



## รายงานการวิจัย

### เรื่อง

การบริหารจัดการภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง  
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

Corporate Image Management of Bang khun Kong  
Subdistrict Administrative Organization, Bangkruai District,  
Nonthaburi Province

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐฐ์วัฒน์ สุทธิโยธิน

การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปี 2559

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

**ชื่อเรื่อง** การบริหารจัดการภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

**ชื่อผู้วิจัย** รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน

**ปีที่แล้วเสร็จ** 2563

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย นนทบุรี 2) การบริหารจัดการสารและช่องทางการสื่อสารเพื่อการเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย นนทบุรี และ 3) แนวทางและมาตรการในการบริหารจัดการภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย นนทบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพทำการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 6 คน ได้แก่ (1) นายกองค์การบริหารส่วนตำบล (2) ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล (3) หัวหน้าสำนักปลัด (4) ผู้อำนวยการกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม (5) ผู้อำนวยการกองช่าง (6) ผู้อำนวยการกองคลัง ใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วเป็นเครื่องมือวิจัย และการสนทนากลุ่มบุคคลจำนวน 15 คน ได้แก่ ผู้บริหารองค์กร 6 คน และเจ้าหน้าที่ 9 คน โดยใช้แบบบันทึกการสนทนากลุ่มเป็นเครื่องมือวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการสร้างข้อสรุปและการวิเคราะห์แบบ Analytic Induction และการสร้างข้อสรุปจากเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัย พบว่า (1) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง ปัจจัยภายในองค์กรมี 6 ปัจจัย ได้แก่ การบริหารจัดการภาพลักษณ์ด้าน (1) บทบาทของผู้นำองค์กร (2) บทบาทของเจ้าหน้าที่ (3) การบริการ (4) การสื่อสารภายในองค์กร (5) ความสัมพันธ์ที่ดีของบุคลากร และ (6) บรรยากาศที่ดีภายในองค์กร ส่วนปัจจัยภายนอกองค์กรมี 4 ปัจจัย ได้แก่ (1) ภัยพิบัติ (2) ความปลอดภัย (3) สุขภาพอนามัยของประชาชน (4) ปัญหาจากบุคคลภายนอกองค์กร (2) การบริหารจัดการสารและช่องทางการสื่อสารเพื่อการเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง ใช้วิธีการกำหนดประเด็นสารและการเลือกใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงผู้รับสาร ผ่านองค์ประกอบ 8 ด้าน ได้แก่ (1) ผู้บริหารองค์กร (2) เจ้าหน้าที่ (3) การบริการ (4) ประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร (5) ความทันสมัย (6) บรรยากาศ (7) วัฒนธรรมองค์กร และ (8) กิจกรรมสังคม (3) แนวทางและมาตรการในการบริหารจัดการภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง ใช้แนวทางหลัก 4 แนวคือการสร้าง การเสริม การดำรงรักษา และการแก้ไขปรับปรุงภาพลักษณ์ และใช้มาตรการบริหารจัดการดังนี้ (1) ผู้บริหาร แสดงภาวะผู้นำและปรากฏตัวในสื่อใหม่มากขึ้น (2) เจ้าหน้าที่ ฝึกอบรมสร้างทัศนคติที่ดี มีจิตใจบริการ มีทักษะการสื่อสาร (3) การบริการ เพิ่มศักยภาพการให้บริการแบบเผชิญหน้า การจัดการสิ่งแวดล้อม การให้บริการในระบบออนไลน์ (4) ด้านประสิทธิภาพองค์กร เพิ่มความแม่นยำ ความสะดวก ความรวดเร็ว การประชุมแบบไม่เป็นทางการ การรายงานผลการดำเนินงานให้ประชาชนรับรู้ การมีส่วนร่วมของประชาชน การสร้างความร่วมมือกับองค์กรที่เป็นพันธมิตร (5) ด้านความทันสมัย เพิ่มการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อใหม่ ปรับปรุงเครื่องมือเครื่องใช้ (6) ด้านบรรยากาศ ปรับปรุงพื้นที่ สี สัน ความเป็นระเบียบ ความสะอาด (7) ด้านวัฒนธรรมองค์กร มีความเป็นมืออาชีพ ซื่อสัตย์สุจริต มีธรรมาภิบาล (8) ด้านกิจกรรมสังคม เพิ่มกิจกรรมผู้สูงอายุ วัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และสิ่งแวดล้อม ข้อเสนอแนะ (1) สื่อสารภายในองค์กรอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ (2) พัฒนาการใช้นวัตกรรมสื่อสารในการบริการประชาชน (3) เพิ่มการใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารและการบริการประชาชน (4) เพิ่มการรายงานผลการดำเนินงานให้ประชาชนรับรู้มากขึ้น

**คำสำคัญ** ภาพลักษณ์ การบริหารจัดการ องค์การบริหารส่วนตำบล

**Title:** Corporate Image Management of Bang Khun Kong Subdistrict Administrative Organization, Bangkruai District, Nonthaburi Province  
**Researcher:** Associate Professor Dr. Nattawat Suttiyotin  
**Year:** 2020

### **Abstract**

The purposes of this research were to study 1) factors related to the corporate image management of Bang Khun Kong subdistrict administrative organization (SAO), Bangkruai district, Nonthaburi province, 2) information management and communication channels for enhancing the cooperate image of the SAO, and 3) guidelines and measures for the cooperate image management of the SAO. This qualitative study was conducted using in-depth interview with six key informants: mayor of the SAO, chief administrator of the SAO, chief of the office of the SAO, director of the public health and environment division, director of the public works division, and director of the finance division. Interview forms passing the quality inspection were used as a research instrument. Focus group discussions were conducted among 15 people from six organization administrators and nine staff using the focus group discussion record as a research instrument. Data were analyzed by using conclusion drawing and analytic induction analysis, as well as conclusion drawing by comparing the data obtained from the interviews and focus group discussions.

The findings showed that factors related to the corporate image management of the SAO included six internal factors: corporate image management in terms of roles of organization leaders, roles of staff, services, internal communication, good relations among personnel, and good atmosphere within the organization. Regarding external factors, there were four factors: disaster, safety, public health, and problems from outsiders. The findings also revealed information management and communication channels for enhancing image of the SAO using methods for determining issues and choosing media accessible for audience through eight elements: organization administrators, staff, services, organizational performance, modernity, atmosphere, corporate culture, and social activities. The findings included guidelines and measures for corporate image management of the SAO using four main approaches: building, reinforcing, maintaining, and correcting corporate images. Management measures used were administrators showing more leadership and appearing in new media, training staff having good attitudes, service mind, and communication skills, services increasing the potential of face-to-face services, environmental management, and online services, organizational efficiency increasing accuracy, convenience, speed, informal meetings, reporting the performance to the public, public participation, partnerships with partner organizations, modernization increasing the dissemination of information through new media and improving appliances, atmosphere improving areas, colors, orderliness and cleanliness, corporate culture increasing professionalism, honesty, and good governance, and social activities increasing activities for the elderly, culture, including tourist attractions in the community and the environment. Suggestions included communicating within the organization thoroughly and consistently, developing the use of communication innovation in public services, increasing the use of online communication channels for communication and public services, and increasing reporting operation results to increase public awareness.

**Keywords:** Corporate image, Management, Subdistrict Administrative Organization