รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

10 ปี เศรษฐกิจไทยความหายนะการพัฒนาแบบฟองสบู่. 10 ปี กรุงเทพธุรกิจ : ทศวรรษเศรษฐกิจฟองสบู่ เหลียวหน้าแลหลังพลิกฟื้นประเทศไทย . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด, 2540.

2540 ปีแห่งความปั่นป่วนตลาดการเงินไทย. กรุงเทพมหานคร : บริษัท มาสเตอร์คีย์ จำกัด, 2541.

การเงินการธนาคาร. นิตยสารรายเดือน. ปีที่ 17 ฉบับที่ 195. กรกฎาคม 2542.

จิตลาวัณย์ บุนนาค. ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

จุมพล รอดคำดี. สื่อมวลชนกับการพัฒนา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

ไจทิพย์ ศรีประกายเพ็ชร, การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการดาวเทียมไทยคม. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ดวงพร คำนูญวัฒน์และวาสนา จันทร์สว่าง, การสื่อสารประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : ทีพีพริ้นท์, 2536

ไทยโพสต์, หนังสือพิมพ์รายวัน. ฉบับที่ 625 ปีที่ 2 วันที่ 7 กรกฎาคม 2541.

ไทยโพสต์, หนังสือพิมพ์รายวัน. ฉบับที่ 626 ปีที่ 2. วันที่ 8 กรกฎาคม 2541.

ไทยรัฐ, หนังสือพิมพ์รายวัน. ฉบับที่ 14981 ปีที่ 49. วันที่ 9 ธันวาคม 2541.

นวม สงวนทรัพย์. สารัตถจิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1 โอเดียน สโตร์, 2535.

บัญญัติ คำนูญวัฒน์. งานชุมชนสัมพันธ์กับการสร้างภาพพจน์ของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด : กรณีศึกษาโรงงานปูนซีเมนต์แก่งคอย จังหวัดสระบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

ประจวบ อินอ๊อด. เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร?. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์การพิมพ์พลชัย, 2527.

ปลัดกระทรวงการคลัง,สำนักงาน.ข่าวกระทรวงการคลัง. ฉบับที่ 81 / 2541. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง, 2541.

ปาริฉัตร มั่นคง. ทัศนคติของวัยรุ่นที่มีต่อโฆษณา และสินค้าในโฆษณาที่แสดงออกเกี่ยวเนื่องกับกามารมณ์. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

พงษ์เทพ วรกิจโภคาทร. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.

พรรณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์. จิตวิทยาครอบครัว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

ไพศาล อินทสิงห์. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับกับภาพพจน์ที่มีต่อกรมการค้าภายใน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

มานิต รัตนสุวรรณ. โลกของการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์พิมเณศ, 2527.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ฉบับปี 2535. กรุงเทพมหานคร : 2535.

รายงานประจำปี 2540 ธนาคารกรุงไทย. กรุงเทพมหานคร : บริษัทโรงพิมพ์กรุงเทพ (1984จำกัด), 2541.

รายงานประจำปี 2540 ธนาคารเอเชีย. กรุงเทพมหานคร : บริษัท แปลน กราฟฟิค จำกัด, 2541.

รายงานประจำปี 2540 ธนาคารไทยทนุ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ตะวันออกการพิมพ์ จำกัด, 2541.

วัฒนา ณ ระนอง. งานวิจัยเรื่องภาพพจน์ธนาคารทหารไทย. กรุงเทพมหานคร, 2534.

วิรัช ลภิรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.

ศศิพรรณ บิลมาโนช. การศึกษาปัจจัยส่งเสริม และอุปสรรคที่เกี่ยวข้องในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ขององค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์(ร.ส.พ.). วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ศิริกุล ลิ่มสัญจร. กระบวนการสร้างภาพพจน์โดยผ่านสื่อมวลชนของรถยนต์ บี เอ็ม ดับบลิว ซีรีส์ 5 ใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา. ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ในสายตาผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สิริวุธ เสียมภักดี. การเจรจาแก้ไขหนี้. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ งานดี จำกัด , 2540.

สุพิณ ปัญญามาก. ภาพพจน์ : การสร้างและรักษา ในภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง. การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. พรทิพย์ วรกิจโภคาทร (บรรณาธิการ), 2537.

สุมนา วรสูตร. ภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทยในช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจปี 2540. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

สุรพงษ์ โสธนเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

เสถียร เชยประทับ. การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพฯ : เจ้าพระยาการพิมพ์, 2525.

อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

อัจฉรามณี สามิภักดิ์. พฤติกรรมเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตยของเยาวชน ทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

Allport, Gordon W. A Handbook of Social Psychology. Worcester : Clark University Press, 1967.

Atkin, Charles K. New Model for Mass Communication Research. New York : The Free Press, 1973.

Boulding. E. Kenneth. The Image. Knowledge in life and Society. Ann Arbor. The University of Michigan, 1975.

Charls A. Kiesler, Barry E. Collins and Norman Miller. Attitude Change. New York : John Wiley & Son Inc., 1969.

De Fleur, Melvin L. Theories of Mass Communication. New York : David Mckay Company, 1966.

Fishbein, Martin. Attitude Theory and Measurement. New York : John Wiley, 1967.

Frank Jefkins, Public Relations Made Simple (London : Heinemann, 1982.)

Gordon, Lindzey and Elliot Arson. The Handbook of Social Psychology. Vol3 (2nd) eds. Massachusetts : Addison-Wesley Publishing Company, 1969.

Klapper, Joseph T. The Effect of Mass Communication. New York : The Free Press, 1960.

Mcquire, W.J. "The Nature of Attitude and Attitude Change." The Handbook of Social Psychology. (2nded.) Massachusetts : Addison-Wesley Publishing Company, 1969.

Munn, Norman L. Introduction to Psychology. Boston : Hougton Mifflin Company, 1971.

Patricia M. Anderson and Leonard G. Rubin, Marketing Communication. (New Jersey : Prentice Hall, 1986). PP 53-54.

Reiley and Flowerman. Group Relation as a Variable in Communication Research. America Sociologist Review. Vol 16, 1951.

Robinson, Claude Dr. and Barlow , Walter Dr. Public Relations Journal. (September 1959) : P22

Schramm Wilbur. How Communication Work's. In Basic reading in Communication Theory. ed. David C. Mortensen, 28-36. New York : Harper and Row, 1973.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เรื่อง ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน 14 สิงหาคม 2541

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดทำใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงกับความเป็นจริง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้ และผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความร่วมมืออย่างยิ่งจากท่านมา ณ โอกาสนี้

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป — สำหรับเจ้าหน้าที่ ☐☐☐

1. เพศ
   - ☐1 หญิง
   - ☐2 ชาย

   .....4.....

2. อายุ
   - ☐1 23 - 25 ปี
   - ☐2 26 - 35 ปี
   - ☐3 36 - 45 ปี
   - ☐4 46 - 55 ปี
   - ☐5 มากกว่า 55 ปี

   .....5.....

3. สถานภาพ
   - ☐1 โสด
   - ☐2 สมรสแล้ว มีบุตร
   - ☐3 สมรสแล้ว ไม่มีบุตร
   - ☐4 หย่า, ม่าย

   .....6.....

4. การศึกษาสูงสุด
   - ☐1 ประถมศึกษา
   - ☐2 มัธยมศึกษา
   - ☐3 อนุปริญญา
   - ☐4 ปริญญาตรี
   - ☐5 สูงกว่าปริญญาตรี

   .....7.....

5. อาชีพ
   - ☐1 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
   - ☐2 พนักงานบริษัทเอกชน
   - ☐3 เจ้าของกิจการ
   - ☐4 นักเรียน นักศึกษา
   - ☐5 แม่บ้าน
   - ☐6 อื่น ๆ

   .....8.....

6. รายได้ต่อเดือน
   - ☐1 ต่ำกว่า 10,000 บาท
   - ☐2 10,001 - 20,000 บาท
   - ☐3 20,001 - 30,000 บาท
   - ☐4 30,001 - 40,000 บาท
   - ☐5 40,001 - 50,000 บาท
   - ☐6 มากกว่า 50,000 บาท

   .....9.....

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<u>ส่วนที่ 2</u> พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

1. ท่านเคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์บ้างหรือไม่

☐1 เคยได้รับ ☐2 ไม่เคยได้รับ (ข้ามไปส่วนที่ 3) .....10.....

2. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์จากสื่อประเภทต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด

สื่อ	มากที่สุด (ทุกวัน)	มาก (4 - 6ครั้งต่อสัปดาห์)	ปานกลาง (3 - 4ครั้งต่อสัปดาห์)	น้อย (1 - 2ครั้งต่อสัปดาห์)	น้อยที่สุด (ไม่เคยเลย)	
1. โทรทัศน์						11 .....
2. วิทยุ						12 .....
3. หนังสือพิมพ์						13 .....
4. นิตยสาร						14 .....
5. เพื่อนร่วมงาน						15 .....
6. ครอบครัว						16 .....
7. คนรู้จัก						17 .....
8.พนักงานธนาคาร						18 .....
9.วารสารภายในธนาคาร						19 .....

3.ตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ประกาศใช้แผนฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน เช่น การให้ธนาคารเพิ่มทุน และดำเนินกิจการธนาคารตามมาตรฐานสากล (BIS) การเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร ท่านคิดว่าท่านทราบรายละเอียดในเรื่องนี้มากน้อยเพียงใด

☐1.ทราบเป็นอย่างดี ☐2. พอทราบบ้าง ☐3.ทราบน้อยมาก ☐4.ไม่ทราบเลย .....20.....

4.ท่านคิดว่าสื่อมวลชนนำเสนอข่าวเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟู ฯ อย่างไร

☐1 นำเสนอข่าวในเชิงลบ

☐2 นำเสนอข่าวทั้งในเชิงลบและบวกปนกัน

☐3 นำเสนอข่าวในเชิงบวก

☐4 นำเสนอข่าวปกติ .....21.....

ส่วนที่ 3 1. การมองภาพลักษณ์ของ ธนาคารกรุงไทย ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟู ฯ

ภาพลักษณ์ด้านต่างๆ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
1.แผนฟื้นฟู ฯ ทำให้ธนาคารมีฐานะการดำเนินงานที่มั่นคงขึ้น						22
2.แผนฟื้นฟู ฯ ทำให้ธนาคารมีผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถและมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล						23
3.แผนฟื้นฟู ฯ ทำให้ธนาคารยังคงมีความน่าเชื่อถือแม้ในยามวิกฤตเศรษฐกิจเช่นปัจจุบัน						24
4.ถึงแม้ว่า ธนาคารต้องถูกทางการสั่งให้เข้าควบรวมกิจการกับธนาคารมหานคร และรับบริหารหนี้ดีของธนาคารกรุงเทพฯพาณิชย์การ ธนาคารก็ยังมีความน่าเชื่อถือเช่นเดิม						25
5.ท่านไม่สนใจและจะยังคงใช้บริการต่อไปแม้ว่า ธนาคารจะมีภาพลักษณ์เป็นธนาคารที่ต้องถูกทางการสั่งให้ควบรวมกิจการและรับบริหารหนี้ดีจากธนาคารที่เคยมีปัญหาในการบริหารงาน						26
6. ธนาคารยังมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้า						27
7.แผนฟื้นฟู ฯ ทำให้ธนาคารมีการบริหารงานที่โปร่งใสและน่าเชื่อถือมากขึ้น						28
8.ธนาคารยังคงมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า						29
9.แผนฟื้นฟู ฯ ทำให้พนักงานของธนาคารมีความมั่นคงในการทำงาน						30
10.ธนาคารยังคงให้ความช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ						31

2. การมองภาพลักษณ์ของ <u>ธนาคารเอเชีย</u> ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบ ฯ

ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
1.แผนฟื้นฟู ฯ ทำให้ธนาคารมีฐานะการดำเนินงานที่มั่นคงขึ้น						32
2.แผนฟื้นฟู ฯ ทำให้ธนาคารมีผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถและมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล						33
3.แผนฟื้นฟู ฯ ทำให้ธนาคารยังคงมีความน่าเชื่อถือแม้ในยามวิกฤตเศรษฐกิจเช่นปัจจุบัน						34
4.การที่ธนาคารต้องให้ต่างชาติเข้ามาถือหุ้นใหญ่ทำให้ธนาคารมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น						35
5.ท่านไม่สนใจและจะยังคงใช้บริการต่อไปแม้ว่า ธนาคารจะมีภาพลักษณ์เป็นธนาคารของต่างชาติ						36
6. ธนาคารยังมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้า						37
7.แผนฟื้นฟู ฯ ทำให้ธนาคารมีการบริหารงานที่โปร่งใสและน่าเชื่อถือมากขึ้น						38
8.ธนาคารยังคงมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า						39
9.แผนฟื้นฟู ฯ ทำให้พนักงานของธนาคารมีความมั่นคงในการทำงาน						40
10.ธนาคารยังคงให้ความช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ						41

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. การมองภาพลักษณ์ของ <u>ธนาคารไทยทนุ</u> ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบ ฯ

ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
1.แผนฟื้นฟู ฯ ทำให้ธนาคารมีฐานะการดำเนินงานที่มั่นคงขึ้น						42
2.แผนฟื้นฟู ฯ ทำให้ธนาคารมีผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถและมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล						43
3.แผนฟื้นฟู ฯ ทำให้ธนาคารยังคงมีความน่าเชื่อถือแม้ในยามวิกฤตเศรษฐกิจเช่นปัจจุบัน						44
4.การที่ธนาคารต้องให้ต่างชาติเข้ามาถือหุ้นใหญ่ทำให้ธนาคารมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น						45
5.ท่านไม่สนใจและจะยังคงใช้บริการต่อไปแม้ว่า ธนาคารจะมีภาพลักษณ์เป็นธนาคารของต่างชาติ						46
6. ธนาคารยังมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้า						47
7.แผนฟื้นฟู ฯ ทำให้ธนาคารมีการบริหารงานที่โปร่งใสและน่าเชื่อถือมากขึ้น						48
8.ธนาคารยังคงมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า						49
9.แผนฟื้นฟู ฯ ทำให้พนักงานของธนาคารมีความมั่นคงในการทำงาน						50
10.ธนาคารยังคงให้ความช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ						51

4 .ท่านใช้ **<u>บริการธนาคารพาณิชย์ที่ท่านเป็นลูกค้าอยู่นี้</u>** มากน้อยเพียงใด

บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
เงินฝากออมทรัพย์						52
เงินฝากประจำ						53
เงินฝากกระแสรายวัน						54
สินเชื่อ						55
เช่าตู้นิรภัย						56
ชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า โทรศัพท์ น้ำประปา						57
บริการด้านต่างประเทศ เช่น แลกเปลี่ยนเงินตรา โอนเงินต่างประเทศ สินค้าเข้า-ออก						58
บัตรเครดิตภายในและภายนอกประเทศ						59
บริการโอนเงินภายในประเทศ						60

ขอขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถาม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียน

นายสมัยศึก ถนัดสอน เกิดที่ จังหวัดลพบุรี สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี วารสารศาสตร์บัณฑิต สาขาโฆษณาประชาสัมพันธ์ จากคณะวารสารศาสตร์ธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2528 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2540 ปัจจุบันทำงานในตำแหน่งพนักงานประชาสัมพันธ์อาวุโส ฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย