

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปริมาณพื้นที่ มูลค่า กลวิธี และรูปแบบการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา โดยมุ่งศึกษาเปรียบเทียบปริมาณความถี่ ร้อยละ และพื้นที่ของข่าวประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับ คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ ผู้จัดการรายวัน และกรุงเทพธุรกิจ

ผลการวิจัยพบว่า

1. หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันมีปริมาณพื้นที่ข่าวประชาสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เดลินิวส์ และไทยรัฐ ตามลำดับ
2. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีมูลค่าข่าวประชาสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน กรุงเทพธุรกิจ และไทยรัฐ ตามลำดับ
3. กลวิธีการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ที่ใช้ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และกรุงเทพธุรกิจ คือ กลวิธีการจัดกิจกรรมพิเศษ ซึ่งแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และผู้จัดการรายวัน เนื่องจากกลวิธีของข่าวประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ในไทยรัฐ และผู้จัดการรายวัน คือ กลวิธีการให้ข้อมูล และการสัมภาษณ์-การแถลงข่าว
4. รูปแบบของข่าวประชาสัมพันธ์มี 4 รูปแบบ คือ รูปแบบข่าว บทความ สารคดี และบทความเชิงโฆษณา จากการศึกษา พบว่า ข่าวประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับ ถูกนำเสนอใน “รูปแบบข่าว” มากที่สุด

This research is conducted with the objectives to study the coverage, news value, tactics and form of public relations news in Thai daily newspapers by means of content analysis. The study focused on the comparisons of frequency of public relations news coverage between 4 Thai daily newspapers including Thairath, Daily News, Manager Daily, and Krungthep Trurakij.

Results are as follows :

1. Public relations news coverage are mostly found in Manager Daily followed by Krungthep Trurakij, Daily News and Thairath respectively.
2. Public relations news values are higher in Daily News followed by Manager Daily, Krungthep Trurakij and Thairath respectively.
3. Daily News and Krungthep Trurakij mostly use special event as PR tactics. On the other hand, Thairath and Manager Daily use information giving and interviewing - press conference as tactics in their PR news.
4. In Thai daily newspapers, there are 4 PR writing forms : news, article, feature and advertorial /editorial form. PR writing forms presented mostly in all these 4 newspapers is news form.