

กลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ในการปรับเปลี่ยนตราสินค้าของธุรกิจธนาคารไทย



นางสาวกัญศลักษณ์ พาทีเฉย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**PUBLIC RELATIONS STRATEGIES AND TACTICS FOR RE-BRANDING OF THAI COMMERCIAL
BANKS**

Miss Kansaluk Patheecheir

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Public Relations**

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2007

Copyright of Chulalongkorn University

501611

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ในการปรับเปลี่ยนตราสินค้าของ
ธุรกิจธนาคารไทย

โดย

นางสาวกัญศลักษณ์ พาทีเจย

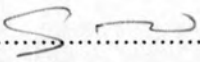
สาขาวิชา

การประชาสัมพันธ์

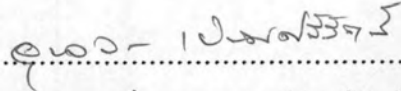
อาจารย์ที่ปรึกษา

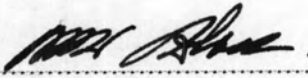
อาจารย์ ดร.พนม กลีฉายา


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....  คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์)

.....  อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์ ดร.พนม กลีฉายา)

.....  กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์)

กัญศลักษณ์ พาทีเฉย : กลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ในการปรับเปลี่ยนตราสินค้าของ
ธุรกิจธนาคารไทย. (PUBLIC RELATIONS STRATEGIES AND TACTICS FOR RE-
BRANDING OF THAI COMMERCIAL BANKS) อ. ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร.พนม คลีณาชา,
353 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการ
ปรับเปลี่ยนตราสินค้าของธุรกิจธนาคารไทย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์
แบบเจาะลึกผู้บริหาร ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการปรับเปลี่ยนตราสินค้าของธนาคารธนชาติ จำกัด
(มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารกรุงศรี
อยุธยา จำกัด (มหาชน) ควบคู่กับการวิเคราะห์เอกสารด้านการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องและนำเสนอ
ข้อมูลในรูปแบบของการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ธุรกิจธนาคารไทยใช้สนับสนุนการ
รับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการปรับเปลี่ยนตราสินค้า

ธุรกิจธนาคารไทยใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในการปรับเปลี่ยนตราสินค้า ได้แก่ กลยุทธ์การ
เผยแพร่แบบเน้นประโยชน์และกลยุทธ์การเผยแพร่แบบยืมความสนใจ กลยุทธ์การเผยแพร่เอกลักษณ์
ตราสินค้า กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์การสร้างที่น่าเชื่อถือ
ผ่านการเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติยศ กลยุทธ์สร้างประสบการณ์ผ่านการจัดกิจกรรมพิเศษ กลยุทธ์การสร้าง
ความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน ทั้งนี้มีเนื้อหาที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ตามแนวความคิดของตรา
สินค้าที่ปรับเปลี่ยนใหม่

ในด้านกลวิธีการประชาสัมพันธ์พบว่า มีการใช้กลวิธีการสื่อสารผ่านสื่อที่หลากหลาย ได้แก่
ข่าวประชาสัมพันธ์ การจัดแถลงข่าว ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ การสัมภาษณ์ บทความ ชื่อพื้นที่เขียน
บทความ การจัดนิทรรศการ การจัดงานแนะนำบริการใหม่ การจัดประกวด ของที่ระลึก การเป็นผู้
อุปถัมภ์ การจัดสัมมนา การจัดทำภาพประกอบ การนำสื่อมวลชนเยี่ยมชมสาขา และการพบปะ
สื่อมวลชน

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา การประชาสัมพันธ์
ปีการศึกษา 2550

ลายมือชื่อนิติศ..... *Kamsaluk P.*
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... *[Signature]*

488 51051 28 : MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEY WORD: PUBLIC RELATIONS / STRATEGIES / TACTICS / RE-BRANDING / THAI COMMERCIAL BANKS

KANSALUK PATHEECHEIR : PUBLIC RELATIONS STRATEGIES AND TACTICS FOR RE-BRANDING OF THAI COMMERCIAL BANKS. THESIS ADVISOR : PANOM KLEECHAYA, Ph.D. 353 PP.

The objective of this research is to explore the public relations strategies and tactics which are applied to the re-branding of Thai Commercial Banks. This research uses a qualitative research method by in-depth interviewing with executives and managers who responsible for the re-branding of Thanachart Bank, Siam Commercial Bank, Kasikorn Bank and Bank of Ayudhya. In addition, Public Relations concerned document are analyzed.

The study found that public relation is used as communication tool to create perception of re-branding among target groups

The public relations strategies use in re-branding of Thai commercial banks are publicity strategy interns of supplementary / complementary strategy and borrowed-interest strategy, publicity of brand identity strategy, corporate image strategy, corporate credibility strategy, creating experience by special events strategy and press relation management. The content use in public relations is based on brand idea.

Public relations tactics use in re-branding of Thai Commercial Banks are press release, press conference, photo release, interviewing, article, advertorial, exhibition, grand opening, contests, souvenir, sponsorship, seminar, photo story, press tour and press visit.

Department	Public Relations	Student's signature..... <i>Kansalok P.</i>
Field of study	Public Relations	Advisor's signature..... <i>[Signature]</i>
Academic year	2007	

กิตติกรรมประกาศ

กว่าวิทยานิพนธ์นี้จะเสร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัยต้องขอพระคุณอย่างสูงสำหรับอาจารย์ ดร.พนม คลีฉายา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่คอยดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำ จนวิทยานิพนธ์ สำเร็จลุล่วงด้วยดี ขอบพระคุณรองศาสตราจารย์อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์ ประธานกรรมการสอบ วิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิธเนา วงษ์กะพันธ์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาเสาะ เวลาตรวจทาน แก้ไข และให้คำแนะนำจนวิทยานิพนธ์เล่มนี้สมบูรณ์ขึ้น

ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านจาก ธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ที่กรุณาเสาะเวลาในการให้ข้อมูลอันมีค่า และเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อความสำเร็จ ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

กราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ที่ให้การอบรมสั่งสอน ตลอดจนให้การสนับสนุน ทางการศึกษาแก่ลูกคนนี้เสมอมา โดยมีเห็นแก่เห็นดเห็นน้อย ขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่กรุณา ประสิทธิ์ ประศาสตร์วิชาให้ผู้วิจัยได้มีความรู้ความเชี่ยวชาญเพิ่มมากขึ้น และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวก ตลอดระยะเวลา 2 ปี ที่ศึกษาในระดับปริญญาโทมาบัดนี้ ขอบพระคุณพี่สาว น้องสาว และญาติพี่น้องทุกคน ที่ให้การ ช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจ จนกระทั่งวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอบคุณเพื่อนๆ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์สำหรับกำลังใจที่ดีเสมอมา ขอบคุณ มินท์ บุ่ม เอ บี เฮลตี้ พอยท์ แดงไทย สำหรับมิตรภาพแห่งความเป็นเพื่อน และกำลังใจตลอดเวลาใน การทำวิทยานิพนธ์

ท้ายที่สุดนี้ ขอขอบพระคุณ อาจารย์จุฑารัตน์ แพส วาศวิท และคุณวัฒนา วาศวิท สำหรับการให้คำแนะนำ การสนับสนุนที่ดีมาโดยตลอดระยะเวลาของการศึกษาในจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ญ

บทที่

1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	ปัญหำนำวิจัย.....	4
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
	ขอบเขตของการวิจัย.....	5
	คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	5
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
	1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	7
	2 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด.....	14
	3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน.....	27
	4 แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า.....	30
	5 แนวคิดเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนตราสินค้า.....	35
	6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
3	ระเบียบวิธีการวิจัย.....	44
	การคัดเลือกตราสินค้าที่จะศึกษา.....	44
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	49

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	50
ผลการวิจัยธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน).....	51
ผลการวิจัยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน).....	113
ผลการวิจัยธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน).....	199
ผลการวิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน).....	244
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	318
สรุปผลการวิจัย.....	318
อภิปรายผล.....	327
ข้อเสนอแนะ.....	330
รายการอ้างอิง.....	331
ภาคผนวก.....	338
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	353

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 3.1 แสดงผลการคัดเลือกตราสินค้าที่จะศึกษา.....	45
ตารางที่ 4.1.1 แสดงกลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ในการปรับเปลี่ยนตราสินค้า..... ของธนาคารธนาชาติ.....	111
ตารางที่ 4.2.1 แสดงกลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ในการปรับเปลี่ยนตราสินค้า..... ของธนาคารไทยพาณิชย์.....	197
ตารางที่ 4.3.1 แสดงกลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ในการปรับเปลี่ยนตราสินค้า..... ของธนาคารกสิกรไทย.....	242
ตารางที่ 4.4.1 แสดงกลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ในการปรับเปลี่ยนตราสินค้า..... ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา.....	311
ตารางที่ 5.1 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในการปรับเปลี่ยนตราสินค้าของธนาคาร.....	319
ตารางที่ 5.2 กลวิธีการประชาสัมพันธ์ในการปรับเปลี่ยนตราสินค้าของธนาคาร.....	323

สารบัญญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
แผนภาพที่ 2.1 แสดงความสัมพันธ์ของการประชาสัมพันธ์กับการตลาด.....	18
แผนภาพที่ 2.2 แสดงองค์ประกอบของตราสินค้า.....	32
แผนภาพที่ 2.3 แสดงกระบวนการสร้างตราสินค้า.....	41
แผนภาพที่ 4.1.1 แสดงโลโก้ของธนาคารธนชาตก่อนและหลังการปรับเปลี่ยนตราสินค้า.....	55
แผนภาพที่ 4.1.2 แสดงการตกแต่งสาขาของธนาคารธนชาตในรูปแบบใหม่.....	57
แผนภาพที่ 4.1.3 แสดงเครื่องแบบใหม่ของพนักงานธนาคารธนชาต.....	59
แผนภาพที่ 4.1.4 แสดงตัวอย่างสื่อโฆษณาของธนาคารธนชาตชุดผมมันใจ.....	61
แผนภาพที่ 4.1.5 แสดงตัวอย่างในสื่อโฆษณาของธนาคารธนชาตชุดเก่งพร้อม.....	62
แผนภาพที่ 4.1.6 แสดงตัวอย่างสื่อโฆษณาของธนาคารธนชาตชุดไม่ต้องรอ.....	62
แผนภาพที่ 4.1.7 แสดงตัวอย่างสื่อโฆษณาของธนาคารธนชาตชุดเงินมุมมองใหม่.....	63
แผนภาพที่ 4.1.8 แสดงตัวอย่างใบปลิวโฆษณาของธนาคารธนชาต.....	64
แผนภาพที่ 4.1.9 แสดงกิจกรรมการจัด Event ประชาสัมพันธ์ของธนาคารธนชาต.....	67
แผนภาพที่ 4.1.10 ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ของธนาคารธนชาต.....	70
แผนภาพที่ 4.1.11 ตัวอย่างแนวคิดและบรรยากาศของการร่วมจัดบูธในงานมหกรรมต่างๆ.....	75
แผนภาพที่ 4.1.12 ตัวอย่างภาพถ่าย (Photo Release) ของธนาคารธนชาตแคมเปญ 100 วัน 100 รางวัล.....	84
แผนภาพที่ 4.1.13 ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) การเปิดสาขาของ ธนาคารธนชาต.....	89
แผนภาพที่ 4.1.14 ตัวอย่างภาพถ่ายประชาสัมพันธ์ (Photo Release) การเปิดสาขาของ ธนาคารธนชาต.....	91
แผนภาพที่ 4.1.15 ตัวอย่างภาพถ่ายประชาสัมพันธ์ (Photo Release) การเปิดสาขาของ ธนาคารธนชาต.....	94
แผนภาพที่ 4.1.16 ตัวอย่างภาพถ่ายประชาสัมพันธ์ (Photo Release) ธนาคารธนชาต.....	100
แผนภาพที่ 4.1.17 ตัวอย่างภาพถ่ายประชาสัมพันธ์ (Photo Release) ธนชาต.....	104
แผนภาพที่ 4.1.18 ตัวอย่างภาพถ่ายประชาสัมพันธ์ (Photo Release) ธนาคารธนชาต.....	106
แผนภาพที่ 4.2.1 แสดงการปรับเปลี่ยน สี โลโก้ ที่เป็นเอกลักษณ์ตราสินค้าธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน).....	116
แผนภาพที่ 4.2.2 แสดงตัวอย่างรูปแบบการตกแต่งสาขาธนาคารไทยพาณิชย์ในปัจจุบัน.....	117
แผนภาพที่ 4.2.3 แสดงรูปแบบของตู้ ATM ก่อน-หลัง การปรับเปลี่ยนตราสินค้า..... ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	118

ภาพประกอบ	หน้า	
แผนภาพที่ 4.3.1	สรุปที่มาของการเป็นเครือธนาคารกสิกรไทย.....	203
แผนภาพที่ 4.3.2	แสดงตราสัญลักษณ์ KExcellence ของกลุ่มธนาคารกสิกรไทย.....	205
แผนภาพที่ 4.3.3	แสดงพัฒนาการและตราสัญลักษณ์ของธนาคารกสิกรไทยในแบบต่างๆ..... ตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน.....	206
แผนภาพที่ 4.3.4	ตัวอย่างภาพสาขารูปแบบใหม่ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน).....	208
แผนภาพที่ 4.3.5	ตัวอย่างภาพที่ใช้โฆษณาความเป็น KASIKORNBANKGROUP.....	210
แผนภาพที่ 4.3.6	ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์เครือธนาคารกสิกรไทย.....	223
แผนภาพที่ 4.3.7	ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์เครือธนาคารกสิกรไทย.....	233
แผนภาพที่ 4.3.8	ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์เครือธนาคารกสิกรไทย.....	235
แผนภาพที่ 4.4.1	แสดง Logo ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ก่อนและหลังการปรับเปลี่ยน..... ตราสินค้า.....	248
แผนภาพที่ 4.4.2	แสดงรูปแบบของสี โลโก้และตัวหนังสือของธนาคารกรุงศรีอยุธยา..... ก่อนและหลังการ ปรับเปลี่ยนตราสินค้า (Re-Branding).....	248
แผนภาพที่ 4.4.3	แสดงรูปแบบสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ก่อน และหลังการปรับ..... เปลี่ยนตราสินค้า	249
แผนภาพที่ 4.4.4	แสดงรูปแบบตู้เอทีเอ็มของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ก่อน และหลังการปรับ..... เปลี่ยน ตราสินค้า	250
แผนภาพที่ 4.4.5	แสดงรูปแบบเครื่อง ATM ของธนาคารกรุงศรีอยุธยาบริเวณแหล่งท่องเที่ยว..	251
แผนภาพที่ 4.4.6	แสดงรูปแบบบูท EXCHANGE ของธนาคารกรุงศรีอยุธยาบริเวณแหล่ง..... ท่องเที่ยว.....	251
แผนภาพที่ 4.4.7	แสดงการตกแต่งรถ Mobile ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา.....	252
แผนภาพที่ 4.4.8	แสดงตัวอย่างสื่อโฆษณาในนิตยสารบนสายการบิน ของธนาคาร..... กรุงศรีอยุธยา.....	253
แผนภาพที่ 4.4.9	แสดงตัวอย่างแผ่นพับที่ใช้แจกเพื่อแนะนำบริการสินเชื่อ Krungsri..... Ready Clinic.....	258
แผนภาพที่ 4.4.10	แสดงตัวอย่างเว็บไซต์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา	259
แผนภาพที่ 4.4.11	แสดงบรรยากาศการจัดนิทรรศการภายในงาน Money Expo 2002	262
	ของธนาคารกรุง ศรีอยุธยา.....	
แผนภาพที่ 4.4.12	แสดงตัวอย่างการเผยแพร่ของสื่อมวลชนที่กล่าวถึงธนาคารกรุงศรีอยุธยา...	263

ภาพประกอบ	หน้า
แผนภาพที่ 4.4.13 แสดงตัวอย่างภาพข่าวประชาสัมพันธ์การสนับสนุนสินเชื่อบริษัทลิลลี่กรุ๊ป.	264
แผนภาพที่ 4.4.14 แสดงตัวอย่างภาพในภาพยนตร์โฆษณาชุด Dad and Son.....	267
แผนภาพที่ 4.4.15 แสดงตัวอย่างภาพนิ่งที่ใช้โฆษณาของธนาคารกรุงศรีอยุธยา.....	268
แผนภาพที่ 4.4.16 แสดงตัวอย่างการใช้คู่มือที่เข้มของธนาคารกรุงศรีอยุธยาเป็นสื่อ..... โฆษณาภาพยนตร์.....	270
แผนภาพที่ 4.4.17 แสดงตัวอย่างภาพบรรยากาศภายในงาน Money Expo 2003..... ของกรุงศรีอยุธยา.....	271
แผนภาพที่ 4.4.18 แสดงตัวอย่างการเผยแพร่ของสื่อมวลชนที่กล่าวถึง..... ธนาคารกรุงศรีอยุธยา.....	273
แผนภาพที่ 4.4.19 แสดงตัวอย่างเครื่องใหม่ของแบบพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา.....	276
แผนภาพที่ 4.4.20 แสดงตัวอย่างภาพบรรยากาศภายในงาน Money Expo 2004 ของ..... ธนาคารกรุงศรีอยุธยา.....	279
แผนภาพที่ 4.4.21 แสดงตัวอย่างการเผยแพร่ของสื่อมวลชนที่กล่าวถึง..... ธนาคารกรุงศรีอยุธยา.....	281
แผนภาพที่ 4.4.22 แสดงตัวอย่างรถ Krungsri Mobile Lending ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา.....	282