

การวิเคราะห์แหล่งข่าวด้านพลังงานสำหรับสื่อมวลชน



นางสาว ศิริมารท พิเชียรสุนทร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2536

ISBN 974-582-297-3

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

019088 111143494

An Analysis of Petroleum Information Sources for Mass Media



MISS SIRINART PHICHIENSOONTHON

**A Thesis Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Mass Communication
Graduate School
Chulalongkorn University**

1993

ISBN 974-582-297-3

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การวิเคราะห์แหล่งข่าวด้านหลังงานน้ำมันสำหรับสื่อมวลชน
โดย นางสาวศิรินารถ พิเชียรสุนทร
ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ



บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

.....
(ศาสตราจารย์ ดร.ถาวร วัชรภักย์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์)

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ)

.....
(นายจุลจิตต์ บุญยเกต)

ศิรินารด พิเชียรสุนทร : การวิเคราะห์แหล่งข่าวด้านพลังงานน้ำมันสำหรับสื่อมวลชน
(AN ANALYSIS OF PETROLEUM INFORMATION SOURCES FOR MASS MEDIA)
อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ศิริชัย ทิริกายะ, 108 หน้า. ISBN 974-582-297-3

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะวิเคราะห์แหล่งข่าวด้านพลังงานสำหรับสื่อมวลชน เพื่อให้เข้าใจถึงบทบาทของแหล่งข่าวในฐานะผู้ส่งข่าวสารด้านพลังงาน ซึ่งทำการศึกษาตั้งแต่ลักษณะโครงสร้าง องค์การ การบริหารงานสื่อสาร รวมทั้งกระบวนการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารด้านพลังงาน โดยอาศัยทฤษฎีการสื่อสาร ทฤษฎีองค์การ แนวความคิดเกี่ยวกับผู้รักษาประตู การกำหนดประเด็นการรับรู้ข่าวสาร การจัดการข่าวสาร ในลักษณะมืออาชีพ และแนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว ตลอดจนคุณค่าของข่าวเป็นแนวทางเข้าสู่ปัญหาของการวิจัย ซึ่งผลการวิจัยมีดังนี้

แหล่งข่าวมีปฏิสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในภายนอกตลอดเวลา การบริหารงานสื่อสารในบริษัทสังคมจึงมุ่งไปที่การประสานงานกับภาครัฐบาลและสื่อมวลชนอันเป็นหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจน้ำมันทั้งโดยตรงและอ้อม และหน้าที่ประการสุดท้ายก็คือ การผลิตและเผยแพร่ข่าวสารด้านพลังงาน ซึ่งถือเป็นการสื่อสารตามมาตรฐานวิชาชีพจากองค์การสื่อสารมวลชนโดยอาศัยสื่อเฉพาะกิจ (วารสาร) จากแหล่งข่าวโดยตรงและสื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์) เป็นช่องทางการสื่อสาร แม้บางครั้งมิได้เปิดเผยแหล่งข่าวอย่างชัดเจน แต่ก็สามารถสะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวและสื่อมวลชนในระดับต่าง ๆ ได้

กล่าวได้ว่า แหล่งข่าวมีจุดมุ่งหมายในการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงาน และการใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างแนบชิด อาทิ เพื่อการสร้างภาพพจน์ของการเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยี การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม หรือแม้แต่การคั่นร่นเพื่อความอยู่รอดขององค์การ อันเป็นเป้าหมายทางธุรกิจที่แฝงเร้นอยู่ในวัตถุประสงค์การสื่อสารทั่วไป ซึ่งลักษณะประการหลังนี้ต้องอาศัยการวางแผนล่วงหน้า การนำเสนออย่างเป็นระบบและสามารถโยงใยไปถึงยุทธศาสตร์ของการแข่งขันได้อย่างสอดคล้องยิ่ง

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2535

ลายมือชื่อนิสิต ศิรินารด พิเชียรสุนทร
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.ศิริชัย
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

C150122 : MAJOR MASS COMMUNICATION
KEY WORD: PETROLEUM INFORMATION SOURCES/MASS MEDIA

SIRINART PHICHIEensoonthon : AN ANALYSIS OF PETROLEUM INFORMATION
SOURCES FOR MASS MEDIA. THESIS ADVISOR : ASSO.PROF. SIRICHAIRIRIKAYA,
Ed.D. 108 PP. ISBN 974-582-297-3

The research aims at analysing the mass media's sources of petroleum information to understand their role as informants. The organization structure, communications management and document distribution of sources are studied based on theories of mass communications, organization, gatekeeping, agenda setting, information management, source reliability and news value leading up to the arguments. The research findings are as follow.

Information sources are interrelated with internal and outside environment factors. Communications management is therefore targeted at government and mass media coordination, which are the main sectors associated with the petroleum business. Another function is information distribution to the public, a standard business practice, by specific media of sources and through mass media. Although sources are sometime unidentified, their relationship with the mass media is reflected.

In conclusion, sources have clear objectives in presenting information and utilizing media. For instance, to create the image of technology leader or social contributor, or even the survival of the organization, which is the underlying target of general mass communication objectives. The latter requires planning and presentation that is systematic and properly relates to business strategies.



ภาควิชา.....การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา.....การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา.....2535

ลายมือชื่อนิติศ..... น.น.ท. นริศ นุท
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... น.น.ท. นริศ นุท
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยความกรุณาอิงจากรองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริภายะ อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งใส่ใจดูแล และให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ตลอดห้วงของการศึกษาเสมอมา

ณ โอกาสนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์ ประธานการสอบวิทยานิพนธ์ และคุณจุลจิตต์ บุญเขต ผู้ช่วยกรรมการอำนวยการ บริษัท ไทยออยล์ จำกัด ที่กรุณา รับเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งชี้แนะแนวความคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารเชิงธุรกิจ จนทำให้ผลการวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหารซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลบุคคลทุกท่าน ที่ให้โอกาสในการเข้าถึงข้อมูล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณสมเกียรติ ทัดถโกศล ผู้บังคับบัญชาของผู้วิจัย ซึ่งได้ให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขรายละเอียดของข้อมูลที่ศึกษามาโดยตลอด

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณ พี่ ๆ น้อง ๆ ผู้ร่วมงานทุกท่าน รวมทั้งคุณปิยะพงษ์ โพธิ์สูง ที่คอยให้กำลังใจและช่วยเหลือในการจัดทำต้นฉบับจนเสร็จสมบูรณ์

ท้ายที่สุด ขอระลึกถึงพระคุณของบุพการี โดยเฉพาะคุณพ่อผู้ล่วงลับ สามีเสียใจประการเดียวคือ ไม่สามารถนำความสำเร็จจากการศึกษาครั้งนี้มาได้นิยามที่ทำยังมีชีวิตอยู่

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	๔
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๖
กิตติกรรมประกาศ	๗
บทที่	
1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ปัญหาที่วิจัย	5
ข้อสันนิษฐาน	5
ขอบเขตการวิจัย	6
2 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
ทฤษฎีการสื่อสารเชิงกระบวนการ	8
การศึกษาในแง่โครงสร้างองค์การ	11
คุณลักษณะดีเด่นในเชิงบริหาร	12
การวิเคราะห์กระบวนการผลิตของแหล่งข่าวด้านพลังงานน้ำมัน	13
แนวความคิดเกี่ยวกับผู้เฝ้าประตู	15
การกำหนดเรื่องพิจารณา	16
แนวความคิดเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพ	18
ความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รับสาร	19
แนวความคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว	20
แนวความคิดเกี่ยวกับข่าวสารและคุณค่าของข่าว	22
3 ระเบียบวิธีวิจัย	24
ประชากรตัวอย่าง	24
การเก็บรวบรวมข้อมูล	24
การวิเคราะห์ข้อมูล	27
การนำเสนอข้อมูล	28

บทที่	หน้า
4	30
ลักษณะองค์การและการบริหารสารสนเทศด้านพลังงานน้ำมัน	30
ประวัติความเป็นมาของแหล่งข่าวด้านพลังงาน	31
สภาพการดำเนินธุรกิจน้ำมันในประเทศไทย	38
โครงสร้างขององค์การแหล่งข่าวด้านพลังงาน	42
บทบาทด้านการสื่อสารของแหล่งข่าวด้านพลังงาน	46
การบริหารงานสื่อสารของแหล่งข่าวด้านพลังงาน	48
5	58
บทบาทการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารด้านพลังงานของแหล่งข่าว	58
การเผยแพร่ข่าวสารด้านพลังงานของแหล่งข่าวด้านพลังงาน	58
ข่าวสารด้านพลังงานที่ได้รับการเผยแพร่จากสื่อมวลชน	70
กรณีศึกษาแหล่งข่าว : บริษัท ไทยออยล์ จำกัด	85
6	101
สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	101
สรุป	101
ข้อเสนอแนะ	105
บรรณานุกรม	107
ประวัติผู้วิจัย	108