

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กฤษณ์ พินอญวงศ์. (2555). *การศึกษาภาพลักษณ์องค์กรการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย: พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย*. ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต, สาขาเทคโนโลยีการเรียนรู้และการสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์และอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ก้องเกียรติ โอภาสวงการ. (2532). *กลยุทธ์การสร้างภาพพจน์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- กาญจน์สิณี เชื้อผู้ดี. (2560, 26 พฤษภาคม). หัวหน้าฝ่ายบริหารงานทั่วไป รักษาการในตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองคลัง องค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี [บทสัมภาษณ์].
- กาญจน์สิณี เชื้อผู้ดี. (2560, 20 มิถุนายน). หัวหน้าฝ่ายบริหารงานทั่วไป รักษาการในตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองคลัง องค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี [บทสัมภาษณ์].
- ไขเฒ่า เอมะรักษ์. (2551). รายงานผลการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์พยาบาลวิชาชีพในศตวรรษที่ 21 *วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*
- คณะทำงานส่งเสริมธรรมาภิบาล สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี สืบค้นจาก <http://www.socgg.soc.go.th/History2.htm>
- จันทร์จิรา ลักษณะกุลบุตร. (2560, 19 พฤษภาคม). ผู้อำนวยการกองช่าง องค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี [บทสัมภาษณ์].
- จันทร์จิรา ลักษณะกุลบุตร. (2560, 20 มิถุนายน). ผู้อำนวยการกองช่าง องค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี [บทสัมภาษณ์].
- ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2552). “กระบวนการของการโฆษณา” ใน หน่วยที่ 6 *เอกสารการสอนชุดวิชา หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์* สาขาวิชานิเทศศาสตร์ นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2563). “การบูรณาการสื่อเพื่องานการปกครองท้องถิ่น. ในหน่วยที่ 3  
ประมวลสาระชุดวิชา การบูรณาการนวัตกรรมการสื่อสารทางการปกครองท้องถิ่น. นนทบุรี:  
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2563). *กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมือง*. กรุงเทพฯ: พิมพ์สวย.
- ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2563). *การสื่อสารแบรนด์ ภาพลักษณ์ และความนิยม*. กรุงเทพฯ:  
พิมพ์สวย.
- ทวนธง ครุฑจ้อน. (2554). "การปรับภาพลักษณ์องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไทย: กรณีศึกษาองค์กร  
ปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการบริหารที่เป็นเลิศ," ใน *รายงานการประชุมวิชาการ มอ. ภูเก็ตวิจัย  
ครั้งที่ 4 (2554) สหวิทยาการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน*. วันที่ 16-18 พฤศจิกายน 2554.  
ณ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต.
- ธนชัย ยมจินดา. (2558). “แนวคิดและทฤษฎีเทคโนโลยีการจัดการการสื่อสาร”. หน่วยที่ 1 ใน  
*ประมวลสาระชุดวิชา เทคโนโลยีการจัดการการสื่อสาร*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ธันยวัฒน์ รัตนศักดิ์. (2555). *การบริหารราชการไทย*. เชียงใหม่: คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสน  
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นถาวรณ ตันติเวชกุล และคณะ. (2555). การรับรู้ภาพลักษณ์และความตั้งใจสมัครงานที่บริษัท  
ไอสดสภา จำกัด ของคนรุ่นใหม่. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*. จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 5 (1), 1-20.
- นัฐพล แก้วกรรณิพการ. (2561). *รายงานผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาภาพลักษณ์ของกองทัพบกใน  
ทัศนคติของประชาชน*. หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 60 (2560-2561).  
กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- นิติพนธ์ สุภาเกตุ. (2560, 20 เมษายน). ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย  
จังหวัดนนทบุรี [บทสัมภาษณ์].
- นิติพนธ์ สุภาเกตุ. (2560, 19 พฤษภาคม). ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอ  
บางกรวย จังหวัดนนทบุรี [บทสัมภาษณ์].

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- เบญจวรรณ เกลี้ยงลำยอง. (2560, 20 เมษายน). หัวหน้าสำนักปลัด องค์การบริหารส่วนตำบล  
บางขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี [บทสัมภาษณ์].
- เบญจวรรณ เกลี้ยงลำยอง. (2560, 19 พฤษภาคม). หัวหน้าสำนักปลัด องค์การบริหารส่วนตำบล  
บางขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี [บทสัมภาษณ์].
- เบญจวรรณ เกลี้ยงลำยอง. (2560, 30 พฤษภาคม). หัวหน้าสำนักปลัด องค์การบริหารส่วนตำบล  
บางขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี [บทสัมภาษณ์].
- เบญจวรรณ เกลี้ยงลำยอง. (2560, 12 มิถุนายน). หัวหน้าสำนักปลัด องค์การบริหารส่วนตำบล  
บางขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี [บทสัมภาษณ์].
- เบญจวรรณ เกลี้ยงลำยอง. (2560, 20 มิถุนายน). หัวหน้าสำนักปลัด องค์การบริหารส่วนตำบล  
บางขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี [บทสัมภาษณ์].
- แบรนด์เอจ นิตยสาร Brand Age : ต.ค. 2544
- พจนานุกรมฉบับมติชน 2547 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. (2540). ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. พิมพ์ครั้งที่ 4  
กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. (2552). “กระบวนการประชาสัมพันธ์” ใน หน่วยที่ 12 เอกสารการสอนชุดวิชา  
หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. นนทบุรี: สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. (2552). “สื่อประชาสัมพันธ์” ใน หน่วยที่ 13 เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการ  
โฆษณาและการประชาสัมพันธ์ นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 (ปัจจุบันเป็นฉบับที่ 7 พ.ศ.  
2550).
- พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 7 พ.ศ. 2550).
- พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- พิสมัย สารชาติ อัครเดช ฉวีรักษ์ และชจิต ก้อนทอง. (2556). “ผลกระทบของประสิทธิผลความ  
รับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชีที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใน  
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*  
32, 4 (ก.ค.-ส.ค. 2556)
- ไพศาล ฤทธิกุล. (2559). รายงานผลการวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์และการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผล  
ต่อความจงรักภักดีของกลุ่มลูกค้าธนาคารต่างชาติ กรณีศึกษา ธนาคารไอซีบีซี (ไทย) จำกัด  
(มหาชน) *วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*.
- เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ. (2553). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับรัฐประศาสนศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร :  
บพิธการพิมพ์.
- ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. 2542  
วรรณี ตั้งอุดมรัตน์. (2560, 19 พฤษภาคม). ผู้อำนวยการกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม องค์การ  
บริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี. [บทสัมภาษณ์].
- วรรณี ตั้งอุดมรัตน์. (2560, 19 มิถุนายน). ผู้อำนวยการกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม องค์การ  
บริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี. [บทสัมภาษณ์].
- วิทวัส ชัยปาณี. (2544). *Brand Age* ตุลาคม 2544.
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล. (2549). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริกุล เลากัยกุล. (2551). *สร้างแบรนด์อย่างพอเพียง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ผู้จัดการ.
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547). *Celebrity Marketing*. กรุงเทพฯ: แบรินด์เอจ.
- สมพงศ์ เกษมสิน. (2523). *การบริหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สลลทิพย์ เข้มทอง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ในความคิดเห็นของผู้บริโภคเขต  
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง: กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. *วารสาร  
ปัญญาวิวัฒน์* 7(เล่มพิเศษ) สิงหาคม 2558.
- สุมนา ยิ้มช้อย (2560) “การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลวังแฉม  
อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร ตามการรับรู้ของประชาชน. นครสวรรค์: การ  
ประชุมสัมมนาวิชาการราชภัฏนครสวรรค์วิจัย ครั้งที่ 1

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- เสรี วงศ์มณฑา. (2542). *การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีเชิงปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- เสรี วงศ์มณฑา. (2542). *กว่าจะเห็นเป็นโฆษณา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- แสงเดือน วณิชดำรงศักดิ์. (2555). รายงานผลการวิจัยเรื่อง “การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการ: กรณีศึกษานาการเกียรตินาคิน สาขากรุงเทพมหานครและปริมณฑล” *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*.
- สิทธิ์ อีธรรม. (2552). *การสื่อสารทางการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุธรรม ขนบศักดิ์ และคณะ. (2562). *รายงานผลการวิจัยเชิงสำรวจประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการงานบริการสาธารณะของเทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562*. คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- สุภาณี ปัสสา. (2558). รายงานผลการวิจัยเรื่อง การรับรู้ภาพลักษณ์ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของชาวต่างชาติ *วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- องค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง. (2558). *แผนพัฒนาสามปีองค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง*. นนทบุรี: องค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง.
- องค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง. (2560). ข้อมูลพื้นฐานขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง. สืบค้นจาก <http://bangkhunkong.go.th/public/>
- อัจฉรวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา (2552). “องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์” ใน หน่วยที่ 10 *เอกสารการสอนชุดวิชา หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิติศาสตร์* นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- อนุพงษ์ กันฟูม. (2560, 15 พฤษภาคม). นายองค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอ บางกรวย จังหวัดนนทบุรี. [บทสัมภาษณ์].
- อนุพงษ์ กันฟูม. (2560, 5 มิถุนายน). นายองค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอ บางกรวย จังหวัดนนทบุรี. [บทสัมภาษณ์].

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- อนุพงษ์ ก้นฟุ่ม, นิติพนธ์ สุภาเกตุ, เบญจวรรณ เกลี้ยงลำยอง, วรรณิ ตั้งอดุลย์รัตน์, จันทร์จิรา ลักษณะกุลบุตร, และกาญจน์สิณี เชื้อผู้ดี. (2560, 30 มิถุนายน). [สนทนากลุ่ม].
- อำนาจ วีรวรรณ. (2540). *การแก้วิกฤติการณ์ภาพลักษณ์ให้องค์กร: การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุมาพร กาญจนตลอด. (2560). รายงานผลการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม: หลักฐานเชิงประจักษ์ของเทศบาลในประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*. 7(1) มกราคม-มิถุนายน 2560.

## ภาษาอังกฤษ

- Argenti, P, A. (2007). *Corporate Communication*. 4<sup>th</sup> Edition. Boston: McGraw-Hill.
- Argenti, P, A. & Druckemiller, B. (2004). Reputation and the corporate brand. *Corporate Reputation Review* 6(4): 368-374.
- Balmer, J. and Gleser, S. (2006). Corporate marketing: Integrating corporate identity, corporate branding, corporate communications, corporate image and corporate reputation, *European Journal of Marketing*.
- Barnard, Chester. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge: Harvard University.
- Boorstin, D. J. (1962). *The Image: A GUIDE TO PSEUDO-EVENTS IN AMERICA*. New York: Harper Colophon Books.
- Boulding, Kenneth, E. (1956). *The Image: Knowledge in Life and Society*. University of Michigan Press.
- Cutlip, S. M. (1991, April). *The Historic Legacy of Public Relations*. Fifth annual Harold Burson distinguished lecture, Raymond Simon Institute for Public Relations, Utica College, Syracuse University.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Dowling, G. R. (2001). *Creating Corporate Reputation: Identity Image and Performance*. New York, NY: Oxford University Press.
- Dowling, G. R. (2004). Corporate Reputations: Should you compete on yours?. *California Management Review*. 46(3): 19-36.
- Hilgard, E.R. (1953). *Introduction to Psychology*. New York: Harcourt, Brace.
- Hilgard, E.R. (1962). *Introduction to Psychology* (3rd ed.). New York: Harcourt. (Spanish translation, 1964, 4th ed. 1973, Madrid: Morata,)
- Hilgard, E.R. (1962). *Introduction to Psychology*. 4th ed. Oriando: the Dryer Press.
- Hilgard, E.R. and Atkinson, R.C. (1967). *Introduction to Psychology* (4th ed.). New York: Harcourt.
- Hilgard, E.R., Atkinson, R.C. and Atkinson, R.L. (1971). *Introduction to Psychology* (5th ed.). New York: Harcourt.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Meaning, and Managing Brand Equity*. 2<sup>nd</sup> Edition. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.
- Kenneth E. B. (1975). *Image*. New York: SAGE Publishing.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 10<sup>th</sup>ed. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- VanRiel, C. B. M. (1995). *Principles of Corporate Communication*. London, U.K.: Prentice-Hall.

### Website

What is good governance: <http://www.unescap.org/>

ภาคผนวก





ภาคผนวก ก  
เครื่องมือวิจัย



ภาคผนวก ก 1  
แบบสัมภาษณ์



## แบบสัมภาษณ์

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการภาพลักษณ์องค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง  
 สำหรับผู้นำองค์กรและผู้บริหารองค์กร  
 องค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ-สกุล.....

ตำแหน่ง.....สังกัด.....

บทบาทหน้าที่.....

ประสบการณ์/อายุงาน.....ปี ทักษะความสามารถ .....

คำถามเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้น

1. นายองค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง มีนโยบายในการบริหารงานของนายองค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย นนทบุรี ในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้อย่างไร

- ด้านการจัดการสาธารณสุขปโภค
- ด้านสุขภาพอนามัย
- ด้านสิ่งแวดล้อม
- ด้านความปลอดภัย อาชญากรรม ยาเสพติด
- ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจ
- ด้านการศึกษา ศาสนา
- ด้านสันตินาการ
- ด้านการบริการประชาชน
- ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์

2. นายองค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง มีแนวคิดในการพัฒนาพื้นที่ที่อยู่ในเขตรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทองอย่างไร ทั้งในด้านสาธารณสุขปโภค ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมโดยรอบ

3. นายองค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง มีแนวคิดในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างไร

### คำถามเกี่ยวกับปัจจัยในการบริหารจัดการภาพลักษณ์องค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง

ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการบริหารจัดการภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง

1. ปัจจัยภายในองค์กรมีปัจจัยอะไรบ้าง
2. ปัจจัยภายนอกองค์กรมีปัจจัยอะไรบ้าง

### คำถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการภาพลักษณ์โดยภาพรวมขององค์การบริหารส่วนตำบล

บางขุนทอง

1. สารหรือเรื่องราวเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง ที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นที่จะต้องทำการสื่อสารให้ประชาชนรับรู้ มีเรื่องอะไรบ้าง
2. สารที่ส่งผลให้เกิด “ภาพลักษณ์ที่ดี” ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง มีเรื่องอะไรบ้าง ประเด็นอะไรบ้าง
3. สารที่ส่งผลให้เกิด “ภาพลักษณ์ที่ไม่ดี” ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง มีเรื่องอะไรบ้าง ประเด็นอะไรบ้าง
4. การสื่อสารเพื่อ “สร้างภาพลักษณ์ที่ดี” ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง ควรกำหนดประเด็นสารเรื่องอะไรบ้าง และควรใช้วิธีการสื่อสารอย่างไร
5. การสื่อสารเพื่อ “เสริมภาพลักษณ์ที่ดี” ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง ให้โดดเด่นขึ้น ควรกำหนดประเด็นสารเรื่องอะไรบ้าง และควรใช้วิธีการสื่อสารอย่างไร
6. การสื่อสารเพื่อ “ธำรงรักษาภาพลักษณ์ที่ดี” ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง ให้คงทนยาวนาน ควรกำหนดประเด็นสารเรื่องอะไรบ้าง และควรใช้วิธีการสื่อสารอย่างไร
7. การสื่อสารเพื่อ “ซ่อมแซมแก้ไขภาพลักษณ์ที่ไม่ดี” ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง ให้กลับกลายมาเป็นภาพลักษณ์ที่ดีดั้งเดิม ควรกำหนดประเด็นสารเรื่องอะไรบ้าง และควรใช้วิธีการสื่อสารอย่างไร
8. การสื่อสารเพื่อประชาชนเกิด “ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ” ต่อบริการส่วนตำบลบางขุนทอง ควรกำหนดประเด็นสารเรื่องอะไรบ้าง และควรใช้วิธีการสื่อสารอย่างไร
9. การสื่อสารเพื่อประชาชนเกิด “ภาพลักษณ์ทัศนคติที่ดี” ต่อบริการส่วนตำบลบางขุนทอง ควรกำหนดประเด็นสารเรื่องอะไรบ้าง และควรใช้วิธีการสื่อสารอย่างไร
10. การสื่อสารเพื่อประชาชนเกิด “ความร่วมมือ” กับองค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง ควรกำหนดประเด็นสารเรื่องอะไรบ้าง และควรใช้วิธีการสื่อสารอย่างไร

## คำถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการสารและช่องทางการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง

1. นายกองค้การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง มีความคิดเห็นว่ องค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทองควรมีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ ในด้านต่อไปนี้อย่างไรบ้าง

- 1.1 ภาพลักษณ์ด้านผู้นำองค์กร
- 1.2 ภาพลักษณ์ด้านพนักงานและเจ้าหน้าที่
- 1.3 ภาพลักษณ์ด้านบริการ
- 1.4 ภาพลักษณ์ด้านประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร
- 1.5 ภาพลักษณ์ด้านความทันสมัยขององค์กร
- 1.6 ภาพลักษณ์ด้านบรรยากาศ
- 1.7 ภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมองค์กร
- 1.8 ภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมสังคม

2. นายกองค้การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง และผู้บริหารองค์กร มีแนวคิดใน “การบริหารจัดการสารและช่องทางการสื่อสาร” เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง โดยการสื่อสารผ่านองค์ประกอบต่อไปนี้อย่างไร

### 2.1 ภาพลักษณ์ด้านผู้นำองค์กร

2.1.1 การบริหารจัดการสาร มีแนวคิดในการกำหนดประเด็นสารอย่างไร มีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอสารอย่างไร

2.1.2 การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร มีแนวคิดในการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารอย่างไร

### 2.2 ภาพลักษณ์ด้านพนักงานและเจ้าหน้าที่

2.2.1 การบริหารจัดการสาร มีแนวคิดในการกำหนดประเด็นสารอย่างไร มีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอสารอย่างไร

2.2.2 การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร มีแนวคิดในการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารอย่างไร

### 2.3 ภาพลักษณ์ด้านบริการ

2.3.1 การบริหารจัดการสาร มีแนวคิดในการกำหนดประเด็นสารอย่างไร มีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอสารอย่างไร

2.3.2 การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร มีแนวคิดในการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารอย่างไร

#### **2.4 ภาพลักษณ์ด้านประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร**

2.4.1 การบริหารจัดการสาร มีแนวคิดในการกำหนดประเด็นสารอย่างไร มีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอสารอย่างไร

2.4.2 การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร มีแนวคิดในการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารอย่างไร

#### **2.5 ภาพลักษณ์ด้านความทันสมัยขององค์กร**

2.5.1 การบริหารจัดการสาร มีแนวคิดในการกำหนดประเด็นสารอย่างไร มีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอสารอย่างไร

2.5.2 การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร มีแนวคิดในการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารอย่างไร

#### **2.6 ภาพลักษณ์ด้านบรรยากาศ**

2.6.1 การบริหารจัดการสาร มีแนวคิดในการกำหนดประเด็นสารอย่างไร มีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอสารอย่างไร

2.6.2 การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร มีแนวคิดในการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารอย่างไร

#### **2.7 ภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมองค์กร**

2.7.1 การบริหารจัดการสาร มีแนวคิดในการกำหนดประเด็นสารอย่างไร มีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอสารอย่างไร

2.7.2 การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร มีแนวคิดในการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารอย่างไร

#### **2.8 ภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมสังคม**

2.8.1 การบริหารจัดการสาร มีแนวคิดในการกำหนดประเด็นสารอย่างไร มีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอสารอย่างไร

2.8.2 การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร มีแนวคิดในการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารอย่างไร

### แนวทางและมาตรการในการบริหารจัดการภาพลักษณ์

1. แนวทางและมาตรการในการ “สร้าง” ภาพลักษณ์ในด้านที่ยังไม่มีให้เกิดขึ้น มีแนวทางอย่างไร
2. แนวทางและมาตรการในการ “เสริม” ภาพลักษณ์ในด้านที่ยังไม่โดดเด่น ให้เกิดความโดดเด่นขึ้นมา มีแนวทางอย่างไร
3. แนวทางและมาตรการในการ “ธำรงรักษา” ภาพลักษณ์ที่ดีให้คงทนยาวนาน มีแนวทางอย่างไร
4. แนวทางและมาตรการในการ “แก้ไขปรับปรุง” ภาพลักษณ์ในด้านที่ไม่ดี ให้กลับมามีภาพลักษณ์ที่ดีดังเดิม มีแนวทางอย่างไร

### ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการบริหารจัดการภาพลักษณ์

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ก 2  
แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม





**แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview)**  
**การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการภาพลักษณ์องค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง**  
**สำหรับผู้นำองค์กร ผู้บริหารองค์กร พนักงาน และเจ้าหน้าที่**  
**องค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี**

วันที่จัดสนทนากลุ่ม .....เวลา.....

สถานที่จัดสนทนากลุ่ม .....

รายชื่อผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม.....

.....

.....

**1. “ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์” ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง ในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้ ควรเป็นอย่างไร**

1.1 ภาพลักษณ์ด้านผู้นำองค์กร (บุคลิกภาพ ความรู้ ความสามารถ วิสัยทัศน์ สมรรถนะ ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ คุณธรรมจริยธรรม)

1.2 ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน (บุคลิกภาพ ความรู้ ความสามารถ สมรรถนะ ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ ความมีจิตใต้บริการ ค่านิยม คุณธรรมจริยธรรม)

1.3 ภาพลักษณ์ด้านการบริการ

1.4 ภาพลักษณ์ด้านประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร

1.5 ภาพลักษณ์ด้านความทันสมัยขององค์กร

1.6 ภาพลักษณ์ด้านบรรยากาศ

1.7 ภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมองค์กร

1.8 ภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมสังคม

**2. การบริหารจัดการสารและช่องทางการสื่อสารเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนทอง ควรมีการบริหารจัดการโดยการสื่อสารผ่านองค์ประกอบต่อไปนี้อย่างไร**

**2.1 ภาพลักษณ์ด้านผู้นำองค์กร**

2.1.1 การบริหารจัดการสาร มีแนวคิดในการกำหนดประเด็นสารอย่างไร มีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอสารอย่างไร

2.2.2 การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร มีแนวคิดในการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารอย่างไร

## 2.2 ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน

2.2.1 การบริหารจัดการสาร มีแนวคิดในการกำหนดประเด็นสารอย่างไร มีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอสารอย่างไร

2.2.2 การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร มีแนวคิดในการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารอย่างไร

## 2.3 ภาพลักษณ์ด้านการบริการ

2.3.1 การบริหารจัดการสาร มีแนวคิดในการกำหนดประเด็นสารอย่างไร มีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอสารอย่างไร

2.3.2 การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร มีแนวคิดในการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารอย่างไร

## 2.4 ภาพลักษณ์ด้านประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร

2.4.1 การบริหารจัดการสาร มีแนวคิดในการกำหนดประเด็นสารอย่างไร มีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอสารอย่างไร

2.4.2 การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร มีแนวคิดในการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารอย่างไร

## 2.5 ภาพลักษณ์ด้านความทันสมัยขององค์กร

2.5.1 การบริหารจัดการสาร มีแนวคิดในการกำหนดประเด็นสารอย่างไร มีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอสารอย่างไร

2.5.2 การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร มีแนวคิดในการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารอย่างไร

## 2.6 ภาพลักษณ์ด้านบรรยากาศ

2.6.1 การบริหารจัดการสาร มีแนวคิดในการกำหนดประเด็นสารอย่างไร มีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอสารอย่างไร

2.6.2 การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร มีแนวคิดในการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารอย่างไร

## 2.7 ภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมองค์กร

2.7.1 การบริหารจัดการสาร มีแนวคิดในการกำหนดประเด็นสารอย่างไร มีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอสารอย่างไร

2.7.2 การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร มีแนวคิดในการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารอย่างไร

## 2.8 ภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมสังคม

2.8.1 การบริหารจัดการสาร มีแนวคิดในการกำหนดประเด็นสารอย่างไร มีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอสารอย่างไร

2.8.2 การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร มีแนวคิดในการเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารอย่างไร

### แนวทางและมาตรการในการบริหารจัดการภาพลักษณ์

1. แนวทางและมาตรการในการ “สร้าง” ภาพลักษณ์ในด้านที่ยังไม่มีให้เกิดขึ้น มีแนวทางอย่างไร

2. แนวทางและมาตรการในการ “เสริม” ภาพลักษณ์ในด้านที่ยังไม่โดดเด่น ให้เกิดความโดดเด่นขึ้นมา มีแนวทางอย่างไร

3. แนวทางและมาตรการในการ “ธำรงรักษา” ภาพลักษณ์ที่ดีให้คงทนยาวนาน มีแนวทางอย่างไร

4. แนวทางและมาตรการในการ “แก้ไขปรับปรุง” ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีให้กลับคืนมาดีดังเดิม มีแนวทางอย่างไร

ภาคผนวก ข  
ประวัติผู้วิจัย



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน
ตำแหน่งปัจจุบัน	อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ตำแหน่งบริหาร	กรรมการประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะกรรมการบริหารหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะกรรมการบริหารหลักสูตร ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต แขนงวิชานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี นิติศาสตรบัณฑิต วิชาเอกนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2526 ปริญญาโท สังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาอาชญาวิทยาและงานยุติธรรม มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ. 2529 ปริญญาโท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2535 ปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาพัฒนาทรัพยากรชนบท มหาวิทยาลัยแม่โจ้ พ.ศ. 2558
ผลงานทางวิชาการ	หนังสือเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมือง พ.ศ. 2563 หนังสือเรื่อง การสื่อสารแบรนด์ ภาพลักษณ์ และความนิยม พ.ศ. 2563 หนังสือเรื่อง การสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ พ.ศ. 2563