

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์กับชาวประชาสัมพันธ์ อันเป็นผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธนาคารเอเซีย โดยการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ตีพิมพ์ชาวประชาสัมพันธ์ รวมถึงข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง จากหนังสือพิมพ์และนิตยสาร จำนวน 12 ชื่อฉบับ ในด้านประเด็นเรื่อง ปริมาณเนื้อหา จำนวนข่าว และทิศทางข่าว

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคั้งนี้ คือ หนังสือพิมพ์รายวันไทยที่ออกจำหน่าย ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2536 ถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2537 โดยแยกเป็นประเภท หนังสือพิมพ์ทั่วไป จำนวน 6 ฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน สยามรัฐ แนวหน้า สยามโพสต์ หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ จำนวน 4 ฉบับ ได้แก่ ผู้จัดการรายวัน กรุงเทพธุรกิจ สุานเศรษฐกิจ และประชาชาติธุรกิจ และนิตยสารแนวการเงิน จำนวน 2 ฉบับ ได้แก่ การเงินธนาคาร และดอกเบี๋ย โดยใช้วิธีนับข่าว ภาพข่าว บทความทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องถึงธนาคารเอเซียในสื่อ 12 ชื่อฉบับที่ตีพิมพ์

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล คือ ตารางบันทึกข้อมูล แยกเป็นชาวประชาสัมพันธ์ ชาวที่สื่อมวลชนเขียนถึง พิจารณาเนื้อหาข่าว จำแนกเป็นประเด็นเรื่อง แสดงให้เห็นถึงปริมาณเนื้อหา จำนวนข่าว และทิศทางข่าวที่ตีพิมพ์

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์เนื้อหาแบ่งเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างชาวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก กับข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ ในแต่ละสื่อสิ่งพิมพ์ ตามปริมาณเนื้อหา จำนวนข่าว และทิศทางข่าว จำแนกตามประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ และตามประเด็นเรื่อง

ภาพรวมการเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกและได้รับการตีพิมพ์ ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน ในสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 12 ฉบับ

จากการนำเสนอข่าวธนาคารเอเชียในสื่อสิ่งพิมพ์ 12 ชื่อฉบับ ในระยะเวลา 2 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 - ปี พ.ศ. 2537 ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก มีปริมาณเนื้อหาทั้งหมด 12,218 คอลัมน์นิ้ว จำนวน 978 ชิ้น ได้รับการตีพิมพ์ ในปริมาณเนื้อหาทั้งหมด 6,526 คอลัมน์นิ้ว จำนวน 433 ชิ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 53.4 และร้อยละ 44.3 ซึ่งเมื่อเทียบกับเกณฑ์วัดผลข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก และได้รับการตีพิมพ์ จัดอยู่ในเกณฑ์พอใช้ กล่าวคือ ได้รับการตีพิมพ์ ในปริมาณเนื้อหา และจำนวนร้อยละ 40 ขึ้นไป แต่ไม่ถึงร้อยละ 60

เมื่อแยกตามประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ ที่นำมาศึกษาได้ 2 ประเภท คือหนังสือพิมพ์ และ นิตยสาร ในส่วนของหนังสือพิมพ์ยังสามารถแบ่งออกได้เป็น 1. หนังสือพิมพ์ทั่วไป 2. หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ และนิตยสารแนวการเงิน

ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป มีปริมาณเนื้อหาที่ส่งออกไปทั้งสิ้น 6,030 คอลัมน์นิ้ว ได้รับการตีพิมพ์ 3,068.75 คอลัมน์นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 50.9 ของข่าวส่งออกที่ได้รับการตีพิมพ์ ในด้านจำนวน ข่าวที่ส่งออกไป 530 ชิ้น ได้รับการตีพิมพ์ 237 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 44.7 ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์พอใช้ เช่นเดียวกัน โดยเมื่อเรียงลำดับหนังสือพิมพ์ที่ให้ความสนใจตีพิมพ์ข่าวธนาคารเอเชีย จากมากไปหาน้อย พบว่า

อันดับที่ 1 ในด้านปริมาณเนื้อหา และจำนวน ได้แก่ แนวหน้า อันดับที่ 2 คือ สยามโพสต์ อันดับที่ 3 เดลินิวส์ อันดับที่ 4 มีการสลับที่กันระหว่าง สยามรัฐ และมติชน ในด้านปริมาณเนื้อหา อันดับที่ 6 คือ ไทยรัฐ ที่รั้งท้ายทั้งในด้านปริมาณเนื้อหา และจำนวน

ในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ มีปริมาณเนื้อหาที่ส่งออกรวม 3,810 คอลัมน์นิ้ว ได้รับการตีพิมพ์ 2,223.5 คอลัมน์นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 58.3 ของข่าวส่งออกที่ได้รับการตีพิมพ์ ในด้านจำนวน มีข่าวที่ส่งออกรวมทั้งหมด 335 ชิ้น ได้รับการตีพิมพ์ 134 ชิ้น คิดเป็น ร้อยละ 40.0 จัดอยู่ในเกณฑ์พอใช้ เช่นเดียวกัน โดยเมื่อเรียงลำดับหนังสือพิมพ์ที่ให้ความสนใจตีพิมพ์ข่าวธนาคารเอเชีย จากมากไปหาน้อย พบว่า

อันดับที่ 1 ทั้งในด้านปริมาณเนื้อหาและจำนวน คือ กรุงเทพมหานคร อันดับที่ 2 คือ ผู้จัดการรายวัน อันดับที่ 3 คือ ประชาชาติธุรกิจ อันดับที่ 4 คือ ฐานเศรษฐกิจ โดยทั้ง 4 อันดับ ไม่มีการสลับที่กันในด้านปริมาณเนื้อหา และจำนวนแต่อย่างใด

นิตยสารแนวการเงิน มีปริมาณเนื้อหาที่ส่งออกรวม 2,378 คอลัมน์นิ้ว ได้รับการตีพิมพ์ 1,233.75 คอลัมน์นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 51.9 ของข่าวส่งออกที่ได้รับการตีพิมพ์ ในด้านจำนวน มีข่าวที่ส่งออกรวมทั้งหมด 113 ชิ้น ได้รับการตีพิมพ์ 62 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 54.9 จัดอยู่ในเกณฑ์พอใช้เช่นเดียวกัน เมื่อเรียงลำดับนิตยสารที่ตีพิมพ์ข่าวธนาคารเอเชีย จากมากไปหาน้อย พบว่า

อันดับที่ 1 ในด้านปริมาณเนื้อหาสูงสุด ทั้งในด้านนิตยสารและสื่อสิ่งพิมพ์รวมทั้งหมด คือ ดอกเบี๋ย ส่วนในด้านจำนวน การเงินธนาคาร มาเป็นอันดับที่ 1

เมื่อนำลำดับปริมาณเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ มาเปรียบเทียบกับจำนวนที่ได้รับการตีพิมพ์ โดยเทียบเป็นร้อยละของข่าวที่ส่งออกและได้รับการตีพิมพ์ พบว่า ปริมาณเนื้อหา กับจำนวน ไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยหนังสือพิมพ์ที่ได้รับการตีพิมพ์ในด้านปริมาณเนื้อหาสูงสุด ไม่จำเป็นต้องมีจำนวนสูงสุดเช่นเดียวกัน อาทิ ดอกเบี๋ย มีปริมาณเนื้อหาในการนำเสนอสูงสุด จัดอยู่ในเกณฑ์พอใจมาก ขณะที่ในด้านจำนวนข่าว ดอกเบี๋ยกลับมีจำนวนต่ำสุด ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์ยังไม่น่าพอใจ แสดงให้เห็นว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการตีพิมพ์จำนวนข่าวบ่อย อาจให้ปริมาณเนื้อหาในการนำเสนอ น้อย ขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการตีพิมพ์จำนวนข่าวน้อย อาจให้ปริมาณเนื้อหาในการนำเสนอมากขึ้นอยู่กับนโยบายและลักษณะของสื่อเหล่านั้น

อย่างไรก็ตาม มีหนังสือพิมพ์บางฉบับให้ความสำคัญในการนำเสนอปริมาณเนื้อหาและจำนวน ในสัดส่วนที่พอๆ กัน ได้แก่ แนวหน้า ซึ่งได้รับการตีพิมพ์อยู่ในเกณฑ์พอใจปานกลาง เดลินิวส์ ได้รับการตีพิมพ์อยู่ในเกณฑ์พอใช้ และประชาชาติธุรกิจ ไทยรัฐ ฐานเศรษฐกิจ ได้รับการตีพิมพ์อยู่ในเกณฑ์ยังไม่น่าพอใจ

เมื่อเปรียบเทียบภาพรวมการเสนอข่าวของธนาคารเอเชียของสื่อทั้ง 3 ประเภท ในด้านปริมาณเนื้อหาและจำนวน เมื่อเทียบเป็นร้อยละของข่าวส่งออกและได้รับการตีพิมพ์ พบว่า หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ ให้ปริมาณเนื้อหา ในการตีพิมพ์สูงสุด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมา

คือ นิตยสารแนวการเงิน และ หนังสือพิมพ์ทั่วไป ในด้านจำนวน นิตยสารแนวการเงิน ให้จำนวนข่าวในการตีพิมพ์สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 54.9 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ แสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจให้รายละเอียดของข่าวมาก ขณะที่นิตยสารแนวการเงิน ให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวบ่อยครั้งกว่า

การนำเสนอประเด็นเรื่องของสื่อสิ่งพิมพ์จำนวน 12 ชื่อฉบับ ระหว่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก กับข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน

จากเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ของธนาคารเอเชียที่ได้รับการนำเสนอในของสื่อสิ่งพิมพ์สามารถจัดกลุ่มเป็นประเด็นเรื่องต่างๆ ได้ทั้งหมด 22 ประเด็น ดังนี้ 1. ประเด็นเรื่องแผนการดำเนินงาน 2. ประเด็นเรื่องผลประกอบการ 3. ประเด็นเรื่องปล่อยสินเชื่อ 4. ประเด็นเรื่องปรับดอกเบี้ย 5. ประเด็นเรื่องบริหารงาน 6. ประเด็นเรื่องระดมทุน 7. ประเด็นเรื่องหุ้น 8. ประเด็นเรื่องกรรมการใหม่ 9. ประเด็นเรื่องผู้บริหาร 10. ประเด็นเรื่องพนักงาน 11. ประเด็นเรื่องผลิตภัณฑ์ 12. ประเด็นเรื่องบริการ 13. ประเด็นเรื่องตราสาร securitization 14. ประเด็นเรื่องการค้าตราสารหนี้ 15. ประเด็นเรื่องสาขา 16. ประเด็นเรื่องฝึกอบรม 17. ประเด็นเรื่องระบบคอมพิวเตอร์ 18. ประเด็นเรื่องแต่งตั้ง 19. ประเด็นเรื่องความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน 20. ประเด็นเรื่องกิจกรรมสังคม 21. ประเด็นเรื่องกิจกรรม 22. ประเด็นเรื่องข้อมูลสำคัญธนาคารพาณิชย์

ประเด็นเรื่องที่ได้รับการตีพิมพ์ ในเกณฑ์พอใจมาก ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน

ในภาพรวมของสื่อสิ่งพิมพ์ ประเด็นเรื่องที่สื่อมวลชนให้ความสนใจตีพิมพ์ปริมาณเนื้อหาอยู่ในเกณฑ์ที่พอใจมาก กล่าวคือ คิดเป็นร้อยละ 80 ขึ้นไป ของข่าวที่ส่งออกและได้รับการตีพิมพ์ ได้แก่ ประเด็นเรื่องกรรมการใหม่ แผนการดำเนินงาน ระดมทุน หุ้น รวมทั้งหมด 4 ประเด็น เรื่อง

เมื่อแยกตามประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า ไม่มีประเด็นเรื่องใดเลยที่สื่อทั้ง 3 ประเภทให้ความสนใจตีพิมพ์ในเกณฑ์ที่พอใจมากเหมือนกัน อย่างไรก็ตาม มีเพียงประเด็นเรื่องกรรมการใหม่ และประเด็นเรื่องแผนการดำเนินงาน ที่หนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ ให้ความสนใจในเกณฑ์ที่พอใจมากเหมือนกัน และประเด็นเรื่องระดมทุน ที่หนังสือพิมพ์ทั่วไป และนิตยสารการเงิน ให้ความสนใจร่วมกัน

ประเด็นเรื่องที่ได้รับการตีพิมพ์ในเกณฑ์ที่พอใจมาก ด้านปริมาณเนื้อหา แตกต่างจากสื่อประเภทอื่น ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป คือ ประเด็นเรื่องบริหารงาน ในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ คือ ประเด็นเรื่องหุ้น และประเด็นเรื่องตราสาร securitization ส่วนในนิตยสารการเงิน มี 3 ประเด็นเรื่อง คือ ประเด็นเรื่องแต่งตั้ง ประเด็นเรื่องปล่อยสินเชื่อ และประเด็นเรื่องผลิตภัณฑ์

ในด้านจำนวน ประเด็นเรื่องที่สื่อมวลชนให้ความสนใจตีพิมพ์อยู่ในเกณฑ์ที่พอใจมาก ได้แก่ ประเด็นเรื่องข้อมูลสำคัญธนาคารพาณิชย์เพียงประเด็นเดียว โดยประเด็นเรื่องที่ได้รับการตีพิมพ์ในเกณฑ์ที่พอใจมาก ในด้านปริมาณเนื้อหา กลับติดอันดับเพียงปานกลาง และพอใช้ในด้านจำนวนเท่านั้น ซึ่งแสดงถึงการให้ความสำคัญด้านปริมาณเนื้อหามากกว่าจำนวนในประเด็นเรื่องดังกล่าว

เมื่อแยกตามประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า ไม่มีประเด็นเรื่องใดเลยที่หนังสือพิมพ์ทั่วไป หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ นิตยสารการเงิน ให้ความสนใจตีพิมพ์ในเกณฑ์ที่พอใจมากเหมือนกัน

ประเด็นเรื่องที่ได้รับการตีพิมพ์อยู่ในเกณฑ์ที่พอใจมากด้านจำนวน แตกต่างจากสื่อประเภทอื่นๆ ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป ได้แก่ ประเด็นเรื่อง แผนการดำเนินงาน ทางด้านหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ มีเพียงประเด็นเดียวเช่นกัน ได้แก่ ประเด็นเรื่อง ตราสาร securitization ส่วนนิตยสารการเงิน มีถึง 4 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นเรื่องข้อมูลสำคัญธนาคารพาณิชย์ ประเด็นเรื่องบริการ ประเด็นเรื่องผลิตภัณฑ์ และประเด็นเรื่องผลประกอบการ

ความเหลื่อมระหว่างทิศทางข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก กับทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ ในสื่อสิ่งพิมพ์

ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกมีทิศทางปริมาณเนื้อหาเป็นกลางสูงสุด ร้อยละ 58.7 ของปริมาณเนื้อหาข่าวส่งออกในสื่อสิ่งพิมพ์ มีทิศทางเป็นบวก ร้อยละ 41.3 แบ่งเป็นทิศทางบวกหนึ่ง ร้อยละ 32.3 และทิศทางบวกสองร้อยละ 9.0 ได้รับการตีพิมพ์ ในปริมาณเนื้อหาลดลง แต่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ มีทิศทางเป็นกลางสูงสุด ร้อยละ 35.4 มีทิศทางเป็นบวก รองลงมา ร้อยละ 18.1 แบ่งเป็นทิศทางบวกหนึ่งร้อยละ 14.6 และทิศทางบวกสองร้อยละ 3.5

ในด้านจำนวน ชาวประชาสัมพันธที่ส่งออกมีทิศทางเป็นกลางสูงสุดเช่นกัน ร้อยละ 65.6 ของจำนวนชาวส่งออกในสื่อสิ่งพิมพ์ มีทิศทางเป็นบวก ร้อยละ 34.4 แบ่งเป็นทิศทางบวกหนึ่ง ร้อยละ 34.2 ทิศทางบวกสอง ร้อยละ 0.2 ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นกลางสูงสุดเช่นเดียวกัน แต่มีปริมาณเนื้อหาลดลง เหลือเพียงร้อยละ 35.0 และทิศทางเป็นบวกเหลือเพียง ร้อยละ 9.3 แบ่งเป็นทิศทางบวกหนึ่ง ร้อยละ 9.3 และทิศทางบวกสอง ร้อยละ 0.3

ในแต่ละชื่อฉบับของสื่อสิ่งพิมพ์โดยรวมทั้งหมด ส่วนใหญ่ได้รับการตีพิมพ์ ในทิศทางเดียวกับทิศทางข่าวที่ส่งออกไป แต่มีปริมาณเนื้อหาลดลง กล่าวคือ มีทิศทางเป็นกลางและบวกน้อยกว่าที่ส่งออกไป ยกเว้นดอกเบี๋ยที่มีทิศทางเป็นบวกมากกว่าที่ส่งออก ขณะที่ไทยรัฐ ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นกลางเพียงอย่างเดียว ส่วนการเงินธนาคาร มีทิศทางปริมาณเนื้อหาส่งออกเป็นบวกสูงสุด แต่กลับได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นกลางสูงสุด

สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความเหลื่อมของทิศทางปริมาณเนื้อหา เรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด พบว่า อันดับที่ 1 คือ การเงินธนาคาร อันดับที่ 2 คือ มติชน อันดับที่ 3 คือ ไทยรัฐ อันดับที่ 4 คือ ฐานเศรษฐกิจ อันดับที่ 5 คือ สยามรัฐ อันดับที่ 6 คือ ประชาชาติธุรกิจ อันดับที่ 7 คือ เดลินิวส์ อันดับที่ 8 คือ สยามโพสต์ ผู้จัดการรายวัน อันดับที่ 9 คือ แนวหน้า อันดับที่ 10 คือ กรุงเทพธุรกิจ อันดับที่ 11 คือ ดอกเบี๋ย

ส่วนในด้านทิศทางจำนวนข่าว สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความเหลื่อม เรียงลำดับจากมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุด พบว่า อันดับที่ 1 คือ ไทยรัฐ สยามรัฐ อันดับที่ 2 คือ มติชน ฐานเศรษฐกิจ อันดับที่ 3 คือ ประชาชาติธุรกิจ อันดับที่ 4 คือ ผู้จัดการรายวัน อันดับที่ 5 คือ สยามโพสต์ อันดับที่ 6 คือ เดลินิวส์ อันดับที่ 7 คือ กรุงเทพธุรกิจ อันดับที่ 8 คือ การเงินธนาคาร อันดับที่ 9 คือ แนวหน้า อันดับที่ 10 คือ ดอกเบี๋ย

ประเด็นเรื่องที่มีความเหลื่อมระหว่างทิศทางข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก กับทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ ในสื่อสิ่งพิมพ์ ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน

ทิศทางของประเด็นเรื่องในข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก มีความแตกต่างจากทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์เพียง 1 ประเด็นเรื่อง ได้แก่ ประเด็นเรื่องผู้บริหาร โดยทิศทางที่แตกต่างกันคือ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก มีทิศทางเป็นบวกทุกข่าว ขณะที่ข่าวประชาสัมพันธ์ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นกลางทุกข่าว

ประเด็นเรื่องที่มีความเหลื่อมของทิศทาง มี 5 ประเด็นเรื่อง ได้แก่ ประเด็นเรื่อง ผลประกอบการ แผนการดำเนินงาน พนักงาน และผลิตภัณฑ์ เนื่องจากข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกมีทิศทางเป็นบวกทุกข่าว ขณะที่ได้รับการตีพิมพ์ มีทั้งทิศทางที่เป็นบวก และเพิ่มทิศทางเป็นกลางเข้ามา ส่วนประเด็นเรื่องระดมทุน ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์ มีทิศทางบวกสองเพิ่มเข้ามา อีก 16 ประเด็นเรื่อง ที่เหลือไม่มีความเหลื่อมของทิศทาง ได้แก่ ประเด็นเรื่องข้อมูลสำคัญธนาคารพาณิชย์ กิจกรรมสังคม สาขา ปรับดอกเบี้ย ผูกอบรม แต่งตั้ง บริหารงาน กรรมการใหม่ กิจกรรมตราสาร securitization ความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ปลดysinเชื่อ หุ้น บริการ การค้าตราสารหนี้ และระบบคอมพิวเตอร์ โดยข่าวที่ส่งออกไปในทิศทางเป็นกลางเพียงอย่างเดียว หรือทั้งในทิศทางที่เป็นบวกและเป็นกลาง ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางกลางเพียงอย่างเดียว หรือในทิศทางเป็นบวก และเป็นกลางเหมือนกัน

ในด้านปริมาณเนื้อหา ทิศทางข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ส่วนใหญ่ มีปริมาณเนื้อหาลดลง กล่าวคือ นำเสนอน้อยกว่าทิศทางข่าวที่ส่งออก ยกเว้นในประเด็นเรื่องกรรมการใหม่ แผนการดำเนินงาน และระดมทุน ที่มีทิศทางปริมาณเนื้อหาเป็นกลางและเป็นบวกสูงกว่าทิศทางส่งออก

ส่วนในจำนวนข่าว ทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ มีทั้งจำนวนที่ลดลงและเท่ากัน สาเหตุที่เท่ากัน เนื่องมาจากจำนวนข่าวส่งออกในบางประเด็นเรื่อง เช่น ประเด็นเรื่องข้อมูลสำคัญธนาคารพาณิชย์ มีเพียง 2 ข่าวเท่านั้น และยังเป็นข่าวที่สื่อมวลชนขอมาก็ ทำให้ทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์เท่ากับข่าวที่ส่งออกไป

สมมติฐานที่ 1 ปริมาณเนื้อหา ของข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก มีความเหมือนกับ ปริมาณเนื้อหาที่ได้รับการตีพิมพ์

จากปริมาณเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกในประเด็นต่างๆ ทั้งหมด 12,218 คอลัมน์นี้ ได้รับการตีพิมพ์ 6,526 คอลัมน์นี้ คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ได้รับการตีพิมพ์ ร้อยละ 53.4 เมื่อจำแนกตาม ประเด็นเรื่อง พบว่า ประเด็นที่มีปริมาณเนื้อหาในการส่งออกสูงสุด 3 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นเรื่อง สาขา มีการส่งออกทั้งสิ้น 1,644 คอลัมน์นี้ ประเด็นเรื่องปรับดอกเบี้ยมีการส่งออก 1,287 คอลัมน์นี้ และประเด็นเรื่องข้อมูลสำคัญธนาคารพาณิชย์ มีการส่งออกทั้งสิ้น 1,100 คอลัมน์นี้ แต่ ทั้ง 3 ประเด็นกลับไม่ใช่ประเด็นเรื่องที่มีปริมาณเนื้อหาในการตีพิมพ์สูงสุด 3 อันดับแรก ซึ่งแสดง ถึงการไม่ให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องดังกล่าวของสื่อมวลชน

ผลที่ได้จึงยอมรับในสมมติฐาน เนื่องจากในทุกประเด็นเรื่อง ปริมาณเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกมีความเหมือนกับปริมาณเนื้อหาที่ได้รับการตีพิมพ์ โดยส่วนใหญ่มีความเหลื่อม ลดลง กล่าวคือ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์ มีปริมาณเนื้อหาน้อยกว่าข่าวที่ส่งออก 19 ประเด็นเรื่อง โดยมีค่าเฉลี่ยข่าวส่งออกและได้รับการตีพิมพ์ ร้อยละ 53.4 ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์พอใช้ มีเพียงส่วนน้อย 3 ประเด็นเรื่อง เท่านั้น คือ ประเด็นเรื่องกรรมการใหม่ แผนการดำเนินงาน และ ระดมทุน ที่สื่อมวลชนให้ปริมาณเนื้อหาที่ตีพิมพ์มากกว่าข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก จัดอยู่ใน เกณฑ์พอใจมาก ซึ่งแสดงถึงความสนใจของสื่อมวลชนในประเด็นทั้งสาม

สมมติฐานที่ 2 จำนวนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก มีความเหมือนกับจำนวนข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์

ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกไป ในรอบ 2 ปี มีจำนวน 978 ชิ้น ได้รับการตีพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ 433 ชิ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ร้อยละ 44.3 ของจำนวนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก และได้รับการตีพิมพ์

ประเด็นเรื่องที่มีจำนวนในการส่งออกสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ประเด็นเรื่องปรับดอกเบี้ย มีจำนวน 143 ชิ้น ประเด็นเรื่องสาขา มีจำนวน 137 ชิ้น และประเด็นเรื่องผลประกอบการ มีจำนวน 88 ชิ้น ปรากฏว่า ไม่มีประเด็นใดเลย ที่ได้รับการตีพิมพ์อยู่ในเกณฑ์ที่พอใจมาก โดย ประเด็นเรื่องผลประกอบการ ได้รับการตีพิมพ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนประเด็นเรื่องปรับดอกเบี้ย

ได้รับการตีพิมพ์อยู่ในเกณฑ์พอใช้ และประเด็นเรื่องสาขา ได้รับการตีพิมพ์อยู่ในเกณฑ์ที่ยังไม่น่าพอใจ

สำหรับประเด็นเรื่องที่มีจำนวนตีพิมพ์สูงสุด เมื่อเทียบเป็นร้อยละของการส่งออก และจัดอยู่ในเกณฑ์ที่พอใจมาก ได้แก่ ประเด็นเรื่องข้อมูลสำคัญธนาคารพาณิชย์ รองลงมา คือ ประเด็นเรื่องแผนการดำเนินงาน และประเด็นเรื่องผลประกอบการ

ผลที่ได้จึงยอมรับในสมมติฐาน เนื่องจากเกือบทุกประเด็นเรื่อง จำนวนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์มีความเหลื่อมกับจำนวนข่าวที่ส่งออก โดยส่วนใหญ่มีความเหลื่อมลดลง กล่าวคือ จำนวนข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ มีจำนวนน้อยกว่าที่ส่งออก 21 ประเด็นเรื่อง ยกเว้นประเด็นเรื่องข้อมูลสำคัญของธนาคารพาณิชย์ ประเด็นเรื่องเดียวกันนั้น ที่มีจำนวนข่าวส่งออกเท่ากับที่ได้รับการตีพิมพ์ เนื่องจากเป็นประเด็นที่สื่อมวลชนขอมานั้นเอง

สมมติฐานที่ 3 ทิศทางข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก มีความเหลื่อมกับทิศทางข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์

ผลการวิเคราะห์ที่ได้ปฏิเสธสมมติฐาน เนื่องจากทิศทางข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกไปในหนังสือพิมพ์ทั่วไป หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ พบว่า มีทิศทางเป็นกลางมากที่สุด รองลงมาคือ มีทิศทางเป็นบวก ปรากฏว่า เมื่อได้รับการตีพิมพ์ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ มีทิศทางเป็นกลางมากที่สุด และมีทิศทางเป็นบวกรองลงมา แม้ว่าในนิตยสารการเงิน ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก มีทิศทางเป็นบวกสูงสุด เฉพาะในด้านปริมาณเนื้อหา ยังได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นบวกสูงสุดเช่นกัน ในด้านปริมาณเนื้อหา

เมื่อพิจารณาในประเด็นเรื่องที่ได้รับการตีพิมพ์ พบว่า มีทั้งทิศทางที่เหมือนกัน เหลื่อมกัน และแตกต่างกัน ทิศทางที่เหลื่อมกัน คือ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกไม่มีทิศทางเป็นบวก แต่ได้รับการตีพิมพ์ ทั้งในทิศทางบวกและเพิ่มทิศทางเป็นกลางเข้าไปด้วย ทิศทางที่เหมือนกัน คือ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกไม่มีทิศทางเป็นบวกหรือกลางเพียงอย่างเดียว ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นบวกหรือกลางเพียงอย่างเดียวเช่นกัน และทิศทางที่แตกต่างกัน คือ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกไม่มีทิศทางเป็นบวกทุกข่าว กลับไม่ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นบวกเลย ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นกลางทุกข่าว

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ถึงข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ในสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 12 ชื่อฉบับ จำแนกตามประเด็นเรื่อง ในด้านปริมาณเนื้อหา จำนวน และทิศทางข่าว

ภาพรวมการเสนอข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึงธนาคารเอเซีย ในสื่อสิ่งพิมพ์ ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน

ในสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 12 ฉบับ ที่รายงานข่าวธนาคารเอเซีย ในรอบ 2 ปี พบว่า มีปริมาณเนื้อหาข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึงทั้งหมด 14,530.15 คอลัมน์นิ้ว จำนวน 602 ชิ้น และเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อฉบับของสื่อสิ่งพิมพ์ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวนข่าว พบว่า

อันดับที่ 1 ในด้านปริมาณเนื้อหาและจำนวน คือ กรุงเทพธุรกิจ อันดับที่ 2 คือ ผู้จัดการรายวัน อันดับที่ 3 ในด้านปริมาณเนื้อหา คือ ดอกเบี๋ย ในด้านจำนวน คือ สยามโพสต์ อันดับที่ 4 ในด้านปริมาณเนื้อหาและจำนวน คือ ฐานเศรษฐกิจ อันดับที่ 5 คือ การเงินธนาคาร อันดับที่ 6 คือ ประชาชาติธุรกิจ อันดับที่ 7 ในด้านปริมาณเนื้อหา คือ สยามโพสต์ ในด้านจำนวน คือ มติชน อันดับที่ 8 ในด้านปริมาณเนื้อหาและจำนวน คือ เดลินิวส์ อันดับที่ 9 ในด้านปริมาณเนื้อหา คือ มติชน ในด้านจำนวน คือ แนวหน้า อันดับที่ 10 ในด้านปริมาณเนื้อหา คือ แนวหน้า ในด้านจำนวน คือ ไทยรัฐ อันดับที่ 11 ในด้านปริมาณเนื้อหา คือ ไทยรัฐ ในด้านจำนวน คือ ดอกเบี๋ย และอันดับสุดท้าย ในด้านปริมาณเนื้อหา และจำนวน คือ สยามรัฐ

เมื่อพิจารณาอันดับรายชื่อของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ให้ความสนใจนำเสนอข่าวธนาคารเอเซีย ตามปริมาณเนื้อหาและจำนวนข่าว จากมากไปหาน้อย แสดงให้เห็นว่า มีหนังสือพิมพ์ และนิตยสารจำนวน 7 ฉบับ ได้แก่ กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการรายวัน ฐานเศรษฐกิจ การเงินธนาคาร ประชาชาติธุรกิจ เดลินิวส์ และสยามรัฐ ให้ปริมาณเนื้อหาสอดคล้องกับจำนวนข่าว กล่าวคือ มีปริมาณเนื้อหาและจำนวนข่าวอยู่ในอันดับเดียวกัน อย่างไรก็ตาม มีสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 6 ฉบับ ได้แก่ ดอกเบี๋ย สยามโพสต์ มติชน แนวหน้า และไทยรัฐ มีความแตกต่างในด้านปริมาณเนื้อหาและจำนวนข่าว อาทิ ดอกเบี๋ย มีปริมาณเนื้อหามากเป็นอันดับที่ 3 แต่มีจำนวนข่าวน้อย จึงจัดอยู่ในอันดับที่ 11 หรือ สยามโพสต์ มีจำนวนข่าวสูงเป็นอันดับที่ 3 แต่มีปริมาณเนื้อหาน้อย จึงจัดอยู่ในอันดับที่ 7

เมื่อแบ่งตามประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ ออกเป็น หนังสือพิมพ์ทั่วไป หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ และนิตยสารแนวการเงิน พบว่า หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจให้ปริมาณเนื้อหาในการนำเสนอข่าว ธนาคารเอเชียสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมา คือ นิตยสารการเงิน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และ หนังสือพิมพ์ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 19.0 เช่นเดียวกับจำนวนข่าว หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจมีจำนวนข่าวที่นำเสนอสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 28.1 และนิตยสารการเงิน คิดเป็นร้อยละ 8.6

เมื่อจำแนกตามรายชื่อฉบับ ในแต่ละประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ ตามปริมาณเนื้อหาและจำนวนข่าวที่นำเสนอสูงสุด อันดับที่ 1-3 พบว่า ประเภทหนังสือพิมพ์ทั่วไป สยามโพสต์ เดลินิวส์ มติชน มีปริมาณเนื้อหา และจำนวนข่าวสูงสุด ประเภทหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการรายวัน และฐานเศรษฐกิจ ติดอันดับดังกล่าว และประเภทนิตยสาร ดอกเบญจ ครองอันดับสูงสุดในด้านปริมาณเนื้อหา สลับที่กับการเงินธนาคารที่ครองอันดับสูงสุดในด้านจำนวนข่าว

เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสนใจของสื่อมวลชนต่อการนำเสนอ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์ และข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึงได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น จึงได้มีการนำปริมาณเนื้อหา และจำนวนข่าวของทั้งสองประเภท มาเปรียบเทียบกัน

เมื่อเทียบเป็นร้อยละของปริมาณเนื้อหาในสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งหมดที่รายงานข่าวธนาคารเอเชีย ข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึงมีปริมาณเนื้อหามากกว่าข่าวประชาสัมพันธ์ถึง 9 ฉบับ ได้แก่ กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการรายวัน ดอกเบญจ ฐานเศรษฐกิจ การเงินธนาคาร ประชาชาติธุรกิจ สยามโพสต์ เดลินิวส์ และมติชน มีเพียง 2 ฉบับเท่านั้นที่ข่าวประชาสัมพันธ์มีปริมาณเนื้อหามากกว่าข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ได้แก่ แนวหน้า และสยามรัฐ ในขณะที่ไทยรัฐมีปริมาณเนื้อหาของข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง และข่าวประชาสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละเท่ากัน

ในด้านจำนวน ข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง มีจำนวนมากกว่าข่าวประชาสัมพันธ์ 6 ฉบับ ได้แก่ กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการรายวัน สยามโพสต์ ฐานเศรษฐกิจ ประชาชาติธุรกิจ และดอกเบญจ ที่เหลืออีก 6 ฉบับ ข่าวประชาสัมพันธ์มีจำนวนมากกว่าข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ได้แก่ การเงินธนาคาร มติชน เดลินิวส์ แนวหน้า ไทยรัฐ และสยามรัฐ

เมื่อแยกเป็นประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป ให้ความสนใจในการตีพิมพ์ข่าว ประชาสัมพันธ์มากกว่าข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง เห็นได้จากปริมาณเนื้อหาและจำนวนในการตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 52.7 ของปริมาณเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ทั่วไปที่รายงานข่าวธนาคารเอเชีย สูงกว่าข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ที่ได้รับการตีพิมพ์ เพียงร้อยละ 47.3

หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ ให้ปริมาณเนื้อหา และจำนวนข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง คิดเป็นร้อยละ 80.0 และร้อยละ 74.0 สูงกว่าข่าวประชาสัมพันธ์ที่ให้ปริมาณเนื้อหา เพียงร้อยละ 20.0 และมีจำนวนข่าวร้อยละ 26.0

นิตยสารการเงินให้ปริมาณเนื้อหาในการตีพิมพ์ข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง คิดเป็นร้อยละ 70.0 มากกว่าข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์เพียงร้อยละ 30.0 แตกต่างจากในด้านจำนวน ข่าวประชาสัมพันธ์ได้รับการตีพิมพ์ร้อยละ 54.4 สูงกว่าข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึงที่ได้รับการตีพิมพ์ร้อยละ 45.6

ประเด็นเรื่องต่างๆ ที่ได้รับการนำเสนอในข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง

เนื้อหาข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึงธนาคารเอเชีย สามารถนำมาจัดกลุ่มรวมกันเป็นประเด็นต่างๆ ได้ทั้งหมด 21 ประเด็นเรื่อง ได้แก่ 1. ประเด็นเรื่องแผนการดำเนินงาน 2. ประเด็นเรื่องผลประกอบการ 3. ประเด็นเรื่องปล่อยสินเชื่อ 4. ประเด็นเรื่องปรับดอกเบี้ย 5. ประเด็นเรื่องบริหารงาน 6. ประเด็นเรื่องระดมทุน 7. ประเด็นเรื่องหุ้น 8. ประเด็นเรื่องกรรมการใหม่ 9. ประเด็นเรื่องผู้บริหาร 10. ประเด็นเรื่องพนักงาน 11. ประเด็นเรื่องผลิตภัณฑ์ 12. ประเด็นเรื่องตราสาร securitization 13. ประเด็นเรื่องการค้าตราสารหนี้ 14. ประเด็นเรื่องสาขา 15. ประเด็นเรื่องระบบคอมพิวเตอร์ 16. ประเด็นเรื่องความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน 17. ประเด็นเรื่องความเห็นผู้บริหาร 18. ประเด็นเรื่องอันดับเรตติ้ง 19. ประเด็นเรื่องปฏิทินธนาคาร 20. ประเด็นเรื่องตึกหุ่นยนต์ 21. ประเด็นเรื่องฟ็องลูกหนี

ประเด็นเรื่องในข่าวสื่อมวลชนเขียนถึงที่ได้รับการนำเสนอสูงสุด 3 อันดับแรก ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน ในสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 12 ชื่อฉบับ

ประเด็นเรื่องที่สื่อมวลชนให้ปริมาณเนื้อหาในการตีพิมพ์สูงสุด คือ ประเด็นเรื่องหุ้น คิดเป็นร้อยละ 31.1 ของปริมาณเนื้อหาในข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึงที่รายงานข่าวธนาคารเอเชีย รองลงมา คือ ประเด็นเรื่องการค้าตราสารหนี้ คิดเป็นร้อยละ 12.5 และ ประเด็นเรื่องกรรมการใหม่ คิดเป็นร้อยละ 11.6

ประเด็นเรื่องที่มีจำนวนในการตีพิมพ์สูงสุด คือ ประเด็นเรื่องหุ้น คิดเป็นร้อยละ 20.4 รองลงมา คือ ประเด็นเรื่องบริหารงาน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และประเด็นเรื่องการค้าตราสารหนี้ คิดเป็นร้อยละ 12.5

เมื่อแยกเป็นหนังสือพิมพ์ทั่วไป หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ และนิตยสารการเงิน ประเด็นเรื่องที่ได้รับการนำเสนอสูงสุด 3 อันดับแรก ตามปริมาณเนื้อหา พบว่า อันดับที่ 1 ประเด็นเรื่องการค้าตราสารหนี้ มีปริมาณเนื้อหาสูงสุดในหนังสือพิมพ์ทั่วไป ขณะที่ประเด็นเรื่องหุ้น มีปริมาณเนื้อหาสูงสุดในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ และนิตยสารการเงิน

อันดับที่ 2 ประเด็นเรื่องหุ้น มีปริมาณเนื้อหาสูงสุดในหนังสือพิมพ์ทั่วไป ขณะที่ประเด็นเรื่องการค้าตราสารหนี้ มีปริมาณเนื้อหาสูงสุดในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ และประเด็นเรื่องกรรมการใหม่ มีปริมาณเนื้อหาสูงสุดในนิตยสารการเงิน

อันดับที่ 3 ประเด็นเรื่องบริหารงานมีปริมาณเนื้อหาสูงสุดในหนังสือพิมพ์ทั่วไป ขณะที่ประเด็นเรื่องแผนการดำเนินงานมีปริมาณเนื้อหาสูงสุดในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ และประเด็นเรื่องผู้บริหาร มีปริมาณเนื้อหาสูงสุดในนิตยสารการเงิน

ในด้านจำนวนข่าว ประเด็นเรื่องที่มีการนำเสนอสูงสุด 3 อันดับแรก ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ คือ ประเด็นเรื่องหุ้น ขณะที่นิตยสารการเงิน ให้ประเด็นเรื่องผู้บริหาร มาเป็นอันดับที่ 1

อันดับที่ 2 หนังสือพิมพ์ทั่วไป ให้ประเด็นเรื่องการค้าตราสารหนี้ หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ ให้ประเด็นเรื่องบริหารงาน และนิตยสารการเงินให้ประเด็นเรื่องกรรมการใหม่ และประเด็นเรื่องบริหารงาน

อันดับที่ 3 หนังสือพิมพ์ทั่วไป ให้ประเด็นเรื่องบริหารงาน หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ ให้ประเด็นเรื่องการค้าตราสารหนี้ และนิตยสารการเงิน ให้ประเด็นเรื่องหุ้น

สรุปได้ว่า ในสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละประเภท ให้ความสนใจในการนำเสนอประเด็นเรื่องแตกต่างกันออกไป ตามลักษณะของสื่อ และนโยบายของสื่อ แต่ประเด็นเรื่องหุ้น การค้าตราสารหนี้ และบริหารงาน เป็นประเด็นเรื่องที่สื่อสิ่งพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับ ให้ความสนใจทั้งในปริมาณเนื้อหา และจำนวนที่สูงเช่นเดียวกัน

ทิศทางปริมาณเนื้อหา และทิศทางจำนวนข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง

ภาพรวมของทิศทางปริมาณเนื้อหา และทิศทางจำนวนข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึงธนาคารเอเชีย ในสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 12 ชื่อฉบับ ในรอบ 2 ปี มีทิศทางเป็นกลางสูงสุด ทั้งในด้านปริมาณเนื้อหา คิดเป็นร้อยละ 57.4 และในด้านจำนวน คิดเป็นร้อยละ 74.3 ตามลำดับ แต่มีความแตกต่างในทิศทางรองลงมา กล่าวคือ ในด้านปริมาณเนื้อหา ทิศทางที่รองลงมาเป็นลบ ร้อยละ 23.7 รังท้ายด้วยทิศทางเป็นบวก ร้อยละ 18.9 ในด้านจำนวน ทิศทางที่รองลงมาเป็นบวก คิดเป็นร้อยละ 14.5 อันดับสุดท้าย ทิศทางเป็นลบ ร้อยละ 11.3

เมื่อแยกสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละชื่อฉบับ ในทิศทางที่เป็นกลาง พบว่า กรุงเทพธุรกิจนำเสนอในปริมาณเนื้อหา และจำนวนข่าวที่มีทิศทางเป็นกลางมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้จัดการรายวัน ส่วนอันดับที่ 3 ในด้านปริมาณเนื้อหา คือ ฐานเศรษฐกิจ ขณะที่ในด้านจำนวน คือ สยามโพสต์ ซึ่งเรียงลำดับตามรายชื่อสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีปริมาณเนื้อหา และจำนวนที่นำเสนอสูงสุดเช่นเดียวกัน

สำหรับในทิศทางที่เป็นบวก หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจยังคงนำเสนอมากที่สุด เป็นอันดับที่ 1 ขณะที่อันดับที่ 2-3 ในด้านปริมาณเนื้อหา และจำนวน มีการสลับที่กัน โดยการเงินธนาคาร

นำเสนอทิศทางปริมาณเนื้อหาสูงเป็นอันดับที่ 2 และผู้จัดการรายวัน นำเสนอทิศทางจำนวนข่าวสูงเป็นอันดับที่ 2

ในทิศทางที่เป็นลบ ด้านปริมาณเนื้อหา ดอกเบี้ย นำเสนอในปริมาณเนื้อหามากที่สุด รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และวารสารการเงินธนาคาร ส่วนในด้านจำนวนกรุงเทพธุรกิจ ยังคงครองตำแหน่งจำนวนข่าว ที่มีทิศทางเป็นลบสูงสุด รองลงมา คือ ผู้จัดการรายวัน และฐานเศรษฐกิจ

สรุปได้ว่า กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการรายวัน ฐานเศรษฐกิจ วารสารการเงินธนาคาร สยามโพสต์ และดอกเบี้ย จำนวน 6 ฉบับ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ให้ความสนใจในการนำเสนอข่าวธนาคารเอเชียเป็นอย่างมาก เนื่องจากติดอันดับสื่อสิ่งพิมพ์ที่รายงานข่าวธนาคารเอเชีย ในทิศทางที่เป็นบวก ลบ หรือกลาง ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวนข่าวสูง

เมื่อแยกเป็นประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป สยามโพสต์ เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีทิศทางปริมาณเนื้อหาเป็นกลาง เป็นลบ และเป็นบวกสูงสุด ส่วนในด้านทิศทางจำนวนข่าว สยามโพสต์ ยังคงเป็นหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอข่าวทิศทางเป็นกลาง และเป็นบวกสูงสุด ขณะที่ทิศทางเป็นลบสูงสุด คือ มติชน มีข้อสังเกตว่า สยามรัฐ เป็นฉบับเดียวที่มีทิศทางปริมาณเนื้อหา และจำนวนข่าว เป็นกลางเพียงอย่างเดียว

ในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ กรุงเทพธุรกิจ เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีทิศทางปริมาณเนื้อหา และทิศทางจำนวน เป็นกลาง เป็นบวก และเป็นลบสูงสุด ส่วนฐานเศรษฐกิจ เป็นฉบับเดียวที่มีทิศทางเป็นลบสูงกว่าทิศทางเป็นบวก

ในนิตยสารการเงิน การเงินธนาคารให้ทิศทางบวกและเป็นกลางสูงสุด ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน ส่วนดอกเบี้ยให้ทิศทางเป็นลบ ด้านปริมาณเนื้อหาสูงสุด และเท่ากับ การเงินธนาคาร ในด้านจำนวน

ในภาพรวมของสื่อสิ่งพิมพ์ทุกประเภท หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ นำเสนอปริมาณเนื้อหาและจำนวน ในทิศทางเป็นกลาง เป็นบวกสูงสุด ขณะที่นิตยสารการเงิน มีทิศทางเป็นลบสูงสุดในด้านปริมาณเนื้อหา ส่วนในด้านจำนวน หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจยังคงมีทิศทางเป็นลบสูงสุด

ทิศทางประเด็นเรื่องของชาวสื่อมวลชนเขียนถึง ในสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 12 ชื่อฉบับ ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน

ประเด็นเรื่องส่วนใหญ่ที่ได้รับการตีพิมพ์ ในสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 12 ชื่อฉบับ ตามปริมาณเนื้อหาและจำนวน มีทิศทางเป็นกลางสูงสุด 10 ประเด็นเรื่อง รองลงมา ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นบวกสูงสุด 4 ประเด็นเรื่อง อันดับสุดท้าย ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นลบสูงสุด 2 ประเด็นเรื่อง โดยประเด็นเรื่องที่มีทิศทางต่างกัน ตามปริมาณเนื้อหาและจำนวน มี 5 ประเด็นเรื่อง คือ ประเด็นเรื่องผู้บริหาร ตราสาร securitization กรรมการใหม่ สาขา และพนักงาน

มีข้อสังเกตที่น่าสนใจ ทิศทางของปริมาณเนื้อหาส่วนใหญ่ จะมีทิศทางเดียวกันกับทิศทางของจำนวนข่าว กล่าวคือ ถ้าปริมาณเนื้อหาที่มีทิศทางเป็นกลางสูงสุด จำนวนข่าวที่มีทิศทางเป็นกลางสูงสุดเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ในบางประเด็นเรื่อง ประเด็นเรื่องผู้บริหาร และตราสาร securitization มีทิศทางที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ในด้านปริมาณเนื้อหา ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นบวกสูงสุด ขณะที่ในด้านจำนวน ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นกลางสูงสุด หรือ ประเด็นเรื่องกรรมการใหม่ และสาขา ในด้านปริมาณเนื้อหา มีทิศทางเป็นลบสูงสุด ขณะที่ในด้านจำนวน มีทิศทางเป็นกลางสูงสุด หรือประเด็นเรื่องพนักงาน ในด้านปริมาณเนื้อหา มีทิศทางเป็นลบสูงสุด ขณะที่ในด้านจำนวน มีทิศทางเป็นบวกสูงสุด ซึ่งแสดงถึงการให้ความสำคัญในการนำเสนอปริมาณเนื้อหา และจำนวนที่ไม่สัมพันธ์กัน

เมื่อจำแนกตามสื่อสิ่งพิมพ์ ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป ประเด็นเรื่องที่สื่อมวลชนเขียนถึงธนาคารเอเซีย ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน ให้ทิศทางเป็นกลางสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 71.8 และร้อยละ 82.8 ตามลำดับ แต่ที่แตกต่างกัน คือ ทิศทางรองลงมา โดยปริมาณเนื้อหา ให้ทิศทางลบ และรั้งท้ายด้วยทิศทางเป็นบวก ขณะที่ในด้านจำนวน ให้ทิศทางเป็นบวก และตามด้วยทิศทางเป็นลบ

ประเด็นเรื่องส่วนใหญ่ได้รับการตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป มีทิศทางเป็นกลางสูงสุดเหมือนกันทั้งด้านปริมาณเนื้อหา และจำนวน 10 ประเด็นเรื่อง รองลงมา มีทิศทางเป็นบวกสูงสุด 1 ประเด็นเรื่อง และมีทิศทางเป็นลบสูงสุดเหมือนกัน 1 ประเด็นเรื่อง และมีประเด็นเรื่องที่มีทิศทางต่างกัน ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน 3 ประเด็นเรื่อง คือ ประเด็นเรื่องปล่อยสินเชื่อพนักงาน และการค้าตราสารหนี้

ในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ ข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง ได้รับนำเสนอในทิศทางเป็นกลางสูงสุดทั้งด้านปริมาณเนื้อหา และจำนวน คิดเป็นร้อยละ 67.5 และร้อยละ 72.2 ตามลำดับ รองลงมา มีทิศทางเป็นบวก อันดับสุดท้าย มีทิศทางเป็นลบ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งด้านปริมาณเนื้อหาและจำนวน

ประเด็นเรื่องที่ได้รับการตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวนส่วนใหญ่มีทิศทางเป็นกลางสูงสุด 12 ประเด็นเรื่อง รองลงมา มีทิศทางเป็นบวกสูงสุด 4 ประเด็นเรื่อง อันดับสุดท้าย มีทิศทางเป็นลบสูงสุด 2 ประเด็นเรื่อง และมีทิศทางประเด็นเรื่องที่แตกต่างกันตามปริมาณเนื้อหาและจำนวน 2 ประเด็นเรื่อง คือ ประเด็นเรื่องพนักงาน และตราสาร securitization

ในนิตยสารการเงิน ทิศทางปริมาณเนื้อหาที่ได้รับการตีพิมพ์สูงสุด แตกต่างจากทิศทางปริมาณเนื้อหา ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจอย่างสิ้นเชิง เนื่องจากได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นลบสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมา มีทิศทางเป็นบวก และมีทิศทางเป็นกลางเป็นอันดับสุดท้าย ขณะที่ทิศทางสูงสุดในด้านจำนวน แตกต่างจากทิศทางปริมาณเนื้อหา แต่เป็นไปในทิศทางเดียวกับสื่ออีก 2 ประเภท กล่าวคือ มีทิศทางเป็นกลางสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 59.6 รองลงมา มีทิศทางเป็นบวก และมีทิศทางเป็นลบเป็นอันดับสุดท้าย

ประเด็นเรื่องที่ได้รับการตีพิมพ์ในนิตยสารการเงิน ส่วนใหญ่มีทิศทางเป็นกลางสูงสุดทั้งด้านปริมาณเนื้อหา และจำนวน 6 ประเด็นเรื่อง รองลงมา มีทิศทางเป็นลบสูงสุด 3 ประเด็นเรื่อง และมีทิศทางเป็นบวกสูงสุด 1 ประเด็นเรื่อง และมีประเด็นเรื่องที่มีทิศทางต่างกันตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน 4 ประเด็นเรื่อง คือ ประเด็นเรื่องผู้บริหาร ตราสาร securitization แผนการดำเนินงาน และความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธนาคารเอเชีย จากการเสนอเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ ในรูปของทิศทางข่าวที่ได้รับจากการตีพิมพ์ ระหว่างข่าวประชาสัมพันธ์ และข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง

จากข่าวธนาคารเอเชียในรอบ 2 ปี ที่ได้รับการตีพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ 12 จำนวน 1,035 ชิ้น ในปริมาณเนื้อหารวม 21,056.15 คอลัมน์นิ้ว พบว่า ข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง มีปริมาณเนื้อหา คิดเป็นร้อยละ 69.0 และจำนวนข่าว คิดเป็นร้อยละ 58.2 สูงกว่าข่าวประชาสัมพันธ์ ที่ได้รับการตีพิมพ์ ร้อยละ 31.0 ในด้านปริมาณเนื้อหา และร้อยละ 41.8 ในด้านจำนวน

ในทิศทางประเด็นเรื่องรวม ตามปริมาณเนื้อหาและจำนวนข่าว ระหว่างข่าวประชาสัมพันธ์ และข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ปรากฏว่า ทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์สูงสุด สอดคล้องกัน กล่าวคือ มีทิศทางประเด็นเรื่องรวมเป็นกลาง ในด้านปริมาณเนื้อหาและจำนวนข่าว ถึงร้อยละ 60.1 และร้อยละ 76.0 ตามลำดับ แตกต่างกันตรงที่ทิศทางรองลงมา โดยในข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง ในด้านปริมาณเนื้อหา มีทิศทางเป็นลบรองลงมา ขณะที่ข่าวประชาสัมพันธ์ไม่ได้รับการนำเสนอในทิศทางเป็นลบเลย ทิศทางรองลงมา จึงมีแต่ทิศทางเป็นบวก

เมื่อแยกเป็นประเภทของข่าว ในข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีทิศทางปริมาณเนื้อหาเป็นลบรองลงมา แตกต่างกับหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ มีทิศทางบวกรองลงมา แต่ที่แตกต่างมากที่สุด คือ นิตยสารการเงิน ซึ่งมีทิศทางเป็นลบสูงสุด รองลงมา มีทิศทางเป็นบวก อันดับสุดท้าย มีทิศทางเป็นกลาง

ในข่าวประชาสัมพันธ์ ทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์สูงสุดในด้านปริมาณเนื้อหา ทั้งในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ คือ ทิศทางเป็นกลาง ขณะที่ในนิตยสารการเงิน ทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์สูงสุด คือ ทิศทางเป็นบวก

ในด้านจำนวน พบว่า ทิศทางจำนวนข่าวทั้งสองประเภทเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์โดยรวม และแยกตามประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ กล่าวคือ มีทิศทางเป็นกลางสูงสุด รองลงมา มีทิศทางเป็นบวก อันดับสุดท้าย มีทิศทางเป็นลบ

ผลสรุปในประเด็นเรื่องที่ได้รับการตีพิมพ์ ที่มีทิศทางบวก เป็นกลาง ลบ อันมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธนาคาร ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน

ทิศทางประเด็นเรื่องในข่าวประชาสัมพันธ์

ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์มีจำนวน 433 ชิ้น ในปริมาณเนื้อหารวม 6,526 คอลัมน์ นิ้ว จำแนกได้ 22 ประเด็นเรื่อง

ประเด็นเรื่องส่วนใหญ่ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นกลางเพียงอย่างเดียว รวม 10 ประเด็นเรื่อง ได้แก่ ประเด็นเรื่อง ผู้บริหาร สาขา ปรับดอกเบี้ย ผูกอบรวม แต่งตั้ง บริหารงาน กรรมการใหม่ กิจกรรม ตราสาร securitization และความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน

รองลงมา ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นกลาง และ บวก รวม 10 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นเรื่อง ผลประกอบการ แผนการดำเนินงาน พนักงาน ผลิตภัณฑ์ ระดมทุน ปล่อยสินเชื่อ หุ่น บริการ การค้าตราสารหนี้ และระบบคอมพิวเตอร์

ทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ อันดับที่ 3 ทิศทางเป็นบวกเพียงอย่างเดียว รวม 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นเรื่องข้อมูลสำคัญธนาคารพาณิชย์ และกิจกรรมสังคม

ทิศทางประเด็นเรื่องในข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง

ข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง มีจำนวน 602 ชิ้น ในปริมาณเนื้อหารวม 14,530.15 คอลัมน์ นิ้ว จำแนกได้ 21 ประเด็นเรื่อง

ประเด็นเรื่องส่วนใหญ่ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทาง เป็นลบ กลาง และบวก รวม 9 ประเด็นเรื่อง ได้แก่ ประเด็นเรื่องผู้บริหาร ตราสาร securitization หุ่น การค้าตราสารหนี้ บริหารงาน ผลิตภัณฑ์ กรรมการใหม่ พนักงาน และสาขา

รองลงมา ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นกลาง และ บวก รวม 6 ประเด็นเรื่อง ได้แก่ ประเด็นเรื่อง ความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ปฏิทินธนาคาร แผนการดำเนินงาน ปลดysinเชื่อ ปรับดอกเบีย และผลประกอบการ

ทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ อันดับที่ 3 ทิศทางเป็นบวกเพียงอย่างเดียว รวม 2 ประเด็นเรื่อง ได้แก่ ประเด็นเรื่องระบบคอมพิวเตอร์ และอันดับเรตติ้ง

ทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ อันดับที่ 4 ทิศทางเป็นกลางเพียงอย่างเดียว 1 ประเด็นเรื่อง ได้แก่ ประเด็นเรื่องระดมทุน :

ทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ อันดับที่ 5 ทิศทางเป็นกลางและเป็นลบ มี 1 ประเด็นเรื่อง ได้แก่ ประเด็นเรื่องความเห็นผู้บริหาร

ทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ อันดับที่ 6 ทิศทางเป็นลบอย่างเดียว รวม 2 ประเด็นเรื่อง ได้แก่ ประเด็นเรื่องฟ้องลูกหนี้ และตึกหุ่นยนต์

สรุปได้ว่า เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอประเด็นเรื่องทั้ง 43 ประเด็นเรื่อง ระหว่างข่าว ประชาสัมพันธ์ และข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง ทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ จำนวนสูงสุดถึง 16 ประเด็นเรื่อง ได้แก่ ทิศทางเป็นกลางและบวก รองลงมา คือ ทิศทางเป็นกลางเพียงอย่างเดียว 11 ประเด็นเรื่อง อันดับที่ 3 ทิศทางเป็นลบ กลาง บวก 9 ประเด็นเรื่อง อันดับที่ 4 ทิศทางเป็นบวกเพียงอย่างเดียว 4 ประเด็นเรื่อง อันดับที่ 5 ทิศทางเป็นลบอย่างเดียว 2 ประเด็นเรื่อง อันดับที่ 6 ทิศทางเป็นกลางและลบ 1 ประเด็นเรื่อง

ภาพลักษณ์ของธนาคารเอเชียที่ได้รับการนำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 12 ชื่อฉบับ ระหว่างข่าวประชาสัมพันธ์ และข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง จึงมีภาพลักษณ์ในทิศทางเป็นกลางมากที่สุดในระดับการรู้จักและรับรู้บทบาทของธนาคารเอเชีย (awareness) ในการเผยแพร่ข่าวสารของธนาคารไปยังประชาชนทั่วไป รองลงมาคือ มีภาพลักษณ์ในทิศทางเป็นบวก และมีภาพลักษณ์ในทิศทางเป็นลบน้อยที่สุด

อภิปรายผล

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ อันก่อให้เกิดความเหลื่อมระหว่างข่าวที่ส่งออก กับข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ ในด้านปริมาณเนื้อหา และจำนวน

ในการดำเนินการทางประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสารของธนาคารไปยังสื่อมวลชน เป็นส่วนหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญยิ่ง ทั้งนี้เพื่อให้สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่ให้กับสาธารณชนได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธนาคาร ซึ่งจากผลการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ของธนาคารเอเชียออกไป ในรอบ 2 ปี มีความเหลื่อมกันระหว่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกกับที่ได้รับการตีพิมพ์ จำนวน 545 ชิ้น ในปริมาณเนื้อหา รวม 5,692 คอลัมน์นิ้ว

ในส่วนของสื่อมวลชนนั้น วันหนึ่งๆ จะมีข่าวประชาสัมพันธ์ (press release) ส่งไปยังหัวหน้าข่าวหรือบรรณาธิการฉบับต่างๆ เป็นจำนวนมาก โดยที่หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับมีเนื้อที่ว่างที่จะลงข่าวประชาสัมพันธ์ไม่มากนัก หัวหน้าข่าวหรือบรรณาธิการข่าว จึงต้องทำการประเมินคุณค่าข่าว (news evaluation) ว่าข่าวแจกที่ส่งมาแต่ละชิ้นนั้น มีคุณค่าพอที่จะเป็นข่าวเสนอต่อสาธารณชนหรือไม่ ดังที่ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2526) ได้วิจัยไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ มี 3 องค์ประกอบหลัก องค์ประกอบแรก ได้แก่ คุณภาพของข่าว ต้องเป็นข่าวที่น่าสนใจ มีความสำคัญ เป็นประโยชน์แก่ประชาชนทั่วไป ไม่ใช่เป็นการโฆษณาสินค้า บริการ หรือหน่วยงาน การเขียนข่าว ต้องให้ครบทั้งใคร ทำอะไร ที่ไหนเมื่อไร ทำไม่ อย่างไร สั้น กระชับรัดกุม ไม่เยิ่นเย้อ องค์ประกอบที่สอง ได้แก่ การจัดส่งข่าว ต้องจัดส่งให้ถูกบุคคล ตรงกับความรับผิดชอบนั้นโดยตรง คำนึงถึงเวลาปิดข่าวของแต่ละฉบับ และองค์ประกอบที่สาม คือ นักหนังสือพิมพ์ ผู้พิจารณาคัดเลือกข่าว ว่าสังกัดอยู่ในหนังสือพิมพ์ประเภทใด มีนโยบายการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์อย่างไร เนื้อที่ของหน้าหนังสือพิมพ์มากหรือน้อย ความสัมพันธ์ฉันท์ญาติมิตร ความสัมพันธ์กับนักประชาสัมพันธ์หรือหน่วยงานเป็นอย่างไร และจำนวนข่าวในวันนั้นมากหรือน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของรัศมี อิทธิวรรณพงศ์ (2531) ซึ่งได้วิจัยถึงปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ มีผลสรุป 8 ประการ ดังนี้ 1. คำนึงถึงประโยชน์ของผู้อ่าน 2. เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ 3. คำนึงถึงประโยชน์ของหนังสือพิมพ์ 4. หน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์ 5. วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ 6. เวลาปิดต้นฉบับ 7. หนังสือพิมพ์สัมพันธ์ 8. ความสัมพันธ์ฉันท์ญาติมิตร

ตัวอย่างประเด็นเรื่องที่มีความเหลือมของปริมาณและจำนวนข่าว อันเกิดขึ้นจากเวลาในการจัดส่งข่าว คือ ประเด็นเรื่องผลประกอบการ ซึ่งเป็นประเด็นหนึ่ง que แสดงถึงความสำเร็จของการบริหารงานของธนาคาร และแสดงถึงความมั่นคงในกิจการ ข่าวประเด็นเรื่องนี้มีประโยชน์ต่อผู้อ่านเป็นอย่างมาก เพราะเขาจะได้ทราบว่า ธนาคารที่เขาไปใช้บริการหรือถือหุ้นอยู่นั้น มีผลประกอบการเป็นอย่างไรบ้าง แต่ข่าวประเด็นเรื่องนี้มักได้รับการตีพิมพ์ในลักษณะสรุปข่าวสั้นๆ มากกว่ารายงานตามเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกไปทั้งหมด ทั้งที่บางครั้งผลประกอบการของธนาคารอยู่ในระดับที่สูงกว่าระบบธนาคารพาณิชย์ แต่เนื่องจากเวลาที่ส่งข่าวออกไปกระชั้นชิดกับเวลาที่ปิดข่าวของหนังสือพิมพ์ในแต่ละวันเกินไป โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ต้องขอให้คณะกรรมการธนาคารพิจารณาอนุมัติงบการเงิน ก่อนนำส่งไปยังตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงจะสามารถเผยแพร่ข่าวไปยังสื่อมวลชนได้ ซึ่งเป็นเวลาช่วงเย็นใกล้ค่ำ หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับได้มีการวางหน้าที่จะตีพิมพ์ข่าวไว้เรียบร้อยแล้ว รอเฉพาะข่าวเด่นที่มีความสำคัญจะตีพิมพ์ในหน้าหนึ่งของคอลัมน์หรือในหน้าแรกของฉบับนั้น ทำให้การตอบรับจากสื่อมวลชนในการตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย และบางฉบับไม่ลงให้เพราะเลยเวลาปิดต้นฉบับไปแล้ว

คุณค่าของข่าวประชาสัมพันธ์ที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจตีพิมพ์ในเกณฑ์พอใจมาก

การจัดตั้งเกณฑ์วัดผลการตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการประเมินผล ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกไป ว่าสื่อมวลชนให้ความสนใจตีพิมพ์ ในปริมาณเนื้อหาและจำนวนในสื่อสิ่งพิมพ์เป็นร้อยละเท่าไร โดยกำหนดไว้ว่า หากได้รับการตีพิมพ์ในปริมาณเนื้อหาหรือจำนวน ร้อยละ 80 ขึ้นไป ถือว่าอยู่ในเกณฑ์พอใจมาก ทั้งนี้ประเด็นเรื่องที่ได้รับการตีพิมพ์อยู่ในเกณฑ์ดังกล่าวมี 5 ประเด็นเรื่อง ได้แก่ ประเด็นเรื่องหุ้น กรรมการใหม่ แผนการดำเนินงาน ระดมทุน ข้อมูลสำคัญธนาคารพาณิชย์ โดยมีเนื้อหาข่าวของแต่ละประเด็นเรื่อง ดังนี้

ประเด็นเรื่องหุ้น ข่าวที่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นอย่างมาก คือ ข่าวที่ผู้ถือหุ้นใหญ่ของธนาคารเอเซีย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเอ็ชยูเกียรวติ และกลุ่มภัทรประสิทธิ์ ร่วมกันแถลงข่าวปฏิเสธกระแสข่าวที่ว่า กลุ่มภัทรประสิทธิ์ จะมีการขายหุ้นธนาคารให้สถาบันการเงินต่างประเทศว่าไม่เป็นความจริง และเชื่อว่าการขึ้นลงราคาหุ้นที่ผิดปกติ นั้น น่าจะเกิดจากข่าวลือที่ต้องการปันหุ้น พร้อมทั้งยืนยันว่า กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ 2 กลุ่มยังคงให้การสนับสนุนการบริหารงานของกรรมการผู้จัดการใหญ่คนปัจจุบัน

ประเด็นเรื่องกรรมการใหม่ เป็นประเด็นที่เชื่อมโยงมาจากข่าวเรื่องหุ้นที่กองทุนฟื้นฟูและพัฒนาสถาบันการเงินนำออกประมูลขายให้กับสถาบันที่สนใจ ซึ่งเป็นข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึงภายหลังที่ประกาศผลผู้ที่ประมูลได้ เมื่อมีการประชุมคณะกรรมการใหม่ของธนาคาร สื่อสิ่งพิมพ์เกือบทุกฉบับ จึงให้ความสนใจมาทำข่าวดังกล่าวกันอย่างล้นหลาม เรียกได้ว่า การได้ข่าวแต่เพียงว่าใครได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการของธนาคาร ยังไม่เพียงพอต่อความสนใจของสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชนได้นำรายชื่อคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งไปเป็นเบาะแสข่าว (news tip) เพื่อนำไปแสวงหาข้อมูลขยายความจากเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกไป ประเด็นเรื่องดังกล่าวจึงได้รับการตอบสนองในการลงข่าวเป็นอย่างดี ดังที่ มาลี บุญศิริพันธ์ (2531) กล่าวไว้ว่า ข่าวสำเร็จ (passive news) ในบางครั้งอาจกลายเป็นเบาะแสข่าวของหนังสือพิมพ์ไปด้วย

การตีพิมพ์ปริมาณเนื้อหาข่าวกรรมการใหม่มากเป็นพิเศษ เป็นไปตามการวินิจฉัยถึงคุณค่าของข่าว ที่ว่า คุณลักษณะที่สำคัญของข่าว คือ ข่าวนั้นต้องน่าสนใจ (interest) มีความสำคัญต่อผู้อ่าน (significance) และต้องเป็นข้อเท็จจริงที่มีความสดทันสมัยสำหรับผู้อ่าน (มาลี บุญศิริพันธ์, 2531)

ในประเด็นเรื่องกรรมการใหม่มีความสำคัญกับผู้อ่าน ตรงที่นโยบายการดำเนินงานของธนาคารจะเป็นไปในทิศทางอย่างไร ผู้ถือหุ้นใหญ่จะมีบทบาทสำคัญ เนื่องจากมักจะได้รับการเลือกมาเป็นคณะกรรมการบริหาร ซึ่งเป็นคณะที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายบริหารงานของธนาคารต่อไป หากได้ผู้ถือหุ้นที่ไม่มีความสามารถ หรือไม่มีความรับผิดชอบ นำเงินจากประชาชนที่ไปฝากเงินไปปล่อยสินเชื่อนอกภาคธุรกิจที่ไม่มีความสำคัญ ระบบเศรษฐกิจของประเทศก็ไม่เติบโตก้าวหน้า และไม่ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนอย่างทั่วถึง

นอกจากนี้องค์ประกอบความน่าสนใจของประเด็นนี้ ยังรวมถึงความสด (immediacy) หมายถึง ความรวดเร็วของเหตุการณ์ที่รายงาน ความคืบหน้าแบบวันต่อวัน และความเด่น (prominence) ครอบคลุมถึงความเด่นของบุคคล ขององค์กรที่จะเข้ามาถือหุ้นของธนาคาร และผู้บริหารที่มาแถลงข่าว

ประเด็นเรื่องแผนการดำเนินงาน เป็นประเด็นที่ธนาคารจัดแถลงข่าวถึงแผนการดำเนินงานประจำปี คุณค่าของข่าวในประเด็นนี้ คือ แสดงถึงทิศทางการบริหารงานของธนาคารในอนาคต

เป้าหมายที่ธนาคารวางไว้ กลยุทธ์ที่จะบรรลุถึงความสำเร็จนั้น อีกทั้งยังจัดอยู่ในองค์ประกอบของความสนใจ ในด้านความก้าวหน้า (progress) ของธนาคาร

ประเด็นเรื่องระดมทุน เป็นประเด็นเรื่องที่ได้รับการตีพิมพ์ทั้งด้านปริมาณเนื้อหาและจำนวนสูง เนื่องจากธนาคารได้รับความสำเร็จในการออกบัตรเงินฝากอัตราดอกเบี้ยลอยตัว (floating rate certificate of deposit) จำนวน 120 ล้านดอลลาร์ ซึ่งจากเดิมที่ธนาคารตั้งเป้าในการออกตราสารเพียง 80 ล้านดอลลาร์ แต่เนื่องจากมีสถาบันการเงินหลายแห่งสนใจ ธนาคารจึงมีการเพิ่มวงเงิน นอกจากนี้ยังเป็นครั้งแรกที่ธนาคารได้เชิญสื่อมวลชน จากสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 22 ฉบับไปทัศนศึกษาและร่วมงานเซ็นสัญญา (press tour) ที่ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งเป็นการกระชับความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน และสร้างความประทับใจแก่สื่อมวลชน เพื่อที่จะให้สื่อมวลชนสนับสนุนการเผยแพร่ข่าวต่อไป ข่าวในเรื่องนี้ จึงได้รับการตีพิมพ์ในด้านปริมาณเนื้อหาที่มากกว่าการส่งข่าวออกไป โดยสื่อมวลชนมีการเพิ่มข้อมูลเนื้อหาข่าวของธนาคารในด้านอื่นๆ มาประกอบเช่น ผลประกอบการธนาคาร หรือ กล่าวถึง ด้วยความชื่นชมในความสำเร็จของการระดมทุน การให้ปริมาณเนื้อหาข่าว และจำนวนที่สูงในประเด็นเรื่องนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของรังษิ บูรณประภาพงศ์ (2539) ที่กล่าวว่า ข้อดีสำหรับการจัด press tour คือ การช่วยในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้สื่อข่าวคิดว่าจะมีผลช่วยในการประชาสัมพันธ์ ระดับมากถึงร้อยละ 39.5 ระดับปานกลางร้อยละ 23.7 และระดับมากที่สุดร้อยละ 7.9 นับเป็นกิจกรรมที่ค่อนข้างจะประสบความสำเร็จด้านการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างสูง นอกจากนั้นแล้ว นักประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 31.5 และผู้สื่อข่าวประมาณร้อยละ 27 ยังเห็นว่าการจัด press tour จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อข่าวกับนักประชาสัมพันธ์ได้ ซึ่งการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี อาจจะมีส่วนช่วยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ขององค์กรในระยะยาวต่อไป ดังจะเห็นได้ว่า ปัจจัยองค์กรที่ส่งข่าว และสื่อมวลชนสัมพันธ์ เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ผู้สื่อข่าวใช้พิจารณาในการคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ลงเผยแพร่

ประเด็นเรื่องข้อมูลสำคัญธนาคารพาณิชย์ ข้อพิเศษของประเด็นนี้ คือ สื่อมวลชนได้ขอความร่วมมือมายังฝ่ายประชาสัมพันธ์ ให้จัดส่งข้อมูลของธนาคาร ในเรื่องแผนการดำเนินงาน นโยบาย และทิศทางการบริหารงาน โครงสร้างองค์กร การตลาด การส่งเสริมการขาย ภาพพจน์ ในด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านวิชาการ ด้านกิจกรรมสังคม เพื่อนำไปจัดอันดับและคัดเลือกให้เป็นธนาคารแห่งปี Bank of The Year ซึ่งจะมีการมอบรางวัลให้กับธนาคารที่ได้รับคัดเลือกเป็นประจำทุกปี

คุณค่าของข่าวในประเด็นเรื่องที่มีสื่อมวลชนให้ความสนใจเขียนถึงในปริมาณและจำนวนที่สูง

อันดับหนึ่ง ประเด็นเรื่องหุ้น โดยเฉพาะข่าวกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาสถาบันการเงิน ประกาศขายหุ้นธนาคารเอเซียออกมา เป็นข่าวที่สื่อมวลชนให้ความสนใจตีพิมพ์ต่อเนื่องเป็นประจำทุกวัน ตั้งแต่นำหุ้นออกขายให้แก่ผู้ที่สนใจ วิธีการขาย คุณสมบัติของผู้ที่ประมูลซื้อ ใครเป็นตัวเก็งที่จะประมูลซื้อได้ ราคาหุ้นที่พุ่งขึ้นในตลาดหลักทรัพย์ฯ เรียกได้ว่า หนังสือพิมพ์ทุกฉบับ ไม่สามารถตกข่าวดังกล่าวได้เลย อาจเป็นเพราะสัดส่วนหุ้นที่นำออกมาประมูลสูงพอที่จะเข้าไปร่วมบริหารในธนาคารเอเซีย ซึ่งเป็นธนาคารขนาดเล็กที่มีศักยภาพเติบโต ขณะที่ข่าวประมูลขายหุ้นกรุงเทพ ได้รับความสนใจน้อยกว่า เพราะธนาคารกรุงเทพเป็นธนาคารใหญ่ของรัฐ สัดส่วนหุ้นที่นำออกมาประมูลค่อนข้างน้อย ยากที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหาร การประกาศผลผู้ที่ประมูลได้ การสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ที่ประมูลได้ ตามด้วยการวิเคราะห์ถึงผลที่ตามมาในการเข้าเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของธนาคาร เป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของสังคมในขณะนั้น

ประเด็นต่อมา ซึ่งเป็นประเด็นต่อเนื่องจากประเด็นเรื่องการขายหุ้นของธนาคาร คือ ประเด็นเรื่องกรรมการใหม่ ซึ่งมีคุณค่าของข่าวสูง เพราะเป็นการรายงานสถานการณ์ที่มีความสำคัญ และความน่าสนใจ เนื่องจากเป็นที่จับตามองว่า กลุ่มผู้ถือหุ้นใหม่จะมีบทบาทอย่างไรในการบริหารของธนาคาร โดยเฉพาะความเด่นของบุคคลที่เป็นแกนนำในการเข้ามาร่วมเป็นกรรมการใหม่ของธนาคาร คือ คุณปิ่น จักกะพาก กรรมการอำนวยการ บง.เอคธนกิจ ซึ่งได้รับฉายาว่า king of takeover ซึ่งจากถ้อยแถลงของคุณปิ่น จักกะพาก ตัวแทนของกรรมการชุดใหม่ ที่เปิดเผยว่า ต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในการร่วมบริหารงานกับธนาคาร และเป็นการลงทุนระยะยาว ก่อให้เกิดความน่าสนใจกับสื่อมวลชนว่าคณะกรรมกรกลุ่ม จะมีบทบาทอย่างไรต่อกรรมการและผู้บริหารชุดเดิม ซึ่งมีการวิเคราะห์กันไปมากมาย จากสื่อมวลชนทั้งในทิศทางที่เป็นลบ เช่น เป็นการช่วงชิงอำนาจในการบริหารธนาคารระหว่างกรรมการบริหารชุดเก่า และกรรมการชุดใหม่ และในทิศทางที่เป็นบวก คือ ตัวบุคคลของกรรมการใหม่ที่เข้ามาได้รับการยอมรับว่ามีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล และมีแนวทางบริหารธุรกิจที่ในแนวรุก หากเข้ามามีส่วนร่วมบริหารธนาคาร เชื่อว่าจะทำให้ธุรกิจธนาคารมีการเติบโตเป็นไปได้อย่างมาก ความน่าสนใจของข่าวในเรื่องการคาดหมายเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นต่อไป จึงเป็นเรื่องที่สื่อมวลชนติดตามอย่างใกล้ชิด มีการแสวงหาข้อเท็จจริงมาตีพิมพ์แก่ผู้อ่านกันอย่างเข้มข้น ในลักษณะการรายงานเชิงตีความ (interpretative reporting) ด้วยการให้ข้อมูลเบื้องหลังที่

เกิดขึ้นมาในอดีต (background) แล้วเชื่อมโยงกับแนวโน้ม (trend) ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต หรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นตามมา เชื่อมเงื่อนไขกันอย่างไม่มีข้อบังคับโดยอ้อมน้อยหน้า

อันดับที่ 3 ประเด็นเรื่องการค้าตราสารหนี้ นับเป็นตัวอย่างชาวที่มีคุณค่าของในแง่ความขัดแย้ง (conflict) เพราะได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางที่เป็นลบมากกว่าข่าวอื่นๆ โดยเฉพาะข่าวคุณสมบัติของกรรมการในการยื่นขอใบอนุญาตการประกอบธุรกิจการค้าตราสารหนี้ และจัดจำหน่ายตราสารหนี้ ซึ่งสื่อมวลชนให้ความสนใจในการตีพิมพ์สูง เนื่องจากคุณสมบัติของสถาบันการเงินที่ยื่นขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจการค้าและจัดจำหน่ายตราสารหนี้ ต้องไม่มีกรรมการในสถาบันการเงินอื่นไปถือหุ้นในสถาบันการเงินนั้น เมื่อมติของคณะกรรมการต้องการให้ธนาคารเอเชียทำธุรกิจด้านนี้ จึงส่งผลให้กรรมการใหม่ของธนาคาร ซึ่งเป็นกรรมการของบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์อื่นๆ ต้องเลือกเป็นกรรมการระหว่างธนาคารเอเชีย กับสถาบันการเงินเดิมที่ตนถือหุ้นอยู่ ซึ่งสื่อมวลชนมองว่า หากกลุ่มกรรมการใหม่ที่เพิ่งจะได้รับแต่งตั้งเข้ามาไม่ยอมลาออกจากกรรมการธนาคาร จะทำให้ธนาคารไม่สามารถยื่นขอใบอนุญาตได้ เท่ากับเป็นการขัดมติที่ประชุม และยังทำให้ธนาคารพลาดโอกาสที่จะดำเนินธุรกิจในด้านนี้ได้ ความเคลื่อนไหวก่อนที่กรรมการใหม่จะลาออกและหลังลาออกไปแล้ว จึงกลายเป็นประเด็นที่สื่อมวลชน นำไปวิเคราะห์วิจารณ์ถึงเบื้องหลังกันอย่างกว้างขวาง เพราะเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่อยากทราบสาเหตุของความขัดแย้ง

อันดับที่ 4 คือ ประเด็นเรื่องแผนการดำเนินงาน อาทิ ชาวการรุกขยายตั้งบริษัทพาณิชย์ บริษัทลิสซิง บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ การยื่นขอใบอนุญาตตั้งบริษัทประกันชีวิต หรือการเข้าไปถือหุ้นในบริษัทประกันภัย การมุ่งดำเนินธุรกิจธนาคาร เป็น investment banking คาดการณ์กำไรครึ่งปีของธนาคาร และ ประเด็นเรื่องการบริหารงาน อาทิ ชาวแนวทางการบริหารต้นทุนของธนาคาร การบริหารสภาพคล่อง การประกอบธุรกิจของธนาคาร การกันสำรองหนี้สงสัยจะสูญ สัดส่วนสินเชื่อต่อเงินฝาก ผลกระทบจากนโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทย

ประเด็นข่าวทั้งสองนี้ เป็นประเด็นข่าวที่มีผลกระทบต่อสาธารณชน เนื่องจากการบริหารธนาคารพาณิชย์ ต้องเป็นไปเพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้ฝากเงินเป็นอันดับแรก การนำเงินฝากไปปล่อยสินเชื่อให้กับธุรกิจต่างๆ จึงต้องกระทำอย่างรอบคอบ และเสี่ยงต่อความเสียหายน้อยที่สุด ในขณะที่เดียวกันก็ต้องส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นสำคัญ ดังนั้น การดำเนิน

ธุรกิจไปในทิศทางใด และการบริหารงานเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ที่ดีของธนาคาร เป็นสิ่งที่ผู้ถือหุ้น ลูกค้า สถาบันการเงินอื่นๆ ธนาคารแห่งประเทศไทย และประชาชนทั่วไปจับตามองด้วยความสนใจ

นโยบายและลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีผลต่อการตีพิมพ์ข่าวประเภทต่างๆ

สื่อสิ่งพิมพ์แต่ละประเภท ให้ความเหลื่อมในด้านปริมาณเนื้อหา และจำนวนข่าวในการตีพิมพ์แตกต่างกันไป ซึ่งจากการวิเคราะห์ พบว่า หนังสือพิมพ์ทั่วไป ให้ความสนใจตีพิมพ์จำนวนข่าวประชาสัมพันธ์มากกว่าข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง เนื่องจากรูปแบบของเนื้อหาในการนำเสนอข่าวเศรษฐกิจ โดยมีการนำเสนอในลักษณะสรุปข่าวสั้นๆ ที่ไม่ให้รายละเอียดมากนัก เน้นให้จำนวนข่าวมากกว่าปริมาณเนื้อหา ขณะที่ถ้าเป็นข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง ต้องมีการอ้างอิงแหล่งข่าวจากหลายๆ ด้าน จึงต้องการเนื้อหาในการนำเสนอข่าวมากกว่า

นอกจากนั้นนโยบายของสื่อสิ่งพิมพ์ ยังเป็นสิ่งสำคัญที่หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ เลือกตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์แตกต่างกันไปด้วย อาทิ แนวหน้า ให้ความสนใจตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์สูง แตกต่างกับไทยรัฐ ที่ไม่ให้ความสำคัญกับการตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์เท่าใดนัก หรือแม้แต่สยามรัฐ ที่มีปริมาณเนื้อหาและจำนวนข่าวประชาสัมพันธ์สูงกว่าข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง ยังไม่ติดอันดับ 1 ใน 3 ของข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์สูง แสดงถึงการไม่ให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวธนาคารประเภทใดเลย

หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ ให้ความสำคัญเนื้อหาข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง มากกว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไป และนิตยสารแนวการเงิน ทั้งนี้เพราะเป็นข่าวการเงินธนาคารเป็นข่าวเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับนโยบายและลักษณะของหนังสือพิมพ์ที่มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวเศรษฐกิจเป็นสำคัญ มีการแบ่งหน้าเป็น section ต่างๆ อาทิ การเงิน หุ้น การลงทุน การตลาด อีกทั้งยังออกเป็นรายวัน เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ทั่วไป จึงสามารถให้ปริมาณเนื้อหา และจำนวนได้บ่อยครั้ง นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์ยังพบว่า หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจราย 3 วัน อาทิ ประชาชาติธุรกิจ และฐานเศรษฐกิจตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย เนื่องจากไม่ได้มีการวางจำหน่ายเป็นรายวัน ทำให้ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ธนาคารส่งออกไป หนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจรายวัน ได้มีการตีพิมพ์ไปเรียบร้อยแล้ว อย่างไรก็ตาม หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจราย 3 วัน ได้นำข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกมาเป็นเบาะแสข่าว (news tip) เพื่อจะมารายงานข่าวในประเด็นที่มีมุมมองแตกต่างจาก

หนังสือพิมพ์รายวัน อาทิ ข่าวเชิงตีความ (interpretative reporting) มากกว่าการรายงานข่าวตามเนื้อหาที่ได้รับ (straight-forward news reporting)

ทางด้านนิตยสารการเงินทั้ง 2 ฉบับที่นำมาวิจัย ต่างก็มีนโยบายในการรายงานข่าวแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด อาทิ การเงินธนาคาร ให้เนื้อที่ในการตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์ ในลักษณะเป็นสรุปข่าวสั้นๆ ของแต่ละธนาคารในรอบเดือน และเปิดคอลัมน์เฉพาะ เช่น คอลัมน์แต่งตั้ง คอลัมน์เปิดสาขา คอลัมน์ผู้บริหาร คอลัมน์ชุบชีพ ส่วนในข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง มีการสัมภาษณ์แหล่งข่าวจากสถาบันการเงินต่างๆ ในลักษณะเป็นข้อมูล แตกต่างกับดอกรเบี้ยที่มีเฉพาะคอลัมน์ภาพเป็นข่าว แต่เน้นข่าวสัมภาษณ์ผู้บริหาร และข่าวเชิงตีความ (interpretative reporting) โดยการอธิบายเบื้องหน้าเบื้องหลังของเหตุการณ์นั้น และวิพากษ์วิจารณ์ในประเด็นเรื่องนั้นๆ มากกว่า

สรุปได้ว่าในภาพรวม ข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง มีการตีพิมพ์ปริมาณเนื้อหา และจำนวนมากกว่าข่าวประชาสัมพันธ์ ดังที่มาลี บุญศิริพันธ์ (2537) กล่าวไว้ว่า ข่าวที่หนังสือพิมพ์ต้องส่งนักข่าวออกไปหาข่าวเอง ข่าวประเภทนี้จะมีความสำคัญ มีคุณค่าทางข่าวสูง และเป็นที่สนใจของผู้อ่านเป็นส่วนใหญ่ ผู้สื่อข่าวต้องใช้ความรู้ความสามารถทางการสื่อข่าวเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริงที่ต้องการ โดยการเสาะแสวงหาแหล่งข่าวเอง ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารของธนาคาร ผู้บริหารสถาบันการเงินอื่นๆ ผู้บริหารจากธนาคารแห่งประเทศไทย หรือความเห็นของโบรกเกอร์ นักวิชาการทางการเงิน จึงมีความสำคัญ เพราะจะทำให้เนื้อหาข่าวของสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละฉบับมีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเองมากขึ้น ซึ่งเท่ากับเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่หนังสือพิมพ์ฉบับนั้น นอกจากนี้นโยบายของสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละประเภท ซึ่งกำหนดจุดยืนของตัวเอง ว่าเป็นหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารประเภทใด ยังเป็นสิ่งสำคัญที่หนังสือพิมพ์ฉบับนั้นจะเลือกตีพิมพ์ ในปริมาณเนื้อหา และจำนวนข่าวมากน้อยเพียงใด

เห็นได้จาก ในด้านปริมาณเนื้อหากับจำนวนข่าว ที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยสื่อสิ่งพิมพ์ ที่ให้จำนวนข่าวสูง ไม่จำเป็นต้องมีปริมาณเนื้อหาสูงเช่นเดียวกัน อาทิ หนังสือพิมพ์ทั่วไป และนิตยสารการเงิน ที่เน้นการเสนอข่าวในลักษณะสรุปข่าว มากกว่าให้รายละเอียด ทำให้มีจำนวนข่าวที่นำเสนอบ่อยครั้งกว่าหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ ขณะที่หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจจะให้ปริมาณเนื้อหาข่าวมากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของสาทิศ (2539) ที่ปรากฏผลเช่นเดียวกันว่า หนังสือพิมพ์ที่มีจำนวนการเสนอข่าวสูง แต่ปริมาณเนื้อหาอาจจะน้อยกว่าฉบับอื่นก็ได้ ในทางกลับกันหนังสือ

พิมพ์ที่มีจำนวนการเสนอข่าวต่ำกว่า แต่ปริมาณเนื้อหาอาจจะสูง ดังเห็นได้จากหนังสือพิมพ์ทั่วไป จะมีจำนวนการเสนอข่าวมากกว่า หนังสือพิมพ์ธุรกิจ แต่หนังสือพิมพ์ธุรกิจมีปริมาณเนื้อหามากกว่า ทั้งที่มีจำนวนน้อยกว่า

นอกจากนโยบายและลักษณะของสื่อ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความเหลื่อมของปริมาณเนื้อหาและจำนวน การบริหารเนื้อหาข่าวของหนังสือพิมพ์ยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งเพราะโดยปกติหนังสือพิมพ์จะกำหนดอัตราส่วนการใช้เนื้อหาข่าวกับเนื้อหาโฆษณาเอาไว้ เพื่อให้หนังสือพิมพ์ดำรงสถานะทั้ง “ความเป็นสถาบันสาธารณะ” และ “ความเป็นธุรกิจเอกชน” ควบคู่กันไป อัตราส่วนเนื้อหาข่าว : เนื้อหาโฆษณาของหนังสือพิมพ์ จะแตกต่างกันออกไปในแต่ละฉบับ ซึ่งจากความแตกต่างนี้ ทำให้ขนาดของเนื้อหาข่าว (newsshole) นั้นมิได้ขึ้นอยู่กับปริมาณข่าวที่หลังไหลเข้าสู่ห้องข่าวอย่างมากมายในแต่ละวัน หากขนาดของเนื้อหาข่าว จะได้รับกำหนดมาจากฝ่ายโฆษณา (advertising department) ซึ่งร่างมาบนกระดาษจัดหน้าส่งขึ้นไปให้ห้องข่าวได้รับรู้ว่า มีเนื้อหาข่าวเหลืออยู่ในแต่ละหน้า ก็คือลัมนีวี่ ที่จะต้องใส่ข่าวให้เต็ม และหน้าข่าวใดบ้างที่เปิดทั้งหน้า ดังนั้น เครื่องมือสำคัญที่จะนำมาใช้บริหารเนื้อหาข่าวให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ การบรรณาธิกรณ (editing process) ซึ่งจะมีการคัดเลือกและประเมินคุณค่าข่าว ตลอดจนกำหนดว่าข่าวใดควรจะได้รับเกียรติพิมพ์และวางไว้ที่ใดของหน้า และควรจะมีปริมาณเนื้อหาเท่าไร การคัดเลือกข่าวจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายของหนังสือพิมพ์ด้วย (สิริทิพย์ ชันสุวรรณ, 2539 : 60-61)

สื่อมวลชนสัมพันธ์

ในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา (2536-2537) ธนาคารเอเชียได้กำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์ ไว้ 3 ประเด็นใหญ่ๆ ดังนี้ คือ 1. การให้ความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวของธนาคารไปสู่ประชาชนอย่างกว้างขวางและสม่ำเสมอมากขึ้น 2. การเปิดตัวของผู้บริหารต่อสื่อมวลชน 3. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนในหลายลักษณะ อาทิ การเป็นแหล่งสนับสนุนข้อมูลต่อสื่อมวลชนของเจ้าหน้าที่สื่อมวลชนสัมพันธ์ การจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้แก่สื่อมวลชนในธุรกิจการเงินใหม่ๆ และการพาสื่อมวลชนไปทัศนศึกษา แผนงานดังกล่าวได้ส่งผลถึงความร่วมมือของสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ธนาคาร ดังนี้

ชาวประชาสัมพันธที่ส่งออก มี 22 ประเด็นเรื่อง 16 ประเด็นเรื่องที่ได้รับการตีพิมพ์ ไม่มี ความเหลือมของทิศทางชาวประชาสัมพันธส่งออก กับทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ มีเพียง 6 ประเด็น เรื่องเท่านั้นที่มีความเหลือมกัน กล่าวคือ ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางที่เป็นกลางเชิงรายงานข่าวมาก กว่าทิศทางที่เป็นบวกตามที่ส่งออกไป อาทิ ประเด็นเรื่องผลประกอบการ แผนการดำเนินงาน พนักงาน ผลิตภัณฑ์ และผู้บริหาร รวมทั้งยังได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางบวกมากกว่าที่ส่งออกไป อาทิ ประเด็นเรื่องระดมทุน

โดยเมื่อพิจารณาเนื้อหาชาวประชาสัมพันธที่ส่งออกและได้รับการตีพิมพ์ แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้ คือ ลักษณะแรก เนื้อหาข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์เหมือนกับเนื้อหาข่าวที่ส่งออกไปทุก ประการ โดยไม่มีการดัดแปลงแก้ไข รายงานข่าวเพียงธนาคารเดียว ลักษณะที่สอง คือ ดัดทอน ให้สั้นลง ในส่วนที่เป็นความคิดเห็น หรือด้อยแถลงของผู้บริหาร โดยตีพิมพ์เป็นข่าวสั้นๆ สรุปแต่สาระที่สำคัญของข่าว รายงานข่าวเพียงธนาคารเดียว ลักษณะที่สาม เป็นการนำข่าวประชา สัมพันธของธนาคารไปตีพิมพ์ร่วมกับธนาคารอื่น ในพาดหัวข่าวเดียวกัน เช่น ข่าวธนาคารปรับ ดอกเบี้ย ข่าวประกาศผลประกอบการ อาทิ พาดหัวข่าว “แบงก์เล็กปรับดอกเบี้ย” “กำไรแบงก์ทั้ง ระบบ” และ ลักษณะที่สี่ ตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธนั้น ในประเด็นเรื่องหนึ่ง พร้อมกับนำเนื้อหา ข้อมูลในด้านอื่นๆ มาเพิ่มเติมข่าวนั้น ในลักษณะข่าวเจาะลึก ซึ่งแสดงถึงความสนใจของสื่อมวลชน เป็นพิเศษต่อประเด็นเรื่องดังกล่าว อาทิ ประเด็นเรื่องแผนการดำเนินงาน นำข่าวเรื่องผล ประกอบการ ผลการบริหารงานของผู้บริหาร แนวนโยบายของธนาคารที่ผ่านมา มาประกอบ เพิ่มเติม หรือ ประเด็นเรื่องระดมทุน มีการนำข่าวระดมทุนในครั้งก่อน พร้อมกับเปิดตัวทีมผู้บริหาร สายการเงินเข้ามาประกอบ เพื่อให้ข่าวนั้นมีความน่าสนใจและมีคุณค่ามากขึ้น

การตีพิมพ์ข่าวทั้ง 4 ลักษณะนี้เป็นสาเหตุที่ทำให้ทิศทางชาวประชาสัมพันธส่งออกเกิดความ เหลือมกับทิศทางชาวประชาสัมพันธที่ตีพิมพ์ กล่าวคือ ทิศทางชาวประชาสัมพันธส่งออกเป็นบวก ขณะที่ทิศทางชาวประชาสัมพันธที่ได้รับการตีพิมพ์ มีทิศทางเป็นกลาง ใน 2 กรณี คือ สื่อมวลชน ตีพิมพ์เนื้อหาข่าวที่สั้นลงกระชับลงกว่าเดิม พาดหัวข่าวธรรมดา ทำให้ได้ข่าวที่ตีพิมพ์มีทิศทางเป็น กลาง กรณีที่สอง สื่อมวลชนตีพิมพ์เนื้อหาข่าวธนาคารร่วมกับข่าวของธนาคารอื่นๆ พาดหัวข่าว ของธนาคารอื่นที่เด่นกว่า อย่างไรก็ตาม ยังมีความเหลือมของทิศทางพิเศษอีกกรณี คือ ทิศทาง ชาวประชาสัมพันธส่งออก มีทิศทางเป็นบวกหนึ่ง แต่ได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นบวกสอง โดย

สื่อมวลชนได้มีการนำข่าวในเรื่องอื่นๆ ที่มีเนื้อหาในทางส่งเสริมภาพลักษณ์ธนาคารมาเพิ่มเติม ในลักษณะสื่อกฎพิเศษ หรือเป็นบทความ

นอกจากนี้ สังเกตเห็นได้ว่าข่าวประชาสัมพันธ์ที่ธนาคารส่งออก มีทิศทางเป็นกลางในเชิง รายงานข่าวมากกว่าทิศทางเป็นบวก โดยมีการรายงานความคิดเห็นของผู้บริหาร หรือการให้ข้อมูลที่ เป็นเบื้องหลังของข่าวอย่างตรงไปตรงมา ทั้งนี้เพื่อให้ข่าวนั้นได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนนำไปตีพิมพ์ ดังสารนิพนธ์ของ วิมลวรรณ มลิทินจินดา (2524) เรื่องการสำรวจทัศนคติของสื่อมวลชน ต่อการทำงานของกองประชาสัมพันธ์การบินไทย ที่กล่าวไว้ว่า หนังสือพิมพ์ต้องทำงานแข่งกับ เวลา ข่าวแจก (press release) ที่ส่งมาจากหน่วยงานต่างๆ วันหนึ่งมีมากมาย ดังนั้น เพื่อความ สะดวก รวดเร็วในการพิจารณาคัดเลือกข่าวเพื่อนำลงตีพิมพ์ จึงต้องการข่าวแจกที่มีลักษณะพร้อม ที่จะตีพิมพ์ได้ ข่าวที่เขียนต้องมีใจความสมบูรณ์ กระชับ เนื้อหาข่าวตรงไปตรงมา (straight-forward news reporting) ไม่ปิดบังซ่อนเร้น และไม่มุ่งไปการโฆษณาสถาบันของตนเองมากเกินไป อีกทั้งยัง ควรระบุแหล่งที่มาของข่าวอย่างชัดเจน การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ที่สามารถนำไปใช้ได้เลยถือได้ ว่า ข่าวประชาสัมพันธ์ฉบับนั้น มีคุณภาพ ก่อให้เกิดความไว้วางใจที่สื่อมวลชนมีต่อข่าวประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่สื่อมวลชนสัมพันธ์ (รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2535)

สำหรับข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ทิศทางของข่าวขึ้นอยู่กับแหล่งข่าวที่ผู้สื่อข่าวไปสัมภาษณ์ และจากการวิเคราะห์ข่าวของผู้สื่อข่าวเอง จึงมีโอกาสมันจะมีทิศทางข่าวเป็นลบได้ ข่าวประเภทนี้ ยากต่อการควบคุมที่มาของแหล่งข่าว สิ่งที่ธนาคารสามารถทำได้ คือ " การเป็นแหล่งข้อมูล สนับสนุนให้แก่สื่อมวลชน ในกรณีที่สื่อมวลชนต้องการทราบเรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับธนาคารเพิ่มเติม อาทิ การจัดส่งข้อมูลประกอบการรายงานข่าวตามที่สื่อมวลชนขอมา การนัดสัมภาษณ์ ผู้บริหารเพื่อขอความคิดเห็นในประเด็นเรื่องนั้นๆ การที่เจ้าหน้าที่สื่อมวลชนสัมพันธ์มีโอกาสนำเสนอข้อมูลของธนาคารประกอบในข่าวนั้นก่อนจะนำไปตีพิมพ์ จะช่วยให้การวิเคราะห์ข่าวที่เกี่ยวข้องกับธนาคารมีความถูกต้องสมบูรณ์ และเที่ยงตรงยิ่งขึ้น โดยเฉพาะหากมีข้อมูลใดที่ยัง คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ในทิศทางที่เป็นลบต่อธนาคาร เจ้าหน้าที่สื่อมวลชนสัมพันธ์มี โอกาสอธิบายที่จะชี้แจงข้อเท็จจริงที่ถูกต้องให้แก่สื่อมวลชนได้ทราบอย่างทันท่วงที การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน จึงช่วยให้สามารถควบคุมสื่อได้ในระดับหนึ่ง พร้อมๆ กับที่มีโอกาส กระชับความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน ดังที่ รุ่งนภา พิตรปรีชา (2535) กล่าวไว้ว่า เจ้าหน้าที่ สื่อมวลชนสัมพันธ์ต้องทำตัวเป็น "ห้องสมุด" ที่สื่อมวลชนสามารถหาข้อมูล ตัวเลข สถิติ ภาพถ่าย

ข่าวสาร เพื่อช่วยให้สื่อมวลชนสามารถผลิตสื่อได้อย่างน่าสนใจ มีคุณค่า และมีความถูกต้องเที่ยงตรงมากที่สุด นอกจากนี้ การให้ข้อมูลที่เที่ยงตรงและรวดเร็วแก่สื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ ยังช่วยให้ข่าวสารที่ส่งไปมีโอกาสดำเนินการพิจารณาให้ตีพิมพ์ เนื่องด้วยความน่าสนใจ และความเชื่อถือของสื่อมวลชนที่มีต่อข่าวขององค์การ

ผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธนาคาร

การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) มีเป้าหมายเพื่อประเมินแนวโน้มของข่าวสารที่ได้รับการตีพิมพ์ และข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ขององค์กรที่สะสมขึ้น อันเนื่องมาจากการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชน ตลอดจนชี้ให้เห็นถึงทัศนคติของสื่อมวลชนที่มีต่อองค์กร รวมทั้งคุณภาพและประสิทธิภาพของงานประชาสัมพันธ์ในองค์กรนั้น (จาระไน แกลโกศล, 2535 : 21)

ทิศทางปริมาณเนื้อหา และทิศทางจำนวนข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ จึงมีผลต่อกำหนดภาพลักษณ์ของธนาคาร โดยเฉพาะหากได้รับการตีพิมพ์ในทิศทางเป็นลบบ่อยครั้ง ในอีกทางหนึ่ง แม้ว่าข่าวนั้นจะไม่ได้มีการนำเสนอบ่อยครั้ง แต่ปริมาณเนื้อหาที่ได้รับการนำเสนอในครั้งเดียวหลายๆ หน้า โดยเฉพาะการรายงานข่าวในนิตยสาร ซึ่งมีเนื้อหาสาระที่ลึกซึ้งกว่าหนังสือพิมพ์ ข่าวประเภทนี้มักเป็นการรายงานข่าวเชิงตีความ หรือสื่อกฎพิเศษ ที่ให้ข้อมูลเจาะลึก กล่าวถึงความเป็นมาของเหตุการณ์นั้นอย่างละเอียด โดยมีการนำความคิดเห็นของหลายๆ แหล่งข่าวมาวิเคราะห์ประกอบ พร้อมกับคาดการณ์ถึงแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ข่าวประเภทนี้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อความคิดของผู้อ่านมากกว่าการรายงานข่าวตรงไปตรงมา อีกทั้งยังสามารถโน้มน้าวให้ผู้อ่านมีความคิดเห็นที่คล้อยตามจากข้อมูลที่นำมาอ้างอิง และความเห็นส่วนตัวที่ผู้เขียนข่าวส่วนใหญ่มักจะสอดแทรกเข้าไปเสมอ ทำให้การอธิบายข่าวไม่ได้เสริมให้ข่าวชิ้นนั้นมีคุณค่ายิ่งขึ้น แต่จะให้ผลตรงข้าม คือ เป็นการบิดเบือนข้อเท็จจริงแก่ผู้อ่าน (พจนา รูปแก้ว, 2537)

การติดตามข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึงธนาคารอย่างใกล้ชิด ว่ามีการตีพิมพ์ในทิศทางใด จึงเป็น “การเตือนภัย” เพื่อจะได้เตรียมการป้องกันแก้ไขแต่เนิ่นๆ เพราะหากข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ มีทิศทางเป็นลบบ่อยครั้ง เจ้าหน้าที่สื่อมวลชนสัมพันธ์ ผู้มีบทบาทในการเป็นฝ่ายเสนอข่าวสารให้กับสื่อมวลชน จะต้องรีบหาทางชี้แจงแก้ไขแก่สื่อมวลชนโดยด่วน ซึ่งอาจทำได้โดยการส่งข่าวที่ถูกต้องไปชี้แจงทำความเข้าใจกับสื่อมวลชน หรือ จัดให้ผู้บริหารระดับสูงแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน เช่น ข่าว

ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ปฏิเสธขายหุ้นธนาคารให้แก่นักลงทุนต่างประเทศ หรือเสนอแนะให้สื่อมวลชน ทำการสัมภาษณ์ผู้บริหาร เช่น ชาวธนาคารได้รับผลกระทบจากมาตรการดำรงฐานะเงินตรา ต่างประเทศสุทธิของธนาคารแห่งประเทศไทยที่กำหนดให้ถือครองลดลง โดยผู้บริหารให้สัมภาษณ์ แก่สื่อมวลชน เพื่อนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง และแก้ไขความเข้าใจผิดเรื่องผลกระทบที่ได้รับภายหลัง การตีพิมพ์ข่าวในวันรุ่งขึ้นทันที

เมื่อสื่อมวลชนเป็นตัวนำข่าวสารมาสู่บุคคล บุคคลที่รับข่าวสาร มีประสาทสัมผัสและทักษะ การสื่อสารเป็นตัวรับรู้ ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ ซึ่งเป็นผลรวมการสะสมของการรับรู้ ภาพลักษณ์จะ เปลี่ยนแปลงไป หากการรับรู้ใหม่แปลกแยกจากการรับรู้เดิม และจะมีความชัดเจนขึ้น หากการรับรู้ ใหม่ ยืนยันหรือสอดคล้องกับการรับรู้เดิม (พงษ์เทพ, พรทิพย์ วรภิกขโกศาทร, 2537)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวธนาคารเอเชียที่ได้รับการตีพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งข่าวประชา สัมพันธ์ และข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง ส่วนใหญ่มีทิศทางเป็นกลาง ในระดับการรู้จักและรับรู้บทบาท ของธนาคาร (awareness) ซึ่งมีแนวโน้มที่จะพัฒนาให้เป็นภาพลักษณ์ที่ดีแก่ธนาคารได้ หาก ธนาคารได้มีการประชาสัมพันธ์และตอบย้ำในจุดเด่นที่ดี ซึ่งยังไม่เป็นเป็นที่รู้จักให้แพร่หลายมาก ยิ่งขึ้น ดังคำให้สัมภาษณ์ของคุณจุลกร สิงห์โกวินท์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธ.เอเชีย (2537) ที่กล่าว ไว้ว่า ชาวสารที่ตีพิมพ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์มีผลต่อการรับรู้ของประชาชนกลุ่มเป้าหมายและสาธารณชน ให้เกิดภาพลักษณ์ในทางที่ดีต่อธนาคารได้ หากชาวสารนั้นมีการตีพิมพ์บ่อยครั้งในสื่อมวลชน สอด คล้องกับแนวคิดอิทธิพลสื่อมวลชน ของปรมะ สตะเวทิน (2531) ที่กล่าวว่า ในกรณีที่บุคคลนั้น ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์ในสิ่งนั้นมาก่อน การได้ยิน ได้ฟัง ได้อ่านเรื่องราวในแนวเดียวกัน บ่อยๆ ซ้ำๆ ทศนคติและค่านิยมใหม่จะเกิดขึ้นได้ ซึ่งอิทธิพลนี้จะมีลักษณะ สะสม (cumulative impact) มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลายันสั้น

นอกจากข่าวสารขององค์กรที่ได้รับการเผยแพร่จากสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดภาพ ลักษณ์ในทิศทางบวก ลบ หรือเป็นกลางแล้ว ฝ่ายประชาสัมพันธ์ยังมีบทบาทที่จะต้องสร้างภาพ ลักษณ์ขององค์กรให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้ ดังที่ พรทิพย์ วรภิกขโกศาทร (2533) กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรจะเป็นอย่างไร ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงว่า ชาวสารนั้นได้รับเผยแพร่ทางสื่อ อย่างสม่ำเสมอเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังคงให้ความสำคัญต่อเนื้อหาสาระข่าวสาร (message orientation) ที่ต้องการเผยแพร่ออกไปด้วยว่าสอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กรที่ตั้งไว้หรือไม่

เมื่อพิจารณาถึงประเด็นเรื่องที่ได้รับ ความสนใจจากสื่อมวลชนตีพิมพ์ ในทิศทางเป็นกลาง และเป็นบวกสูง ทั้งในช่วงประชาสัมพันธ์ และข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง พบว่า ประเด็นเรื่อง ผลประกอบการ ผู้บริหาร แผนการดำเนินงาน บริหารงาน ระดมทุน และปล่อยสินเชื่อ เป็น ประเด็นเรื่องที่มีเนื้อหาสาระข่าวสารตรงกับภาพลักษณ์ของธนาคารที่ต้องการมุ่งเผยแพร่ไปสู่การ รับรู้ของสาธารณชน นั่นคือ เป็นธนาคารที่มีผลประกอบการเป็นที่น่าพอใจ มีฐานะทางการเงิน มั่นคง มีผู้บริหารมืออาชีพ จึงเป็นประเด็นเรื่องที่ควรจะมีการส่งออกไปอย่างสม่ำเสมอ เพื่อ เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ธนาคารต้องการให้ปรากฏอย่างต่อเนื่อง

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์องค์กรซึ่งเกิดขึ้นจากการ เผยแพร่ข่าวสารของสื่อสิ่งพิมพ์ อาจเกิดขึ้นได้ทั้งทางบวก ลบ และเป็นกลางในเชิงรายงานข่าว การเสนอข่าวของสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์รายวัน ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อประชาชนผู้อ่าน อย่างมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่เน้นบทบาทการให้ข้อมูลข่าวสาร การให้ข้อคิดเห็น มีการวิเคราะห์ เจาะลึกมากกว่าสื่อชนิดอื่น นอกจากนี้ สื่อสิ่งพิมพ์ยังเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้มากและบ่อย สามารถสร้างประชาคม และมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ตามคำกล่าวของของ แอลเลน เอช.เซนเตอร์ กับ สก็อต เอ็ม คัทลิป ยังสอดคล้องกับโครงการสำรวจข้อเท็จจริง ความเห็น และข้อเสนอแนะของประชาชนทั่วประเทศ ของหนังสือพิมพ์มติชน ในหัวข้อ "สื่อมวลชนไทยในสายตาประชาชน" ที่สรุปผลออกมาว่า ถึงแม้ว่าสื่อโทรทัศน์จะมีภาพพจน์ที่น่าเชื่อถือ มากที่สุดในสายตาประชาชน แต่ประชาชนกลับคิดว่าหนังสือพิมพ์ในปัจจุบัน คือสื่อมวลชนที่มี อิทธิพลต่อความคิดเห็นและทัศนคติของตนมากที่สุด อิทธิพลทางความคิดดังกล่าวน่าจะส่งผ่าน มาตามช่องทางบทความ หรือบทวิเคราะห์วิจารณ์ และความเห็นต่างๆ จุดเปราะบางของ สภากรรมการดังกล่าวคือ ข้อเท็จจริงที่ว่า การตีพิมพ์ความคิดเห็น หรือ การวิเคราะห์วิจารณ์ต่างๆ ของ สื่อมวลชน สามารถส่งผลทั้งในการสร้างสรรค์และทำลาย ถ้าหากสาธารณชนไม่มีโอกาสรับ ทราบข้อเท็จจริงพื้นฐานที่รองรับการวิเคราะห์วิจารณ์ดังกล่าวแล้ว โอกาสที่จะคล้อยตามอย่างหลง เชือกก็เป็นไปได้มาก

อย่างไรก็ตาม การพิจารณาในองค์ประกอบของผู้รับสาร หรือประชาชนทั่วไป ควบคู่กันไป ด้วยว่า เขามีความคิดเห็น ทัศนคติแต่เดิม ต่อธนาคารเอเชียเป็นอย่างไร เป็นสิ่งสำคัญอีกประการ หนึ่ง เพราะตามกรอบแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2531) ได้สรุปถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านต่างๆ ของประชาชนว่า ผู้รับสาร หรือประชาชนทั่วไป ไม่ได้สัมผัส

สื่อมวลชนด้วยจิตใจที่ว่างเปล่า ตรงกันข้าม เขากลับมีความคิดเห็น ทัศนคติ แต่เดิมของตนมาก่อน รวมทั้งได้รับอิทธิพลจากบุคคลอื่น และสถาบันสังคมต่างๆ อยู่ก่อนแล้ว และจะยอมรับเฉพาะข่าวสาร และความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดดั้งเดิมของตนเท่านั้น ดังนั้น หากผู้รับสาร มีทัศนคติที่ดีต่อธนาคารเอเซียมาก่อนแล้ว เมื่อได้รับรู้ข่าวสารที่เป็นบวกของธนาคารเอเซีย จะสนับสนุนทัศนคติที่ดีต่อธนาคารเอเซียนั้นให้แข็งแกร่งมากขึ้น และพร้อมที่จะแสดงออกให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม อาทิ การให้ความร่วมมือ และสนับสนุนในกิจการของธนาคาร



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นการศึกษาที่ชี้ให้เห็นถึงความเหลื่อมของชาวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกไปยังสื่อมวลชน โดยที่สื่อมวลชนเป็นผู้ตรวจสอบดูว่าชาวประชาสัมพันธ์นั้นมีคุณค่าของข่าวเพียงพอต่อการนำเสนอหรือไม่ ถ้ามีก็จะเผยแพร่ข่าวนั้นให้ ดังนั้น หากเจ้าหน้าที่สื่อมวลชนสัมพันธ์ขององค์กร เข้าใจถึงกระบวนการนี้อย่างถ่องแท้ พิจารณาถึงคุณค่าของข่าวที่จะส่งออกไปว่ามีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่อย่างไร มีความน่าสนใจในแง่มุมใด ดึงเอาจุดเด่นนั้นมานำเขียนข่าว โดยให้รายละเอียดที่สมบูรณ์ถูกต้อง ครบถ้วน กระชับ ไม่เยิ่นเย้อ ทันต่อเหตุการณ์ และไม่โฆษณาองค์กรมากเกินไป อีกทั้งควรเลือกสรรและจัดส่งประเด็นเรื่อง ที่มีเนื้อหาสาระสอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่ธนาคารต้องการจะเผยแพร่ และเป็นประเด็นเรื่องที่สื่อมวลชนให้ความสนใจในการตีพิมพ์ ชาวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกไป จึงมีโอกาสจะได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง ตรงตามเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ เพื่อผลในการสร้างและบำรุงรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารให้คงทนสืบต่อไป

นอกจากการส่งข่าวในประเด็นที่สื่อมวลชนสนใจออกไปแล้ว เจ้าหน้าที่สื่อมวลชนสัมพันธ์ ควรอำนวยความสะดวกให้กับสื่อมวลชนในการรายงานข่าวมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ อาทิ การส่งข่าว ควรรู้จักลักษณะของสื่อเป็นอย่างไร มีจุดยืนตรงไหน มีลักษณะการจัดหน้า สไตส์การเขียน การนำเสนอเป็นอย่างไร มีใครเป็นผู้รับผิดชอบคัดเลือกข่าวในหน้าที่เราส่งข่าวออกไป เขามีทัศนคติอย่างไร เพื่อจะเป็นแนวทางในการสร้างสาร วิธีการเผยแพร่ และผูกสัมพันธ์ภาพที่ดีกับ “ผู้เป็นประตูข่าวสาร” เหล่านั้น การส่งข่าวต้องมีชื่อ ผู้ส่ง พร้อมเบอร์โทรศัพท์ที่จะติดต่อได้ ควรส่งข่าวที่เรียบเรียงเป็นภาษาอังกฤษ ให้กับหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ เพื่อความสะดวกในการตีพิมพ์ โดยไม่ต้องมาแปลข่าว รู้เวลาปิดข่าวแต่ละสำนักพิมพ์ พยายามส่งข่าวให้ทันก่อนเวลาปิดข่าว ไม่ควรส่งข่าวกระชั้นชิดกับเวลาปิดข่าวเกินไป หากมีการจัดงาน เช่น งานแถลงข่าว งานเซ็นสัญญา ต้องแจ้งกำหนดการจัดงานไปยังสำนักข่าวล่วงหน้าก่อนวันงานแต่เนิ่นๆ แล้วค่อยย้ำเตือนกับผู้สื่อข่าวที่วิ่งข่าวประจำอีกครั้งหนึ่ง โดยส่งกำหนดการที่สมบูรณ์ไปทางโทรสารยังสถานที่ที่ผู้สื่อข่าวชุมนุมเป็นประจำ เช่น ธนาคารพาณิชย์ที่มีห้องนักข่าว ห้องผู้สื่อข่าวตลาดหลักทรัพย์ฯ หรือโทรศัพท์ไปย้ำเตือนทางโทรศัพท์ติดตามตัวของผู้สื่อข่าว การจัดงานในช่วงเช้า จะช่วยให้ผู้สื่อข่าวมีเวลาส่งข่าวไปยังกองบรรณาธิการได้ทันในรอบบ่าย การเลือกกำหนดวันจัดงาน ควรจัดก่อนวันหยุดหลายวัน เพราะหากจัดงานก่อนวันหยุดเพียง 1 วัน ผู้สื่อข่าวจะนำข่าวไปตีพิมพ์ในวันรุ่งขึ้น

ซึ่งมีผู้อ่านข่าวน้อยกว่าวันทำงานปกติ และจัดให้ความรู้แก่สื่อมวลชนในด้านธุรกิจการเงินใหม่ ๆ เพื่อที่สื่อมวลชนจะได้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการรายงานข่าว

นอกจากข่าวประชาสัมพันธ์ที่ธนาคารส่งออกไปแล้ว สื่อมวลชนยังได้มีการเสาะแสวงหาข่าว มาเขียนเอง โดยผู้สื่อข่าวเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการรายงาน ข่าวประเภทนี้จะส่งผลกระทบต่อ ภาพลักษณ์ของธนาคารค่อนข้างมาก หากเป็นข่าวสำคัญที่สื่อมวลชนให้ความสนใจตีพิมพ์ใน ปริมาณเนื้อหา และจำนวนข่าวที่บ่อยครั้ง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนจึงเป็นอีก หนทางหนึ่ง ที่นอกจากจะสะท้อนให้เห็นถึงความร่วมมือในการเผยแพร่ข่าวสารของธนาคารแล้ว ยังช่วยให้การนำเสนอข่าวของธนาคารมีข้อเท็จจริงที่ถูกต้องก่อนที่จะนำไปตีพิมพ์ เพราะสื่อมวลชนสามารถตรวจสอบข้อมูลกับธนาคารก่อนที่จะนำไปเขียนข่าวได้

การประชาสัมพันธ์ที่ให้ความสำคัญต่อข่าวสารเพื่อบรรลุภาพลักษณ์นั้น ยังต้องมีการ วางแผนที่เป็นระบบ มีการควบคุมความถี่ และช่วงเวลาของการเผยแพร่ ผู้บริหารของธนาคารจึง ควรให้ความสำคัญต่อการวางแผนส่งข่าวประชาสัมพันธ์ออกไป โดยประสานงานกับเจ้าหน้าที่ สื่อมวลชนสัมพันธ์ เพื่อที่จะได้ทราบว่า ข่าวใดที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์เตรียมจะส่งข่าวออกไป ผู้บริหารอาจจะเว้นที่ไม่กล่าวถึงข่าวนั้นกับสื่อมวลชนก่อน เนื่องจากหากมีฉบับใดฉบับหนึ่ง ตีพิมพ์ ไปก่อนอย่างละเอียดแล้ว ฉบับที่เหลืออาจจะไม่ลงให้อีก เพราะถือว่าเป็นการตกข่าว หรือ ข่าวที่ ต้องรอให้มีการอนุมัติในที่ประชุม ก่อนจะส่งออกไป เช่น ข่าวผลประกอบการ ควรจะจัดให้มีการ ประชุมในช่วงเช้า เพื่อที่จะได้ทันเวลาปิดข่าวในช่วงบ่าย และการให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชน ของ ผู้บริหารควรกระทำอย่างต่อเนื่อง ตามจังหวะและโอกาสที่เหมาะสม และไม่ควรร้างหายไปเป็น เวลานานเกินไป

ผู้บริหารซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ที่ช่วยให้การสร้างสื่อมวลชนสัมพันธ์บรรลุผลสำเร็จ หรือไม่ เริ่มตั้งแต่ทัศนคติที่ผู้บริหารควรมองสื่อมวลชนว่า เป็นเครื่องมือหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ ต้องถ้อยทีถ้อยอาศัยกัน หากอยากให้สื่อมวลชนช่วยเผยแพร่กิจกรรมและข่าวสารของ ธนาคาร ผู้บริหารก็ต้องพร้อมให้ความร่วมมือในการหาข่าวของเขา การให้ข่าวควรจะให้อย่างมี ความเสมอภาคกัน อย่าถือว่าเป็นฉบับเล็กหรือฉบับใหญ่ และทุกครั้งที่จะให้สัมภาษณ์ควรมี การเตรียมตัวเป็นอย่างดีว่าจะพูดอะไรกับผู้สื่อข่าว คาดคะเนว่าผู้สื่อข่าวจะถามอะไร ต้องแสดงให้เห็น ผู้อ่านซึ่งเป็นลูกค้าและประชาชน เห็นว่า มีความสามารถ มีหัวคิดก้าวหน้า และมีความคิดริเริ่ม

สร้างสรรค์ เพราะภาพลักษณ์ของผู้บริหารระดับสูง (exclusive image) เป็นส่วนหนึ่งของภาพลักษณ์ขององค์กร (corporate image) นั่นด้วย

สำหรับสื่อมวลชนเอง จรรยาบรรณในวิชาชีพหนังสือพิมพ์มีความสำคัญ การแข่งขันและความเร่งรีบของเวลาในการตีพิมพ์ข่าว ทำให้ผู้สื่อข่าวบางฉบับละเลยที่จะตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปตีพิมพ์ โดยเฉพาะข่าวที่ต้องมีตัวแสดงผลประกอบข่าว นอกจากนี้ผู้สื่อข่าวในปัจจุบันยังไม่ให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจกับข่าวนั้นมาก่อน การไม่ทำการบ้านจึงแสดงออกมาให้เห็นชัด ในประเด็นคำถามที่วกวน จนแหล่งข่าวบางคนทนไม่ไหว ต้องเอ่ยปากไล่ให้ไปทำการบ้านมาเสียก่อน ในด้านการเขียนข่าว ผู้สื่อข่าวบางฉบับมีความหมายเป็นเพียง “เครื่องถอดเทป” เพราะการเขียนข่าวนั้นปราศจากการประมวลผล และสรุปประเด็นใจความสำคัญที่ผู้อ่านควรจะได้รับรู้ เป็นเพียงการเล่าผ่านจากคำพูดของคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง โดยขาดการกลั่นกรองข่าวนั้นจึงไร้ความน่าสนใจอย่างสิ้นเชิง

หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจยังได้ตอกย้ำถึง ความสำคัญของบทบาทสื่อมวลชนในการเป็น “หมาเฝ้าบ้าน” หรือ watchdog ว่า หนังสือพิมพ์เมืองนอกบางฉบับมี “ผู้ตรวจการณ้ประจำกองบรรณาธิการ” หรือ ombudsman คอยวิพากษ์ตัวเอง ไม่ว่าจะเป็แนวทางของหนังสือความเป็นธรรมต่อผู้ตกเป็นข่าวพาดหัวข่าว ตลอดจนความประพฤติอันเกี่ยวกับจริยธรรมของผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการนั้น อีกทั้งยังเป็นคนกลางระหว่างคนอ่านกับกองบรรณาธิการ อันเป็นการกระตุ้นเตือนให้คนทำหนังสือพิมพ์ได้สำนึกถึงความสำคัญของการสำรวจตรวจสอบตัวเองเป็นปกติวิสัย การพยายามเข้าใจความคิดของ underdog หรือผู้เสียเปรียบในสังคม ที่พอจะเรียกได้ว่า “หมาน้อยธรรมดา” คือ สมาชิกสังคมที่ไม่มีอำนาจต่อรอง เสียงไม่ดัง และไม่รู้จักหันไปพึ่งพิงใคร ให้ได้มาซึ่งความยุติธรรม น่าจะเป็นการคงไว้ซึ่งความศรัทธาของประชาชนผู้บริโภคข่าว

ข้อจำกัดในการวิจัย

การศึกษาเรื่องความเหมือนกันของเนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ กับชาวประชาสัมพันธ์ เป็นการศึกษาเพียงผู้ส่งสาร คือ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่เลือกสรรสาร คือ ชาวประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ คือ สื่อมวลชน ไปยังผู้รับสาร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ธนาคารต้องการสื่อข่าวสารออกไป เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องต่อธนาคาร อย่างไรก็ตาม การวิจัยครั้งนี้ ไม่ได้มีการศึกษาต่อไปว่า กลุ่มเป้าหมายเหล่านั้น มีพฤติกรรมในการเปิดรับ บริโภคและรับรู้ข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านั้นอย่างไร และเมื่อรับรู้ (perception) แล้ว ก่อให้เกิดทัศนคติอย่างไรต่อธนาคาร

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ภาพลักษณ์องค์กรเกิดขึ้นได้หลายสาเหตุ การศึกษาถึงบ่อเกิดของภาพลักษณ์ในใจของกลุ่มเป้าหมาย จะช่วยทำให้องค์กรเข้าใจถึงที่มาภาพลักษณ์นั้นอย่างชัดเจน การวิจัยสำรวจภาพลักษณ์ขององค์กร โดยวัดความรู้สึก ทัศนคติ และการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อองค์กร ควบคู่กันไปกับการเผยแพร่ข่าวสาร ซึ่งเป็นการสื่อสารสองทางในช่วงเวลาที่เหมาะสม และต่อเนื่อง จะช่วยให้องค์กรรู้ถึงสถานภาพของตนเอง ตลอดจนสามารถนำข้อคิดเห็นที่ได้จากการสำรวจ มาปรับปรุงข่าวสาร เนื้อหาสาระ และช่องทางการสื่อสาร ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้องค์กรพัฒนาการปฏิบัติงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ ให้บรรลุถึงภาพลักษณ์ที่วางไว้เป็นผลสำเร็จ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย