

การใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์
ของธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย



นางรุจิรา ศิริรัตน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2537

ISBN 974-584-832-8

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I14130864

MEDIA USES FOR PUBLIC RELATIONS
OF SMALL BANKS IN THAILAND

Mrs. Rujira Sirirattana

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Mass Communication
Graduate School
Chulalongkorn University

1994

ISBN 974-584-832-8

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์

ของธนาคารขนาดใหญ่ในประเทศไทย

โดย

นางรุจิรา ศิริรัตน์

ภาควิชา

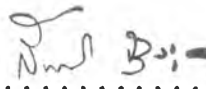
การสื่อสารมวลชน

อาจารย์ที่ปรึกษา


ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปันดดา ธนสถิตย์

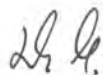



บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. สันติ ฤงสุวรรณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริชัย ศิริกายะ)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปันดดา ธนสถิตย์)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชัยวัฒน์ กิติวัฒน์)



รุจิรา ศิริรัตน์ : การใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ของธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย
 (MEDIA USES FOR PUBLIC RELATIONS OF SMALL BANKS IN THAILAND) อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.ปนัดดา ธนสถิตย์, 92 หน้า
 ISBN 974-534-832-8

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. การใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ของธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย 2. ปัจจัยที่มีบทบาทต่อการกำหนดใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ของธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย

แนวคิดและทฤษฎี ที่ใช้ในการวิจัย คือ แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และแนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการใช้สื่อมวลชน

ผลการวิจัย มีดังนี้

ธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย มีการจัดหน่วยงานประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานอิสระขึ้นตรงกับผู้บริหารระดับสูง โดยจะทำงานทั้งด้านประชาสัมพันธ์และโฆษณาควบคู่กันไป และมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว การวางแผนการใช้สื่อมวลชนเพื่อการประชาสัมพันธ์ คำนึงถึงปัจจัย 2 ประเภท คือ ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง นโยบายการประชาสัมพันธ์และงบประมาณที่จำกัด ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ คุณสมบัติของสื่อมวลชนและกลุ่มเป้าหมาย ทำให้การเลือกใช้สื่อมวลชนในงานประชาสัมพันธ์สำหรับธนาคารขนาดเล็กถูกจำกัดการใช้ โดยมีการใช้สื่อที่คล้ายคลึงกัน และ เน้นการใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อหลัก

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
 สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
 ปีการศึกษา 2537

ลายมือชื่อนิติ
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

C550587 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD

RUJIRA SIRIRATTANA : MEDIA USES FOR PUBLIC RELATIONS OF SMALL BANKS
IN THAILAND, THESIS ADVISOR : ASST. PROF. PANADDA THANASATIT, 92 PP.
ISBN 974-584-832-8

The objectives of this study are : 1) to study the uses of mass media in public relations activities of small banks in Thailand; and 2) to examine the factors determining the selection of media types for use in public relations work in these institutions.

The viewpoint and theoretical basis used in this study is related to the aspects of: a) public relations in business; b) media in public relations planning; and c) planning for the use of mass media.

The study found that public relations sections of small banks in Thailand are independent units reporting directly to the top management, having dual responsibilities in both public relations and advertising. Public relations planning is both short and long term. Planning for use of mass media in public relations activities is dependent upon two factors: a) internal considerations, *i.e.*, top management, public relations policies and budget constraints; and b) external considerations, *i.e.*, quality of the media and the target groups. These two factors limit the choice of media by small banks in a similar fashion, which focuses upon the use of print media as the main media type.

ภาควิชา.....การสื่อสารมวลชน.....
สาขาวิชา.....การสื่อสารมวลชน.....
ปีการศึกษา.....2537.....

ลายมือชื่อนิติ.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....Dr. b.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง
ของศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชวิญ เรือน กิติวัฒน์
และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปณิตดา ธนสถิตย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่าน
ได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการวิจัยมาด้วยดีตลอด นอกจากนี้ผู้วิจัยใคร่
ขอขอบคุณ คุณจุลกร สิงห์โกวิท, คุณทวีศักดิ์ คุณจิตธรรม, คุณสุเจตน์ เสกสรรค์,
คุณดวงใจ รัตนมังคละ, คุณภัทราวดี วิรุทมวงศ์, คุณบุษรัตน์ สีหนนทน์, คุณวคินี
เคารพางค์, คุณปาริชาติ เสริบุตร, คุณทับทิม สิงห์เสนี, คุณมาลินี ไพบูลย์-
สุวรรณ และคุณปริญญา สุทธิวงศ์ ซึ่งได้รับความร่วมมือด้านข้อมูลและการจัดพิมพ์
งานวิจัย

ท้ายนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และสามี ซึ่งสนับสนุนใน
ด้านการเงินและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา

รุจิรา ศิริรัตน์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
บทที่	
1. บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาคำวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	4
ข้อสันนิษฐานของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการใช้สื่อเพื่อ	
การประชาสัมพันธ์.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการใช้สื่อมวลชน.....	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
3. ระเบียบวิธีวิจัย	
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	20

1 December 05
Des

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	21
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	22
การนำเสนอข้อมูล.....	23
4. องค์การและการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของธนาคาร	
ขนาดเล็กในประเทศไทย.....	24
ความเป็นมาของธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย.....	24
ธนาคารเอเซีย.....	24
ธนาคารนครธน.....	28
ธนาคารสหธนาคาร.....	29
โครงสร้างองค์กรฝ่ายงานประชาสัมพันธ์และการดำเนินงาน	
ประชาสัมพันธ์ธนาคาร.....	32
ธนาคารเอเซีย.....	32
ธนาคารนครธน.....	36
ธนาคารสหธนาคาร.....	40
5. การใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ของธนาคาร	
ขนาดเล็กในประเทศไทย	
แผนการใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ของ	
ธนาคารเอเซีย.....	48
แผนการใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ของธนาคาร	
นครธน.....	52

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
แผนการใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ของธนาคาร สหธนาคาร.....	54
6. ปัจจัยที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ ของธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย	
ปัจจัยภายในองค์กร.....	60
ปัจจัยภายนอกองค์กร.....	61
7. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	66
ภาคผนวก.....	72
รายการอ้างอิง.....	90
ประวัติผู้เขียน.....	92

สารบัญ

หน้า

แผนภูมิที่

1. โครงสร้างฝ่ายงานประชาสัมพันธ์ของธนาคารเอเซีย..... 33
2. โครงสร้างฝ่ายงานประชาสัมพันธ์ของธนาคารนครธน..... 37
3. โครงสร้างฝ่ายงานประชาสัมพันธ์ของธนาคารสหธนาคาร.... 40