หัวข้อเรื่อง	การประชาสัมพันธ์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
	THE PUBLICE RELATIONS OF KASIKORNBANK CO., LTD.
นักศึกษา	นางสาวกนกวรรณ น้อยปิ่น
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธ์
หลักสูตร	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์
คณะวิชา	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พุทธศักราช	2548

บทคัดย่อ

การฝึกปฏิบัติเฉพาะบุคคลฉบับนี้ เป็นการวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาโครงสร้างการประชาสัมพันธ์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) 2) ศึกษาสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) 3) ศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) รวมทั้งการสัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษาพบว่า

1. ธนาคารกสิกรไทย แบ่งโครงสร้างงานประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนประชาสัมพันธ์ ส่วนนักลงทุนสัมพันธ์ ส่วนเลขานุการบริหารและทะเบียนหุ้นและส่วนสื่อสัมพันธ์องค์การ มีหน้าที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ภายใต้การควบคุมของฝ่ายสื่อสารและส่งเสริมงานบริหาร ปัจจุบันมีโครงสร้างแบบแนวราบเพื่อลดขั้นตอนการทำงานที่ยืดเยื้อ

2. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ แบ่งเป็นสื่อภายในและสื่อภายนอก สื่อภายในใช้ระบบโลตัส โน้ตส์ (Lotus Notes) และใช้วารสาร "กิจกรรมสัมพันธ์" ส่วนสื่อภายนอก ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารจะลงในฉบับพิเศษและฉบับวาระครบรอบเนื่องในโอกาสสำคัญด้านโครงการและกิจกรรมเน้นการมีส่วนรับผิดชอบสังคม

3. การดำเนินการประชาสัมพันธ์แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นภาพลักษณ์กับส่วนบริการส่วนภาพลักษณ์ใช้กิจกรรมประเภทโครงการต่าง ๆ ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ส่วนบริการได้แก่ การให้บริการด้านการเงินและข้อมูลข่าวสารอย่างมีความสัมพันธ์กับบริการที่ทางธนาคารมีและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

SPU CHONBURI