ์หลายฉบับเห็นว่าข่าวของสำนักข่าวไทยเป็นการเสนอข่าวจากรัฐบาลฝ่ายเดียว ขาดการเสนอข่าวจากหลายฝ่าย นอกจากนี้ข่าวประเภทวิเคราะห์เจาะลึกก็มีจำนวนน้อยเช่นกัน

ในการศึกษาทัศนะของนักหนังสือพิมพ์ที่มีต่อการให้บริการข่าวของสำนักข่าวไทยนี้ ได้นำแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เหล่านี้เป็นแนวทางในการศึกษา เพื่อให้ได้คำตอบตามปัญหานำวิจัยที่ได้เสนอไว้ในบทที่ 1 โดยแนวคิดในเรื่องความเป็นภววิสัยนี้จะเป็นกรอบที่แสดงให้เห็นว่า ในการนำเสนอข่าวของสำนักข่าวไทยนั้นควรจะต้องเป็นข่าวที่ปราศจากความลำเอียง ปราศจากอคติ และปราศจากอิทธิพลภายนอกที่จะเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการเสนอข่าว ส่วนแนวคิดผู้เฝ้าประตูจะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงขอบเขตหรือข้อจำกัดที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกข่าวลงตีพิมพ์ในเอกสารข่าวของสำนักข่าวไทย ซึ่งในทางปฏิบัติทั้งนักข่าวและบรรณาธิการข่าวต่างก็ทำหน้าที่เป็น "ผู้เฝ้าประตู" ที่จะปล่อยหรือกักกันข่าวแต่ละชิ้นได้ โดยเริ่มที่ตัวนักข่าวจะเป็นผู้เฝ้าประตูระดับต้นในการเลือกทำข่าว และมีบรรณาธิการข่าวเป็นผู้เฝ้าประตูในระดับต่อมาที่จะคอย "เปิด" หรือ "ปิด" ประตูให้ข่าวที่นักข่าวทำมาอีก ต่อหนึ่ง ซึ่งปัจจัยที่เป็นตัว

กำหนดการปล่อยผ่านข่าวของสำนักข่าวไทยนี้ก็คือนโยบายในการดำเนินงานขององค์กรเอง ซึ่งผู้วิจัยจะได้เสนอรายละเอียดในบทถัดไป

ส่วนแนวคิดการกำหนดประเด็นการรับรู้ข่าวสารของสื่อมวลชนจะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงบทบาทของสำนักข่าวไทยที่จะหยิบยกข่าวชิ้นหนึ่งชิ้นใดขึ้นมาให้ความสำคัญในระดับที่ต่างกัน ซึ่งระดับของความสำคัญของข่าวที่ปรากฏในเอกสารข่าวของสำนักข่าวไทยนี้ แม้ว่าจะไม่สามารถสังเกตเห็นชัดเช่นการหยิบยกขึ้นมานำเสนอเป็นข่าวใหญ่ในหน้า 1 ของหนังสือพิมพ์ก็ตาม แต่หากสำนักข่าวไทยเสนอและติดตามข่าวอย่างต่อเนื่องและรอบด้านได้ ก็จะทำให้สื่อมวลชนที่เป็นลูกค้าสามารถหยิบยกขึ้นมาใช้ในลักษณะที่ตรงกับความต้องการ และสำนักข่าวไทยเองก็สามารถชี้นำสื่อมวลชนให้เห็นถึงความสำคัญของข่าวที่นำเสนออย่างต่อเนื่องนี้ได้ในเวลาเดียวกัน

สำหรับแนวคิดในการกระจายผลิตภัณฑ์ การผลิต และการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ทางด้านสื่อมวลชนที่นำมาใช้นี้ จะใช้เป็นแนวคิดหลักในการศึกษา โดยให้นักหนังสือพิมพ์ผู้ใช้บริการข่าวของสำนักข่าวไทยเป็นผู้ตัดสินลักษณะการกระจายเอกสารข่าว ซึ่งหมายถึงการให้บริการ การผลิตเอกสารข่าวซึ่งหมายถึงคุณภาพข่าวและการกำหนดราคาของเอกสารข่าวของสำนักข่าวไทยด้วยในคราวเดียวกัน โดยจะพิจารณาถึงลักษณะการให้บริการข่าวของสำนักข่าวไทยในปัจจุบัน รวมถึงความต้องการของผู้บริโภคข่าวของสำนักข่าวไทยที่มีต่อประเด็นทั้ง 3 ดังกล่าวด้วย

จะเห็นได้ว่า ความสัมพันธ์ของแนวคิดเหล่านี้ สามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิเคราะห์ทัศนะและความต้องการของนักหนังสือพิมพ์ที่มีต่อการให้บริการข่าวของสำนักข่าวไทยได้ โดยเริ่มจากลักษณะในปัจจุบันและความต้องการในอนาคต ซึ่งจะเป็นแนวทางให้สำนักข่าวไทยได้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าผู้บริโภคในกลุ่มนี้ ดังจะได้นำเสนอในรายละเอียดต่อไป