

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กมลวรรณ วงศ์วิสัย. 2544. แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ในทศวรรษหน้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรรณิการ์ อัสวตศเดชา. 2550. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- กรองแก้ว อยู่สุข. 2533. พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- กรองทอง เพ็ชรวงศ์. 2544. ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวใจบุคคลากรภาครัฐ และเอกชนให้มาบริจาคเลือด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กริช สืบสนธิ์. 2526. การสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- กริช สืบสนธิ์. 2537. วัฒนธรรมและพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- กรุงเทพฯ เมโทร ทราเวล (KMT). ข้อมูลข่าวพนักงานบริษัทการบินไทย [online]. 2551แหล่งที่มา: <http://www.kmt.co.th/catalog.php?idp=989> [ 12 พฤศจิกายน 2551]
- กานต์มณี แสงศรีจิราภักทร. 2549. การสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. 2540. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์, ข่าวต่างประเทศ. ข้อมูลข่าวบริษัทเกียมมอเตอร์เกาหลี [online]. 2551. แหล่งที่มา: <http://www.ryt9.com/news/2007-08-27/31621544/> [ 12 พฤศจิกายน 2551]
- จาระไน แกลโกศล. 2529. การปรับปรุงทัศนคติเพื่อประโยชน์ในการสื่อสารระหว่างบุคคล หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 10. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,
- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. 2537. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- จุมพล รอดคำดี. 2532. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- ชวนะ ภวกานนท์. 2527. ภาพพจน์เชิงลบกับการประชาสัมพันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ชวรัตน์ เขิดชัย. 2527. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: บพิธการพิมพ์,  
 ชัยศิริภรณ์ เวฬุวนารักษ์. 2542. การเปิดรับสื่อ ความรู้ แรงจูงใจในการป้องกันโรคเอดส์ ของผู้มารับ  
 บริการ ณ ศูนย์บริการสาธารณสุข ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต  
 สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูวิทย์ ศิริเวชกุล. 2534. การประชาสัมพันธ์ภายในโรงแรมเอเชีย : ศึกษาเฉพาะกรณีพนักงาน  
 สัมพันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะ  
 วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. 2522. การประชาสัมพันธ์ หลักการและแนวปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: เรือน  
 แก้วการพิมพ์.
- ณัฐวุฒิ นิทรยุ. 2540. รูปแบบการสื่อสารกับความพึงพอใจในการสื่อสารและการทำงานของ  
 พนักงานในองค์การด้านไฟฟ้าในช่วงการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
 มหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐกานต์ พลอยโสภณ. 2548. การประชาสัมพันธ์ภายใน บริษัทวิทยุการบินแห่งประเทศไทย  
 จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะวารสาร  
 ศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธุ์. 2545. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมกร  
 ท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
 มหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงพร คำบุญวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง. 2536. สื่อสารการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร:  
 บริษัทที.พี.พี. จำกัด,
- ทองกร ทศนิยะเวช. 2546. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมกรประหยัดน้ำ  
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทักษรา ธนัตนันทพล. 23 มกราคม 2551. พนักงานสื่อสารองค์กร ส่วนบริหารสื่อสารองค์กร ฝ่าย  
 สื่อสารองค์กร บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์.
- นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. 2539. นักบริหารกับงานประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท 222  
 วิภาวดี จำกัด,
- นwor ภัคดีสงคราม. 2547. ความคาดหวังและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในกองบัญชาการ  
 กองทัพอากาศของข้าราชการกองทัพอากาศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
 การประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิพนธ์ ศศิธร. 2520. การจัดระเบียบองค์การในปัจจุบันและอนาคต. กรุงเทพมหานคร: ประสานมิตร,

บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน). ประวัติความเป็นมาการดำเนินธุรกิจของบริษัทและรายงานประจำปีขององค์กร 2550 [online]. 2551. แหล่งที่มา:

[http://www.pttplc.com/TH/Default\\_lo.aspx?aBMloOREoMuW](http://www.pttplc.com/TH/Default_lo.aspx?aBMloOREoMuW) [ 10 พฤษภาคม 2551]

บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด. ประวัติความเป็นมาและการดำเนินธุรกิจขององค์กร [online]. 2551. แหล่งที่มา: <http://www.jet.co.th/about.html> [ 9 พฤษภาคม 2551]

บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน). ประวัติความเป็นมาและการดำเนินธุรกิจของบริษัท [online]. 2551. แหล่งที่มา:

<http://www.pttep.com/th/aboutPttepVisionAndMission.aspx> [ 10 พฤษภาคม 2551]

บุญเกื้อ ครหาเวช. 2537. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: เอส อาร์ พรินติ้ง,

บุษบรรณ จีนเจริญ. 22 มกราคม 2551 ผู้ช่วยผู้จัดการสื่อสารองค์กร สำนักกรรมการ ผู้จัดการใหญ่ บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียมจำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์.

บุษบา สุธีธร. 2548. เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช,

บุษบา สุธีธร. 2530. การบริหารงานประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์ ในเอกสารชุดวิชาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 7. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,

ปกิจ พรหมยาม. 2531. ความรู้และการปฏิบัติตนในการป้องกันอุบัติเหตุจากการจราจรของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

ประมะ สตะเวทิน. 2546. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์,

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2526. ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช,

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2546. การจัดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช,

ปิยะวดี ทองบุ. 2551. การเปิดรับสื่อ ความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. 2537. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์.  
 กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล,
- พิมพ์ใจ ปัทมสันติวงศ์. 2542. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะของสำนักรักษาความสะอาด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภาณุวัฒน์ จาโรทก. 15 มกราคม 2551. ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน).สัมภาษณ์.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2538. เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมมนุษย์ในองค์การ.  
 นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,
- มัลลิกา ต้นสอน. 2544. พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพมหานคร: บริษัทด้านสุทธนาการพิมพ์ จำกัด,  
 เมตตา กฤตวิทย์. 2532. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: เจ้าพระยาการพิมพ์,  
 ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. 2550. เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์. นนทบุรี: สำนักพิมพ์  
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,
- รุ่งนภา พิตรปรีชา. 2547. เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานประชาสัมพันธ์. นนทบุรี:  
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,
- ลดาวลัย ยมจินดา. 2527. การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร:  
 กิ่งจันทร์การพิมพ์,
- ลักษณะ สตะเวทิน. 2542. หลักการประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร: เพ็ญฟ้า ปรินต์ติ้ง,  
 วัฒนา พุทธางกูรานนท์. 2530. การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์  
 มหาวิทยาลัยรามคำแหง,
- วาสนา จันทร์สว่าง. 2534. การประชาสัมพันธ์ในงานสาธารณสุข. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพ  
 พิมพ์,
- วิจิตร อวระกุล. 2541. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช,  
 วิชัย แหวนเพชร. 2543. มนุษย์สัมพันธ์ในการบริหารอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์  
 ธรรมกมล,
- วิรัช ลภีรัตนกุล. 2549. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
 วิชาวัฒน์ เรืองปฏิกรณ์. 2546. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การเปิดรับสื่อ กับความรู้ ทัศนคติ  
 และพฤติกรรม การท่องเที่ยวไทยในโครงการไทยเที่ยวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
 มหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วีรวรรณ เครือหิรัญ. 2546. ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ภายในองค์การ

- กรณีศึกษา บริษัทโอสถสภาจำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ  
 ประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศวิตา ธรรมพิทักษ์. 2550. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคนคิด และพฤติกรรมกรรมการแต่งกายตามกฎหมาย  
 ของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
 มหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คันสนีย์ ฤทธิ์ทองพิทักษ์. 2546. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคนคิด และการใช้สมุนไพรรักษาโรค  
 คนกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะ  
 นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมคิด บางโม. 2540. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: บริษัทวิทยพัฒน์จำกัด,  
 สมยศ นาวิการ. 2527. การติดต่อสื่อสารขององค์การ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บรรณกิจ,  
 สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ. 2542. พฤติกรรมองค์การ:ทฤษฎีและการประยุกต์.  
 กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สรินญา สาระสุทธิ. 2545. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทย ความรู้ ทักษะคนคิด  
 และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์  
 ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
 มหาวิทยาลัย.
- สิริประภา ศิริเกษม. 17 กุมภาพันธ์ 2551 เจ้าหน้าที่อาวุโสสื่อสารองค์กร ฝ่ายกลยุทธ์ทรัพยากร  
 บุคคล บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียมจำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์.
- สุชิตา อยู่คงศักดิ์. 2550. แรงจูงใจ ค่านิยม ความเชื่อและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างศรัทธา  
 ต่อวัตถุประสงค์จตุคามรามเทพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ  
 ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนิสา ประวิชัย. 2542. พฤติกรรมและการสื่อสารในองค์การ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย  
 กรุงเทพ,
- สุปัญญา หุ่นแก้ว. 2548. ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบพฤติกรรมกรรมการสื่อสารภายในองค์การกับ  
 ขบวนการปฏิบัติงาน ศึกษากรณี:ข้าราชการสังกัดกระทรวงพาณิชย์. วิทยานิพนธ์  
 ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะมนุษยศาสตร์ สถาบัน  
 เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- สุรพงษ์ ไชยชนะเสถียร. 2533. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์  
 มหาวิทยาลัย,
- สุวรรณี โพธิศรี. 2535. การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคนคิด และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของ  
 ผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา

- มหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
 สุวิมล อังศุสิงห์. 2539. พฤติกรรมการรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน และความพึงพอใจในการ  
สื่อสารของพนักงานฝ่ายสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน).  
 วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสนาะ ตีเขารว. 2538. การสื่อสารในองค์การ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย  
 ธรรมศาสตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2546. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธนัธการพิมพ์,  
 เสาวลักษณ์ สิงหโกวินท์. 2526. แนวความคิดตามทฤษฎีองค์การ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท  
 ประชาชนจำกัด,
- โสภา ชูพิกุลชัย (2522). จิตวิทยาสังคมประยุกต์. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช,  
 เหมวดี บรรเทา. 2543. ความคิดเห็นของพนักงานการฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ต่อการ  
ประชาสัมพันธ์ภายในองค์การ:ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการระดมทุนจากภาคเอกชน  
โรงไฟฟ้าราชบุรีของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต  
 สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท. 2549. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่ง  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท และ เมตตา วิวัฒนานุกูล. 2538. การตรวจสอบการสื่อสารในองค์การ.  
 กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- อัจฉริย์ วรสุทธิกา. 15 มกราคม 2551. ผู้จัดการฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล บริษัทปตท. จำกัด  
(มหาชน). สัมภาษณ์.
- อัญชลี กาญจนาวีวิช. 2550. การสำรวจความคิดเห็นของบุคลากรธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)  
สำนักงานใหญ่ (สีลม) ที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์ภายในของธนาคาร. วิทยานิพนธ์  
 ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และ  
 สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คุณอัญชลี หวังวีระมิตร. 23 มกราคม 2551. ผู้จัดการส่วนแผนสื่อสารองค์กร บริษัทปตท. จำกัด  
(มหาชน). สัมภาษณ์.

## ภาษาอังกฤษ

Atkin, K. Charles. 1973. Anticipated Communication and Mass Media Information Seeking. Public Opinion Quarterly. New York: Free Press,

Barnard, Chester I. 1966. The Function of the Executive Cambridge, Harvard University Press,

Bass, Barnard M. and Edward C. Ryterband. 1979. Organization Psychology. Massachusetts: Allyn and Bacon,

Bettinghaus. 1980. Persuasive Communication. New York: Holt, Rinehart and Winson, Inc,

Edward L. Berneys. 1952. Public Relations. Oklahoma Press,

Evans, John W. 1962. "Alienation and Learning in a Hospital setting" American Sociology Review.

Gibson, Jane W. and Richard M. Hodgetts. 1991. Organizational Communication : A managerial Perspective. New York: Harper Collins Publishers,

Hunt. Gary T. 1980. Communication skills in Organization. New Jersey: Prentice-Hall,

Huseman, Logue and Freshley. 1973. Interpersonal and Organizational Communication. Boston.

Klapper, Joseph T. 1960. The Effects of the Mass Communication. Illinois: The Free Press,

Maxwell E. Mccombs and Lee B Becker. 1979. Using Mass Communication Theory. New Jersey: Prentice – Hall,

Miller, Garald R. 1989. Public Relations Theory. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates,

Myers, Michele Tolela and Myers, Gail E. Managing by Communication. 1982. An Organizational Approach. Tokyo: Mc Graw - Hill Kogakusha,

Redding, C.W. 1972. Communication within the Organization. New York: Industrial Communication Council,

Rogers, Everette M. and Rekha Agarwala Rogers. 1975. Commnication in Organizational. New York: The Free Press,

Rogers, M. Everett and Shoemaker, F. Floyd. 1971. Communication of Innovation : A Cross Cultural Approach. New York: The Free Press,

- Schramm, W. 1973. Mass Media and National Development, Stanford University and UNESCO,
- Scott M. Cutlip and Allen H. Center. 1982. Effective Public Relations. New Jersey: Prentice Hall Inc,
- Thayer, L. 1968. Communication and Communication System, Homewood,
- Tortoriello, Thomas R., Stephen J. Blatt, et al. 1978. Communication in Organization : An Applied Approach. New York: Mc Graw-Hill Book Co,
- Wilson, Gerald L., JR. Loyd H. Goodall, et al. 1986. Organization Communication. New York: Haper&Row Publisher,



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

**แบบสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร  
เรื่อง "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกลุ่มบริษัท ปตท."**

**ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์**

1. ชื่อ - นามสกุล

.....

อายุ.....ปี

2. ระดับการศึกษา

.....

3. ตำแหน่ง

.....

4. ประสบการณ์ในการทำงาน

.....

5. หน้าที่ที่รับผิดชอบ

.....

**ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกลุ่มบริษัท ปตท.**

1. ขอรบกวนผู้มีส่วนในการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มบริษัท ปตท.

2. ลักษณะของแผนการประชาสัมพันธ์ภายในของกลุ่มบริษัท ปตท. เป็นอย่างไร

3. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัท ปตท. คือ

4. กลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัท ปตท. คือใคร และมี  
หลักเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างไร

4.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก

4.2 กลุ่มเป้าหมายรอง

5. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัท ปตท.

5.1 ปัจจุบันกลุ่มบริษัทปตท. มีกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรใน  
ลักษณะใด (เชิงรับ/รุก/ตามปกติ)

5.2 กลุ่มบริษัท ปตท. มีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรใดบ้าง และกลยุทธ์ที่ต้องเน้นเป็นพิเศษ ในการสร้างความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

5.3 ขั้นตอนของการกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัท ปตท. เป็นอย่างไร

5.4 กลยุทธ์การใช้สื่อ

5.4.1 หลักเกณฑ์ในการวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร และกิจกรรมภายในเป็นอย่างไร

5.4.2 ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมที่ดำเนินการอยู่มีอะไรบ้าง แต่ละสื่อมีรูปแบบการนำเสนออย่างไรและมีระยะเวลาในการเผยแพร่เท่าใด

5.4.3 กิจกรรมภายในองค์กร/โครงการเด่น ๆ ที่ทำในปัจจุบันได้แก่กิจกรรมใด

5.4.4 สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรและกิจกรรมใดที่ท่านให้ความสำคัญมากที่สุดและน้อยที่สุด เพราะเหตุใด

5.4.5 สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรและกิจกรรมใดที่ท่านคิดว่ามีประสิทธิภาพมากที่สุด และมีประสิทธิภาพน้อยที่สุด เพราะเหตุใด

5.4.6 ท่านมีการประเมินผลการใช้สื่อและกิจกรรมภายในองค์กรหรือไม่อย่างไร

5.5 กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ

5.5.1 ท่านใช้กลยุทธ์ใดในการจูงใจ/นำเสนอสาร (ใช้แหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ, ล่อใจด้วยรางวัล ฯลฯ)

5.6 กลยุทธ์อื่น ๆ

6. ท่านคิดว่าปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัท ปตท. คืออะไร

7. ท่านมีการประเมินผลแผนการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรในภาพรวมอย่างไร แล้วผลที่ออกมาเป็นที่พอใจหรือไม่

8. ทางด้านพนักงานสัมพันธ์ และความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานในองค์กร ท่านมีการประเมินผลหรือไม่ อย่างไร
9. ท่านพบปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรอย่างไรบ้าง
10. ท่านคิดว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรคืออะไร
11. แนวทางหรือทิศทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกลุ่มบริษัท ปตท. ในอนาคตเป็นอย่างไร

**แบบสอบถาม****เรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกลุ่มบริษัท ปตท.**

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเพื่อการศึกษาาระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและการวิจัย ผู้วิจัยขอความร่วมมือมายังท่าน กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ซึ่งข้อมูลนี้จะถูกเก็บเป็นความลับและใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกลุ่มบริษัท ปตท. เท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดีมา ณ โอกาสนี้ด้วย

**ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม**

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านในปัจจุบัน

1. เพศ
  - ชาย  หญิง
  
2. อายุ.....ปี
  
3. ระดับการศึกษา
  - มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า  มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
  - อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี
  - สูงกว่าปริญญาตรี  อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
  
4. ตำแหน่งปัจจุบัน
  - ระดับบริหาร  ระดับปฏิบัติการ
  
5. ระยะเวลาในการทำงาน.....ปี

## 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5,000 บาท   | <input type="checkbox"/> 5,000 – 15,000 บาท  |
| <input type="checkbox"/> 15,001 – 25,000 บาท | <input type="checkbox"/> 25,001 – 35,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 35,001 – 45,000 บาท | <input type="checkbox"/> 45,001 บาทขึ้นไป    |

## 7. หน่วยงานที่สังกัด

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) | <input type="checkbox"/> บริษัทปตท. บริหารธุรกิจค้า |
|---|---|

ปลีก จำกัด

- 
- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

แผนก/ฝ่าย.....

**ตอนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร**

(1) จากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของท่าน ท่านได้เปิดรับสื่อรูปแบบใดต่อไปนี้น้อยเพียงใด กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

สื่อที่เปิดรับ	เป็นประจำ (5)	บ่อย (4)	พอสมควร (3)	นาน ๆ ครั้ง (2)	ไม่เคยเลย (1)
1.1 สื่อสิ่งพิมพ์					
- ปฏิทินประจำวัน					
- ข่าวประชาสัมพันธ์					
- วารสารภายในองค์กร					
- เอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ ขององค์กร					
- หนังสือเวียนและบันทึกถึงท่านโดยตรง					
- ป้ายประกาศ/โปสเตอร์/จดหมายข่าว					
1.2 New Media					
- Web Site องค์กร					
- ระบบข่าวประชาสัมพันธ์ในIntranet					
1.3 เสียงตามสาย					
1.4 กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในองค์กร					



สื่อที่เปิดรับ	เป็นประจำ (5)	บ่อย (4)	พอสมควร (3)	นาน ๆครั้ง (2)	ไม่เคย เลย (1)
1.5 สื่อบุคคล					

คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	ไม่เคย/ ไม่เลย (1)
(2) ลักษณะการสั่งงานของผู้บังคับบัญชาใน หน่วยงานของท่าน โดยวิธีต่อไปนี้มาน้อย เพียงใด					
2.1 สั่งงานโดยเขียนบันทึกเป็นลายลักษณ์ อักษร					
2.2 สั่งงานด้วยวาจา					
2.3 สั่งงานทางโทรศัพท์					
2.4 สั่งงานโดยบอกผ่านพนักงานคนอื่น ๆ ให้ บอกต่อ					
2.5 เดินมาพบผู้ใต้บังคับบัญชาที่โต๊ะและ สั่งงาน					
2.6 สั่งงานทุกเวลาและทุกสถานที่เมื่อพบ ผู้ใต้บังคับบัญชา					

คำถาม	มากที่สุด ( 5 )	มาก ( 4 )	ปานกลาง ( 3 )	น้อย ( 2 )	ไม่เคย/ ไม่เคย ( 1 )
(3) รูปแบบการติดต่อสื่อสารในการปฏิบัติงาน ภายในองค์กรของท่าน โดยวิธีต่อไปนี้มาน้อย เพียงใด					
3.1 ติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการหรือตามสาย บังคับบัญชา					
3.2 ติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ มีการ ติดต่อสื่อสารแบบข้ามสายงาน โดยอาศัย ความสัมพันธ์ที่ดีส่วนตัว					
3.3 การติดต่อสื่อสารแบบบนสู่ล่าง หรือ ผู้บังคับบัญชาสั่งการโดยตรงต่อ ผู้ใต้บังคับบัญชา					
3.4 การติดต่อสื่อสารแบบล่างสู่บน หรือ ผู้ใต้บังคับบัญชาปรึกษาหารือกับผู้บังคับบัญชา					
3.5 การติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนร่วมงาน ระดับเดียวกัน					

**ตอนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

คำถาม	มากที่สุด ( 5 )	มาก ( 4 )	ปานกลาง ( 3 )	น้อย ( 2 )	ไม่เคย/ ไม่เลย ( 1 )
<b>ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อข่าวสารภายในองค์กร</b>					
(1) องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายและเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ					
(2) องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานทางการบริหารและความเปลี่ยนแปลงในระดับนโยบายขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ					
(3) องค์กรได้แจ้งข่าวสารการดำเนินงานของรัฐบาลความเคลื่อนไหวและสถานการณ์ที่มีผลกระทบต่อองค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ					
(4) องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาต่าง ๆ ขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ					
(5) องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสถานภาพทางการเงินและข่าวสารเกี่ยวกับผลกำไรจากการดำเนินงานขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ					

คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	ไม่เคย/ ไม่เคย (1)
(6) ท่านคิดว่าข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ในหน่วยงานของท่านรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์					
(7) ท่านคิดว่าข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ในหน่วยงานของท่านมีมากและเพียงพอดีแล้ว					
(8) ท่านได้รับข่าวสารที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานของท่านอย่างเพียงพอดีแล้ว					
<b>ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร</b>					
(9) ท่านคิดว่ากระบวนการติดต่อสื่อสารและการประสานงานภายในองค์กรมีประสิทธิภาพชัดเจน และเป็นระบบดี					
(10) ท่านได้ติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการ เช่น การเข้าร่วมประชุมเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน, การติดต่อประสานงานกับเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ					
(11) ท่านได้ติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เช่น การเข้าร่วมพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงาน การร่วมกิจกรรมนอกเวลาทำการกับเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ					
<b>ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อการบังคับบัญชาสั่งการ</b>					
(12) ผู้บังคับบัญชามักจะยอมรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของท่านในด้านการแก้ไขปัญหาภายในหน่วยงาน					

คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	ไม่เคย/ ไม่เคย (1)
(13) ท่านคิดว่าในหน่วยงานของท่านมีการ บังคับบัญชาสั่งการอย่างมีประสิทธิภาพ ชัดเจน รัดกุมดี					
(14) เมื่อท่านหรือเพื่อนร่วมงานต้องการ ปรึกษาหารือในด้านการปฏิบัติงาน ผู้บังคับบัญชาได้ให้เข้าพบและให้คำแนะนำ อย่างดีเสมอ					
(15) ผู้บังคับบัญชาในหน่วยงานของท่านมักจะ แสดงความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดที่ เกิดขึ้นในระหว่างการปฏิบัติงานเสมอ					
<b>ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อบรรยากาศ ภายในองค์กร</b>					
(16) หน่วยงานของท่านให้ความสำคัญต่อความ คิดเห็นของพนักงานก่อนที่จะดำเนินการใด ๆ					
(17) บรรยากาศในการปฏิบัติงานของท่านมี ลักษณะความเป็นกันเอง					
(18) ท่านมีความรู้สึกรักและมีทัศนคติที่ดีต่อ องค์กรอยู่เสมอ					
(19) ปัญหาความขัดแย้งต่างๆที่เกิดขึ้นใน องค์กร ไม่ว่าจะ เป็นความขัดแย้งในเรื่องใดก็ ตาม จะได้รับการสนใจพิจารณาแก้ไขอย่างดี จากผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องเสมอ					

คำถาม	มากที่สุด ( 5 )	มาก ( 4 )	ปานกลาง ( 3 )	น้อย ( 2 )	ไม่เคย/ ไม่เลย ( 1 )
<b>ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์</b>					
(20) ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของท่าน ได้นำเสนอข่าวสารที่มีปริมาณของข่าวสารที่มากเพียงพอดีแล้ว					
(21) ท่านได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ภายในองค์กรที่มีการเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์					
(22) ท่านคิดว่าองค์กรของท่านมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความทันสมัยและเหมาะสมกับผู้รับสารและเนื้อหาของสาร					
(23) ในภาพรวมแล้ว ท่านมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภายในองค์กร					

**ตอนที่ 4 : แบบสอบถามเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของสาร ความน่าสนใจและจุดใจของสาร  
ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร**

(24) สารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรต่อไปนี้มีความน่าเชื่อถือ น่าสนใจและจุดใจมาก  
น้อยแค่ไหน กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

สื่อที่เปิดรับ	เป็น ประจำ (5)	บ่อย (4)	พอสมควร (3)	นาน ๆ ครั้ง (2)	ไม่เคย เลย (1)
1.1 สื่อสิ่งพิมพ์					
- ปฏิทินประจำวัน					
- ข่าวประชาสัมพันธ์					
- วารสารภายในองค์กร					
- เอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ ขององค์กร					
- หนังสือเวียนและบันทึกถึงท่านโดยตรง					
- ป้ายประกาศ/โปสเตอร์/จดหมายข่าว					
1.2 New Media					
- Web Site องค์กร					
- ระบบข่าวประชาสัมพันธ์ในIntranet					
1.3 เสียงตามสาย					
1.4 กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในองค์กร					
1.5 สื่อบุคคล					

คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ความน่าสนใจของสารประชาสัมพันธ์</b>					
(25) รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร (การจัดหน้า,การวางรูปแบบ,การเลือกใช้สี)มีความแปลกใหม่น่าสนใจ					
(26) สไตลการสื่อสารของสารประชาสัมพันธ์สามารถดึงดูดความสนใจท่านได้เป็นอย่างดี					
(27) เรื่องราวที่ได้นำเสนอในสื่อ เป็นเรื่องราวที่มีเนื้อหาสาระน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อท่าน					
<b>การจูงใจของสารประชาสัมพันธ์</b>					
(28) สารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในมีการใช้จุดดึงดูดใจในสาร(การใช้จุดดึงดูดใจด้านความกลัว ด้านอารมณ์ การใช้รางวัล ให้แหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ การใช้แรงจูงใจ) เพื่อการโน้มน้าวใจพนักงานมากน้อยเพียงใด					
(29) การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรสามารถโน้มน้าวใจให้ท่านยอมรับนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรได้มากน้อยแค่ไหน					



**ตอนที่ 5 :** แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและ  
กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับ  
ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

คำถาม	บ่อย ครั้งที่สุด ( 5 )	บ่อย ครั้ง ( 4 )	บาง ครั้ง ( 3 )	นาน ๆ ครั้ง ( 2 )	ไม่ เคย ( 1 )
(30) ท่านได้เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมความรู้ หรือนันทนาการที่ภายในหน่วยงานของท่านได้ จัดขึ้นมากน้อยแค่ไหน					
(31) สื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ ภายในองค์กรเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำให้ ท่านยอมรับและปฏิบัติตามวัฒนธรรมของ องค์กร					
(32) เมื่อท่านได้เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ ประชาสัมพันธ์ภายในแล้ว ท่านยอมรับให้ ความร่วมมือและปฏิบัติตามเนื้อหาของสาร อย่างเคร่งครัด					
(33) การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรเป็น ส่วนสำคัญในการผลักดันให้ท่านมีความมุ่งมั่น ในการปฏิบัติงานเพื่อไปสู่วิสัยทัศน์ขององค์กร					
(34) จากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร โดยรวมแล้ว ส่งผลให้ท่านปฏิบัติตามนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรอย่าง เคร่งครัด					
(35) จากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร โดยรวมแล้ว ส่งผลให้ท่านมีความรู้สึกรักและ ภาคภูมิใจที่ได้เข้ามาทำงานและเป็นส่วนหนึ่ง ภายในองค์กร					

ขอขอบพระคุณทุกท่านอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม จุฑามาศ สุขสวัสดิ์ (089-112-6717)

ภาคผนวก ข

### ข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.

**ความเป็นมาของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (กมลวรรณ วงศ์วิสัย, 2544:1-3)**

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย หรือ ปตท. นั้น แต่เดิมเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรมที่ได้รับการสถาปนาเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2521 จากการรวมองค์การก๊าซธรรมชาติแห่งประเทศไทย และองค์การเชื้อเพลิงภายใต้โลโก้ “สามทหาร” ตามพระราชบัญญัติการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2521 โดยมีภาระหน้าที่ในการดำเนินธุรกิจปิโตรเลียมและอุตสาหกรรมต่อเนื่องกับปิโตรเลียมอย่างครบวงจร จากนโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของรัฐบาลดังกล่าว ปตท.จึงเตรียมดำเนินการแปรรูปมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 เมื่อคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบตามข้อเสนอของคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2539 ในเรื่องนโยบายการปรับปรุงโครงสร้างของ ปตท. และส่งเสริมการค้าเสรีในอุตสาหกรรมปิโตรเลียม โดยเห็นชอบแนวทางการปรับปรุงโครงสร้างของ ปตท. ให้แบ่งออกเป็นหน่วยธุรกิจต่างๆ ได้แก่ ธุรกิจน้ำมัน ธุรกิจอินเตอร์เนชั่นแนล และธุรกิจก๊าซธรรมชาติ

ต่อมาในระหว่างปี พ.ศ. 2540-2543 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศเปลี่ยนแปลงไป ปตท. จึงได้ทบทวนแนวทางการแปรรูปใหม่อีกหลายครั้ง โดยในที่สุด ก็มีการปรับปรุงโครงสร้างอีกครั้งในปี พ.ศ. 2544 ซึ่งถือเป็นการปรับโครงสร้างครั้งที่ 2 เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการแปรรูป โดยปรับการบริหารงานในระบบหน่วยธุรกิจ ไปเป็นระบบกลุ่มธุรกิจ ซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มธุรกิจน้ำมันและกลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ พร้อมกันนี้คณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ ได้มีมติเห็นชอบแนวทางการแปรรูปปตท. โดยจัดตั้งปตท. เป็นบริษัทจำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจน้ำมันและก๊าซธรรมชาติครบวงจร ในลักษณะเป็น Operating Holding Structure ในขณะเดียวกัน รัฐบาลก็ได้กำหนดเป้าหมายการแปรรูปของ ปตท. ให้แล้วเสร็จในปลายปีพ.ศ. 2544 พร้อมกำหนดให้ภาครัฐคงสัดส่วนการถือหุ้นใน ปตท. ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 และให้ ปตท. คงสถานะเป็นบริษัทน้ำมันแห่งชาติต่อไป

ดังนั้น ในวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2544 ปตท. ก็ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อไปเป็น บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่ประกอบกิจการก๊าซธรรมชาติแบบครบวงจร มีบทบาทในธุรกิจจัดจำหน่ายและการค้าสากลในผลิตภัณฑ์น้ำมันและปิโตรเคมี และมีการลงทุนในธุรกิจการกลั่นและปิโตรเคมีในประเทศไทย โดยมีโครงสร้างการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

## 1. ธุรกิจหลัก ประกอบด้วย

1.1 ธุรกิจก๊าซธรรมชาติ ประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติซึ่งทำหน้าที่จัดหาก๊าซธรรมชาติจาก ทั้งในและต่างประเทศ ขนส่งก๊าซผ่านระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติ แยกก๊าซธรรมชาติและจัดจำหน่าย ส่วนการสำรวจและผลิตก๊าซธรรมชาตินั้น ดำเนินการโดยบริษัทย่อยของ ปตท. คือ บริษัทสำรวจ และผลิตปิโตรเลียมจำกัด (มหาชน) หรือ ปตท. สผ. และมีการลงทุนในบริษัทที่ดำเนินธุรกิจ เกี่ยวกับก๊าซธรรมชาติอีกด้วย

1.2 ธุรกิจน้ำมัน การดำเนินธุรกิจน้ำมันของปตท. สามารถแบ่งออกเป็น

1.2.1 การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมัน ดำเนินการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมัน เชื้อเพลิงและ ผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่น โดยครอบคลุมการตลาดค้าปลีก การตลาดพาณิชย์ และการตลาด ต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังดำเนินการจัดหา ขนส่ง จัดเก็บ และขายส่งผลิตภัณฑ์น้ำมันให้แก่ผู้ค้า น้ำมันตามมาตรา 7 แห่งพระราชบัญญัติการค้าน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2543

1.2.2 การค้าสากล (Trading) ได้แก่ การนำเข้าและการส่งออกน้ำมันดิบ และผลิตภัณฑ์ ปิโตรเลียม ซึ่งรวมถึงวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีด้วย

2. ธุรกิจการลงทุน เป็นการลงทุนในธุรกิจการกลั่นและปิโตรเคมี ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของ กลุ่มธุรกิจการกลั่นและปิโตรเคมีของ ปตท. และมีการลงทุนในบริษัทที่พหุประพันธ์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของสายการเงินและบัญชี

### โครงสร้างของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ (กมลวรรณ วงศ์วิสัย, 2544:29-31)

นับตั้งแต่การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย หรือ ปตท. ได้รับการสถาปนาขึ้นเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2521 หรือกว่า 20 ปีมาแล้วนั้น ปตท. ให้ความสำคัญกับการจัดโครงสร้างของงาน ประชาสัมพันธ์เรื่อยมา โดยกำหนดให้มีฝ่ายประชาสัมพันธ์ขึ้นตั้งแต่แรกตั้งองค์การ ที่มีโครงสร้าง การบริหารงานที่ขึ้นตรงกับผู้ว่าการซึ่งเป็นผู้บริหารสูงสุดขององค์การแม้ว่าในสมัยนั้น การ ประชาสัมพันธ์ยังไม่เป็นที่ให้ความสนใจมากนัก และกิจการของปตท. ก็ยังอยู่ระหว่างการสร้าง โครงสร้างพื้นฐานทางธุรกิจ จึงเน้นเพียงแต่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี จากการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อ สังคมต่าง ๆ โดยมีการแบ่งสายงานออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

1. ส่วนประชาสัมพันธ์ภายนอก รับผิดชอบการเผยแพร่ข่าวแจกให้กับสื่อมวลชน การจัดแถลงข่าวและงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ รวมทั้งสรุปประเด็นข่าวเสนอผู้บริหาร โดยจะประสานงานและรับนโยบายโดยตรงเกี่ยวกับงานด้านข่าวจากผู้บริหาร นอกจากนี้ยังรวมถึงการจัดจ้างบริษัทที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ

2. ส่วนประชาสัมพันธ์ภายใน ดูแลการสื่อสารข้อมูลและความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกิจกรรมของ ปตท. ให้พนักงานที่ประจำอยู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยจัดทำเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เสียงตามสาย วารสารภายใน "บ้านเรา (PTT Spirit)" นิตยสารนิทรรศการ

3. ส่วนบริหารระบบประชาสัมพันธ์ เป็นผู้ประสานงานการจัดทำเอกสารเผยแพร่ การร่วมจัดนิทรรศการเพื่อให้ความรู้ในงานสำคัญต่าง ๆ รวมถึงการให้การสนับสนุนในกิจกรรมเพื่อสังคมที่เป็นประโยชน์กับ ปตท.

4. ส่วนโสตทัศนูปกรณ์ ดำเนินกิจกรรมด้านโสตทัศนูปกรณ์แบบครบวงจรเพื่อให้การสนับสนุนกิจกรรมของ ปตท. และหน่วยงานราชการในสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม โดยสามารถสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ได้ในลักษณะครบวงจร ทั้งการจัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์ การจัดตู้ในงานนิทรรศการ การจัดทำวีดิทัศน์และ Presentation ในรูปแบบต่าง ๆ

แต่หลังจากมีการปรับโครงสร้างองค์การ เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นบริษัทครั้งแรกในปี พ.ศ. 2539 มีการกำหนดการบริหารเป็นลักษณะของหน่วยธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจน้ำมัน ธุรกิจก๊าซธรรมชาติ และธุรกิจอินเตอร์เนชั่นแนล ซึ่งแต่ละหน่วยธุรกิจมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของตนเองที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยธุรกิจในลักษณะภาพรวม และประสานงานและรับนโยบายโดยตรงจากผู้บริหารสูงสุดของแต่ละหน่วยธุรกิจ โดยมีนโยบายจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ส่วนกลางเป็นแนวทางหลักในการดำเนินงานร่วมกัน พร้อมกับมีการประสานงานและประชุมติดตามความต่อเนื่องของกิจกรรมร่วมกันเสมอ

และการปรับโครงสร้างองค์การครั้งล่าสุดเมื่อ พ.ศ. 2544 โดยเปลี่ยนจากการบริหารงานในรูปของหน่วยธุรกิจไปเป็นกลุ่มธุรกิจ อันประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ กลุ่มธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่น กลุ่มธุรกิจน้ำมัน ที่เกิดจากการรวมตัวของหน่วยธุรกิจน้ำมันและอินเตอร์เนชั่นแนล โดยในแต่ละกลุ่มธุรกิจก็ยังคงมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของตนเองที่ดำเนินงานภายใต้ นโยบายและการประสานงานจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ส่วนกลาง คล้ายกับการบริหารงานแบบหน่วยธุรกิจ

พร้อมกันนี้ ยังมีการปรับสายงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ส่วนกลาง ออกเป็น 4 ส่วนที่มีชื่อแตกต่างไปจากเดิม แต่ยังคงรับผิดชอบงานในเครือข่ายเดิม ได้แก่

1. ส่วนบริหารการประชาสัมพันธ์ ที่รวมเอาส่วนประชาสัมพันธ์ภายใน ภายนอกและส่วนบริหารระบบประชาสัมพันธ์เดิมเข้าไว้ด้วยกัน จึงรับผิดชอบงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ การเผยแพร่ข้อมูลสู่ประชาชน และหน่วยงานภายนอกทั้งหมด รวมทั้งการควบคุมประเด็นการนำเสนอข้อมูลของผู้บริหารที่อาจจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์การในตลาดหลักทรัพย์
2. ส่วนแผนประชาสัมพันธ์ รับผิดชอบการกำหนดแผนประชาสัมพันธ์เฉพาะส่วนกลาง ซึ่งเป็นแผนงานหลักที่กลุ่มธุรกิจต่าง ๆ จะนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดแผนประชาสัมพันธ์ของหน่วยธุรกิจต่อไป โดยที่แผนงานนี้จะรับแนวนโยบายโดยตรงจากผู้บริหาร
3. ส่วนมวลชนสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานใหม่ที่รับผิดชอบกิจกรรมมวลชนสัมพันธ์ และ มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องของการดำเนินธุรกิจของ ปตท. ในระดับท้องถิ่น โดยจะประสานงานกับหน่วยงานของกลุ่มธุรกิจที่ตั้งอยู่ในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ รวมทั้งโครงการใหม่ของปตท. ทั้งที่กำลังดำเนินงานอยู่และพื้นที่ที่คาดว่าจะมีโครงการใหม่เกิดขึ้น
4. ส่วนโสตทัศนูปกรณ์ ดำเนินงานสร้างสรรค์สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของทุกหน่วยธุรกิจ เช่นเดิม แต่พัฒนาให้มีขั้นตอนที่รวดเร็ว และมีรูปแบบของสื่อที่ทันสมัยขึ้น

หลังจากนั้นเมื่อ ปตท. ได้แปรสภาพไปเป็นบริษัท และมีการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2544 ปตท. ได้จัดตั้งหน่วยงานใหม่เพื่อทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลให้กับนักลงทุนและตลาดหลักทรัพย์ คือส่วนตลาดทุนและนักลงทุนสัมพันธ์ ซึ่งจะมีการประสานงานอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ส่วนกลาง หน่วยงานประชาสัมพันธ์จากทุก ๆ กลุ่มธุรกิจและผู้บริหารระดับสูง เพื่อนำเสนอข้อมูลของบริษัทได้อย่างถูกต้อง และครบถ้วนตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งกำหนด หลักการสำคัญของการเปิดเผยข้อมูลไว้ ดังนี้

1. ข้อมูลที่เปิดเผยต้องถูกต้อง ชัดเจน เพียงพอ และทันเวลา
2. ผู้รับข่าวสารต้องได้รับอย่างเท่าเทียมกัน
3. คุณภาพของข่าวสารต้องเท่าเทียมกัน ทั้งประเภทของสื่อและภาษาที่ใช้

## ความเป็นมาของบริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด (อ้างอิงจาก

<http://www.jet.co.th/about.html>)

บริษัท ปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2550 จากการเข้าซื้อกิจการบริษัท ConocoPhillips ประเทศสหรัฐอเมริกา ปัจจุบันเป็นส่วนหนึ่งในกลุ่มธุรกิจ บริษัท ปตท จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นองค์กรทางด้านพลังงาน ชี้นำของประเทศไทย ที่ดำเนินธุรกิจครบวงจรทั้งทางด้าน ก๊าซธรรมชาติ น้ำมัน และปิโตรเคมี โดยเราทำหน้าที่บริหาร สถานีบริการน้ำมันและร้านค้าสะดวกซื้อ ภายใต้ ชื่อ Jet/Jiffy (เจท/จิปพี) ในประเทศไทย

สถานีบริการน้ำมัน Jet (เจท) เป็นสถานีบริการน้ำมันที่มีความทันสมัย มีการใช้เทคโนโลยีที่ดึงดูด มีระบบตรวจสอบความปลอดภัยโดยการติดกล้องวงจรปิดเพื่อความปลอดภัยของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ มีพื้นที่กว้างขวางราว 3-5 ไร่ ทำให้เกิดความลงตัวอย่างสมบูรณ์แบบสำหรับกลุ่มลูกค้าของบริษัทเพิ่มความผ่อนคลายด้วยส่วนของศาลาพักผ่อนที่ให้ลูกค้าเป็นจุดพักรถและจุดนัดพบ ทุกๆสถานี รวมทั้งมีทางเข้า-ออก และบริเวณจอดรถอันสะดวกสบายเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และยังมีร้านสะดวกซื้อขนาดใหญ่ภายใต้ชื่อ Jiffy (จิปพี) ที่มีการพัฒนาในเรื่องพื้นที่จากขนาด 150 ตารางเมตรจนถึง 550 ตารางเมตร ซึ่งจะเห็นได้ว่าเป็นร้านสะดวกซื้อที่ใหญ่ที่สุดในสถานีบริการน้ำมัน ทั้งในด้านของพื้นที่และความหลากหลายของ ผลิตภัณฑ์ สิ่งนี้เอง ทำให้จิปพีสามารถมีสินค้าที่มีคุณภาพ หลากหลายประเภท ในราคาที่เหมาะสมอย่างครบวงจร จิปพีมีสินค้ากว่า 3,000 รายการตั้งแต่อาหารจานด่วน ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม สินค้าเบ็ดเตล็ด ไปจนถึงสินค้าเพื่อสุขภาพ และสิ่งของจำเป็นในการเดินทาง

ด้วยคุณภาพการบริการซึ่งถือเป็นหัวใจของการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรทุกคนอย่างต่อเนื่อง และเป็นหลักการ ที่ยึดมั่นตลอดมา ในการดำเนินธุรกิจขององค์กร เพื่อให้ตอบสนองความพึงพอใจและความประทับใจแก่ลูกค้าทุกท่านที่เข้ามาใช้บริการ ปัจจุบันมีพนักงานทั้งสิ้นกว่า 3,000 คน พร้อมให้บริการด้วยใจแก่ลูกค้าทุกท่าน

ปัจจุบันบริษัทปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัดมีสถานีให้บริการรวม 146 สถานีทั่วประเทศ แบ่งเป็น

กรุงเทพและปริมณฑล	52 แห่ง
ภาคเหนือ	10 แห่ง
ภาคกลาง	18 แห่ง
ภาคตะวันออก	34 แห่ง
ภาคอีสาน	12 แห่ง
ภาคตะวันตก	20 แห่ง

### **ความเป็นมาของบริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียมจำกัด (มหาชน)**

(อ้างอิงจาก <http://www.pptep.com/th/aboutPttpeVisionAndMission.aspx>)

ปตท. สผ. เป็นบริษัทสำรวจและผลิตปิโตรเลียมของคนไทย มีพันธกิจหลักในการสรรหาปิโตรเลียมเพื่อสนองความต้องการใช้พลังงานทั้งภายในประเทศ และประเทศที่ไปลงทุน รวมทั้งสามารถนำเป็นรายได้กลับคืนสู่ประเทศไทย ปตท. สผ. เป็นบริษัทมหาชน หนึ่งในสิบบริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าทุนตามตลาดสูงสุดในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปตท.สผ. ประกอบธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียมมากกว่า 30 โครงการทั้งในและต่างประเทศ มีพนักงานในกลุ่มกว่า 2,000 คน ปตท. สผ. มุ่งพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อคนไทย ด้วยจิตสำนึกของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สนับสนุนส่งเสริมการศึกษาของเด็กและเยาวชน และร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสังคมในทุกพื้นที่ที่บริษัทเข้าไปดำเนินการ

#### **วิสัยทัศน์ขององค์การ**

เราจะเติบโตทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อสนองความต้องการปิโตรเลียมของประเทศไทยในปัจจุบันและอนาคต โดยการประสานประโยชน์ภายในกลุ่มปตท. จะเป็นพลังขับเคลื่อนสำหรับการเติบโตของเรา

#### **พันธกิจขององค์การ**

เราจะผลิตน้ำมัน และก๊าซธรรมชาติที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในราคาที่แข่งขันได้



## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว จุฑามาศ สุขสวัสดิ์ ชื่อเล่น อู เกิดวันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2527 ที่ จังหวัดพิษณุโลก เข้าศึกษาระดับประถมศึกษาที่โรงเรียนอนุบาลพิษณุโลก เข้าศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นที่โรงเรียนเฉลิมขวัญสตรี จังหวัดพิษณุโลก และจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนสตรีวิทยา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต เอกภาษาฝรั่งเศส เกียรตินิยมอันดับสองจากคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในปีการศึกษา 2549 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2550

