



## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัทปตท." นี้ ได้แบ่งการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัทปตท. โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสารและสื่อต่าง ๆ ที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง และส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาทัศนคติของพนักงานต่อการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัทปตท. โดยการวิจัยเชิงสำรวจ การเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ ความน่าเชื่อถือ ความน่าสนใจและจุดใจของสารประชาสัมพันธ์ พฤติกรรมของพนักงานที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

### ส่วนที่ 1 การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของกลุ่มบริษัทปตท.

การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัทปตท. ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารแผนงานและรายละเอียดต่าง ๆ ในการเตรียมงานจากฝ่ายสื่อสารองค์กร รวมถึงเอกสารต่าง ๆ ที่ได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร และทำการสัมภาษณ์ผู้ที่มีหน้าที่ในการรับผิดชอบการวางแผนและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร จำนวน 6 ท่าน คือ

1. คุณอัจฉรีย์ วรสุทธิกา ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน)
2. คุณภาณุวัฒน์ จาโรทก ตำแหน่ง ผู้ชำนาญการฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน)
3. คุณอัญชลี หวังวีระมิตร ตำแหน่ง ผู้จัดการส่วนแผนสื่อสารองค์กร บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน)
4. คุณทักษิรา ธนัตนันทพล ตำแหน่ง พนักงานสื่อสารองค์กร ส่วนบริหารสื่อสารองค์กร ฝ่ายสื่อสารองค์กร บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน)

5. คุณบุษบรณ จินเจริญ ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้จัดการสื่อสารองค์กร สำนักกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)
6. คุณสิริประภา ศิริเกษม ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่อาวุโสสื่อสารองค์กร ฝ่ายกลยุทธ์ทรัพยากรบุคคล บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

จากการศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการรับผิดชอบการวางแผนและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัทปตท. ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

กลุ่มบริษัทปตท. เป็นกลุ่มบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านพลังงานและปิโตรเคมีอย่างครบวงจร ในฐานะที่เป็นบริษัทพลังงานแห่งชาติที่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความเข้มแข็งอย่างมากทั้งในด้านความมั่นคงขององค์กร และผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งกลุ่มบริษัทปตท. นั้น มีบริษัทในเครือที่เป็นบริษัทหลักอยู่ 24 บริษัทด้วยกัน ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้จะทำการเก็บข้อมูล 3 บริษัท คือ บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัทปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด และบริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

- **กลุ่มบริษัทปตท.**

**วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าของกลุ่มบริษัทปตท.**

**วิสัยทัศน์**ของกลุ่มบริษัทปตท. คือ “เป็นบริษัทพลังงานไทยข้ามชาติชั้นนำ”

**พันธกิจ**ของกลุ่มบริษัทที่มีร่วมกันต่อประเทศ คือ “จะดำเนินการสร้างความมั่นคงด้านพลังงานในระยะยาว โดยการจัดหาปริมาณที่เพียงพอคุณภาพได้มาตรฐาน และราคาเป็นธรรม”

**พันธกิจ**ของกลุ่มบริษัทที่มีร่วมกันต่อสังคมชุมชน คือ “จะเป็นองค์กรที่ดีของสังคมในการดำเนินกิจการ โดยปกป้องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายใต้มาตรฐานสากล และมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีแก่สังคมชุมชน”

**พันธกิจ**ของกลุ่มบริษัทที่มีร่วมกันต่อผู้ถือหุ้น คือ “จะดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ สามารถสร้างกำไรเพื่อให้ผลตอบแทนที่ดีและให้มีการเจริญเติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืน”

**พันธกิจของกลุ่มบริษัทที่มีร่วมกันต่อลูกค้า** คือ “จะสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า โดยผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพสูงในระดับมาตรฐานสากล ด้วยราคาเป็นธรรม”

**พันธกิจของกลุ่มบริษัทที่มีร่วมกันต่อคู่ค้า** คือ “จะดำเนินธุรกิจร่วมกันโดยพื้นฐานของการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มุ่งสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือที่ดี เพื่อพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาว”

**พันธกิจของกลุ่มบริษัทที่มีร่วมกันต่อพนักงานในกลุ่ม** คือ “จะสนับสนุนการพัฒนาความสามารถการทำงานระดับมืออาชีพอย่างต่อเนื่องให้ความมั่นใจในคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานทัดเทียมบริษัทชั้นนำ”

**คุณค่าของกลุ่มบริษัทปตท.** (The way we do things around here)

คุณค่าที่สร้างให้เกิดขึ้นกับตัวของพนักงานของกลุ่มบริษัท เพื่อที่พนักงานจะทำงานให้กับองค์กร ให้องค์กรเกิดคุณค่านั้น เรียกว่า “SPIRIT” อันได้แก่

S = Synergy คือการสร้างพลังร่วมกัน

P = Performance Excellence คือความเป็นเลิศของผลงาน

I = Innovation คือการส่งเสริมนวัตกรรม

R = Responsibility คือความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

I = Integrity & Ethics คือความสัตย์ซื่อถื่อมันและจริยธรรม

T = Trust & respect คือความไว้วางใจและนับถือซึ่งกันและกัน

- บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน)

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย หรือ ปตท. ได้รับการสถาปนาขึ้นเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2521 โดยตลอดระยะเวลา 30 ปีที่ผ่านมา ปตท. เป็นบริษัทที่ให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก โดยกำหนดให้มีฝ่ายประชาสัมพันธ์ขึ้นนับตั้งแต่เริ่มสถาปนาองค์การ ซึ่งฝ่ายประชาสัมพันธ์นี้จะมีโครงสร้างการบริหารงานที่ขึ้นตรงกับผู้บริหารสูงสุดขององค์การ แต่การทำประชาสัมพันธ์ในยุคนั้นยังไม่เป็นที่สนใจมากนัก เนื่องจากกิจการของปตท. ยังอยู่ในระหว่างการสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางธุรกิจ ดังนั้น ปตท. จึงให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจขององค์การเป็นหลัก เพื่อสร้างความมั่นคงและความมีเสถียรภาพในการดำเนินธุรกิจให้เกิดขึ้นกับองค์การ ในสมัยนั้น ปตท. จึงเน้นเพียงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การให้เกิดขึ้นในสายตาของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และการทำกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง จากนั้นในปี พ.ศ. 2539 ปตท. ได้มีการปรับโครงสร้างองค์การ เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นบริษัทปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยเป็นครั้งแรก โดยได้มีการกำหนดการบริหารงานขององค์การเป็นลักษณะของหน่วยธุรกิจ อันได้แก่ ธุรกิจน้ำมัน ธุรกิจก๊าซธรรมชาติ และธุรกิจอินเตอร์เนชั่นแนล ซึ่งในแต่ละหน่วยธุรกิจก็จะมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของตน โดยจะมีการประสานงานและรับนโยบายโดยตรงจากผู้บริหารสูงสุดของแต่ละหน่วยธุรกิจ โดยแต่ละหน่วยธุรกิจนั้น จะมีการรับนโยบายการประชาสัมพันธ์จากฝ่ายประชาสัมพันธ์ส่วนกลาง เพื่อที่แต่ละหน่วยธุรกิจจะมีแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกัน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีการประสานงานและมีการประชุมติดตามความก้าวหน้าของงานประชาสัมพันธ์ของแต่ละหน่วยธุรกิจและส่วนกลางร่วมกันอยู่เสมอ

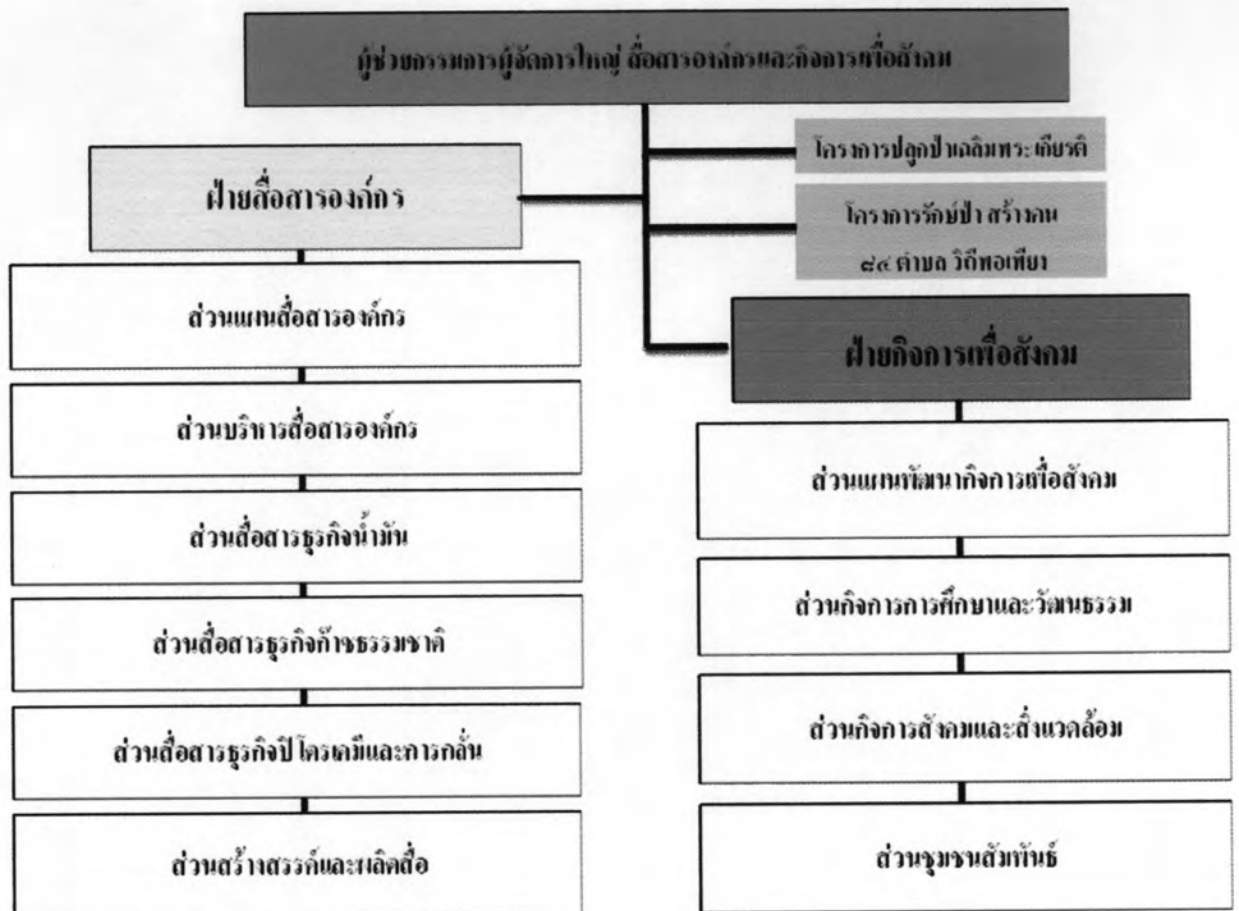
จากการปรับโครงสร้างองค์การครั้งล่าสุดในปี พ.ศ. 2544 ได้มีการเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารงานจากในรูปของหน่วยธุรกิจไปสู่กลุ่มธุรกิจ อันประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ กลุ่มธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่น กลุ่มธุรกิจน้ำมัน ที่เกิดจากการรวมตัวกันของหน่วยธุรกิจน้ำมันและอินเตอร์เนชั่นแนล โดยในแต่ละกลุ่มธุรกิจก็ยังคงมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของตนเองที่ดำเนินงานภายใต้นโยบายและการประสานงานจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ส่วนกลาง เช่นเดียวกับการบริหารงานแบบหน่วยธุรกิจนั่นเอง

โดยสายงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ส่วนกลางของบริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) สามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน 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 ดำเนินกิจกรรมด้านโสตทัศนูปกรณ์เพื่อให้การสนับสนุนกิจกรรมของ ปตท. โดยสามารถสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ได้ในลักษณะครบวงจร ทั้งการจัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์ การจัดพิมพ์งาน นิทรรศการ การจัดทำวีดิทัศน์และ Presentation ในรูปแบบต่าง ๆ

โครงสร้างสายงานสื่อสารองค์กร และกิจการเพื่อสังคมของบริษัทปตท. จำกัด (มหาชน)



● บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด

บริษัท ปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2550 จากการเข้าซื้อกิจการบริษัท ConocoPhillips ประเทศสหรัฐอเมริกา ปัจจุบันเป็นส่วนหนึ่งในกลุ่มธุรกิจ บริษัท ปตท จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นองค์กรทางด้านพลังงานชั้นนำของประเทศไทย ที่ดำเนินธุรกิจอย่างครบวงจรทั้งทางด้าน ก๊าซธรรมชาติ น้ำมัน และปิโตรเคมี โดยบริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ทำหน้าที่ในการบริหาร สถานีบริการน้ำมันและร้านค้าสะดวกซื้อ ภายใต้ ชื่อ Jet/Jiffy (เจ็ท/จ๊อฟี) ในประเทศไทย

สถานีบริการน้ำมัน Jet (เจ็ท) เป็นสถานีบริการน้ำมันที่มีความทันสมัย มีการใช้เทคโนโลยีที่ dingดูดสายตา มีระบบตรวจสอบความปลอดภัยโดยการติดกล้องวงจรปิดเพื่อความปลอดภัยของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และยังมีพื้นที่ในการให้บริการอย่างกว้างขวางราว 3-5 ไร่ ทำให้เกิดความลงตัวอย่างสมบูรณ์แบบสำหรับกลุ่มลูกค้าขององค์กร โดยเพิ่มความผ่อนคลายด้วยส่วนของศาลาพักผ่อน ที่ให้บริการลูกค้าเพื่อใช้เป็นจุดพักรถและจุดนัดพบ รวมทั้งมีทางเข้า-ออก และบริเวณจอดรถอันสะดวกสบายเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และยังมีร้านสะดวกซื้อขนาดใหญ่ภายใต้ ชื่อ Jiffy (จ๊อฟี) ที่มีการพัฒนาในเรื่องพื้นที่จากขนาด 150 ตารางเมตรจนถึง 550 ตารางเมตร ซึ่ง จะเห็นได้ว่าเป็นร้านสะดวกซื้อที่ใหญ่ที่สุดในสถานีบริการน้ำมัน ทั้งในด้านของพื้นที่และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจ จำกัด เน้นการบริการลูกค้าด้วยคุณภาพและความใส่ใจ ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของการดำเนินธุรกิจขององค์กร ดังนั้นบริษัทจึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรทุกคนอย่างต่อเนื่อง และเป็นหลักการที่ยึดมั่นตลอดมา เพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความประทับใจแก่ลูกค้าทุกคนที่เข้ามาใช้บริการ โดยปัจจุบันบริษัทมีพนักงานทั้งสิ้นกว่า 3,000 คน จึงถือเป็นบริษัทขนาดใหญ่และเป็นบริษัทที่มีความสำคัญบริษัทหนึ่งในกลุ่มบริษัทปตท.

ปัจจุบันบริษัทปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัดมีสถานีให้บริการรวม 146 สถานีทั่วประเทศ แบ่งเป็น

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

#### ● บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

ปตท. สผ. เป็นบริษัทสำรวจและผลิตปิโตรเลียมของคนไทย ซึ่งมีพันธกิจหลักในการสรรหาปิโตรเลียมเพื่อตอบสนองความต้องการการใช้พลังงานทั้งภายในประเทศ และประเทศที่ไปลงทุน รวมทั้งสามารถนำเป็นรายได้กลับคืนสู่ประเทศไทย ปตท. สผ. เป็นบริษัทมหาชน โดยเป็นหนึ่งในสิบบริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าหุ้นตามตลาดสูงสุดในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ปตท.สผ. เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียมมากกว่า 30 โครงการ ทั้งในและต่างประเทศ โดยมีพนักงานในกลุ่มกว่า 2,000 คน จึงถือเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีการเติบโตของธุรกิจเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ปตท.สผ. ยังเป็นบริษัทที่ให้ความสำคัญกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ โดยมุ่งพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อคนไทย ด้วยจิตสำนึกของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และยังให้การสนับสนุนส่งเสริมการศึกษาของเด็กและเยาวชนอย่างต่อเนื่อง และร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสังคมในทุกพื้นที่ที่บริษัทเข้าไปดำเนินการ

#### วิสัยทัศน์ขององค์การ

เราจะเติบโตทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อสนองความต้องการปิโตรเลียมของประเทศไทยในปัจจุบันและอนาคต โดยการประสานประโยชน์ภายในกลุ่มปตท. จะเป็นพลังขับเคลื่อนสำหรับการเติบโตของเรา

#### พันธกิจขององค์การ

เราจะผลิตน้ำมัน และก๊าซธรรมชาติที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในราคาที่แข่งขันได้

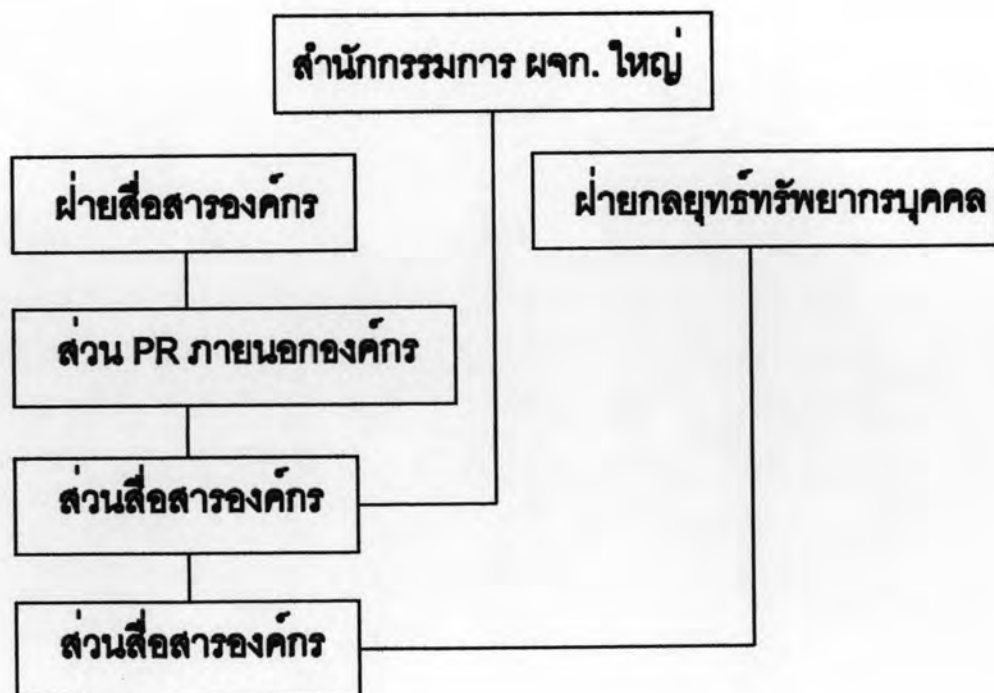
บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องการสื่อสาร 3 หน่วยงานหลักด้วยกัน คือ

1. ส่วนงานประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร (External Public Relations) เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร

2. ส่วนงานสื่อสารองค์กรภายใต้การควบคุมดูแลของสำนักกรรมการผู้จัดการใหญ่ (Organization Communication) เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบและดูแลการสื่อสารของผู้บริหารระดับสูงที่มีถึงพนักงานในองค์กรเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นการประกาศแนวนโยบาย คำสั่ง ระเบียบ ข้อบังคับ ฯลฯ รวมไปถึงการดูแลรับผิดชอบสารประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการสื่อความของผู้บริหารกับพนักงานในองค์กร

3. ส่วนงานสื่อสารองค์กรภายใต้การควบคุมดูแลของฝ่ายกลยุทธ์ทรัพยากรบุคคล (Internal Public Relations) เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการสื่อสารภายในองค์กรทั้งหมด มีหน้าที่ในการทำการสื่อสารกับพนักงานทั้งหมดขององค์กร โดยเป็นส่วนงานที่ต้องทำงานร่วมกับฝ่ายกลยุทธ์ทรัพยากรบุคคล

โครงสร้างสายงานสื่อสารองค์กรของบริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)





โดยทั้ง 3 หน่วยงานนี้จะทำหน้าที่การสื่อสารที่ต่างกันไป แต่จะมีการแบ่งหน้าที่ในการปฏิบัติงานไม่ค่อยชัดเจนมากนัก เนื่องจากการทำงานประชาสัมพันธ์นั้น จะมีขอบเขตการทำงานที่เกี่ยวข้องกันอยู่ ต้องมีการทำงานร่วมกันมีการประสานงานกัน มีการวางแผนงาน แผนกลยุทธ์ในการทำงานร่วมกัน กล่าวคือ มีการทำงานร่วมกันตลอดเวลา เพื่อให้งานด้านการสื่อสารขององค์กรมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลสูงสุด

ในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าของกลุ่มบริษัทปตท. นั้น ทางกลุ่มจะมีการกำหนดเป้าหมาย แผนองค์กร แผนธุรกิจ แผนการดำเนินงาน และกลยุทธ์ของกลุ่มบริษัท ร่วมกันในทุก ๆ ปี โดยผู้บริหารระดับสูงของแต่ละบริษัทในกลุ่มบริษัทปตท. จะทำการประชุมร่วมกันในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของกลุ่ม เพื่อเป็นแนวทางการทำงานที่แต่ละบริษัทจะต้องนำไปสร้างให้เกิดขึ้นในทางปฏิบัติ ดังนั้นบริษัทในกลุ่มบริษัทปตท. จึงมีเป้าหมาย แผนองค์กร แผนธุรกิจ และกลยุทธ์ ที่มีความสอดคล้องกัน เพราะเป็นกลุ่มบริษัทที่มีวิสัยทัศน์ของกลุ่มร่วมกัน มีการดำเนินงานร่วมกันในทุก ๆ ด้าน

*“บริษัทปตท. และบริษัทในเครืออื่น ๆ จะมี Vision Mission และ Values หรือที่ทางกลุ่มบริษัท เรียกว่า VMV ของกลุ่มบริษัทร่วมกัน ที่จะเป็นแนวทางที่แต่ละบริษัทจะต้องไปสร้างให้เกิดขึ้นในบริษัทของตัวเอง คือ มีเป้าหมายร่วมกันในการทำงาน ซึ่งจะมีการทำแผนงานร่วมกันทุก ๆ ปี ใน 1 ปีก็จะมีการจัดการประชุมร่วมกันของผู้บริหารของแต่ละบริษัทในกลุ่มบริษัทร่วมกัน 1 ครั้ง โดยจะทำการประชุมเกี่ยวกับแผนองค์กรของกลุ่มบริษัท ประชุมเพื่อทำแผนของกลุ่มบริษัทร่วมกัน จากนั้นเมื่อได้แผนหลักของกลุ่มร่วมกันแล้ว แต่ละบริษัทในกลุ่มก็จะไปกำหนดแผนขององค์กรเขาเองว่าจะกำหนดแผนขององค์กรยังไงเพื่อที่จะให้บรรลุ Vision ของกลุ่มบริษัทปตท.”*

*(สัมภาษณ์คุณอัญชลี หวังวีระมิต, บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน))*

จากการศึกษาพบว่าบริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด และบริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) นั้นมีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน รูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ก็มีความคล้ายคลึงกันเป็นอย่างมาก

มาก รวมไปถึงสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในองค์กรก็มีความเหมือนกัน ซึ่งอาจจะมีสื่อบางสื่อที่มีการให้ความสำคัญมากน้อยต่างกันไป ซึ่งประเด็นสำคัญที่มีความเหมือนกันของบริษัททั้ง 3 นั้นสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

### 1. การกำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร

เนื่องจากกลุ่มบริษัทปตท. นั้น มีวิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าของกลุ่มบริษัทร่วมกัน ดังนั้น การวางแผนงานขององค์กรจึงจำเป็นต้องวางแผนให้มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าของกลุ่มบริษัทเป็นสำคัญ โดยการวางแผนงานประชาสัมพันธ์นั้นก็ต้องทำการวางแผนให้เป็นไปตามทิศทางเดียวกับแผนองค์กรเช่นกัน ซึ่งบริษัททั้ง 3 มีความเหมือนกัน ดังนี้

ในการวางแผนการและขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรนั้น อย่างแรกคือ ผู้จัดทำแผนต้องทราบถึงทิศทางและนโยบายในการดำเนินธุรกิจขององค์กร เนื่องจากการที่จะนำข้อมูลต่าง ๆ มาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรนั้น จำเป็นต้องทราบให้แน่ชัดว่าบริษัทมีทิศทางนโยบายอย่างไร จึงจะสามารถนำข้อมูลนั้นมาใช้ในการดำเนินการวางแผนเป็นขั้นตอนได้ การเขียนแผนนั้นเริ่มต้นจากการค้นหาข้อมูลที่สามารถนำมาเชื่อมโยงกับทิศทางและนโยบายในการดำเนินธุรกิจ อันได้แก่เรื่องนโยบาย แผนธุรกิจ แผนการตลาด แนวทางการดำเนินงานและทิศทางปฏิบัติการ เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งที่พนักงานทุกคนจำเป็นต้องทราบข้อมูลเหล่านี้ เหตุผลที่พนักงานจำเป็นต้องทราบถึงข้อมูลหรือสิ่ง ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับองค์กรก็เพื่อที่จะสร้างให้พนักงานเกิดความเข้าใจและความจงรักภักดีต่อองค์กร

หลังจากที่ได้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ก็ให้นำสิ่งเหล่านั้นมาใช้ประกอบการเขียนหรือวางแผนการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร การวางแผนงานประชาสัมพันธ์จะต้องมีความสอดคล้องกับแผนขององค์กรให้มากที่สุด วางแผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินไปสู่ทิศทางที่ได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้

*"ในการทำแผนของบริษัท จะมีการวางแผนงานกันทุกปี โดยฝ่าย Corporate Planning ขององค์กรจะเป็นผู้กำหนดแผนขององค์กรว่า ปีนี้แผนขององค์กรจะไปในทิศทางไหน จะมีการลงทุนด้านไหนบ้าง รวมถึงจะขยายการลงทุนไปยังภูมิภาคไหน ดังนั้นทุกหน่วยงานในบริษัทก็ต้องกำหนดแผนของหน่วยงานของตนให้สอดคล้องกับแผนขององค์กรที่วางไว้ ในเรื่องของการทำแผน*

สื่อสารองค์กร ทางฝ่ายก็จะมาประชุมร่วมกันว่า ทางฝ่ายเราจะวางแผนสื่อสาร องค์กรอย่างไรเพื่อให้สอดคล้องกับแผนองค์กรให้มากที่สุด”

(สัมภาษณ์คุณสิริประภา ศิริเกษม, บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน))

## 2. วัตถุประสงค์ของการทำประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัทปตท.

บริษัททั้ง 3 มีวัตถุประสงค์ของการทำประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรร่วมกันดังนี้คือ

1. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลภายในองค์กร ได้แก่ พนักงานกับพนักงาน และ พนักงานกับผู้บริหาร
2. เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร นโยบาย ทิศทาง และความเคลื่อนไหวขององค์กรในทุก ๆ ด้าน ให้พนักงานในองค์กรได้ทราบ
3. เพื่อเป็นช่องทางในการสร้างและต่อยอดเรื่องของวัฒนธรรมองค์กรที่พนักงานทุกคนต้อง ยอมรับร่วมกัน
4. เพื่อให้พนักงานตอบสนองต่อทิศทาง และนโยบายขององค์กรได้อย่างถูกต้อง

## 3. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ พนักงานทุกคนขององค์กร

กลุ่มเป้าหมายรอง คือ ครอบครัวของพนักงานในองค์กร

## 4. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัทปตท.

จากการศึกษาการดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายในของกลุ่มบริษัทปตท. นั้น พบว่า กลุ่ม บริษัทมีการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์หลายประเภทผสมผสานกัน เพื่อให้สารประชาสัมพันธ์นั้น

สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ทั่วถึง และมีประสิทธิผลมากที่สุด โดยมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสอดคล้องกันดังต่อไปนี้

### สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กรของกลุ่มบริษัทปตท. มีดังนี้คือ ปฏิทินประจำวัน ข่าวประชาสัมพันธ์ วารสารภายในองค์กร เอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ หนังสือเวียนและบันทึกถึงพนักงานโดยตรง ป้ายประกาศ โปสเตอร์ซึ่งจะติดประกาศไว้ที่หน้าลิฟต์ของ ทุก ๆ ชั้น และทุก ๆ แผนก จดหมายข่าว แผ่นปลิวต่าง ๆ และ HR news เป็นต้น

โดยสื่อสิ่งพิมพ์ที่เน้นเป็นพิเศษ คือ สื่อวารสารภายในองค์กร ทั้งวารสารบ้านเรา (วารสาร PTT Spirit) ของบริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) วารสารภายในองค์กรของบริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด และวารสารกันเองของบริษัทปตท.สผ. ซึ่งเป็นสื่อที่ออกรายเดือนเป็นประจำทุกเดือน

โดยสื่อวารสารบ้านเรา (วารสาร PTT Spirit ) แบ่งเป็นคอลัมภ์ได้ทั้งหมด 16 คอลัมภ์ ดังนี้

- |                          |   |
|--------------------------|---|
| 1. เรื่องเล่าจาก กณญ.    | 2. คู่ยเฟื่องเรื่องปีโตรเคมีและการกลั่น |
| 3. บอกเล่าข่าวก๊าซ       | 4. น้ำมันกันเอง                         |
| 5. BEP                   | 6. CSR                                  |
| 7. มุมมองCSRโครงการ      | 8. Cover Story                          |
| 9. สนุกกับเกม            | 10. มุม ICT                             |
| 11. มุม QSHE             | 12. สุดสัปดาห์                          |
| 13. Travel               | 14. News Station                        |
| 15. เรื่องเล่าริมระเบียง | 16. หน้าต่างหนังสือ                     |

### 1. เรื่องเล่าจาก กณญ.

จากคอลัมภ์นี้จะเป็นการสื่อสารจากผู้บริหารระดับสูง ซึ่งก็คือ คุณประเสริฐ บุญสัมพันธ์ กรรมการผู้อำนวยการใหญ่บริษัทปตท. จำกัด มหาชน ไปสู่พนักงานในบริษัท โดยสารที่เผยแพร่ใน คอลัมภ์นี้จะเป็นเรื่องราวความก้าวหน้าในการดำเนินงาน รวมไปถึงรางวัลแห่งความสำเร็จความภาคภูมิใจที่องค์กรได้รับ และยังเป็นการสื่อความถึงพนักงานเพื่อสร้างให้เกิดความสามัคคี ความร่วมมือร่วมใจกันในการทำงานเพื่อองค์กร โดยภาษาที่ใช้จะเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย มีความเป็นกันเองสูงเพราะเป็นลักษณะของการพูดคุยเล่าเรื่องที่ไม่มีพิธีรีตองมากนัก

### 2. คุยเฟื่องเรื่องปิโตรเคมีและการกลั่น

คอลัมภ์นี้จะเป็นการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหวของกลุ่มธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่นของกลุ่มบริษัทปตท. ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลของผลิตภัณฑ์ ที่องค์กรผลิตขึ้น รวมไปถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่องค์กรพยายามคิดค้นขึ้น เพื่อเป็นพลังงานทดแทนและเป็นพลังงานทางเลือกเพื่อนคนไทย และข่าวการขยายการลงทุนของกลุ่มธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่น

### 3. บอกเล่าข่าวก๊าซ

คอลัมภ์นี้จะเป็นการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ข่าวสารความเคลื่อนไหวของกลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติของกลุ่มบริษัทปตท. โดยจะทำการเผยแพร่ข่าวสารของกลุ่มธุรกิจ ทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์ก๊าซ การขยายสถานีบริการ NGV เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน หรือแม้แต่กิจกรรมที่ทางกลุ่มธุรกิจก๊าซได้จัดขึ้น รวมไปถึงการขยายการลงทุนของธุรกิจก๊าซ

### 4. น้ำมันกันเอง

คอลัมภ์นี้จะเป็นการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ข่าวสารความเคลื่อนไหวของกลุ่มน้ำมันของกลุ่มบริษัทปตท. โดยจะทำการเผยแพร่ข่าวสารของกลุ่มน้ำมัน ทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์น้ำมันของกลุ่มธุรกิจ สถานีบริการน้ำมันที่ได้รับมาตรฐานในเรื่องความสะอาด หรือแม้แต่กิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางกลุ่มธุรกิจน้ำมันได้จัดขึ้น รวมไปถึงการคิดค้นผลิตภัณฑ์ทางเลือกเพื่อนคนไทย

### 5. BEP (คุยธุรกิจกับ Mr.Enable Man)

คอลัมภ์นี้จะเป็นคอลัมภ์เกี่ยวกับเรื่องราวธุรกิจ ความรู้ที่เป็นประโยชน์ในการทำธุรกิจ กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ที่องค์กรใช้เพื่อผลักดันให้องค์กรประสบความสำเร็จ หรือนโยบายแนวคิดทางธุรกิจเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้องค์กรเจริญเติบโต



## 6. CSR

คอลัมภ์นี้จะเป็นเรื่องราวของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งบริษัทปตท. นี้ได้ให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่เริ่มสถาปนาองค์กร คอลัมภ์นี้จึงเป็นช่องทางในการเผยแพร่แนวความคิดเกี่ยวกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม รวมไปถึงกิจกรรมCSR ต่าง ๆ ที่องค์กรได้จัดขึ้น

## 7. มุมมองCSRโครงการ

คอลัมภ์นี้จะเป็นเรื่องราวของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเช่นเดียวกับคอลัมภ์ CSR แต่จะเน้นการเสนอแนวคิดขององค์กรที่ว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทปตท. ในโครงการต่าง ๆ นั้น จะมีการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ใส่ใจสิ่งแวดล้อมซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยจะให้ความสนใจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ที่มีความเกี่ยวข้องหรือได้รับผลกระทบจากการดำเนินโครงการต่าง ๆ ขององค์กร

## 8. Cover Story

เป็นคอลัมภ์ที่น่าเสนอเรื่องราวเด่นๆ ในแต่ละเดือน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของก๊าซธรรมชาติ น้ำมัน ปิโตรเคมีและการกลั่น โครงการต่าง ๆ ขององค์กร เรื่องราวมุมมองที่จะผลักดันองค์กรให้บรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร เป็นต้น

## 9. สนุกกับเกม

คอลัมภ์นี้จะเป็นเกมเพื่อให้ผู้รับสารได้เล่นเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน อีกทั้งยังเป็นการฝึกสมองได้เป็นอย่างดี โดยเกมในแต่ละฉบับก็จะมีการเปลี่ยนไปเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นการคำนวณตัวเลข เกมฝึกความจำ เกมคำถามอะไรเอ่ย เป็นต้น โดยการเล่นเกมในแต่ละฉบับจะเปิดโอกาสให้พนักงานได้ร่วมสนุกส่งคำตอบของเกม เพื่อลุ้นรับรางวัลจากการตอบคำถามได้ถูกต้อง

## 10. มุม ICT

คอลัมภ์นี้เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับความทันสมัย ความก้าวหน้าขอเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่องค์กรได้นำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการปฏิบัติงานขององค์กร โดยหัวใจของการสื่อสารในเรื่อง ICT คือ นโยบายของการใช้ Green ICT คือการใช้อุปกรณ์เครื่องคอมพิวเตอร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

## 11. มุม QSHE

คอลัมภ์นี้จะเป็นการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ โดยจะนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวกับสภาวะแวดล้อมในโลกของเรา เช่น วิกฤตปัญหาภาวะโลกร้อน ธรรมชาติให้พนักงานใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัด เป็นต้น

## 12. สุดสัปดาห์

เป็นคอลัมภ์ที่เกี่ยวกับเรื่องของการกิน ที่อยากให้นักงงานในองค์กรได้มีโอกาสได้ลิ้มลองความอร่อยของอาหารทั้งคาว หวาน ในช่วงวันหยุดพักผ่อนสุดสัปดาห์ โดยจะแนะนำร้านอาหารแสนอร่อยและอาหารจานเด็ดของร้านนั้น ๆ นอกจากนี้ยังมีแผนที่ของร้านอาหาร แนะนำอธิบายอย่างละเอียดชัดเจน

## 13. Travel

เป็นคอลัมภ์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ ศิลปะวัฒนธรรม รวมไปถึงการไปศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของชาวบ้านในพื้นที่ต่าง ๆ โดยจะให้รายละเอียดข้อมูลการท่องเที่ยว และการเดินทางอย่างชัดเจน

## 14. News Station

จะเป็นคอลัมภ์ที่สรุปรวบรวมข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ขององค์กร ในรอบเดือนที่ผ่านมา เพื่อเผยแพร่ให้พนักงานได้ทราบโดยทั่วกัน

## 15. เรื่องเล่าริมระเบียง

เป็นคอลัมภ์ที่จะนำเสนอเรื่องราวสาระน่ารู้ที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน ทั้งเรื่องราวน่ารู้ในการดำเนินชีวิต เรื่องราวน่ารู้ในการปฏิบัติงาน การออกกำลังกาย เรื่องราวดี ๆ ในการใช้ชีวิตให้มีความสุข เป็นต้น

## 16. หน้าต่างหนังสือ

เป็นคอลัมภ์ที่แนะนำหนังสือใหม่ หนังสือที่มีสาระน่ารู้ น่าสนใจ โดยจะแนะนำให้พนักงานได้ลองหามาอ่านกัน และสื่อวารสารกันเอง แบ่งออกได้เป็น 10 คอลัมภ์ ดังนี้

1. คู่ยกัน(เอง)

2. On the move

- |                         |                                       |
|-------------------------|---------------------------------------|
| 3. CG ความดี            | 4. สารพันกันเอง                       |
| 5. Knowledge Management | 6. SWEEP Project                      |
| 7. สารดี ดี             | 8. SSHE Corner                        |
| 9. Life Style           | 10. เกือบเล็กผสมน้อยกับ “ Competency” |

### 1. คุยกัน(เอง)

คอลัมภ์คุยกัน(เอง) ก็คือ บทบรรณาธิการของวารสารกันเอง โดยบรรณาธิการของวารสาร จะทำการสื่อสารเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ไป ไม่ว่าจะเป็นเรื่องดินฟ้าอากาศ การได้รับโบนัสของพนักงาน ซึ่งเป็นคอลัมภ์เพื่อการกล่าวทักทายผู้อ่านก่อนทำการอ่านวารสารนั่นเอง

### 2. On the move

เป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และกิจกรรม โครงการต่าง ๆ ขององค์กร เพื่อให้พนักงานทุกคนได้รับทราบโดยทั่วกัน ไม่ว่าจะเป็นข่าวการปฐมนิเทศกรรมการใหม่ ข่าวกิจกรรมเพื่อสังคม ข่าวกิจกรรมของชมรมต่าง ๆ ขององค์กร เป็นต้น

### 3. CG ความดี

เป็นคอลัมภ์ที่เน้นการให้ข้อมูลในเรื่องของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งเป็นเรื่องที่องค์กรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยคอลัมภ์นี้จะนำเสนอถึงหลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดี รางวัลแห่งความภาคภูมิใจที่องค์กรได้รับในเรื่องของการกำกับดูแลกิจการที่ดี

### 4. สารพันกันเอง

เป็นเรื่องราวสารระนำรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพนักงานในองค์กร ทั้งในด้านการดำเนินชีวิตประจำวัน การอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม ข้อควรปฏิบัติในการทำงาน เป็นต้น

### 5. Knowledge Management

เป็นคอลัมภ์ที่นำเสนอเรื่องราวของการจัดการความรู้ เทคนิคและกลยุทธ์ในการเพิ่มองค์ความรู้ให้กับพนักงานในองค์กร

## 6. SWEEP Project

เป็นคอลัมภ์ที่นำเสนอเรื่องราวของทรัพยากรธรรมชาติ ธรรมชาติให้พนักงานใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างชาญฉลาด เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

## 7. สารคดี ดี

เป็นคอลัมภ์ที่นำเสนอเรื่องราว ดีๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงานทั้งในชีวิตประจำวัน และในการทำงาน โดยเนื้อหาในคอลัมภ์จะแบ่งออกเป็น ตอน ๆ ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละเดือน

## 8. SSHE Corner

เป็นคอลัมภ์ที่นำเสนอเรื่องราวความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินทั้งในชีวิตประจำวัน และในการทำงาน นำเสนอข้อควมระวังและข้อพึงปฏิบัติต่าง ๆ แก่พนักงานในองค์กร ไม่ว่าจะ เป็นเรื่องการขับรถ การใช้ลิฟต์ ข้อควรระวังเมื่อต้องออกไปจับจ่ายซื้อของ เป็นต้น

## 9. Life Style

เป็นคอลัมภ์ที่นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวทั้งใน และต่างประเทศ หรือการแนะนำร้านอาหาร แสนอร่อย รวมไปถึงอาหารจานเด็ดของร้านที่ทุกคนต้องลิ้มลอง

## 10. เกือบเล็กผสมน้อยกับ “ Competency”

เป็นคอลัมภ์ที่นำเสนอเรื่องราวความรู้ที่จำเป็นในการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคน โดยจะนำเสนอเรื่องราวของการพัฒนาความสามารถเชิงเทคนิคและเชิงพฤติกรรม เป็นการนำเสนอภาพรวมของความรู้ ทักษะและความสามารถที่จำเป็นต่อสายอาชีพ ส่วนหนึ่งจะเป็นความรู้และทักษะที่จำเป็นต่องานหลัก และอีกส่วนเป็นความรู้และทักษะอื่น ๆ ที่พนักงานต้องมี

## สื่อเฉพาะกิจ

บริษัททั้ง 3 มีสื่อเฉพาะกิจที่เหมือนกันคือ สื่อนิทรรศการประชาสัมพันธ์และหนังสือคู่มือการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยบริษัทปตท.สผ.จะมีการใช้Spotเพื่อกิจกรรมการรณรงค์ในเรื่องบรรษัทภิบาล และCode of Conduct ขององค์กร ซึ่งเป็นSpotสั้น ๆ 14เรื่อง ที่ใช้เป็นสื่อในการรณรงค์เพื่อเผยแพร่ไปสู่พนักงานในองค์กร เป็นสื่อเฉพาะกิจที่ใช้เป็นสื่อเสริมสื่อกิจกรรมรณรงค์ได้อีกวิธีหนึ่ง

## New Media

ช่องทางหลักในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปถึงพนักงานในบริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) นั้น ได้แก่ New Media อันได้แก่ Web Site ขององค์กร [www.pttplc.com](http://www.pttplc.com) และระบบ Intranet ขององค์กร ที่เรียกว่า What's news ซึ่งระบบ Intranet นี้ เป็นช่องทางหลักที่องค์กรใช้ในการสื่อสารไปถึงพนักงานในองค์กรมากที่สุด ซึ่งบริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ก็มีการใช้สื่อ New Media เช่นกัน ได้แก่ Web Site ขององค์กร [www.jet.co.th](http://www.jet.co.th) และระบบ Intranet ขององค์กร และสื่อ New Media ที่ทางบริษัทปตท.สผ.ใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารกับพนักงานในองค์กร ได้แก่ สื่อ Web Site ขององค์กร [www.pttep.com](http://www.pttep.com) ระบบ Intranet ขององค์กร ซึ่งเป็นสื่อหลักที่ใช้มากที่สุด รวมไปถึงสื่อ E-mail โดยสื่อ E-mail นี้จะใช้เป็นสื่อหลักในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ต่างประเทศ พนักงานขององค์กรที่เป็นชาวต่างชาติ หรือพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่นอกชายฝั่งเป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสื่อโทรทัศน์ภายในองค์กรที่จะทำการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ขององค์กรให้พนักงานทุกคนได้รับทราบ

## สื่อเสียงตามสาย

เสียงตามสายเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่องค์กรใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรซึ่งจะเปิดเป็นประจำทุกวัน และยังสามารถนำไฟล์เสียงที่ได้บันทึกไว้ ไปเปิดที่สำนักงานต่าง ๆ ของบริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) อีกด้วย แต่สื่อเสียงตามสายของบริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด และบริษัทปตท.สผ. นั้นมีการใช้น้อยมาก เนื่องจากการเปิดเสียงตามสายนั้น อาจเป็นการรบกวนการปฏิบัติงานของบุคลากรในหน่วยงานได้ เช่นหากมีการประชุมหรือการจัดอบรมสัมมนาในองค์กร เสียงตามสายก็อาจกลายเป็นสื่อที่รบกวนสมาธิการทำงานของบุคลากรภายในหน่วยงานได้

## สื่อกิจกรรม

สื่อกิจกรรมของบริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกิจกรรมที่สร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีให้เกิดขึ้นระหว่างผู้บริหารกับพนักงานและครอบครัวของพนักงานนั้นมีมากมายหลายกิจกรรมด้วยกัน ซึ่งสื่อกิจกรรมมีส่วนช่วยให้การประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจและประสบความสำเร็จได้มากขึ้น กิจกรรมภายในองค์กรที่จัดขึ้น มีดังต่อไปนี้ กิจกรรมงานวันเด็กที่จัดขึ้นเป็นประจำทุก ๆ ปี กิจกรรมวันครอบครัวที่จะจัดขึ้นในช่วงปิดเทอมภาคฤดูร้อน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ให้พนักงานและครอบครัวได้ทำกิจกรรมนันทนาการร่วมกัน กิจกรรมอบรมธรรมะ กิจกรรมดนตรี กิจกรรมอบรมความรู้เทคโนโลยี กิจกรรมปลูกป่าชายเลน กิจกรรมสังสรรค์วันปีใหม่ กิจกรรมวันสงกรานต์ เป็น



ต้น โดยในแต่ละกิจกรรมที่จัดขึ้นนั้นจะได้รับการตอบรับจากพนักงานและเข้าร่วมกิจกรรมเป็นอย่างดีเสมอ

สื่อกิจกรรมของบริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด มีดังต่อไปนี้ งานทำบุญฉลองชีพที่ครบรอบวันก่อตั้งบริษัท กิจกรรมทอดกฐิน กิจกรรมสังสรรค์วันปีใหม่ เป็นต้น

สื่อกิจกรรมเป็นอีกสื่อหนึ่งที่ทางบริษัทปตท.สผ. ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการใช้เป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างพนักงาน ครอบครัว และผู้บริหารขององค์กร กิจกรรม เช่น ๆ ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีมีดังนี้ กิจกรรมStaff Party เป็นกิจกรรมสังสรรค์ที่จัดขึ้นทุกปีให้กับพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่นอกชายฝั่งทะเล โดยเป็นกิจกรรมที่พนักงาน ผู้บริหาร และครอบครัวจะได้มีโอกาสพบปะพูดคุยสังสรรค์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน กิจกรรมวันครบรอบการก่อตั้งบริษัท กิจกรรมตรวจเยี่ยมการทำงาน ณ แทนชุดเจาะของคณะผู้บริหาร และกิจกรรมของกลุ่มชมรมต่าง ๆ ภายในบริษัท กิจกรรมSummer Camp ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อบุตรหลานของพนักงาน กิจกรรมรณรงค์เกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน เป็นต้น โดยในแต่ละกิจกรรมที่จัดขึ้นนั้นจะได้รับการตอบรับจากพนักงานและเข้าร่วมกิจกรรมเป็นอย่างดีเสมอ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมรณรงค์ในเรื่อง 1. วัฒนธรรมองค์กร 2. บรรษัทภิบาล 3. เรื่องจรรยาบรรณทางธุรกิจ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทางบริษัทปตท.สผ. จะทำการรณรงค์ตลอดทั้งปี2552-2553 ซึ่งเป็นกิจกรรมการคัดเลือกพนักงานต้นแบบที่ดีเด่นในด้านการปฏิบัติงาน ให้มารับหน้าที่ในการเป็นAmbassador ให้กับองค์กร โดยรายละเอียดของกิจกรรมนั้นจะมีความคล้ายคลึงกับการแข่งขัน Academy Fantasia คือแต่ละแผนกจะส่งพนักงานของตนมาเป็นตัวแทนเพื่อทำการแข่งขัน จากนั้นก็จะให้พนักงานในบริษัททุกคนทำการโหวตเลือกผู้เข้าแข่งขันที่มีความเด่นในด้านการทำงานรวมถึงเป็นผู้มีวัฒนธรรมขององค์กรอย่างแท้จริง โดยผู้ชนะก็จะได้ทำหน้าที่เป็นAmbassadorขององค์กร เพื่อทำหน้าที่ในการเผยแพร่ในเรื่องของวัฒนธรรมองค์กร บรรษัทภิบาล และเรื่องจรรยาบรรณทางธุรกิจ

โดยกิจกรรมที่ทางกลุ่มบริษัทมีการจัดร่วมกันได้แก่ กิจกรรมกีฬาของPTT Group ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นร่วมกันเป็นครั้งแรก

## สื่อบุคคล

นอกจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ได้ คือ สื่อบุคคล ซึ่งถือเป็นสื่อที่ช่วยเสริมให้สื่ออื่น ๆ มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สื่อบุคคลของบริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) จะเป็นบุคคลที่มีอำนาจในการบริหารงาน และมีความน่าเชื่อถือ ที่พนักงานในองค์กรให้ความเคารพนับถือได้แก่

1. คุณประเสริฐ บุญสัมพันธ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) โดยคุณประเสริฐจะทำการสื่อความทางตรงกับพนักงานเป็นประจำ โดยสารที่ส่งออกไปจะเป็นเรื่องที่ต้องการให้องค์กรขับเคลื่อนไปในทิศทางที่มุ่งหวัง จะเน้นการพูดเพื่อสร้างความสามัคคีให้เกิดขึ้นกับพนักงานในองค์กร สร้างให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันในการปฏิบัติงาน
2. สื่อบุคคลโดยพนักงานประชาสัมพันธ์ พนักงานประชาสัมพันธ์สามารถช่วยในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องราวข้อมูล ข่าวสารขององค์กร และช่วยในการเชิญชวนให้พนักงานในองค์กรยอมรับและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กร รวมทั้งกระตุ้นให้พนักงานในองค์กรมีความสนใจที่อยากจะเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่องค์กรจัดขึ้น

ในขณะที่บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ก็มีการใช้สื่อบุคคลเช่นกัน ดังนี้

1. ได้เลือกให้ดร.กฤษณะพล โกมลบุญย์ กรรมการผู้จัดการบริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด เป็นสื่อบุคคลขององค์กร เนื่องจากเป็นผู้ที่มีอำนาจสูงสุดในการบริหารองค์กร และยังมี ความน่าเชื่อถือ และเป็นบุคคลที่พนักงานภายในบริษัทให้ความเคารพนับถือ
2. สื่อบุคคลที่ทำหน้าที่การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของบริษัท

นอกจากนี้บริษัทปตท.สผ. ก็มีการใช้สื่อบุคคลเช่นเดียวกัน โดยสื่อบุคคลของบริษัท ปตท.สผ. มีดังนี้

1. Ambassador ขององค์กร มีหน้าที่ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในเรื่องของวัฒนธรรมองค์กร บรรษัทภิบาล และเรื่องจรรยาบรรณทางธุรกิจให้พนักงานในองค์กรได้รับทราบทำความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญจำเป็นที่จะต้องปฏิบัติตามในเรื่องดังกล่าว

2. พนักงานฝ่ายสื่อสารองค์กร พนักงานในฝ่ายสื่อสารองค์กรทุกคนสามารถเป็นสื่อบุคคลในการทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารขององค์กรให้พนักงานในองค์กรได้ทราบข่าวความเคลื่อนไหวขององค์กรได้ รวมไปถึงการชักชวนให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางองค์กรจัดขึ้น

3. ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทจะมีการสื่อสารกับพนักงานในองค์กรอยู่เสมอทั้งในเรื่องแนวทางการทำงาน แนวนโยบายขององค์กร ข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์กร รวมไปถึงการสื่อความเพื่อสร้างขวัญกำลังใจในการทำงานให้กับพนักงานให้มุ่งมั่นปฏิบัติงานเพื่อองค์กร รักองค์กร ร่วมแรงร่วมใจกัน การให้ข้อคิดและแนวทางในการปฏิบัติตนเพื่อเข้าถึงวัฒนธรรมขององค์กร

## 5. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัทปตท

กลยุทธ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัทปตท. มีการใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรที่เหมือนกันคือ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์การนำเสนอสาร

### 1. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

#### 1.1 กลยุทธ์สร้างการมีส่วนร่วม

บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) ได้ใช้สื่อกิจกรรมเป็นช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับพนักงานในบริษัท โดยดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่องค์กรจัดขึ้น รวมไปถึงสร้างการมีส่วนร่วมให้พนักงานมีความภาคภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานเพื่อองค์กร เพื่อคนไทย และเพื่อประเทศไทย โดยจะเน้นการให้พนักงานมีความสมัครสมานสามัคคีกัน เน้นความเป็นพวกเดียวกัน ทำงานร่วมกัน รางวัลแห่งความสำเร็จต่าง ๆ ที่องค์กรได้รับ ถือเป็นรางวัลแห่งความภาคภูมิใจของพนักงานในบริษัททุกคนเพราะทุกคนในองค์กรคือครอบครัวเดียวกัน ทำงานเพื่อองค์กรร่วมกัน นอกจากนี้ยังเน้นการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของพนักงานโดยการให้ความสำคัญกับผู้บริหาร เมื่อผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชาได้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่องค์กรจัดขึ้น ผู้บังคับบัญชาก็จะเกิดความตระหนักถึงความสำคัญของการเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กรตามผู้บังคับบัญชาของตน

เช่นเดียวกับบริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัทปตท.สผ. เลือกใช้สื่อกิจกรรมเป็นช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับพนักงานในบริษัท โดยดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่องค์กรจัดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมส่งเสริมความรู้ ทักษะในการปฏิบัติงาน กิจกรรมนันทนาการ หรือโครงการรณรงค์ที่องค์กรได้จัดขึ้นมาตามแผนงานที่ได้วางไว้ ซึ่งกลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมนี้เป็นอีกหนึ่งยุทธศาสตร์สำคัญที่องค์กรใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพราะการสร้างการมีส่วนร่วมนั้น เป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีการทำกิจกรรมร่วมกัน ได้มีการปฏิบัติทดลองในการทำงาน การทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยจะกระตุ้นให้พนักงานเกิดความตระหนักถึงความสำคัญของกิจกรรมที่องค์กรจัดขึ้น โดยกิจกรรมที่เน้นหนักในปีนี้เป็นคือ กิจกรรมเพื่อนหา Ambassador ขององค์กร เพื่อทำการรณรงค์ในเรื่องวัฒนธรรมองค์กร บรรษัทภิบาล และเรื่องจรรยาบรรณทางธุรกิจ

รวมไปถึงสร้างการมีส่วนร่วมให้พนักงานในองค์กรมีความภาคภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานเพื่อองค์กร มีส่วนในการทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ โดยจะเน้นการให้พนักงานมีความสมัครสมานสามัคคีกัน เน้นความเป็นพวกเดียวกัน ทำงานร่วมกัน รางวัลแห่งความสำเร็จต่าง ๆ ที่องค์กรได้รับ ถือเป็นรางวัลแห่งความภาคภูมิใจของพนักงานในบริษัททุกคนเพราะพนักงานทุกคนในองค์กรคือครอบครัวเดียวกัน

“ทางบริษัทจะเน้นการมีส่วนร่วมของพนักงานเป็นสำคัญในการดำเนินงานทุก ๆ อย่าง เพราะถือว่าพนักงานนั้นเป็นส่วนสำคัญขององค์กร ดังนั้นบริษัทจึงเน้นการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและผู้บริหารเป็นอย่างมาก ซึ่งจะถือเป็นกลยุทธ์หลักขององค์กรเลยก็ว่าได้ โดยจะจัดกิจกรรมให้พนักงานได้มีส่วนร่วมกับการกิจกรรมขององค์กร เพื่อสร้างให้เกิดความสามัคคี สร้างให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน โดยจะเน้นให้ผู้บังคับบัญชาเข้าร่วมกิจกรรมกับทางบริษัท เพื่อที่จะได้เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาได้ทำตาม ซึ่งสิ่งนี้ก็จะเป็นการกระตุ้นให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมกับทางองค์กรได้มาก และอีกอย่างหนึ่งที่สำคัญก็คือ ทางบริษัทจะเน้นการสร้างให้เกิดความภาคภูมิใจร่วมกันของพนักงานในองค์กรทุกคน ที่ได้ทำงานให้กับองค์กร จนองค์กรประสบความสำเร็จ เป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีความน่าเชื่อถือและมีผลประกอบการที่ดีเยี่ยม และยังได้รับรางวัลต่าง ๆ จากทั้งในและต่างประเทศมากมาย”



(สัมภาษณ์คุณอัจฉริย์ วรสุทธิกาและ  
คุณภาณุวัฒน์ จาโรทก, บริษัทปตท. จำกัด  
(มหาชน))

## 1.2 กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์แบบผสมผสาน

ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ได้กล่าวถึง หลักในการเลือกใช้สื่อว่า ต้องสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ต้องให้ข้อมูลข่าวสารแก่กลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ดังนั้นจึงต้องมีการเลือกใช้สื่อต่าง ๆ หลายประเภทพร้อมกัน เพราะสื่อแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน มีข้อดีและจำกัดที่แตกต่างกันไป บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) จะใช้สื่อIntranet เป็นหลักในการสื่อสารกับพนักงานในองค์กร เนื่องจากพนักงานทุกคนของบริษัทจะมีคอมพิวเตอร์ประจำตัวทุกคน โดยสื่อIntranetนี้จะสามารถเข้าถึงและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว และยังมีสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเสียงตามสาย สื่อเฉพาะกิจ และสื่อกิจกรรมที่เข้ามาช่วยเสริมในการประชาสัมพันธ์ภายในให้มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลที่มากขึ้น

การใช้สื่อIntranetเป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ซึ่งเป็นในลักษณะของการให้ข่าวสารและกิจกรรม ความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าขององค์กร สารจากผู้ว่า การสื่อความทางตรงจากผู้บริหารถึงพนักงานในระดับต่าง ๆ

ส่วนการประชาสัมพันธ์เชิงรับจะอยู่ในรูปแบบของการเปิดช่องทางศูนย์รับเรื่องร้องเรียน เช่น ในWebbord ที่พนักงานทุกคนสามารถมาตั้งกระทู้ถามคำถาม บอกเล่าเรื่องราว แสดงทัศนคติในเรื่องต่าง ๆ รวมไปถึงการร้องเรียนร้องทุกข์ได้ ซึ่งคำถามเหล่านี้ก็จะได้รับการตอบคำถามจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องนั้น ๆ การเปิดช่องทางศูนย์รับเรื่องร้องเรียนนี้ จึงถือเป็นช่องทางในการรับทราบปฏิกิริยาตอบกลับจากพนักงานภายในองค์กรได้อีกวิธีหนึ่ง

เช่นเดียวกับบริษัทปตท.สม. ที่นักประชาสัมพันธ์ขององค์กรมองว่าการใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลายสื่อควบคู่กันนั้นเป็นสิ่งสำคัญ เพราะการใช้สื่อหลายสื่อผสมผสานกันจะเป็นการส่งผลให้สื่อมีความครบวงจร และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น และก่อให้เกิดผลดีมากกว่าการเลือกใช้เฉพาะสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงสื่อเดียว โดยจะทำการกำหนดสื่อหลักและสื่อรองที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เพื่อให้สามารถเผยแพร่สารประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วถูกต้องและครบถ้วนชัดเจนที่สุด โดยสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายใน



องค์กรของบริษัท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ New Media สื่อกิจกรรมและสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งสื่อหลักที่ใช้เป็นประจำ ได้แก่ สื่อIntranet E-mail และสื่อกิจกรรม สื่อรองได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อเฉพาะกิจ

โดยพนักงานในองค์กรสามารถมีปฏิริยาตอบกลับได้ โดยมีWebbord ที่เรียกว่ากระดานสนทนาประสาเพื่อน ที่พนักงานสามารถตั้งกระทู้ถามคำถามได้ สามารถแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ได้ รวมไปถึงการร้องเรียนร้องทุกข์ ซึ่ง Webbord ถือเป็นสื่อหนึ่งที่จะช่วยในการตรวจสอบ Issue ตรวจสอบปัญหา ที่อาจจะเกิดขึ้นในหมู่พนักงานได้ เพราะพนักงานในองค์กรมีจำนวนเยอะมาก

“ทางบริษัทเราจะมีการใช้สื่อหลายสื่อควบคู่กันไป เพราะถ้าทำการสื่อสารเพียงแค่สื่อใดสื่อหนึ่งเพียงสื่อเดียวมันก็จะขาดความน่าสนใจและอาจจะไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่องค์กรจะทำการสื่อสารได้มากนัก โดยทางฝ่ายจะเน้นการใช้สื่อ Intranet เป็นหลักในการทำการสื่อสาร และจะมีการใช้ E-Mail กับพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ต่างประเทศ หรือพนักงานที่ทำงานอยู่นอกชายฝั่ง โดยฝ่ายสื่อสารองค์กรจะทำการสื่อสารข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์กรผ่านทางสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกิจกรรมซึ่งเป็นสื่อที่ทางบริษัทให้ความสำคัญมากเช่นกัน รวมไปถึงสื่อIntranet และ Web Site ขององค์กรไปสู่พนักงานในบริษัท โดยจะมี Webbord ที่เรียกว่า กระดานสนทนาประสาเพื่อน เป็นช่องทางในการให้พนักงานได้มีFeedback กลับมายังเราได้ เพื่อที่จะได้ทราบว่าพนักงานในองค์กรมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง

มีเรื่องร้องเรียนข้อสงสัยอะไรบ้าง ซึ่งการใช้Webbord ก็ถือเป็นการตรวจสอบปัญหาที่จะเกิดขึ้นล่วงหน้าได้เช่นกัน”

(สัมภาษณ์คุณบุษบรณ จินเจริญ, บริษัท  
ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด  
(มหาชน))

## 2. กลยุทธ์การนำเสนอสาร

### 2.1 กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริง

ประเด็นเนื้อหาสารที่สื่อออกไปของบริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) นั้นเป็นการให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นภายในองค์กรให้พนักงานทุกคนได้ทราบ จะต้องทำการสื่อสารกับพนักงานให้มากที่สุด ให้ข้อมูลเรื่องราวต่าง ๆ ขององค์กรให้มากที่สุด เรื่องราวที่เป็น Hot Issue ขององค์กรต้องให้พนักงานรู้ก่อน เพื่อป้องกันการเกิดความเข้าใจผิดของพนักงาน ที่อาจนำไปสู่ข่าวลือ เพราะหากเกิดข่าวลือขึ้นในกลุ่มพนักงานแล้ว ก็ย่อมก่อให้เกิดผลเสียอย่างใหญ่หลวงกับองค์กร การนำเสนอข้อเท็จจริงแก่พนักงานนั้น ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องทำ เพราะข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์กรนั้น พนักงานทุกคนในองค์กรมีสิทธิ์ที่จะได้รับทราบเรื่องราวในทุก ๆ ด้านเกี่ยวกับองค์กรของเขา หากองค์กรละเลยไม่ทำการสื่อสารกับพนักงาน ทำการปกปิด บิดเบือนข้อมูลที่สำคัญขององค์กร ก็ย่อมนำไปสู่การเกิดความไม่ไว้วางใจของพนักงานภายในองค์กรในที่สุด

ส่วนการใช้กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริงของบริษัทสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ประเด็นเนื้อหาสารประชาสัมพันธ์ที่สื่อออกไปนั้น จะเป็นการให้ข้อมูลข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นภายในองค์กรให้พนักงานทุกคนได้ทราบ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์กร ถือเป็นสิ่งสำคัญที่พนักงานทุกคนจะต้องทราบ เนื่องจากบริษัทปตท.สผ. เป็นบริษัทที่มีความก้าวหน้าและขยายการลงทุนอยู่เสมอ ดังนั้นบริษัทจึงมีการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรตลอดเวลา การสร้างความเข้าใจกับพนักงานในองค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นมาก จึงต้องมีการสื่อสารกับพนักงานตลอดเวลา ดังนั้นการให้ข้อเท็จจริงจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะป้องกันไม่ให้เกิดการเข้าใจผิด หรือเคลือบแคลงสงสัยขึ้นในหมู่พนักงาน ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปต้องครบถ้วน ชัดเจน และให้ข้อมูลที่ เป็นข้อเท็จจริงอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

“สิ่งสำคัญในการดำเนินงานของบริษัทก็คือ จะต้องทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารขององค์กรในทุก ๆ ด้านไปสู่พนักงานให้มากที่สุด ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์หลักของการสื่อสารเลย ทางฝ่ายสื่อสารองค์กรจะทำงานหนักตลอดเวลา เพราะต้องทำการสื่อสารให้ข้อมูลกับพนักงานให้มากที่สุด เพราะถ้าเกิดข่าวลือขึ้นในองค์กรแล้วข่าวลือนั้นมาจากพนักงานในองค์กรด้วยแล้ว มันก็จะเกิดผลเสียมาก ฉะนั้นก็จะพยายามสื่อสารกับพนักงานให้มากที่สุด ให้ข่าวสารข้อเท็จจริง ให้ความกระจ่าง และต้องไม่ให้พนักงานเกิดความคลงแคลงสงสัยไม่แน่ใจ”

(สัมภาษณ์คุณอัญชลิ หวังวีระมิตร, บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน))

ในด้านกลยุทธ์การนำเสนอสารของกลุ่มบริษัทปตท. นั้น มีการเน้นกลยุทธ์ด้านการนำเสนอข้อเท็จจริงเหมือนกัน แต่จะมีส่วนต่างในรายละเอียดปลีกย่อย คือ บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน)

จะเน้นการใช้กลยุทธ์การสร้างสารโดยใช้จุดจุดใจของสาร แต่บริษัทสำรวจและผลิตปิโตรเลียมจำกัด (มหาชน)นั้นจะเน้นการใช้กลยุทธ์การสร้างสารสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจง

- กลยุทธ์การสร้างสารโดยใช้จุดจุดใจของสาร

สารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของบริษัทปตท.นั้น จะมีการออกแบบสารให้น่าสนใจและสามารถสร้างความเข้าใจและเข้าถึงผู้รับสารได้ง่าย สารที่เผยแพร่ออกไปต้องเป็นสารที่เข้าใจง่าย ชัดเจน ตรงประเด็น และต้องใช้ภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นหลัก โดยสารประชาสัมพันธ์ของบริษัทปตท.นั้น จะให้ความสำคัญกับการสร้างสารโดยใช้จุดจุดใจของสาร โดยจุดจุดใจของสารที่บริษัทปตท. เน้นคือ

- การใช้จุดดึงดูดใจด้านอารมณ์ (Emotional Appeals)

สร้างสารเพื่อกระตุ้นให้พนักงานในองค์กร มีความรู้สึกรักในองค์กร มีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน สามัคคีกัน เป็นครอบครัวเดียวกัน เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรร่วมกัน โดยภาษาที่ใช้ในสารนั้นจะใช้ภาษาที่เน้นอารมณ์เป็นอย่างมาก

- การใช้รางวัลเป็นจุดดึงดูดใจ (Rewards as Appeals)

สร้างสารเพื่อสื่อสารให้พนักงานทราบว่า จากการทำงานร่วมกัน จากความร่วมมือร่วมกัน ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงาน รางวัลแห่งความสำเร็จต่าง ๆ ที่ได้รับ ถือเป็นรางวัลแห่งความภาคภูมิใจของพนักงานในบริษัททุกคน เมื่อองค์กรมีผลประกอบการที่ดีก็ย่อมนำไปสู่การมีสวัสดิการที่ดีให้กับพนักงานในองค์กร รวมถึงการปรับขึ้นของเงินเดือน หากพนักงานทุกคนตั้งใจทำงาน ทำหน้าที่ของตัวเองอย่างดีที่สุด ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงานก็อยู่ไม่ไกล เป้าหมายขององค์กรก็สามารถไปถึงได้ในที่สุด

- การใช้แหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ

เป็นการสร้างสารที่ใช้แหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือมาเป็นจุดจุดใจของสาร ไม่ว่าจะเป็นการอ้างอิงจากผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ บทความทางวิชาการ และงานวิจัย เป็นต้น ซึ่งการสร้างสารที่อ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือนี้จะเป็นการเพิ่มความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือของสารที่ส่งไปได้

“การสื่อสารกับพนักงานในบริษัทจะมีการใช้วิธีสร้างแรงจูงใจกับพนักงานในการทำงานให้กับองค์กร โดยจะออกแบบสารให้น่าสนใจและสามารถสร้างความเข้าใจและเข้าถึงผู้รับสารได้ง่าย เนื้อหาของสารต้องเข้าใจง่าย ชัดเจน ตรงประเด็น และต้องใช้ภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยจะมีการใช้จุดจุดใจของสารในด้านอารมณ์ที่จะสร้างให้พนักงานมีความรักและภักดีต่อองค์กร การใช้รางวัลเป็นจุดดึงดูดใจเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานให้กับพนักงาน การจัดให้มีบรรยากาศที่ดีในการทำงาน การมีสวัสดิการที่ดี การได้รับการยกย่องชมเชย และจะมีการใช้แหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ ไม่ว่าจะเป็นการให้ผู้บริหารเป็นผู้ทำการสื่อสารกับพนักงานโดยตรง หรือการนำเสนอบทความจากนักวิชาการ เป็นต้น”

(สัมภาษณ์คุณอัญชลี หวังวิระมิตร, บริษัท  
ปตท. จำกัด (มหาชน))

- กลยุทธ์การสร้างสารสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจง

เนื่องจากบริษัทปตท.สผ. เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายที่องค์กรต้องทำการสื่อสารจึงมีความแตกต่างกันมาก ทั้งในแง่ของลักษณะทางประชากร และสถานที่ในการปฏิบัติงานของพนักงาน ดังนั้นการออกแบบสารประชาสัมพันธ์ให้สามารถเข้าถึงและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุดจึงมีความสำคัญมาก การออกแบบสารจึงต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร มีลักษณะทางประชากรศาสตร์อย่างไร เพื่อที่จะทำการออกแบบสารให้เหมาะสมกับผู้รับสารให้มากที่สุด โดยต้องทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจและเข้าถึงKey Messageให้ได้ และมีการใช้จุดจุดใจของสารเพื่อสร้างให้สารนั้นมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

## 6. ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัทปตท.

จากการศึกษาพบว่าการทำงานประชาสัมพันธ์ของกลุ่มบริษัทปตท. นั้นมีการดำเนินงานที่เหมือนกันสอดคล้องกัน โดยสามารถแบ่งการทำงานประชาสัมพันธ์ออกได้เป็น 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอนการวิจัย-รับฟัง ฝ่ายสื่อสารองค์กรของกลุ่มบริษัทจะทำการรวบรวมและศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาและสถานการณ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ซึ่ง



การทำวิจัยของบริษัทจะมีตั้งแต่การศึกษาจากเอกสาร การพูดคุย สัมภาษณ์ การสอบถามความคิดเห็นของพนักงาน การใช้แบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม ไปจนถึงการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการให้มากที่สุด และเมื่อได้ข้อมูลอย่างเพียงพอแล้วก็จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

2. **ขั้นการวางแผนประชาสัมพันธ์** การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทจะอยู่ในความรับผิดชอบของส่วนแผนสื่อสารองค์กร ซึ่งขั้นตอนนี้ถือเป็นขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่สำคัญมาก เพราะเป็นการกำหนดแนวทางในการทำประชาสัมพันธ์ภายในทั้งหมดว่าในแต่ละแผนงานจะมีการทำอะไรบ้างมีขั้นตอนในการปฏิบัติงานอย่างไร โดยจะมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของงานประชาสัมพันธ์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย สื่อและกิจกรรมที่จะใช้ กำหนดระยะเวลาการดำเนินงาน งบประมาณ รวมไปถึงวิธีการประเมินผลอย่างชัดเจน

3. **ขั้นตอนการสื่อสาร** เมื่อมีการกำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์ไว้แล้ว ขั้นตอนต่อมาคือ การปฏิบัติงานตามแผนงานที่วางไว้ โดยพนักงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบก็จะทำงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปตามแผนงานที่ได้มีการกำหนดไว้

4. **ขั้นตอนการประเมินผล** การประเมินผลเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นวิธีที่จะทำการวิเคราะห์ ตรวจสอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ได้ปฏิบัติไปแล้วตามแผนงานที่ได้วางไว้ เพราะการประเมินผลสามารถบอกได้ว่าการทำงานประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมานั้นประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด โดยการประเมินผลจะมีทั้งการประเมินผลแผนงาน ประเมินผลกิจกรรม การทำ Employee Satisfaction Survey การทำ Internal Communication Survey และการทำ Telephone Survey เป็นต้น โดยในการประเมินผลจะเป็นการวัดผลไปตาม KPI ที่ได้กำหนดไว้

“ในเรื่องของขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรนั้นจะแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนด้วยกัน คือ 1. ขั้นตอนการวิจัย-รับฟัง 2. ขั้นการวางแผนประชาสัมพันธ์ 3. ขั้นตอนการสื่อสาร 4. ขั้นตอนการประเมินผล โดยทางบริษัทจะเน้นการทำวิจัยและการประเมินความคิดเห็นของพนักงานในบริษัทเป็นอย่างมาก โดยจะมีฝ่ายที่ทำหน้าที่ในการทำวิจัยโดยเฉพาะ เพราะการทำวิจัยและการประเมินผลจะเป็นสิ่งที่ให้คำตอบในเรื่องของประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานของทางฝ่ายสื่อสารองค์กรได้มาก โดยผลของการวิจัยและการประเมินผลทางฝ่ายก็จะนำไปเป็นข้อมูลประกอบการทำงานในครั้งต่อไป”



(สัมภาษณ์คุณทักษรา ธนัตนันทพล, บริษัท  
ปตท. จำกัด (มหาชน))

## 7. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

จากการศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) พบว่า ยังมีปัญหาและอุปสรรคบางประการที่ทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่สัมฤทธิ์ผลเท่าที่ควร ซึ่งหากพิจารณาแล้วจะพบว่าปัญหาและอุปสรรคของการทำงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัทสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ที่สามารถสรุปได้ดังนี้

### • ข้อจำกัดของระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

การทำงานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องอาศัยความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน ต้องทำงานแข่งกับเวลา เหตุการณ์บางอย่างเป็นเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดคิดว่าจะเกิดขึ้น ดังนั้นจะอย่างไรให้เหตุการณ์จบลงโดยเร็วที่สุด เพราะหากช้าไปเพียงก้าวเดียว อาจก่อให้เกิดผลเสียนานับประการกับองค์กรได้ ดังนั้นพนักงานประชาสัมพันธ์จึงต้องมีความพร้อมตลอดเวลาในการปฏิบัติงาน การที่จะทำงานให้ผลงานออกมาดีและเสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่จำกัดนั้นเป็นเรื่องที่ยากและเป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถของนักประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก

### • ความร่วมมือของพนักงานในองค์กร

ในการทำงานที่ต้องทำการวิจัยด้านความพึงพอใจในการเปิดรับสาร การวัดทัศนคติของพนักงานในเรื่องต่าง ๆ จำเป็นที่จะต้องขอความร่วมมือจากพนักงานในองค์กรในการตอบคำถาม แต่ด้วยภารกิจงานที่มากมายของพนักงาน จึงส่งผลให้บางครั้งพนักงานไม่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามเท่าที่ควร จึงส่งผลต่อการทำงานในการที่จะได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการทำงาน รวมไปถึงการเปิดรับข่าวสารที่ฝ่ายสื่อสารองค์กรส่งไปถึงพนักงาน หากพนักงานเกิดความเบื่อหน่ายไม่สนใจไม่มีความกระตือรือร้นที่จะเปิดรับสารที่ส่งไปก็ย่อมเป็นอุปสรรคต่อการทำงานด้านการสื่อสารเช่นกัน

โดยบริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ยังมีอุปสรรคการทำงานอีกอย่างหนึ่ง คือ พนักงานในองค์กร มีความเชื่อว่าการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ขององค์กรนั้น เป็นหน้าที่ของฝ่ายสื่อสารองค์กร

- การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ขององค์กรเป็นหน้าที่ของฝ่ายสื่อสารองค์กร

พนักงานในองค์กรบางคนมีความคิดว่า ฝ่ายสื่อสารองค์กรนั้นเป็นหน่วยงานที่สามารถแก้ไขปัญหาขององค์กรได้ทุก ๆ เรื่อง เวลาที่เกิดปัญหาขึ้นในองค์กรก็จะให้ฝ่ายสื่อสารองค์กรเป็นผู้แก้ไขปัญหา ซึ่งในความเป็นจริงแล้วปัญหาทุก ๆ เรื่องขององค์กร พนักงานในองค์กรทุกคน สามารถมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาพร้อมกันได้ เพราะพนักงานในองค์กรก็เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ดังนั้นเวลาองค์กรมีปัญหา พนักงานทุกคนก็ควรร่วมแรงร่วมใจกันฝ่าฟันต่อสู้อุปสรรคที่เกิดขึ้นไปด้วยกัน

“ปัญหาของการทำงานประชาสัมพันธ์ภายในนั้นมีอยู่หลายด้าน แต่ที่พบบ่อย ๆ เลยคือ ข้อจำกัดของระยะเวลาในการปฏิบัติงาน เพราะงานบางอย่างเป็นงานที่เร่ง มีเวลาในการทำจำกัดมาก อีกปัญหาที่พบบ่อยก็คือความร่วมมือของพนักงานในองค์กร ในการทำวิจัยด้านความพึงพอใจในการเปิดรับสาร การวัดทัศนคติของพนักงานในเรื่องต่าง ๆ จำเป็นที่จะต้องขอความร่วมมือจากพนักงานในองค์กรในการตอบคำถาม แต่ก็เข้าใจว่าพนักงานในองค์กรมีงานที่ต้องทำเยอะมาก แต่ก็ต้องขอความร่วมมือ เพราะไม่เช่นนั้นเราก็ทำงานไม่ได้ และอีกเรื่องเลยก็คือ คนในองค์กรชอบคิดว่าฝ่ายสื่อสารองค์กรสามารถแก้ไขปัญหาขององค์กรได้ทุก ๆ เรื่อง เวลามีปัญหา也给ฝ่ายเราทำ เวลาไม่มีปัญหาก็ไม่ให้ความสนใจ แต่จริง ๆ แล้วปัญหาขององค์กร ทุกคนในองค์กรสามารถแก้ไขปัญหาพร้อมกันได้”

(สัมภาษณ์คุณอัญชลี หวังวีระมิตร, บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน))

ในขณะที่บริษัทปตท.สม. มีอุปสรรคการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ คือ ความหลากหลายของพนักงานในด้านประชากรและความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลาภายในองค์กร

- ความหลากหลายของพนักงานในด้านประชากร

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายขององค์กรนั้นมีความหลากหลาย และมีความแตกต่างกันเป็นอย่างมาก ทั้งในเรื่องของเพศ อายุ ลักษณะงานที่ทำ สัญชาติ ภาษา ทักษะคิด ความเชื่อรวมถึงประเพณีและวัฒนธรรม ดังนั้นหน้าที่หลักของพนักงานสื่อสารองค์กรในการประชาสัมพันธ์ภายในคือ สื่อสารให้พนักงานขององค์กรทุกคนไม่ว่าจะเป็นพนักงานคนไทยหรือต่างชาติ เกิดการยอมรับในการมีวัฒนธรรมองค์กรร่วมกัน สารประชาสัมพันธ์ขององค์กรจึงต้องออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

#### ● ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลาภายในองค์กร

เนื่องจากบริษัทปตท.สผ. เป็นองค์กรที่ประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว และมีการขยายการลงทุนอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการเข้าไป Take Over บริษัทต่าง ๆ ดังนั้นบริษัทจึงต้องทำการสื่อสารเกี่ยวกับข่าวสารขององค์กร ความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าขององค์กรอยู่ตลอดเวลา ต้องทำการสื่อสารให้พนักงานยอมรับในความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในองค์กรให้ได้ การสื่อสารภายในที่ทำตลอดเวลาอาจก่อให้เกิดความเบื่อหน่ายต่อพนักงานภายในองค์กรได้ พนักงานอาจไม่เปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ส่งไปมากเท่าที่ควร การจะทำให้พนักงานมีความสนใจและเปิดรับสารที่ส่งไป จึงเป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถของนักประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก

“ปัญหาในการทำการประชาสัมพันธ์ภายในของบริษัท ก็จะมีเรื่องเวลาในการทำงาน งานบางอย่างเป็นงานที่ต้องรีบทำให้เสร็จภายในเวลาที่จำกัด บางที่ต้องรอข้อมูลที่ต้องขอความร่วมมือจากพนักงานในองค์กร แต่บางครั้งข้อมูลยังได้ไม่ครบ งานก็เร่ง ก็ถือเป็นเรื่องกดดันเหมือนกัน แต่ก็ถือว่าพนักงานในองค์กรให้ความร่วมมืออย่างดีเสมอ ไม่ว่าจะเป็นพนักงานในส่วนกลาง หรือพนักงานที่ทำงานนอกชายฝั่ง หรือพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ต่างประเทศ เค้าก็ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีมาก และอีกอย่างที่สำคัญเลยก็คือ พนักงานของบริษัทเรามีความแตกต่างกันเป็นอย่างมาก เพราะบริษัทเรามีการดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้นพนักงานจึงมีความต่างกันทั้งทางด้านประชากร ทางด้านภาษา ความคิดความเชื่อ ทักษะคิด และวัฒนธรรม เราจึงต้องทำการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด และอีกปัญหาที่เกิดขึ้นที่ต้องทำการสื่อสารตลอดเวลา ก็คือ บริษัทเราจะมีเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตลอดเพราะมีการขยายการลงทุนอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการเข้าไป Take Over บริษัทต่าง ๆ ทางฝ่ายจึงต้องทำการสื่อสารให้พนักงานยอมรับในความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในองค์กรให้ได้ ซึ่งก็ถือเป็นความท้าทายในการทำงานอย่างมาก”

(สัมภาษณ์คุณสิริประภา ศิริเกษม, บริษัท  
ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด  
(มหาชน))

จะเห็นได้ว่าบริษัททั้ง 2 มีปัญหาและอุปสรรคการทำงานที่เหมือนกัน แต่มีปัญหาและอุปสรรคบางอย่างที่ต่างกันออกไปเพียงเล็กน้อย

#### 8. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการทำประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

นักประชาสัมพันธ์ของทั้ง 2 องค์กรได้แสดงทัศนะต่อเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของการทำประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรที่เหมือนกัน ดังนี้

1. ความรู้ความสามารถของนักประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการใช้สื่อที่มีคุณภาพ
2. ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ขององค์กร

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการทำประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของบริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) คือ

- การทำงานประชาสัมพันธ์ต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนซึ่งต้องเป็นเป้าหมายที่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร
- การทำงานประชาสัมพันธ์ต้องทำงานอย่างเป็นระบบ เน้นการทำงานเป็นทีม
- ในการทำงานต้องมีข้อมูลที่ใช้ในการสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ ต้องมีผลการวิจัย การประเมินผล การวิเคราะห์ความคุ้มค่า
- การทำงานต้องเน้นการทำงานทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ การทำงานประชาสัมพันธ์ต้องเร็วจะช้าไม่ได้

ปัจจัยความสำเร็จของการทำงานประชาสัมพันธ์ก็มีหลายปัจจัย แต่ที่เห็นว่าสำคัญเลยก็คือ ความรู้ความสามารถของนักประชาสัมพันธ์ และการใช้สื่อที่เหมาะสม ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เพราะถ้าผู้บริหารให้ความสำคัญกับการทำการประชาสัมพันธ์แล้ว การทำงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรก็จะดำเนินงานด้วยความราบรื่น การทำงานประชาสัมพันธ์ต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจน มีการทำงานร่วมกันสามัคคีกัน บางครั้งก็

ต้องมีข้อมูลที่ใช้ในการสนับสนุนการทำงาน โดยตั้งมีการทำงานทั้งเชิงรับและเชิงรุกควบคู่กันไป

(สัมภาษณ์คุณอัญชติ หวังวีระมิตร, บริษัท  
ปตท. จำกัด (มหาชน))

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการทำประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของบริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

1. ในการปฏิบัติงานในทุก ๆ ครั้ง จำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนงานให้ชัดเจนและรัดกุม เพื่อส่งผลให้การทำงานนั้นง่ายขึ้น สะดวกขึ้นและง่ายต่อการประสบความสำเร็จ
2. ในการทำงานต้องทำงานด้วยความระมัดระวังและรอบคอบ เพราะการสื่อสาร ถ้าหากมันเกิดความผิดพลาดขึ้นแล้ว ย่อมนำไปสู่การขาดความน่าเชื่อถือในการทำงานของฝ่ายสื่อสารองค์กร พนักงานในองค์กรย่อมขาดความเชื่อมั่นในข้อมูลที่ได้รับมา
3. ความร่วมมือของผู้รับสาร ผู้รับสารต้องมีความสนใจอยากรับรู้ข้อมูลข่าวสารขององค์กร และให้ความร่วมมือในการทำวิจัยการประเมินผลการทำประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการทำประชาสัมพันธ์ภายในหลัก ๆ เลยก็คือผู้บริหารต้องเห็นถึงความสำคัญของการทำประชาสัมพันธ์ภายใน ต้องให้การสนับสนุนทั้งในการทำงานและงบประมาณอย่างพอเพียง และพนักงานประชาสัมพันธ์ก็ต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการปฏิบัติงาน ในการทำงานประชาสัมพันธ์ต้องมีการวางแผนอย่างชัดเจนและรัดกุมเพื่อเป็นแนวทางในการทำงานประชาสัมพันธ์ และต้องมีการทำงานด้วยความรอบคอบ ไม่ควรให้เกิดข้อผิดพลาดขึ้นในการสื่อสาร เพราะถ้าเกิดความผิดพลาดขึ้นอาจทำให้หน่วยงานขาดความน่าเชื่อถือ และที่สำคัญเลยก็คือความร่วมมือของผู้รับสารในการให้ความร่วมมือกับฝ่ายสื่อสารองค์กร

(สัมภาษณ์คุณบุษบรณ จินเจริญ, บริษัท  
ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด  
(มหาชน))



จะเห็นได้ว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จของการทำประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของบริษัททั้ง 2 นั้น มีความสอดคล้องกัน ซึ่งอาจแตกต่างกันบ้างตามรายละเอียดปลีกย่อย

## **ส่วนที่ 2 การศึกษาทัศนคติของพนักงานต่อการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัทปตท.**

การศึกษาทัศนคติของพนักงานต่อการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของกลุ่มบริษัทปตท. นี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่น้อยกว่า 381 คน ผลการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามมีดังนี้

**ตอนที่ 1** คุณลักษณะทั่วไปของพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง ระยะเวลาการทำงาน รายได้ และหน่วยงานที่สังกัด

**ตอนที่ 2** การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานในกลุ่มบริษัทปตท.

**ตอนที่ 3** ทัศนคติของพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

**ตอนที่ 4** ความน่าเชื่อถือของสาร ความน่าสนใจและจูงใจของสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

**ตอนที่ 5** พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

**ตอนที่ 6** การหาค่าสหสัมพันธ์

- สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

- สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือของสาร ความน่าสนใจและจูงใจของสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

- สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ความน่าเชื่อถือของสาร ความน่าสนใจและจูงใจของสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะทั่วไปของพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท.

ตาราง 3 คุณลักษณะทั่วไปของพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท.

ตัวแปร		หน่วยงานที่สังกัด							
		บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัทปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัทปตท. สสำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	63	43.45	64	45.07	55	52.38	182	46.43
	หญิง	82	56.55	78	54.93	50	47.62	210	53.57
	รวม	145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
อายุ	20 - 34 ปี	60	41.38	80	56.34	52	49.52	192	48.98
	35 - 48 ปี	50	34.48	42	29.58	44	41.90	136	34.69
	49 - 59 ปี	35	24.14	20	14.08	9	8.57	64	16.33
	รวม	145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
		$\bar{X} = 39.01$	SD = 10.56	$\bar{X} = 35.43$	SD = 9.41	$\bar{X} = 35.90$	SD = 8.34	$\bar{X} = 36.88$	SD = 9.71
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	2	1.38	0	0	0	0	2	0.51
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	1	0.69	0	0	0	0	1	0.26
	อนุปริญญา/ปวส.	2	1.38	4	2.82	0	0	6	1.53
	ปริญญาตรี	58	40.00	81	57.04	57	54.29	196	50.00
	สูงกว่าปริญญาตรี	82	56.55	57	40.14	48	45.71	187	47.70
	รวม	145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
ตำแหน่งงานปัจจุบัน	ระดับบริหาร	23	15.86	37	26.06	10	9.52	70	17.86
	ระดับปฏิบัติการ	122	84.14	105	73.94	95	90.48	322	82.14
	รวม	145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
ระยะเวลาในการทำงาน	น้อยกว่า 11 ปี	72	49.66	111	78.17	68	64.76	251	64.03
	11 - 22 ปี	37	25.52	23	16.20	29	27.62	89	22.70
	มากกว่า 23 ปี	36	24.83	8	5.63	8	7.62	52	13.27
	รวม	145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
		$\bar{X} = 13.52$	SD = 9.80	$\bar{X} = 7.87$	SD = 6.98	$\bar{X} = 10.11$	SD = 6.50	$\bar{X} = 10.56$	SD = 8.38

ตัวแปร		หน่วยงานที่สังกัด							
		บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัทปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัทปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	1	0.69					1	0.26
	5,001 - 15,000 บาท	23	15.86	17	11.97	3	2.86	43	10.97
	15,001 - 25,000 บาท	8	5.52	32	22.54	14	13.33	54	13.78
	25,001 - 35,000 บาท	22	15.17	37	26.06	15	14.29	74	18.88
	35,001 - 45,000 บาท	17	11.72	17	11.97	17	16.19	51	13.01
	45,001 บาท ขึ้นไป	74	51.03	39	27.46	56	53.33	169	43.11
	รวม	145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00

จากตารางที่ 3 แสดง คุณลักษณะทั่วไปของพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ดังนี้

#### เพศของพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. พบว่า

- บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 56.55

- บริษัทปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 54.93

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 55 คิดเป็นร้อยละ 52.38

โดยรวมแล้วพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 53.57

#### อายุของพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. พบว่า

- บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 35 – 48 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 34.48 โดยมีอายุเฉลี่ย 39.01 ปี

- บริษัทปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20 -34 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 56.34 โดยมีอายุเฉลี่ย 35.43 ปี

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20 -34 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 49.52 โดยมีอายุเฉลี่ย 35.90 ปี

โดยรวมแล้วพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. มีอายุระหว่าง 20 -3 4 ปี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.98 โดยมีอายุเฉลี่ย 36.88 ปี

#### **ระดับการศึกษาของพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. พบว่า**

- บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 56.55

- บริษัทปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 57.04

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 54.29

โดยรวมแล้วพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

#### **ตำแหน่งงานปัจจุบันของพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. พบว่า**

- บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานในระดับปฏิบัติการ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 84.14

- บริษัทปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานในระดับปฏิบัติการ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 73.94



- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานในระดับปฏิบัติการ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 90.48

โดยรวมแล้วพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท.ส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานในระดับปฏิบัติการ จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 82.14

#### **ระยะเวลาในการทำงานของพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. พบว่า**

- บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีระยะเวลาในการทำงานน้อยกว่า 11 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 49.66 โดยมีระยะเวลาในการทำงานเฉลี่ย 13.52 ปี

- บริษัทปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีระยะเวลาในการทำงานน้อยกว่า 11 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 78.17 โดยมีระยะเวลาในการทำงานเฉลี่ย 7.87 ปี

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีระยะเวลาในการทำงานน้อยกว่า 11 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 64.76 โดยมีระยะเวลาในการทำงานเฉลี่ย 10.11 ปี

โดยรวมแล้วพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. มีระยะเวลาในการทำงาน ส่วนใหญ่น้อยกว่า 11 ปี จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 64.03 โดยมีระยะเวลาในการทำงานเฉลี่ย 10.56 ปี

#### **รายได้ต่อเดือนของพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. พบว่า**

- บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 51.03

- บริษัทปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 24.46

- บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 โดยมีระยะเวลาในการทำงานเฉลี่ย 10.11 ปี

โดยรวมแล้วพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 43.11

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท.

ตาราง 4 แสดงการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท.

การเปิดรับสื่อและกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ภายใน องค์กร		หน่วยงานที่สังกัด						รวม		
		บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัทปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัทปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		จำนวน	ร้อยละ	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
สื่อสิ่งพิมพ์										
1. ปฏิทิน ประจำวัน	ไม่เคยเลย	10	6.90	27	19.01	16	15.24	53	13.52	
	นานๆ ครั้ง	22	15.17	28	19.72	28	26.67	78	19.90	
	พอสมควร	31	21.38	31	21.83	17	16.19	79	20.15	
	บ่อย	38	26.21	24	16.90	11	10.48	73	18.62	
	เป็นประจำ	44	30.34	32	22.54	33	31.43	109	27.81	
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00	
		$\bar{X}$ /ระดับ	3.58	มาก	3.04	ปาน กลาง	3.16	ปานกลาง	3.27	ปาน กลาง
สื่อสิ่งพิมพ์										
2. ข่าว ประชาสัมพันธ์	ไม่เคยเลย	4	2.76	11	7.75	6	5.71	21	5.36	
	นานๆ ครั้ง	15	10.34	18	12.68	19	18.10	52	13.27	
	พอสมควร	36	24.83	42	29.58	28	26.67	106	27.04	
	บ่อย	33	22.76	34	23.94	18	17.14	85	21.68	
	เป็นประจำ	57	39.31	37	26.06	34	32.38	128	32.65	
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00	
		$\bar{X}$ /ระดับ	3.86	มาก	3.48	ปาน กลาง	3.52	มาก	3.63	มาก
3. วารสาร ภายในองค์กร	ไม่เคยเลย	14	9.66	12	8.45	3	2.86	29	7.40	
	นานๆ ครั้ง	43	29.66	63	44.37	49	46.67	155	39.54	
	พอสมควร	41	28.28	17	11.97	29	27.62	87	22.19	
	บ่อย	29	20.00	39	27.46	13	12.38	81	20.66	
	เป็นประจำ	18	12.41	11	7.75	11	10.48	40	10.20	
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00	
		$\bar{X}$ /ระดับ	3.30	ปานกลาง	2.82	ปาน กลาง	2.81	ปานกลาง	2.87	ปาน กลาง
4. เอกสาร เผยแพร่ของ หน่วยงาน ประชาสัมพันธ์ ขององค์กร	ไม่เคยเลย	12	8.28	24	16.90	4	3.81	40	10.20	
	นานๆ ครั้ง	22	15.17	30	21.13	41	39.05	93	23.72	
	พอสมควร	50	34.48	41	28.87	26	24.76	117	29.85	
	บ่อย	30	20.69	27	19.01	18	17.14	75	19.13	
	เป็นประจำ	31	21.38	20	14.08	16	15.24	67	17.09	
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00	
		$\bar{X}$ /ระดับ	3.32	ปานกลาง	2.92	ปาน กลาง	3.01	ปานกลาง	3.09	ปาน กลาง

การเปิดรับสื่อและกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ภายใน องค์กร		หน่วยงานที่สังกัด						รวม	
		บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัทปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัทปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		จำนวน	ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
5. หนังสือเวียน และบันทึกถึง พนักงานโดยตรง	ไม่เคยเลย	3	2.07	33	23.24	10	9.52	46	11.73
	นานๆ ครั้ง	41	28.28	23	16.20	35	33.33	99	25.26
	พอสมควร	50	34.48	25	17.61	20	19.05	95	24.23
	บ่อย	26	17.93	29	20.42	11	10.48	66	16.84
	เป็นประจำ	25	17.24	32	22.54	29	27.62	86	21.94
	รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.20	ปานกลาง	3.03	ปาน กลาง	3.13	ปานกลาง	3.12	ปาน กลาง
6. ป้ายประกาศ/ โปสเตอร์/ จดหมายข่าว	ไม่เคยเลย	2	1.38	8	5.63	9	8.57	19	4.85
	นานๆ ครั้ง	23	15.86	41	28.87	31	29.52	95	24.23
	พอสมควร	44	30.34	36	25.35	33	31.43	113	28.83
	บ่อย	35	24.14	42	29.58	20	19.05	97	24.74
	เป็นประจำ	41	28.28	15	10.56	12	11.43	68	17.35
	รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.62	มาก	3.11	ปาน กลาง	2.95	ปานกลาง	3.26	ปาน กลาง
New Media 1. Web Site องค์กร	ไม่เคยเลย	2	1.38	7	4.93	2	1.90	11	2.81
	นานๆ ครั้ง	13	8.97	17	11.97	15	14.29	45	11.48
	พอสมควร	28	19.31	39	27.46	17	16.19	84	21.43
	บ่อย	32	22.07	36	25.35	30	28.57	98	25.00
	เป็นประจำ	70	48.28	43	30.28	41	39.05	154	39.29
	รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392
	$\bar{X}$ /ระดับ	4.07	มาก	3.64	มาก	3.89	มาก	3.86	มาก
2. ระบบข่าว ประชาสัมพันธ์ ในIntranet	ไม่เคยเลย	2	1.38	10	7.04	3	2.86	15	3.83
	นานๆ ครั้ง	11	7.59	17	11.97	10	9.52	38	9.69
	พอสมควร	23	15.86	12	8.45	21	20.00	56	14.29
	บ่อย	29	20.00	28	19.72	27	25.71	84	21.43
	เป็นประจำ	80	55.17	75	52.82	44	41.90	199	50.77
	รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392
	$\bar{X}$ /ระดับ	4.20	มาก	3.99	มาก	3.94	มาก	4.06	มาก
เสียงตามสาย	ไม่เคยเลย	14	9.66	55	38.73	35	33.33	104	26.53
	นานๆ ครั้ง	36	24.83	15	10.56	40	38.10	91	23.21
	พอสมควร	46	31.72	18	12.68	22	20.95	86	21.94
	บ่อย	13	8.97	27	19.01	4	3.81	44	11.22
	เป็นประจำ	36	24.83	27	19.01	4	3.81	67	17.09
	รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.14	ปานกลาง	2.69	ปาน กลาง	2.07	น้อย	2.69	ปาน กลาง
กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายใน องค์กร	ไม่เคยเลย	3	2.07	8	5.63	3	2.86	14	3.57
	นานๆ ครั้ง	37	25.52	37	26.06	38	36.19	112	28.57
	พอสมควร	52	35.86	40	28.17	40	38.10	132	33.67
	บ่อย	40	27.59	37	26.06	13	12.38	90	22.96
	รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392

การเปิดรับสื่อและกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ภายใน องค์กร		หน่วยงานที่สังกัด						รวม	
		บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัทปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัทปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		จำนวน	ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
รวม	เป็นประจำ	13	8.97	20	14.08	11	10.48	44	11.22
		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.16	ปานกลาง	3.17	ปาน กลาง	2.91	ปานกลาง	3.10	ปาน กลาง
สื่อบุคคล	ไม่เคยเลย	19	13.10	15	10.56	26	24.76	60	15.31
	นานๆ ครั้ง	45	31.03	24	16.90	44	41.90	113	28.83
	พอสมควร	36	24.83	29	20.42	27	25.71	92	23.47
	บ่อย	29	20.00	52	36.62	7	6.67	88	22.45
	เป็นประจำ	16	11.03	22	15.49	1	0.95	39	9.95
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	2.85	ปานกลาง	3.30	ปาน กลาง	2.17	น้อย	2.83	ปาน กลาง
ลักษณะการสั่งงานของผู้บังคับบัญชาในหน่วยงาน									
1. การสั่งงาน โดยเขียนบันทึก เป็นลายลักษณ์ อักษร	ไม่เคยเลย			2	1.41	6	5.71	8	2.04
	น้อย	14	9.66	11	7.75	21	20.00	46	11.73
	ปานกลาง	40	27.59	17	11.97	23	21.90	80	20.41
	มาก	58	40.00	66	46.48	36	34.29	160	40.82
	มากที่สุด	33	22.76	46	32.39	19	18.10	98	25.00
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.76	มาก	4.01	มาก	3.39	ปานกลาง	3.75	มาก
2. การสั่งงาน ด้วยวาจา	ไม่เคยเลย	1	0.69					1	0.26
	น้อย	8	5.52	2	1.41	1	0.95	11	2.81
	ปานกลาง	31	21.38	20	14.08	13	12.38	64	16.33
	มาก	61	42.07	55	38.73	50	47.62	166	42.35
	มากที่สุด	44	30.34	65	45.77	41	39.05	150	38.27
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.96	มาก	4.29	มาก	4.25	มาก	4.16	มาก
3. การสั่งงาน ทางโทรศัพท์	ไม่เคยเลย	7	4.83	8	5.63			15	3.83
	น้อย	47	32.41	17	11.97	24	22.86	88	22.45
	ปานกลาง	46	31.72	21	14.79	34	32.38	101	25.77
	มาก	33	22.76	47	33.10	31	29.52	111	28.32
	มากที่สุด	12	8.28	49	34.51	16	15.24	77	19.64
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	2.97	ปานกลาง	3.79	มาก	3.37	ปานกลาง	3.38	ปาน กลาง
4. การสั่งงาน โดยบอกผ่าน พนักงานคนอื่น ๆ ให้ออกต่อ	ไม่เคยเลย	33	22.76	17	11.97	15	14.29	65	16.58
	น้อย	59	40.69	60	42.25	49	46.67	168	42.86
	ปานกลาง	35	24.14	39	27.46	26	24.76	100	25.51
	มาก	14	9.66	18	12.68	13	12.38	45	11.48
	มากที่สุด	4	2.76	8	5.63	2	1.90	14	3.57
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00



การเปิดรับสื่อและกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ภายใน องค์กร		หน่วยงานที่สังกัด						รวม	
		บริษัทปต. จำกัด (มหาชน)		บริษัทปต. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัทปต. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		จำนวน	ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
	$\bar{X}$ /ระดับ	2.29	น้อย	2.58	ปาน กลาง	2.41	น้อย	2.43	น้อย
5. ผู้บังคับบัญชา เดินทางพบที่โต๊ะ และสั่งงาน	ไม่เคยเลย	4	2.76	9	6.34			13	3.32
	น้อย	18	12.41	22	15.49	18	17.14	58	14.80
	ปานกลาง	52	35.86	41	28.87	36	34.29	129	32.91
	มาก	59	40.69	60	42.25	40	38.10	159	40.56
	มากที่สุด	12	8.28	10	7.04	11	10.48	33	8.42
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.39	ปานกลาง	3.28	ปาน กลาง	3.42	ปานกลาง	3.36	ปาน กลาง
6. การสั่งงานทุก เวลาและทุก สถานที่เมื่อพบ ผู้บังคับบัญชา	ไม่เคยเลย	28	19.31	18	12.68	13	12.38	59	15.05
	น้อย	52	35.86	44	30.99	46	43.81	142	36.22
	ปานกลาง	47	32.41	40	28.17	34	32.38	121	30.87
	มาก	14	9.66	37	26.06	11	10.48	62	15.82
	มากที่สุด	4	2.76	3	2.11	1	0.95	8	2.04
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	2.41	น้อย	2.74	ปาน กลาง	2.44	น้อย	2.54	ปาน กลาง
รูปแบบการติดต่อสื่อสารในการปฏิบัติงาน									
1. ติดต่อสื่อสาร แบบเป็นทางการ หรือตามสาย บังคับบัญชา	ไม่เคยเลย	2	1.38	1	0.70			3	0.77
	น้อย	12	8.28	15	10.56	4	3.81	31	7.91
	ปานกลาง	27	18.62	29	20.42	26	24.76	82	20.92
	มาก	68	46.90	51	35.92	56	53.33	175	44.64
	มากที่สุด	36	24.83	46	32.39	19	18.10	101	25.77
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.86	มาก	3.89	มาก	3.86	มาก	3.87	มาก
2. ติดต่อสื่อสาร แบบไม่เป็น ทางการ มีการ ติดต่อสื่อสาร แบบข้ามสาย งาน โดยอาศัย ความสัมพันธ์ที่ดี ส่วนตัว	ไม่เคยเลย	6	4.14	4	2.82	2	1.90	12	3.06
	น้อย	35	24.14	7	4.93	10	9.52	52	13.27
	ปานกลาง	46	31.72	46	32.39	45	42.86	137	34.95
	มาก	43	29.66	55	38.73	45	42.86	143	36.48
	มากที่สุด	15	10.34	30	21.13	3	2.86	48	12.24
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.18	ปานกลาง	3.70	มาก	3.35	ปานกลาง	3.42	มาก
รูปแบบการติดต่อสื่อสารในการปฏิบัติงาน									
3. การ ติดต่อสื่อสาร แบบบนสู่ล่าง หรือ ผู้บังคับบัญชาสั่ง การโดยตรงต่อ	ไม่เคยเลย	2	1.38	1	0.70			3	0.77
	น้อย	5	3.45	10	7.04	1	0.95	16	4.08
	ปานกลาง	35	24.14	22	15.49	25	23.81	82	20.92
	มาก	83	57.24	64	45.07	67	63.81	214	54.59
	มากที่สุด	20	13.79	45	31.69	12	11.43	77	19.64

การเปิดรับสื่อและกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ภายใน องค์กร		หน่วยงานที่สังกัด						รวม	
		บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัทปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัทปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		จำนวน	ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ผู้บังคับบัญชา รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.79	มากก	4.00	มาก	3.86	มาก	3.88	มาก
4. การ ติดต่อสื่อสาร	ไม่เคยเลย	2	1.38	4	2.82	2	1.90	8	2.04
	น้อย	27	18.62	23	16.20	11	10.48	61	15.56
	ปานกลาง	53	36.55	40	28.17	51	48.57	144	36.73
	หรือ มาก	55	37.93	43	30.28	36	34.29	134	34.18
ผู้บังคับบัญชา มากที่สุด	มากที่สุด	8	5.52	32	22.54	5	4.76	45	11.48
ปรึกษาหารือ ผู้บังคับบัญชา รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.28	ปานกลาง	3.54	มาก	3.67	ปานกลาง	3.38	ปาน กลาง
5. การ ติดต่อสื่อสาร	ไม่เคยเลย			2	1.41			2	0.51
	น้อย	4	2.76	2	1.41			6	1.53
	ระหว่างเพื่อน	34	23.45	30	21.13	17	16.19	81	20.66
	ร่วมงานระดับ	78	53.79	53	37.32	42	40.00	173	44.13
	เดียวกัน	29	20.00	55	38.73	46	43.81	130	33.16
รวม	มากที่สุด	145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.91	มาก	4.11	มาก	4.28	มาก	4.08	มาก

จากตารางที่ 4 แสดงการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของ

พนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. พบว่า

### 1. สื่อสิ่งพิมพ์

ปฏิทินประจำวัน พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากปฏิทินประจำวัน เป็นประจำ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 30.34 โดยมี ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.58

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากปฏิทินประจำวัน เป็นประจำ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 22.54 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.04

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากปฏิทินประจำวัน เป็นประจำ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 31.43 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.16

และโดยรวมแล้วพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากปฏิทินประจำวัน เป็นประจำ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.81 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.27

#### ข่าวประชาสัมพันธ์ พบว่า

- บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากข่าวประชาสัมพันธ์เป็นประจำ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 39.31 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากข่าวประชาสัมพันธ์พอสมควร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 29.58 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากข่าวประชาสัมพันธ์ประจำ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 32.38 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากข่าวประชาสัมพันธ์เป็นประจำ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.65 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63

#### วารสารภายในองค์กร พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากวารสารภายในองค์กรนานๆ ครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 29.66 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.30

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากวารสารภายในองค์กรนานๆ ครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 44.37 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.82

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่ไม่นานๆ ครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.81

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อวารสารภายในองค์กรนานๆ ครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 39.54 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.87

#### **เอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากเอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรพอสมควร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 34.48 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.32

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากเอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรพอสมควร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 28.87 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.32

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากเอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรนานๆ ครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 41 คน คิดเป็น ร้อยละ 39.05 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.01

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากเอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรพอสมควร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายบริษัท โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.09

#### หนังสือเวียนและบันทึกถึงพนักงานโดยตรง พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากหนังสือเวียนและบันทึกถึงพนักงานโดยตรงพอสมควร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 34.48 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.20

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากหนังสือเวียนและบันทึกถึงพนักงานโดยตรงเป็นประจำ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 22.54 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.03

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากหนังสือเวียนและบันทึกถึงพนักงานโดยตรงนานๆ ครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.13

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากหนังสือเวียนและบันทึกถึงพนักงานโดยตรงนานๆ ครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 25.26 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.12

#### ป้ายประกาศ/โปสเตอร์/จดหมายข่าว พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากป้ายประกาศ/โปสเตอร์/จดหมายข่าวพอสมควร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 30.34 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.62



- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากป้ายประกาศ/โปสเตอร์/จดหมายข่าวบ่อย จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 29.58 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.11

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากป้ายประกาศ/โปสเตอร์/จดหมายข่าวพอสมควร จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 31.43 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.95

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากป้ายประกาศ/โปสเตอร์/จดหมายข่าวพอสมควร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.83 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.26

## 2. New Media

### Web Site องค์กร พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจาก Web Site องค์กร เป็นประจำ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 48.28 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจาก Web Site องค์กร เป็นประจำ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 30.28 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.64

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจาก Web Site องค์กร เป็นประจำ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 39.05 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจาก Web Site องค์กร เป็นประจำ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 39.29 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86

### ระบบข่าวประชาสัมพันธ์ใน Intranet พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจาก ระบบข่าวประชาสัมพันธ์ใน Intranet เป็นประจำ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 55.17 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจาก ระบบข่าวประชาสัมพันธ์ใน Intranetเป็นประจำ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 52.82 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจาก ระบบข่าวประชาสัมพันธ์ใน Intranetเป็นประจำ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 41.90 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจาก ระบบข่าวประชาสัมพันธ์ใน Intranet เป็นประจำ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 50.77 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06

### 3. เสี่ยงตามสาย

#### เสี่ยงตามสาย พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจาก เสี่ยงตามสายพอสมควร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 31.72 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.14

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารจาก เสี่ยงตามสายเลย จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 38.73 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.69

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจาก เสียงตามสาย นานๆ ครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 38.10 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.07

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารจากเสียงตามสายเลย จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.53 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.69

#### 4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในองค์กร

##### กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในองค์กร พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจาก สื่อกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในองค์กรบ่อย จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 27.59 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.16

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจาก สื่อกิจกรรมพอสมควร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 28.17 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.17

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจาก สื่อกิจกรรมพอสมควร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 38.10 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.91

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจาก สื่อกิจกรรมพอสมควร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 132 คิดเป็นร้อยละ 33.67 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.10

#### 5. สื่อบุคคล

##### สื่อบุคคล พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล นานๆ ครั้ง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 31.03 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.85

บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล บ่อย จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 36.62 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.30

บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล นานๆ ครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 41.90 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.17

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล นาน ๆ ครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 113 คิดเป็นร้อยละ 28.83 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.83

## 6. ลักษณะการสั่งงานของผู้บังคับบัญชา

สั่งงานโดยเขียนบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานเปิดรับข่าวสารส่วนใหญ่จากการสั่งงานโดยเขียนบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานเปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานโดยเขียนบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 46.48 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.01

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานเปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานโดยเขียนบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 34.29 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.39

และโดยรวมแล้วพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานโดยเขียนบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 160 คิดเป็นร้อยละ 40.82 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75

### สั่งงานด้วยวาจา พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานเปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานด้วยวาจา มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 42.07 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานเปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานด้วยวาจา มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 38.73 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานเปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานด้วยวาจา มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 47.62 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานด้วยวาจา มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 166 คนคิดเป็นร้อยละ 42.35 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16

### สั่งงานทางโทรศัพท์ พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานทางโทรศัพท์น้อย จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 32.41 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.97

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานทางโทรศัพท์ มากที่สุด จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 34.51 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79



- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานทางโทรศัพท์ ปานกลาง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 32.38 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.37

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานทางโทรศัพท์ มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 111 คนคิดเป็นร้อยละ 28.32 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.38

### สั่งงานโดยบอกผ่านพนักงานคนอื่น ๆ ให้ออกต่อ พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานเปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานโดยบอกผ่านพนักงานคนอื่น ๆ ให้ออกต่อ น้อย จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 40.69 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.29

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานเปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานโดยบอกผ่านพนักงานคนอื่น ๆ ให้ออกต่อ น้อย จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.58

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานเปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานโดยบอกผ่านพนักงานคนอื่น ๆ ให้ออกต่อ น้อย จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.41

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่พนักงานเปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานโดยบอกผ่านพนักงานคนอื่น ๆ ให้ออกต่อ น้อย จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 168 คนคิดเป็นร้อยละ 42.86 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.43

### ผู้บังคับบัญชาเดินมาพบผู้ใต้บังคับบัญชาที่โต๊ะและสั่งงาน พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานเปิดรับข่าวสารจากการที่ผู้บังคับบัญชาเดินมาพบผู้ใต้บังคับบัญชาที่โต๊ะและสั่งงาน มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 40.69 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.39

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานเปิดรับข่าวสารจากการที่ผู้บังคับบัญชาเดินมาพบผู้ใต้บังคับบัญชาที่โต๊ะและสั่งงาน มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.28

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานเปิดรับข่าวสารจากการที่ผู้บังคับบัญชาเดินมาพบผู้ใต้บังคับบัญชาที่โต๊ะและสั่งงาน มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 38.10 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากการที่ผู้บังคับบัญชาเดินมาพบผู้ใต้บังคับบัญชาที่โต๊ะและสั่งงาน มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 159 คนคิดเป็นร้อยละ 40.56 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.36

#### **สั่งงานทุกเวลาและทุกสถานที่เมื่อพบผู้ใต้บังคับบัญชา พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานเปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานทุกเวลาและทุกสถานที่เมื่อผู้บังคับบัญชาพบผู้ใต้บังคับบัญชา น้อย จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 35.86 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.41

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานเปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานทุกเวลาและทุกสถานที่เมื่อผู้บังคับบัญชาพบผู้ใต้บังคับบัญชา น้อย จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 30.99 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.74

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานเปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานทุกเวลาและทุกสถานที่เมื่อผู้บังคับบัญชาพบผู้ใต้บังคับบัญชา น้อย จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 43.81 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.44

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารจากการสั่งงานทุกเวลาและทุกสถานที่เมื่อผู้บังคับบัญชาพบผู้ใต้บังคับบัญชา น้อย จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 142 คนคิดเป็นร้อยละ 36.22 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.54

## 7. รูปแบบการติดต่อสื่อสารในการปฏิบัติงาน

การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการหรือตามสายบังคับบัญชา พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่มีการติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการหรือตามสายบังคับบัญชา มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 46.90 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่มีการติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการหรือตามสายบังคับบัญชา มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 35.92 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่มีการติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการหรือตามสายบังคับบัญชา มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีการติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการหรือตามสายบังคับบัญชา มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 175คน คิดเป็นร้อยละ 44.64 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87

การติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ การติดต่อสื่อสารแบบข้ามสายงาน โดยอาศัยความสัมพันธ์ที่ดีส่วนตัว พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่มีการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ มีการติดต่อสื่อสารแบบข้ามสายงาน โดยอาศัยความสัมพันธ์ที่ดีส่วนตัว ปานกลาง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 31.72 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.18

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่มีการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ มีการติดต่อสื่อสารแบบข้ามสายงาน โดยอาศัยความสัมพันธ์ที่ดีส่วนตัว มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 38.73 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่มีการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ มีการติดต่อสื่อสารแบบข้ามสายงาน โดยอาศัยความสัมพันธ์ที่ดีส่วนตัว มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.35

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ มีการติดต่อสื่อสารแบบข้ามสายงาน โดยอาศัยความสัมพันธ์ที่ดีส่วนตัว มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 143 คนคิดเป็นร้อยละ 36.48 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42

**การติดต่อสื่อสารแบบบนสู่ล่าง หรือผู้บังคับบัญชาสั่งการโดยตรงต่อผู้ใต้บังคับบัญชา พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่มีการติดต่อสื่อสารแบบบนสู่ล่าง หรือผู้บังคับบัญชาสั่งการโดยตรงต่อผู้ใต้บังคับบัญชา มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 57.24 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่มีการติดต่อสื่อสารแบบบนสู่ล่าง หรือผู้บังคับบัญชาสั่งการโดยตรงต่อผู้ใต้บังคับบัญชา มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 45.07 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่มีการติดต่อสื่อสารแบบบนสู่ล่าง หรือผู้บังคับบัญชาสั่งการโดยตรงต่อผู้ใต้บังคับบัญชา มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 63.81 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่ติดต่อสื่อสารแบบบนสู่ล่าง หรือผู้บังคับบัญชาสั่งการโดยตรงต่อผู้ใต้บังคับบัญชา มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 214 คนคิดเป็นร้อยละ 54.59 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.88

**ติดต่อสื่อสารแบบล่างสู่บน หรือผู้ใต้บังคับบัญชาปรึกษาหารือกับผู้บังคับบัญชา พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่ติดต่อสื่อสารแบบล่างสู่บน หรือผู้ใต้บังคับบัญชาปรึกษาหารือผู้บังคับบัญชา มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 37.93 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.28

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่ติดต่อสื่อสารแบบล่างสู่บน หรือผู้ใต้บังคับบัญชาปรึกษาหารือผู้บังคับบัญชา มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 30.28 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.54

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่ติดต่อสื่อสารแบบล่างสู่บน หรือผู้ใต้บังคับบัญชาปรึกษาหารือผู้บังคับบัญชา ปานกลาง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 48.57 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่ติดต่อสื่อสารแบบล่างสู่บน หรือผู้ใต้บังคับบัญชาปรึกษาหารือผู้บังคับบัญชา ปานกลาง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 144 คนคิดเป็นร้อยละ 36.73 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.38

#### **ติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกัน พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่ติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกัน มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 53.79 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่ติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกัน มากที่สุด จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 38.73 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่ติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกัน มากที่สุด จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 43.81 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.28



และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่ติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนร่วมงาน  
ระดับเดียวกัน มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ  
44.13 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08

ตอนที่ 3 ทักษะคิของพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์  
ภายในองค์กร

ตาราง 5 แสดงทัศนคติของพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ต่อสื่อและกิจกรรม  
ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

ทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร		หน่วยงานที่สังกัด						รวม	
		บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัท ปตท. สำรวจและผลิต ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		จำนวน	ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อ ข่าวสารภายในองค์กร									
1. องค์กรได้แจ้งข่าวสาร เกี่ยวกับนโยบายและเป้าหมาย ขององค์กรให้พนักงานทราบ อยู่เสมอ	น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด	6 23 82 34	4.14 15.86 56.55 23.45	10 34 52 46	7.04 23.94 36.62 32.39	3 21 64 17	2.86 20.00 60.95 16.19	19 78 198 97	4.85 19.90 50.51 24.74
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
$\bar{X}$ /ระดับ		3.99	มาก	3.94	มาก	3.90	มาก	3.95	มาก
2. องค์กรได้แจ้งข่าวสาร เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทางการบริหารและความ เปลี่ยนแปลงในระดับนโยบาย ขององค์กรให้พนักงานทราบ อยู่เสมอ	ไม่เคยเลย น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด	2 3 34 82 24	1.38 2.07 23.45 56.55 16.55	18 25 50 49	12.68 17.61 35.21 34.51	5 28 50 22	4.76 26.67 47.62 20.95	2 26 87 182 95	0.51 6.63 22.19 46.43 24.23
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
$\bar{X}$ /ระดับ		3.85	มาก	3.92	มาก	3.85	มาก	3.87	มาก
3. องค์กรได้แจ้งข่าวสารการ ดำเนินงานของรัฐบาลความ เคลื่อนไหวและสภาวการณ์ที่มี ผลกระทบต่อองค์กรให้ พนักงานทราบอยู่เสมอ	ไม่เคยเลย น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด	12 50 61 22	8.28 34.48 42.07 15.17	3 29 44 36	2.11 20.42 30.99 25.35	20 31 38 16	19.05 29.52 36.19 15.24	3 61 143 74	0.77 15.56 36.48 18.88
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
$\bar{X}$ /ระดับ		3.64	มาก	3.57	มาก	3.48	ปานกลาง	3.57	มาก
4. องค์กรได้แจ้งข่าวสาร เกี่ยวกับการพัฒนาต่าง ๆ ขององค์กรให้พนักงานทราบ อยู่เสมอ	ไม่เคยเลย น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด	1 7 36 76 26	0.70 4.83 24.83 52.41 17.93	1 17 30 42 52	0.70 11.97 21.13 29.58 36.62	4 4 40 57 4	3.81 3.81 38.10 54.29 3.81	1 28 106 175 82	0.26 7.14 27.04 44.64 20.92
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
$\bar{X}$ /ระดับ		3.83	มาก	3.89	มาก	3.58	มาก	3.79	มาก

ทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร		หน่วยงานที่สังกัด						รวม	
		บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		จำนวน	ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อข่าวสารภายในองค์กร									
5. องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสถานภาพทางการเงินและข่าวสารเกี่ยวกับผลกำไรจากการดำเนินงานขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ	ไม่เคยเลย			6	4.23	4	3.81	10	2.55
	น้อย	9	6.21	25	17.61	6	5.71	40	10.20
	ปานกลาง	55	37.93	36	25.35	36	34.29	127	32.40
	มาก	65	44.83	36	25.35	52	49.52	153	39.03
	มากที่สุด	16	11.03	39	27.46	7	6.67	62	15.82
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.61	มาก	3.54	มาก	3.50	มาก	3.55	มาก
6. ความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ของข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ในหน่วยงาน	ไม่เคยเลย			1	0.70			1	0.26
	น้อย	5	3.45	12	8.45	3	2.86	20	5.10
	ปานกลาง	25	17.24	35	24.65	48	45.71	108	27.55
	มาก	83	57.24	59	41.55	46	43.81	188	47.96
	มากที่สุด	32	22.07	35	24.65	8	7.62	75	19.13
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.98	มาก	3.81	มาก	3.56	มาก	3.81	มาก
7. ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ในหน่วยงานมีมากและเพียงพอดีแล้ว	ไม่เคยเลย			1	0.70			1	0.26
	น้อย	9	6.21	17	11.97	6	5.71	32	8.16
	ปานกลาง	44	30.34	39	27.46	49	46.67	132	33.67
	มาก	71	48.97	43	30.28	45	42.86	159	40.56
	มากที่สุด	21	14.48	42	29.58	5	4.76	68	17.35
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.72	มาก	3.76	มาก	3.47	ปานกลาง	3.67	มาก
8. พนักงานได้รับข่าวสารที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอดีแล้ว	ไม่เคยเลย	2	1.38	1	0.70			3	0.77
	น้อย	11	7.59	12	8.45	14	13.33	37	9.44
	ปานกลาง	42	28.97	46	32.39	60	57.14	148	37.76
	มาก	64	44.14	39	27.46	29	27.62	132	33.67
	มากที่สุด	26	17.93	44	30.99	2	1.90	72	18.37
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.70	มาก	3.80	มาก	3.18	ปานกลาง	3.59	มาก
ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร									
1. กระบวนการติดต่อสื่อสาร	ไม่เคยเลย			2	1.41			2	0.51

ทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร	หน่วยงานที่สังกัด							รวม	
	บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัท ปตท. สำรวจและผลิต ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		จำนวน	ร้อยละ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
และการประสานงานภายใน องค์กรมีประสิทธิภาพ ชัดเจน และเป็นระบบดี	น้อย	12	8.28	14	9.86	12	11.43	38	9.69
	ปานกลาง	36	24.83	36	25.35	56	53.33	128	32.65
	มาก	71	48.97	51	35.92	36	34.29	158	40.31
	มากที่สุด	26	17.93	39	27.46	1	0.95	66	16.84
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.77	มาก	3.78	มาก	3.25	ปานกลาง	3.63	มาก
2. การได้ติดต่อสื่อสารแบบ เป็นทางการของพนักงาน เช่น การเข้าร่วมประชุมเพื่อแก้ไข ปัญหาในการทำงาน, การ ติดต่อประสานงานกับเพื่อน ร่วมงานอยู่เสมอ	น้อย	10	6.90	13	9.15	20	19.05	43	10.97
	ปานกลาง	34	23.45	29	20.42	29	27.62	92	23.47
	มาก	74	51.03	55	38.73	50	47.62	179	45.66
	มากที่สุด	27	18.62	45	31.69	6	5.71	78	19.90
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.81	มาก	3.93	มาก	3.40	ปานกลาง	3.74	มาก
3. การได้ติดต่อสื่อสารแบบไม่ เป็นทางการของ เช่น การเข้า ร่วมพบปะสังสรรค์กับเพื่อน ร่วมงาน การร่วมกิจกรรมนอก เวลาทำการกับเพื่อนร่วมงาน อยู่เสมอ	น้อย	21	14.48	14	9.86	27	25.71	62	15.82
	ปานกลาง	50	34.48	45	31.69	48	45.71	143	36.48
	มาก	56	38.62	46	32.39	22	20.95	124	31.63
	มากที่สุด	18	12.41	37	26.06	8	7.62	63	16.07
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.49	ปาน กลาง	3.75	มาก	3.10	ปานกลาง	3.48	ปาน กลาง
ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อ การบังคับบัญชาและสั่งการ									
1. ผู้บังคับบัญชามักจะยอมรับ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ของผู้ใต้บังคับบัญชาในด้านการแก้ไข ปัญหาภายในหน่วยงาน	ไม่เคยเลย	5	3.45	1	0.70			6	1.53
	น้อย	9	6.21	14	9.86	8	7.62	31	7.91
	ปานกลาง	39	26.90	29	20.42	48	45.71	116	29.59
	มาก	71	48.97	59	41.55	47	44.76	177	45.15
	มากที่สุด	21	14.48	39	27.46	2	1.90	62	15.82
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.65	มาก	3.85	มาก	3.41	ปานกลาง	3.66	มาก
2. การบังคับบัญชาสั่งการ หน่วยงานมีประสิทธิภาพ ชัดเจน รัดกุมดี	ไม่เคยเลย			1	0.70			1	0.26
	น้อย	9	6.21	17	11.97	18	17.14	44	11.22
	ปานกลาง	55	37.93	37	26.06	49	46.67	141	35.97
	มาก	59	40.69	60	42.25	35	33.33	154	39.29
	มากที่สุด	22	15.17	27	19.01	3	2.86	52	13.27
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.65	มาก	3.67	มาก	3.22	ปานกลาง	3.54	มาก

ทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร		หน่วยงานที่สังกัด						รวม	
		บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		จำนวน	ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
3. ผู้บังคับบัญชาได้ให้พนักงานเข้าพบและให้คำแนะนำอย่างดีเสมอ เมื่อพนักงานต้องการปรึกษาหารือในด้านการปฏิบัติงาน	ไม่เคยเลย น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด	1 2 40 80 22 145	0.69 1.38 27.59 55.17 15.17 100.00	3 8 24 64 43 142	2.11 5.63 16.90 45.07 30.28 100.00	1 9 33 56 6 105	0.95 8.57 31.43 53.33 5.71 100.00	5 19 97 200 71 392	1.28 4.85 24.74 51.02 18.11 100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.83	มาก	3.96	มาก	3.54	มาก	3.80	มาก
4. ผู้บังคับบัญชามักจะแสดงความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในระหว่างการปฏิบัติงานเสมอ	ไม่เคยเลย น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด	4 10 37 67 27 145	2.76 6.90 25.52 46.21 18.62 100.00	3 11 27 54 47 142	2.11 7.75 19.01 38.03 33.10 100.00	12 41 41 39 13 105	11.43 39.05 39.05 37.14 12.38 100.00	7 33 105 160 87 392	1.79 8.42 26.79 40.82 22.19 100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.71	มาก	3.92	มาก	3.50	มาก	3.73	มาก
ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อบรรยากาศภายในองค์กร									
1. ภายในหน่วยงานจะให้ความสำคัญต่อความคิดเห็นของพนักงานก่อนที่จะดำเนินการใด ๆ	ไม่เคยเลย น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด			4	2.82	3	2.86	7	1.79
		14	9.66	17	11.97	16	15.24	47	11.99
		40	27.59	34	23.94	42	40.00	116	29.59
		65	44.83	41	28.87	35	33.33	141	35.97
		26	17.93	46	32.39	9	8.57	81	20.66
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.71	มาก	3.76	มาก	3.30	ปานกลาง	3.62	มาก
2. บรรยากาศในการปฏิบัติงานมีลักษณะความเป็นกันเอง	น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด	4 28 73 40 145	2.76 19.31 50.34 27.59 100.00	5 31 49 57 142	3.52 21.83 34.51 40.14 100.00			9 81 179 123 392	2.30 20.66 45.66 31.38 100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	4.03	มาก	4.11	มาก	4.04	มาก	4.06	มาก
3. พนักงานมีความรู้สึกรักและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรอยู่เสมอ	น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด	3 15 69 58	2.07 10.34 47.59 40.00	4 31 44 63	2.82 21.83 30.99 44.37			7 78 162 145	1.79 19.90 41.33 36.99



ทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร		หน่วยงานที่สังกัด						รวม	
		บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัท ปตท. สำรวจและผลิต ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		จำนวน	ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	4.26	มาก	4.17	มาก	3.92	มาก	4.14	มาก
4. ปัญหาความขัดแย้งต่างๆที่ เกิดขึ้นในองค์กร ไม่ว่าจะเป็ ความขัดแย้งในเรื่องใดก็ตาม จะได้รับการสนใจพิจารณา แก้ไขอย่างจริงจังจากผู้บริหารและ ผู้ที่เกี่ยวข้องเสมอ	ไม่เคยเลย	3	2.07	1	0.70			4	1.02
	น้อย	18	12.41	12	8.45	14	13.33	44	11.22
	ปานกลาง	43	29.66	33	23.24	51	48.57	127	32.40
	มาก	62	42.76	58	40.85	27	25.71	147	37.50
	มากที่สุด	19	13.10	38	26.76	13	12.38	70	17.86
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.52	มาก	3.85	มาก	3.37	ปานกลาง	3.60	มาก
ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อ คุณภาพของสื่อ ประชาสัมพันธ์									
1. พนักงานคิดว่าสื่อ ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ได้นำเสนอข่าวสารที่มีปริมาณ ของข่าวสารที่มากเพียงพอ แล้ว	น้อย	7	4.83	15	10.56	5	4.76	27	6.89
	ปานกลาง	32	22.07	42	29.58	46	43.81	120	30.61
	มาก	79	54.48	48	33.80	40	38.10	167	42.60
	มากที่สุด	27	18.62	37	26.06	14	13.33	78	19.90
	รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.87	มาก	3.75	มาก	3.60	มาก	3.76	มาก
2. พนักงานได้รับข่าวสารจาก สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ภายในองค์กรที่มีการเผยแพร่ ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและทัน เหตุการณ์	น้อย	6	4.14	11	7.75	2	1.90	19	4.85
	ปานกลาง	33	22.76	41	28.87	41	39.05	115	29.34
	มาก	81	55.86	50	35.21	52	49.52	183	46.68
	มากที่สุด	25	17.24	40	28.17	10	9.52	75	19.13
	รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.86	มาก	3.84	มาก	3.67	มาก	3.80	มาก
3. พนักงานคิดว่าการใช้สื่อ ประชาสัมพันธ์ขององค์กรมี ความทันสมัยและเหมาะสม กับผู้รับสารและเนื้อหาของสาร	น้อย	6	4.14	14	9.86	2	1.90	22	5.61
	ปานกลาง	29	20.00	28	19.72	36	34.29	93	23.72
	มาก	77	53.10	57	40.14	59	56.19	193	49.23
	มากที่สุด	33	22.76	43	30.28	8	7.62	84	21.43
	รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.94	มาก	3.91	มาก	3.70	มาก	3.86	มาก
4. ในภาพรวมแล้ว พนักงานมี ความพึงพอใจต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภายใน องค์กร	น้อย	6	4.14	18	12.68			24	6.12
	ปานกลาง	28	19.31	31	21.83	38	36.19	97	24.74
	มาก	77	53.10	48	33.80	56	53.33	181	46.17

ทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร	หน่วยงานที่สังกัด						รวม	
	บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัท ปตท. สำรวจและผลิต ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
มากที่สุด	34	23.45	45	31.69	11	10.48	90	22.96
รวม	145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
$\bar{X}$ /ระดับ	3.96	มาก	3.85	มาก	3.74	มาก	3.86	มาก

จากตารางที่ 5 แสดงทัศนคติของพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ต่อสื่อและ  
กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ดังนี้

#### 1. ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อข่าวสารภายในองค์กร พบว่า

องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายและเป้าหมายขององค์กรให้พนักงาน  
ทราบอยู่เสมอ พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่องค์กรได้แจ้ง  
ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายและเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงาน  
ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 56.55 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่  
องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายและเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จาก  
จำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 36.62 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่  
ดีมากต่อการที่องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายและเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานทราบ  
อยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 60.95 โดยมี  
ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่  
องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายและเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จาก

จำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 50.51 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.95

**องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานทางการบริหารและความเปลี่ยนแปลงในระดับนโยบายขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานทางการบริหารและความเปลี่ยนแปลงในระดับนโยบายขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 56.55 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานทางการบริหารและความเปลี่ยนแปลงในระดับนโยบายขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 35.21 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานทางการบริหารและความเปลี่ยนแปลงในระดับนโยบายขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 47.62 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานทางการบริหารและความเปลี่ยนแปลงในระดับนโยบายขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 182 คนคิดเป็นร้อยละ 46.43 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87

**องค์กรได้แจ้งข่าวสารการดำเนินงานของรัฐบาลความเคลื่อนไหวและสภาวการณ์ที่มีผลกระทบต่อองค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่องค์กรได้แจ้งข่าวสารการดำเนินงานของรัฐบาลความเคลื่อนไหวและสภาวการณ์ที่มีผลกระทบต่อองค์กรให้

พนักงานทราบอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 42.07 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.64

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่องค์กรได้จ้างชาวสารการดำเนินงานของรัฐบาลความเคลื่อนไหวและสภาพการณ์ที่มีผลกระทบต่อองค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 30.99 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการที่องค์กรได้จ้างชาวสารการดำเนินงานของรัฐบาลความเคลื่อนไหวและสภาพการณ์ที่มีผลกระทบต่อองค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 36.19 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.48

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่องค์กรได้จ้างชาวสารการดำเนินงานของรัฐบาลความเคลื่อนไหวและสภาพการณ์ที่มีผลกระทบต่อองค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 36.48 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57

**องค์กรได้จ้างชาวสารเกี่ยวกับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ พบว่า**

- บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่องค์กรได้จ้างชาวสารเกี่ยวกับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 52.41 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.83

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่องค์กรได้จ้างชาวสารเกี่ยวกับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 36.62 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่องค์กรได้จ้างชาวสารเกี่ยวกับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ขององค์กรให้พนักงานทราบ



อยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 54.29 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.58

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 44.64 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79

**องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสถานการณ์ทางการเงินและข่าวสารเกี่ยวกับผลกำไรจากการดำเนินงานขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ พบว่า**

- บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสถานการณ์ทางการเงินและข่าวสารเกี่ยวกับผลกำไรจากการดำเนินงานขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 44.83 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61

- บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสถานการณ์ทางการเงินและข่าวสารเกี่ยวกับผลกำไรจากการดำเนินงานขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 27.46 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.54

- บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสถานการณ์ทางการเงินและข่าวสารเกี่ยวกับผลกำไรจากการดำเนินงานขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 49.52 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากต่อการที่องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสถานการณ์ทางการเงินและข่าวสารเกี่ยวกับผลกำไรจากการดำเนินงานขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 39.03 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55



**ความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในหน่วยงาน พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในหน่วยงาน จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 57.24 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.98

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในหน่วยงาน จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 41.55 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในหน่วยงาน จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 45.71 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากต่อความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในหน่วยงาน จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.96 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81

**การนำเสนอข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ในหน่วยงานมีมากและเพียงพอดีแล้ว พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ในหน่วยงานที่มีมากและเพียงพอดีแล้ว จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 48.97 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.72

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ในหน่วยงานที่มีมากและเพียงพอดีแล้ว อยู่ในระดับมาก จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 30.28 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ในหน่วยงานที่มีมากและเพียงพอดีแล้ว จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากต่อข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ในหน่วยงานที่มีมากและเพียงพอแล้ว จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 40.56 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67

**ทัศนคติต่อการได้รับข่าวสารที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอ พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อการได้รับข่าวสารที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอแล้ว จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 44.14 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อการได้รับข่าวสารที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอแล้ว จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 32.39 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.80

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการได้รับข่าวสารที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอแล้ว จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.18

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากต่อการได้รับข่าวสารที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอแล้ว จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.76 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.59

## 2. ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร

**กระบวนการติดต่อสื่อสารและการประสานงานภายในองค์กรมีประสิทธิภาพชัดเจน และเป็นระบบดี พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อกระบวนการติดต่อสื่อสารและการประสานงานภายในองค์กรว่ามีประสิทธิภาพชัดเจน และเป็นระบบดี จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 48.97 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.77

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อกระบวนการติดต่อสื่อสารและการประสานงานภายในองค์กรว่ามีประสิทธิภาพ ชัดเจน และเป็นระบบดี จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 35.92 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.78

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากต่อกระบวนการติดต่อสื่อสารและการประสานงานภายในองค์กรว่ามีประสิทธิภาพ ชัดเจน และเป็นระบบดี จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.25

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากต่อกระบวนการติดต่อสื่อสารและการประสานงานภายในองค์กรว่ามีประสิทธิภาพ ชัดเจน และเป็นระบบดี จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 40.31 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63

**การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการ เช่น การเข้าร่วมประชุมเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน, การติดต่อประสานงานกับเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ได้ติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการ เช่น การเข้าร่วมประชุมเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน, การติดต่อประสานงานกับเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 51.03 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ได้ติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการ เช่น การเข้าร่วมประชุมเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน, การติดต่อประสานงานกับเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 38.73 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.93

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ได้ติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการ เช่น การเข้าร่วมประชุมเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน,

การติดต่อประสานงานกับเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 47.62 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ได้ติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการ เช่น การเข้าร่วมประชุมเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน, การติดต่อประสานงานกับเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 45.66 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74

**การติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เช่น การเข้าร่วมพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงาน การร่วมกิจกรรมนอกเวลาทำการกับเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ได้ติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เช่น การเข้าร่วมพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงาน การร่วมกิจกรรมนอกเวลาทำการกับเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 38.62 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.49

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ได้ติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เช่น การเข้าร่วมพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงาน การร่วมกิจกรรมนอกเวลาทำการกับเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 32.39 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีที่ได้ติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เช่น การเข้าร่วมพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงาน การร่วมกิจกรรมนอกเวลาทำการกับเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 45.71 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.10

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีที่ได้ติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เช่น การเข้าร่วมพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงาน การร่วมกิจกรรมนอกเวลาทำการกับเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 36.48 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.48

### 3.ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อการบังคับบัญชาสั่งการ

**ผู้บังคับบัญชามักจะยอมรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใต้บังคับบัญชา**  
**ในด้าน การแก้ไขปัญหภายในหน่วยงาน พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ผู้บังคับบัญชามักจะยอมรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานในด้านการแก้ไขปัญหภายในหน่วยงาน จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 48.97 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.65

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ผู้บังคับบัญชามักจะยอมรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานในด้านการแก้ไขปัญหภายในหน่วยงาน จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 41.55 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.85

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีที่ผู้บังคับบัญชามักจะยอมรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานในด้านการแก้ไขปัญหภายในหน่วยงาน จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 45.71 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.41

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ผู้บังคับบัญชามักจะยอมรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานในด้านการแก้ไขปัญหภายในหน่วยงาน จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 45.15 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66

**การบังคับบัญชาสั่งการของหน่วยงานมีประสิทธิภาพ ชัดเจน และรัดกุมดี พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่หน่วยงานมีการบังคับบัญชาสั่งการอย่างมีประสิทธิภาพ ชัดเจน รัดกุมดี จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 40.69 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.65



- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่หน่วยงาน มีการบังคับบัญชาสั่งการอย่างมีประสิทธิภาพ ชัดเจน รัดกุมดี จากจำนวนพนักงานที่ตอบ แบบสอบถามจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.67

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีที่หน่วยงานของมีการบังคับบัญชาสั่งการอย่างมีประสิทธิภาพ ชัดเจน รัดกุมดี จากจำนวน พนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.22

และโดยรวมพนักงานในกลุ่ม ปตท. ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่หน่วยงานมี การบังคับบัญชาสั่งการอย่างมีประสิทธิภาพ ชัดเจน รัดกุมดี จากจำนวนพนักงานที่ตอบ แบบสอบถามจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 39.29 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.54

**ผู้บังคับบัญชาได้ให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเข้าพบและให้คำแนะนำอย่างดีเสมอ เมื่อ ผู้ใต้บังคับบัญชาต้องการปรึกษาหารือในด้านการปฏิบัติงาน พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ผู้บังคับบัญชาได้ให้ เข้าพบและให้คำแนะนำอย่างดีเสมอ เมื่อพนักงานต้องการปรึกษาหารือในด้านการปฏิบัติงานกับ ผู้บังคับบัญชา จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 55.17 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.83

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ ผู้บังคับบัญชาได้ให้เข้าพบและให้คำแนะนำอย่างดีเสมอ เมื่อพนักงานต้องการปรึกษาหารือใน ด้านการปฏิบัติงานกับผู้บังคับบัญชา จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 64 คน คิด เป็นร้อยละ 45.07 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.96

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ ดีมากที่สุดที่ผู้บังคับบัญชาได้ให้เข้าพบและให้คำแนะนำอย่างดีเสมอ เมื่อพนักงานต้องการ ปรึกษาหารือในด้านการปฏิบัติงานกับผู้บังคับบัญชา จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.54

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ผู้บังคับบัญชาได้ให้เข้าพบและให้คำแนะนำอย่างดีเสมอ เมื่อพนักงานต้องการปรึกษาหารือในด้านการปฏิบัติงานกับผู้บังคับบัญชา จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.02 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.80

**ผู้บังคับบัญชาในหน่วยงานมักจะแสดงความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในระหว่างการปฏิบัติงานเสมอ พบว่า**

- บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ผู้บังคับบัญชาในหน่วยงานมักจะแสดงความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในระหว่างการปฏิบัติงานเสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 67 คน คิดเป็น ร้อยละ 46.21 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.71

- บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ผู้บังคับบัญชาในหน่วยงานมักจะแสดงความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในระหว่างการปฏิบัติงานเสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 38.03 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92

- บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ผู้บังคับบัญชาในหน่วยงานมักจะแสดงความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในระหว่างการปฏิบัติงานเสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 37.14 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ผู้บังคับบัญชาในหน่วยงานมักจะแสดงความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในระหว่างการปฏิบัติงานเสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.82 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73

#### 4. ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อบรรยากาศภายในองค์กร

หน่วยงานจะให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของพนักงานก่อนที่จะดำเนินการใด ๆ พบว่า

- บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่หน่วยงานได้ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของพนักงานก่อนที่จะดำเนินการใด ๆ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 44.83 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73

- บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่หน่วยงานได้ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของพนักงานก่อนที่จะดำเนินการใด ๆ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 32.39 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73

- บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่หน่วยงานได้ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของพนักงานก่อนที่จะดำเนินการใด ๆ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่หน่วยงานได้ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของพนักงานก่อนที่จะดำเนินการใด ๆ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.97 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.62

#### **บรรยากาศในการปฏิบัติงานในหน่วยงานมีลักษณะความเป็นกันเอง พบว่า**

- บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดต่อบรรยากาศในการปฏิบัติงานในหน่วยงานว่ามีลักษณะความเป็นกันเอง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 50.34 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03

- บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดต่อบรรยากาศในการปฏิบัติงานในหน่วยงานว่ามีลักษณะความเป็นกันเอง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 40.14 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11

- บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดต่อบรรยากาศในการปฏิบัติงานในหน่วยงานว่ามีลักษณะความเป็นกันเอง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 54.29 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากต่อบรรยากาศในการปฏิบัติงานในหน่วยงานว่ามีลักษณะความเป็นกันเอง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 45.66 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06

#### **พนักงานมีความรู้สึกรักและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรอยู่เสมอ พบว่า**

- บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความรู้สึกรักและมีทัศนคติที่ดีมากต่อองค์กรอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 47.59 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26

- บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความรู้สึกรักและมีทัศนคติที่ดีมากต่อองค์กรอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 44.37 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17

- บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความรู้สึกรักและมีทัศนคติที่ดีมากต่อองค์กรอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความรู้สึกรักและมีทัศนคติที่ดีมากต่อองค์กรอยู่เสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 41.33 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14

**ปัญหาความขัดแย้งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งในเรื่องใดก็ตาม จะได้รับการสนใจพิจารณาแก้ไขอย่างดีจากผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องเสมอ พบว่า**

- บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่ปัญหาความขัดแย้งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งในเรื่องใดก็ตาม จะได้รับการสนใจพิจารณาแก้ไขอย่างดีจากผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องเสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 42.76 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52



- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ปัญหาความขัดแย้งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งในเรื่องใดก็ตาม จะได้รับการสนใจพิจารณาแก้ไขอย่างดีจากผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องเสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 40.85 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีที่ปัญหาความขัดแย้งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งในเรื่องใดก็ตาม จะได้รับการสนใจพิจารณาแก้ไขอย่างดีจากผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องเสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 48.57 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.37

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ปัญหาความขัดแย้งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งในเรื่องใดก็ตาม จะได้รับการสนใจพิจารณาแก้ไขอย่างดีจากผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องเสมอ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.60

#### 5. ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรได้นำเสนอข่าวสารที่มีปริมาณของข่าวสารที่มากเพียงพอดีแล้ว พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ได้นำเสนอข่าวสารที่มีปริมาณของข่าวสารที่มากเพียงพอดีแล้ว จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 54.48 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ได้นำเสนอข่าวสารที่มีปริมาณของข่าวสารที่มากเพียงพอดีแล้ว จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ได้นำเสนอข่าวสารที่มีปริมาณของข่าวสารที่มากเพียงพอ



ดีแล้ว จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 43.81 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.60

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ได้นำเสนอข่าวสารที่มีปริมาณของข่าวสารที่มากเพียงพอดีแล้ว จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.61 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76

**ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ภายในองค์กรมีการเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ พบว่า**

- บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ภายในองค์กรที่มีการเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 55.86 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86

- บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ภายในองค์กรที่มีการเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 35.21 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.84

- บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ภายในองค์กรที่มีการเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 49.52 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่ได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ภายในองค์กรที่มีการเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 46.68 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.80

**การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรมีความทันสมัยและเหมาะสมกับผู้รับสาร และเนื้อหาของสาร พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่องค์กรมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความทันสมัยและเหมาะสมกับผู้รับสารและเนื้อหาของสาร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 53.10 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.94

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่องค์กรมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความทันสมัยและเหมาะสมกับผู้รับสารและเนื้อหาของสาร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 40.14 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.91

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่องค์กรมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความทันสมัยและเหมาะสมกับผู้รับสารและเนื้อหาของสาร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 56.19 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.80

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากที่สุดที่องค์กรมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความทันสมัยและเหมาะสมกับผู้รับสารและเนื้อหาของสาร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 49.23 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.86

**ในภาพรวมแล้ว พนักงานมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภายในองค์กร พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่ในภาพรวมแล้วพนักงานมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภายในองค์กร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 53.10 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.96

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่ในภาพรวมแล้ว พนักงานมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภายในองค์กร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.85

- บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่ในภาพรวมแล้ว พนักงานมีความพึงพอใจมากต่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภายในองค์กร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากต่อภาพรวมของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภายในองค์กร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 46.17 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86

ตอนที่ 4 ความน่าเชื่อถือของสาร ความน่าสนใจและจุดใจของสารประชาสัมพันธ์ภายใน  
องค์กร

ตาราง 6 แสดงความน่าเชื่อถือของสาร ความน่าสนใจและจุดใจของสารประชาสัมพันธ์  
ภายในองค์กร

ความน่าเชื่อถือของสาร ความสนใจและจุดใจของ สารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร		หน่วยงานที่สังกัด						รวม	
		บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัท ปตท. สำรวจและผลิต ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		จำนวน	ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
สื่อสิ่งพิมพ์									
1. ปฏิทินประจำวัน	น้อยที่สุด	2	1.38	25	17.61	2	1.90	29	7.40
	น้อย	17	11.72	16	11.27	13	12.38	46	11.73
	ปานกลาง	31	21.38	26	18.31	29	27.62	86	21.94
	มาก	77	53.10	52	36.62	52	49.52	181	46.17
	มากที่สุด	18	12.41	23	16.20	9	8.57	50	12.76
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.63	มาก	3.23	ปานกลาง	3.50	มาก	3.45	ปาน กลาง
2. ข่าวประชาสัมพันธ์	น้อยที่สุด			4	2.82			4	1.02
	น้อย	5	3.45	9	6.34	6	5.71	20	5.10
	ปานกลาง	29	20.00	39	27.46	31	29.52	99	25.26
	มาก	84	57.93	61	42.96	62	59.05	207	52.81
	มากที่สุด	27	18.62	29	20.42	6	5.71	62	15.82
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.92	มาก	3.72	มาก	3.65	มาก	3.77	มาก
3. วารสารภายในองค์กร	น้อยที่สุด			5	3.52			5	1.28
	น้อย	17	11.72	18	12.68	11	10.48	46	11.73
	ปานกลาง	55	37.93	61	42.96	52	49.52	168	42.86
	มาก	61	42.07	49	34.51	40	38.10	150	38.27
	มากที่สุด	12	8.28	9	6.34	2	1.90	23	5.87
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.47	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง	3.31	ปาน กลาง	3.36	ปาน กลาง
4. เอกสารเผยแพร่ของหน่วยงาน ประชาสัมพันธ์ขององค์กร	น้อยที่สุด	2	1.38	8	5.63			10	2.55
	น้อย	7	4.83	15	10.56	5	4.76	27	6.89
	ปานกลาง	32	22.07	35	24.65	21	20.00	88	22.45
	มาก	84	57.93	55	38.73	68	64.76	207	52.81
	มากที่สุด	20	13.79	29	20.42	11	10.48	60	15.31
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00

ความน่าเชื่อถือของสาร ความสนใจและรูปร่างของ สารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร		หน่วยงานที่สังกัด						รวม	
		บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัท ปตท. สำรวจและผลิต ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		จำนวน	ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.78	มาก	3.58	มาก	3.81	มาก	3.71	มาก
5. หนังสือเวียนและบันทึกถึงท่าน โดยตรง	น้อยที่สุด	2	1.38	5	3.52			7	1.79
	น้อย	8	5.52	20	14.08	12	11.43	40	10.20
	ปานกลาง	30	20.69	29	20.42	22	20.95	81	20.66
	มาก	84	57.93	55	38.73	61	58.10	200	51.02
	มากที่สุด	21	14.48	33	23.24	10	9.52	64	16.33
	รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.79	มาก	3.64	มาก	3.66	มาก	3.70	มาก
6. บ้ายประกาศ/โปสเตอร์/ จดหมายข่าว	น้อยที่สุด			7	4.93			7	1.79
	น้อย	8	5.52	12	8.45	13	12.38	33	8.42
	ปานกลาง	47	32.41	38	26.76	31	29.52	116	29.59
	มาก	65	44.83	64	45.07	53	50.48	182	46.43
	มากที่สุด	25	17.24	21	14.79	8	7.62	54	13.78
	รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.74	มาก	3.56	มาก	3.53	มาก	3.62	มาก
New Media									
1. Web Site ขององค์กร	น้อย	7	4.83	11	7.75	3	2.86	21	5.36
	ปานกลาง	26	17.93	22	15.49	18	17.14	66	16.84
	มาก	60	41.38	62	43.66	62	59.05	184	46.94
	มากที่สุด	52	35.86	47	33.10	22	20.95	121	30.87
	รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392
	$\bar{X}$ /ระดับ	4.08	มาก	4.02	มาก	3.98	มาก	4.03	มาก
2. ระบบข่าวประชาสัมพันธ์ใน Intranet	น้อยที่สุด			1	0.70			1	0.26
	น้อย	5	3.45	9	6.34	4	3.81	18	4.59
	ปานกลาง	27	18.62	29	20.42	22	20.95	78	19.90
	มาก	67	46.21	56	39.44	62	59.05	185	47.19
	มากที่สุด	46	31.72	47	33.10	17	16.19	110	28.06
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	4.06	มาก	3.98	มาก	3.88	มาก	3.98	มาก
เสียงตามสาย	น้อยที่สุด	6	4.14	41	28.87	12	11.43	59	15.05
	น้อย	20	13.79	18	12.68	26	24.76	64	16.33
	ปานกลาง	43	29.66	27	19.01	28	26.67	98	25.00
	มาก	51	35.17	36	25.35	35	33.33	122	31.12
	มากที่สุด	25	17.24	20	14.08	4	3.81	49	12.50
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.48	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง	2.93	ปาน กลาง	3.10	ปาน กลาง





ความน่าเชื่อถือของสาร ความสนใจและจุดมุ่งหมายของ สารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร		หน่วยงานที่สังกัด						รวม	
		บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัท ปตท. สำรวจและผลิต ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		จำนวน	ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การจุดมุ่งหมายของสาร ประชาสัมพันธ์									
1. สารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ภายในมีการใช้จุดดึงดูดใจในสาร (การใช้จุดดึงดูดใจด้านความกลัว ด้านอารมณ์ การใช้รางวัล ใช้ แหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ การใช้ แรงจูงใจ) เพื่อการโน้มน้าวใจ พนักงานมากน้อยเพียงใด	น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด	2 11 51 63 18	1.38 7.59 35.17 43.45 12.41	18 41 50 33	12.68 28.87 35.21 23.24	6 40 49 10	5.71 38.10 46.67 9.52	2 35 132 162 61	0.51 8.93 33.67 41.33 15.56
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.58	มาก	3.69	มาก	3.60	มาก	3.63	มาก
2. การประชาสัมพันธ์ภายใน องค์กรสามารถโน้มน้าวใจให้ พนักงานยอมรับนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กร ได้มากน้อยแค่ไหน	น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด	6 57 57 25	4.14 39.31 39.31 17.24	6 49 53 34	4.23 34.51 37.32 23.94	5 61 33 6	4.76 58.10 31.43 5.71	17 167 143 65	4.34 42.60 36.48 16.58
รวม		145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.70	มาก	3.81	มาก	3.38	ปาน กลาง	3.65	มาก

จากตารางที่ 6 แสดงความน่าเชื่อถือของสาร ความน่าสนใจและจุดมุ่งหมายของสาร  
ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ดังนี้

### 1. สื่อสิ่งพิมพ์

#### ปฏิทินประจำวัน พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจุดมุ่งหมายของ  
สารปฏิทินประจำวันมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ  
53.10 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการ  
 จูงใจของของสารปฏิทินประจำวันมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 52 คน  
 คิดเป็นร้อยละ 36.62 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.23

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความ  
 เชื่อถือ สนใจและการจูงใจของสารปฏิทินประจำวันมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถาม  
 จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 49.52 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจ  
 ของสารปฏิทินประจำวันมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 181 คน คิดเป็น  
 ร้อยละ 46.17 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.45

#### ข่าวประชาสัมพันธ์ พบว่า

- บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ  
 ข่าวประชาสัมพันธ์มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ  
 57.93 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการ  
 จูงใจของข่าวประชาสัมพันธ์มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 61 คน คิดเป็น  
 ร้อยละ 42.96 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.72

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความ  
 เชื่อถือ สนใจและการจูงใจของข่าวประชาสัมพันธ์มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถาม  
 จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 59.05 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.65

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและ  
 การจูงใจของข่าวประชาสัมพันธ์มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 207 คน คิด  
 เป็นร้อยละ 52.81 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.77

#### วารสารภายในองค์กร พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของสารวารสารภายในองค์กรมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 42.07 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของสารวารสารภายในองค์กรปานกลาง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 42.96 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.27

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของสารวารสารภายในองค์กรปานกลาง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 49.52 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.31

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของสารวารสารภายในองค์กรปานกลาง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.36

#### **เอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของสารเอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 57.93 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.78

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของสารเอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 38.73 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.58

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของสารเอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 64.76 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและ การจูงใจของสารเอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรมาก จากจำนวน พนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 52.81 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.71

#### หนังสือเวียนและบันทึกถึงพนักงานโดยตรง พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือมาก สนใจและการจูงใจ ของสารหนังสือเวียนและบันทึกถึงพนักงานโดยตรง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 57.93 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือมาก สนใจ และการจูงใจของสาร หนังสือเวียนและบันทึกถึงพนักงานโดยตรง จากจำนวนพนักงานที่ตอบ แบบสอบถามจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 38.73 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.64

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความ เชื่อถือมาก สนใจและการจูงใจของสาร หนังสือเวียนและบันทึกถึงพนักงานโดยตรง จากจำนวน พนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 58.10 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัทปตท. ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือมาก สนใจ และการจูงใจของสาร หนังสือเวียนและบันทึกถึงพนักงานโดยตรง จากจำนวนพนักงานที่ตอบ แบบสอบถามจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.02 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70

#### ป้ายประกาศ/โปสเตอร์/จดหมายข่าว พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ สารจากป้ายประกาศ/โปสเตอร์/จดหมายข่าวมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 65 คน คิดเป็น ร้อยละ 44.83 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและจูง ใจของสาร จากป้ายประกาศ/โปสเตอร์/จดหมายข่าวมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบ แบบสอบถามจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 45.07 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56



- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของสาร จากป้ายประกาศ/โปสเตอร์/จดหมายข่าว อยู่ในระดับมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 50.48 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.53

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของสาร จากป้ายประกาศ/โปสเตอร์/จดหมายข่าวมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 46.43 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.62

## 2. New Media

### Web Site องค์กร พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของสาร Web Site องค์กรมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 41.38 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของสาร Web Site องค์กรมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 43.66 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของสาร Web Site องค์กรมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 59.05 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.98

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของสาร Web Site องค์กรมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.94 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03

### ระบบข่าวประชาสัมพันธ์ใน Intranet พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ  
 ธาร ในIntranet มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ  
 46.21 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่4.06

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการ  
 จูงใจของธาร ในIntranet มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 56 คน คิดเป็น  
 ร้อยละ 39.44 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.98

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความ  
 เชื่อถือ สนใจและการจูงใจของธาร ในIntranet มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถาม  
 จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 59.05 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.88

และโดยรวมส่วนใหญ่พนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. มีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจ  
 ของธาร ใน Intranet มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อย  
 ละ 47.19 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.98

### 3. เสี่ยงตามสาย

#### เสี่ยงตามสาย พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ  
 เสี่ยงตามสายมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 35.17  
 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.48

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและ  
 การจูงใจของ เสี่ยงตามสายมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 36 คน คิดเป็น  
 ร้อยละ 25.35 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่2.83

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความ  
 เชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ เสี่ยงตามสายมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถาม  
 จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่2.93

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของเสียงตามสายมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.12 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.10

#### 4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในองค์กร

##### กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในองค์กร พบว่า

- บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในองค์กรมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 44.83 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.68

- บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในองค์กร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 37.32 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.93

- บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในองค์กร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.44

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในองค์กรมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 163 คิดเป็นร้อยละ 41.58 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61

#### 5. สื่อบุคคล

##### สื่อบุคคล พบว่า

- บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ สื่อบุคคล จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 37.24 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.27

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการ  
 จูงใจของสื่อบุคคล จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 34.51  
 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.44

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความ  
 เชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ สื่อบุคคลปานกลาง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถาม  
 จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 40.95 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.16

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความเชื่อถือสนใจและการจูงใจ  
 ของ สื่อบุคคลมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 139 คิดเป็นร้อยละ 35.46  
 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.30

## 6. ความน่าสนใจของสารประชาสัมพันธ์

**รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความแปลกใหม่น่าสนใจ พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือสนใจและการจูงใจของ  
 รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรว่ามีความแปลกใหม่น่าสนใจมาก จากจำนวน  
 พนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 53.10 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการ  
 จูงใจของ รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรว่ามีความแปลกใหม่น่าสนใจมาก จาก  
 จำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 71คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.64

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความ  
 เชื่อถือ สนใจและการจูงใจของรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรว่ามีความแปลกใหม่  
 น่าสนใจมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 44.76 โดย  
 มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.68

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรว่ามีความแปลกใหม่น่าสนใจมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 195 คิดเป็นร้อยละ 49.74 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.68

**สไตล์การสื่อสารของสารประชาสัมพันธ์สามารถดึงดูดความสนใจพนักงานได้เป็นอย่างดี พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ สไตล์การสื่อสารของสารประชาสัมพันธ์ ว่าสามารถดึงดูดความสนใจของพนักงานได้เป็นอย่างดี มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 53.10 โดยมีค่าเฉลี่ย อยู่ที่ 3.74

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ สไตล์การสื่อสารของสารประชาสัมพันธ์ ว่าสามารถดึงดูดความสนใจของพนักงานได้ เป็นอย่างดีมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 40.85 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.58

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือสนใจและการจูงใจของ สไตล์การสื่อสารของสารประชาสัมพันธ์ ว่าสามารถดึงดูดความสนใจของพนักงานได้ปานกลาง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 54 คน คิดเป็น ร้อยละ 51.43 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.60

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ สไตล์การสื่อสารของสารประชาสัมพันธ์ ว่าสามารถดึงดูดความสนใจของพนักงานได้เป็น อย่างดีมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 174 คิดเป็นร้อยละ 44.39 โดยมี ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.64

**เรื่องราวที่น่าเสนอในสื่อ เป็นเรื่องราวที่มีเนื้อหาสาระน่าสนใจและเป็น ประโยชน์ต่อพนักงาน พบว่า**



- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ เรื่องราวที่ได้นำเสนอในสื่อ ว่าเป็นเรื่องราวที่มีเนื้อหาสาระน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อพนักงาน มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 50.34 โดยมีค่าเฉลี่ย อยู่ที่ 3.85

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการ จูงใจของ เรื่องราวที่ได้นำเสนอในสื่อ ว่าเป็นเรื่องราวที่มีเนื้อหาสาระน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ พนักงานมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 36.62 โดยมี ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.68

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความ เชื่อถือสนใจและการจูงใจของ เรื่องราวที่ได้นำเสนอในสื่อ ว่าเป็นเรื่องราวที่มีเนื้อหาสาระน่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อพนักงานมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 48 คน คิด เป็นร้อยละ 45.71 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจ ของ เรื่องราวที่ได้นำเสนอในสื่อ ว่าเป็นเรื่องราวที่มีเนื้อหาสาระน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ พนักงานมาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 173 คิดเป็นร้อยละ 44.13 โดยมี ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74

## 7. การจูงใจของสารประชาสัมพันธ์

สารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในมีการใช้จุดดึงดูดใจในสาร (การใช้จุด ดึงดูดใจด้านความกลัว ด้านอารมณ์ การใช้รางวัล ให้แหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ การใช้ แรงจูงใจ) เพื่อการโน้มน้าวใจพนักงาน พบว่า

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ สารประชาสัมพันธ์ภายในที่มีการใช้จุดดึงดูดใจในสาร (การใช้จุดดึงดูดใจด้านความกลัว ด้าน อารมณ์ การใช้รางวัล ให้แหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ การใช้แรงจูงใจ) มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบ แบบสอบถามจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 43.45 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.58

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและ การจูงใจของสารประชาสัมพันธ์ภายในที่มีการใช้จุดดึงดูดใจในสาร (การใช้จุดดึงดูดใจด้านความ กลัว ด้านอารมณ์ การใช้รางวัล ให้แหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ การใช้แรงจูงใจ) มาก จากจำนวน พนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 35.21 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.69

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความ เชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ สารประชาสัมพันธ์ภายในที่มีการใช้จุดดึงดูดใจในสาร (การใช้จุด ดึงดูดใจด้านความกลัว ด้านอารมณ์ การใช้รางวัล ให้แหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ การใช้แรงจูงใจ) มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 โดยมีค่าเฉลี่ย อยู่ที่ 3.60

และโดยภาพรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความเชื่อถือ สนใจและการจูง ใจของ สารประชาสัมพันธ์ภายในที่มีการใช้จุดดึงดูดใจในสาร (การใช้จุดดึงดูดใจด้านความกลัว ด้านอารมณ์ การใช้รางวัล ให้แหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ การใช้แรงจูงใจ) มาก จากจำนวนพนักงานที่ ตอบแบบสอบถามจำนวน 162 คิดเป็นร้อยละ 41.33 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63

**การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรสามารถโน้มน้าวใจให้พนักงานยอมรับนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรได้ พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรว่าสามารถโน้มน้าวใจให้พนักงานยอมรับนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรได้ปานกลาง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 57 คน คิดเป็น ร้อยละ 39.31 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเชื่อถือ สนใจและการ จูงใจของ การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรว่าสามารถโน้มน้าวใจให้พนักงานยอมรับนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรได้มาก จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 53 คน คิด เป็นร้อยละ 37.32 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81

- และบริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความ เชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรว่าสามารถโน้มน้าวใจให้พนักงาน

ยอมรับนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรได้ปานกลาง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 58.10 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.38

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความเชื่อถือ สนใจและการจูงใจของ การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรว่าสามารถโน้มน้าวใจให้พนักงานยอมรับนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรได้ปานกลางอยู่ในระดับปานกลาง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 167 คิดเป็นร้อยละ 42.60 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.65

ตอนที่ 5 พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์  
ภายในองค์กร

ตาราง 7 แสดงพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการ  
ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อ และกิจกรรมการประชาสัมพันธ์		หน่วยงานที่ตั้งกัก						รวม	
		บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัท ปตท. สำรวจและผลิต ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		จำนวน	ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. พนักงานได้เข้าร่วม กิจกรรมส่งเสริม ความรู้หรือกิจกรรม นันทนาการที่ภายใน หน่วยงานได้จัดขึ้น อย่างน้อยแค่ไหน รวม	ไม่เคย นานๆ ครั้ง บางครั้ง บ่อยครั้ง บ่อยครั้งที่สุด	2 5 61 59 18 145	1.38 3.45 42.07 40.69 12.41 100.00	4 10 46 46 36 142	2.82 7.04 32.39 32.39 25.35 100.00	11 50 50 37 7 105	10.48 47.62 47.62 35.24 6.67 100.00	6 26 157 142 61 392	1.53 6.63 40.05 36.22 15.56 100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.59	มาก	3.70	มาก	3.38	ปานกลาง	3.58	มาก
2. สื่อและกิจกรรมการ ประชาสัมพันธ์ภายใน องค์กรเป็นเครื่องมือ สำคัญในการทำให้ พนักงานยอมรับและ ปฏิบัติตามวัฒนธรรม ขององค์กร รวม	นานๆ ครั้ง บางครั้ง บ่อยครั้ง บ่อยครั้งที่สุด	3 44 63 35 145	2.07 30.34 43.45 24.14 100.00	6 50 42 44 142	4.23 35.21 29.58 30.99 100.00	4 39 52 10 105	3.81 37.14 49.52 9.52 100.00	13 133 157 89 392	3.32 33.93 40.05 22.70 100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.90	มาก	3.87	มาก	3.65	มาก	3.82	มาก
3. เมื่อพนักงานได้ เปิดรับข้อมูลข่าวสาร จากสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในแล้ว พนักงาน ยอมรับให้ความ ร่วมมือและปฏิบัติตาม เนื้อหาของสารอย่าง เคร่งครัด รวม	นานๆ ครั้ง บางครั้ง บ่อยครั้ง บ่อยครั้งที่สุด	1 38 84 22 145	0.69 26.21 57.93 15.17 100.00	4 28 75 35 142	2.82 19.72 52.82 24.65 100.00	1 37 59 8 105	0.95 35.24 56.19 7.62 100.00	6 103 218 65 392	1.53 26.28 55.61 16.58 100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.88	มาก	3.99	มาก	3.70	มาก	3.87	มาก

พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อ และกิจกรรมการประชาสัมพันธ์		หน่วยงานที่สังกัด						รวม	
		บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)		บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด		บริษัท ปตท. สำรวจและผลิต ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)		จำนวน	ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
4. การประชาสัมพันธ์ ภายในองค์กรเป็นส่วน สำคัญในการผลักดัน ให้พนักงานมีความ มุ่งมั่นในการ ปฏิบัติงานเพื่อไปสู่ วิสัยทัศน์ขององค์กร รวม	นานๆ ครั้ง	7	4.83	3	2.11	2	1.90	12	3.06
	บางครั้ง	37	25.52	29	20.42	34	32.38	100	25.51
	บ่อยครั้ง	61	42.07	67	47.18	58	55.24	186	47.45
	บ่อยครั้งที่สุด	40	27.59	43	30.28	11	10.48	94	23.98
	รวม	145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.92	มาก	4.41	มาก	3.74	มาก	3.92	มาก
5. จากการ ประชาสัมพันธ์ภายใน องค์กรโดยรวมแล้ว ส่งผลให้พนักงาน ปฏิบัติตามนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ขององค์กรอย่าง เคร่งครัด รวม	นานๆ ครั้ง	1	0.69	8	5.63			9	2.30
	บางครั้ง	36	24.83	20	14.08	41	39.05	97	24.74
	บ่อยครั้ง	78	53.79	60	42.25	44	41.90	182	46.43
	บ่อยครั้งที่สุด	30	20.69	54	38.03	20	19.05	104	26.53
	รวม	145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00
	$\bar{X}$ /ระดับ	3.94	มาก	4.13	มาก	3.80	มาก	3.97	มาก
6. จากการ ประชาสัมพันธ์ภายใน องค์กรโดยรวมแล้ว ส่งผลให้พนักงานมี ความรู้สึกรักและ ภาคภูมิใจที่ได้เข้ามา ทำงานและเป็นส่วน หนึ่งในองค์กร รวม	ไม่เคย			1	0.70			1	0.26
	นานๆ ครั้ง	1	0.69	5	3.52	2	1.90	8	2.04
	บางครั้ง	26	17.93	23	16.20	29	27.62	78	19.90
	บ่อยครั้ง	64	44.14	44	30.99	49	46.67	157	40.05
	บ่อยครั้งที่สุด	54	37.24	69	48.59	25	23.81	148	37.76
รวม	145	100.00	142	100.00	105	100.00	392	100.00	
	$\bar{X}$ /ระดับ	4.18	มาก	4.23	มาก	3.92	มาก	4.13	มาก

ตารางที่ 7 แสดงพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ดังนี้

พนักงานได้เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมความรู้หรือกิจกรรมนันทนาการที่ภายในหน่วยงานได้จัดขึ้น พบว่า



- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานได้เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมความรู้หรือนันทนาการที่ภายในหน่วยงานได้จัดขึ้นบางครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 61คน คิดเป็นร้อยละ 42.07 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.59

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานได้เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมความรู้หรือนันทนาการที่ภายในหน่วยงานได้จัดขึ้นบางครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 46คน คิดเป็นร้อยละ 32.39 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.70

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานได้เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมความรู้หรือนันทนาการที่ภายในหน่วยงานได้จัดขึ้นบางครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 47.62 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.38

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่พนักงานได้เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมความรู้หรือนันทนาการที่ภายในหน่วยงานได้จัดขึ้นบางครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 157 คิดเป็นร้อยละ 40.05 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.58

**สื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำให้พนักงานยอมรับและปฏิบัติตามวัฒนธรรมขององค์กร พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเห็นว่าสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำให้พนักงานยอมรับและปฏิบัติตามวัฒนธรรมขององค์กรบ่อยครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 43.45 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.90

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเห็นว่าสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำให้พนักงานยอมรับและปฏิบัติตามวัฒนธรรมขององค์กรบางครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 35.21 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.87

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเห็นว่าสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำให้พนักงาน

ยอมรับและปฏิบัติตามวัฒนธรรมขององค์กรบ่อยครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 49.52 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.65

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำให้พนักงานยอมรับและปฏิบัติตาม วัฒนธรรมขององค์กรบ่อยครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 157 คิดเป็นร้อยละ 40.05 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.82

**เมื่อพนักงานได้เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแล้ว พนักงานยอมรับให้มีส่วนร่วมมือและปฏิบัติตามเนื้อหาของสารอย่างเคร่งครัด พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเห็นว่าเมื่อได้เปิดรับข้อมูล ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแล้ว พนักงานยอมรับให้มีส่วนร่วมมือและปฏิบัติตามเนื้อหาของสารอย่างเคร่งครัด จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 42.07 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.88

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนใหญ่พนักงานมีความเห็นว่าเมื่อได้เปิดรับ ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแล้ว พนักงานยอมรับให้มีส่วนร่วมมือและปฏิบัติตาม เนื้อหาของสารอย่างเคร่งครัด จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 47.18 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่พนักงานมีความเห็นว่าเมื่อได้เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแล้ว พนักงานยอมรับให้มีส่วนร่วมมือ และปฏิบัติตามเนื้อหาของสารอย่างเคร่งครัด จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 55.24 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเมื่อได้เปิดรับข้อมูล ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแล้ว พนักงานยอมรับให้มีส่วนร่วมมือและปฏิบัติตามเนื้อหาของสารอย่างเคร่งครัด จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 186 คิดเป็นร้อยละ 47.45 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87

**การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้พนักงานมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานเพื่อไปสู่วิสัยทัศน์ขององค์กร พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้พนักงานมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานเพื่อไปสู่วิสัยทัศน์ขององค์กรบ่อยครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 42.07 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.92

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้พนักงานมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานเพื่อไปสู่วิสัยทัศน์ขององค์กรบ่อยครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 47.18 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่4.41

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้พนักงานมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานเพื่อไปสู่วิสัยทัศน์ขององค์กรบ่อยครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 55.24 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.74

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้พนักงานมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานเพื่อไปสู่วิสัยทัศน์ขององค์กร บ่อยครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 186 คิดเป็นร้อยละ 47.45 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.92

**จากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมแล้ว ส่งผลให้พนักงานปฏิบัติตามนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรอย่างเคร่งครัด พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่มีความเห็นว่าจากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมแล้ว ส่งผลให้พนักงานปฏิบัติตามนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรอย่างเคร่งครัดบ่อยครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 53.79 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่3.94

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่มีความเห็นว่าจากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมแล้ว ส่งผลให้พนักงานปฏิบัติตามนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรอย่างเคร่งครัดบ่อยครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.13

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่มีความเห็นว่าจากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมแล้ว ส่งผลให้พนักงานปฏิบัติตามนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรอย่างเคร่งครัดบ่อยครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 41.90 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.80

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าจากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมแล้ว ส่งผลให้พนักงานปฏิบัติตามนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรอย่างเคร่งครัดบ่อยครั้ง จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 46.43 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97

**จากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมแล้ว ส่งผลให้พนักงานมีความรู้สึกรักและภาคภูมิใจที่ได้เข้ามาทำงานและเป็นส่วนหนึ่งภายในองค์กร พบว่า**

- บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่มีความเห็นว่าจากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมแล้ว ส่งผลให้พนักงานมีความรู้สึกรักและภาคภูมิใจที่ได้เข้ามาทำงานและเป็นส่วนหนึ่งภายในองค์กร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 53.79 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18

- บริษัทปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด พนักงานส่วนใหญ่มีความเห็นว่าจากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมแล้ว ส่งผลให้พนักงานมีความรู้สึกรักและภาคภูมิใจที่ได้เข้ามาทำงานและเป็นส่วนหนึ่งภายในองค์กร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23

- บริษัทปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พนักงานส่วนใหญ่มีความเห็นว่าจากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมแล้ว ส่งผลให้พนักงานมีความรู้สึกรักและ

ภาคภูมิใจที่ได้เข้ามาทำงานและเป็นส่วนหนึ่งภายในองค์กร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 41.90 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92

และโดยรวมพนักงานในกลุ่มบริษัท ปตท. ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าจากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมแล้ว ส่งผลให้พนักงานมีความรู้สึกรักและภาคภูมิใจที่ได้เข้ามาทำงานและเป็นส่วนหนึ่งภายในองค์กร จากจำนวนพนักงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 157 คิดเป็นร้อยละ 40.05 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.13



**ตอนที่ 6 การหาค่าสหสัมพันธ์**

**สมมติฐานข้อที่ 1** การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ทดสอบโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

**ตารางที่ 8 แสดงความสัมพันธ์ การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกับทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร**

การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร	ทัศนคติของพนักงาน	
	Pearson	Sig.
<b>สื่อสิ่งพิมพ์</b>		
ปฏิทินประจำวัน	0.3019	0.00
ข่าวประชาสัมพันธ์	0.3477	0.00
วารสารภายในองค์กร	0.4044	0.00
เอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร	0.4657	0.00
หนังสือเวียนและบันทึกถึงท่านโดยตรง	0.3773	0.00
ป้ายประกาศ/โปสเตอร์/จดหมายข่าว	0.3879	0.00
<b>New Media</b>		
Web Site องค์กร	0.2693	0.00
ระบบข่าวประชาสัมพันธ์ใน Intranet	0.3289	0.00
<b>เสียงตามสาย</b>	<b>0.4214</b>	<b>0.00</b>
<b>กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในองค์กร</b>	<b>0.4390</b>	<b>0.00</b>
<b>สื่อบุคคล</b>	<b>0.4799</b>	<b>0.00</b>
<b>ลักษณะการสั่งงานของผู้บังคับบัญชาในหน่วยงาน</b>		
สั่งงานโดยเขียนบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร	0.3468	0.00
สั่งงานด้วยวาจา	0.2371	0.00
สั่งงานทางโทรศัพท์	0.3673	0.00
สั่งงานโดยบอกผ่านพนักงานคนอื่น ๆ ให้บอกต่อ	0.2296	0.00
เดินมาพบผู้ใต้บังคับบัญชาที่โต๊ะและสั่งงาน	0.0903	0.07

การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร	ทัศนคติของพนักงาน	
	Pearson	Sig.
สั่งงานทุกเวลาและทุกสถานที่เมื่อพบผู้ใต้บังคับบัญชา	0.1193	0.02
<b>รูปแบบการติดต่อสื่อสารในการปฏิบัติงานภายในองค์กร</b>		
ติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการหรือตามสายบังคับบัญชา	0.3778	0.00
ติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ มีการติดต่อสื่อสารแบบข้ามสายงานโดยอาศัยความสัมพันธ์ที่ดีส่วนตัว	0.3290	0.00
การติดต่อสื่อสารแบบบนสู่ล่าง หรือผู้บังคับบัญชาสั่งการโดยตรงต่อผู้ใต้บังคับบัญชา	0.2988	0.00
การติดต่อสื่อสารแบบล่างสู่บน หรือผู้ใต้บังคับบัญชาปรึกษาหารือผู้บังคับบัญชา	0.5186	0.00
การติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกัน	0.2969	0.00

จากตารางที่ 8 แสดงความสัมพันธ์การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกับทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร พบว่า การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรทุกเรื่อง มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 2** การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือของสาร ความน่าสนใจและจุดใจของสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ทดสอบโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

**ตารางที่ 9** แสดงความสัมพันธ์ การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกับความน่าเชื่อถือของสาร ความน่าสนใจและจุดใจของสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร	นำเชื่อถือ/สนใจ /จุดใจของสาร	
	Pearson	Sig.
<b>สื่อสิ่งพิมพ์</b>		
ปฏิทินประจำวัน	0.3186	0.00
ข่าวประชาสัมพันธ์	0.3893	0.00
วารสารภายในองค์กร	0.3744	0.00
เอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร	0.4172	0.00
หนังสือเวียนและบันทึกถึงท่านโดยตรง	0.3773	0.00
ป้ายประกาศ/โปสเตอร์/จดหมายข่าว	0.4132	0.00
<b>New Media</b>		
Web Site องค์กร	0.2751	0.00
ระบบข่าวประชาสัมพันธ์ Intranet	0.2984	0.00
<b>เสียงตามสาย</b>	0.4429	0.00
<b>กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในองค์กร</b>	0.4242	0.00
<b>สื่อบุคคล</b>	0.3888	0.00
<b>ลักษณะการสั่งงานของผู้บังคับบัญชาในหน่วยงาน</b>		
สั่งงานโดยเขียนบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร	0.2965	0.00
สั่งงานด้วยวาจา	0.2524	0.00
สั่งงานทางโทรศัพท์	0.3366	0.00
สั่งงานโดยบอกผ่านพนักงานคนอื่น ๆ ให้ออกต่อ	0.1811	0.00
เดินมาพบผู้ใต้บังคับบัญชาที่โต๊ะและสั่งงาน	0.1748	0.00
สั่งงานทุกเวลาและทุกสถานที่เมื่อพบผู้ใต้บังคับบัญชา	0.1200	0.02

การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร	นำเชื่อถือ/สนใจ /จุดใจของสาร	
	Pearson	Sig.
รูปแบบการติดต่อสื่อสารในการปฏิบัติงานภายในองค์กร		
ติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการหรือตามสายบังคับบัญชา	0.3707	0.00
ติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ มีการติดต่อสื่อสารแบบข้ามสายงาน โดยอาศัยความสัมพันธ์ที่ดีส่วนตัว	0.2828	0.00
การติดต่อสื่อสารแบบบนสู่ล่าง หรือผู้บังคับบัญชาสั่งการโดยตรงต่อ ผู้ใต้บังคับบัญชา	0.3163	0.00
การติดต่อสื่อสารแบบล่างสู่บน หรือผู้ใต้บังคับบัญชาปรึกษาหารือ ผู้บังคับบัญชา	0.4221	0.00
การติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกัน	0.3400	0.00

จากตารางที่ 9 แสดงความสัมพันธ์การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใน  
องค์กรกับทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร พบว่า การเปิดรับ  
สื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือของสาร ความ  
น่าสนใจและจุดใจของสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01  
เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 3** การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ทิศนคติของพนักงาน ต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ความน่าเชื่อถือของสาร ความน่าสนใจและจูงใจ ของสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับ สื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ทดสอบโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิง พหุ (Multiple Correlation Coefficient)

**ตารางที่ 10** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์กับ พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายใน องค์กร

การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร	พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง	
	Pearson	Sig.
<b>สื่อสิ่งพิมพ์</b>		
ปฏิทินประจำวัน	0.1644	0.00
ข่าวประชาสัมพันธ์	0.1874	0.00
วารสารภายในองค์กร	0.2654	0.00
เอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร	0.2711	0.00
หนังสือเวียนและบันทึกถึงท่านโดยตรง	0.2289	0.00
ป้ายประกาศ/โปสเตอร์/จดหมายข่าว	0.2344	0.00
<b>New Media</b>		
Web Site องค์กร	0.1699	0.00
ระบบข่าวประชาสัมพันธ์ในIntranet	0.2247	0.00
<b>เสียงตามสาย</b>	0.2974	0.00
<b>กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในองค์กร</b>	0.3389	0.00
<b>สื่อบุคคล</b>	0.3502	0.00
<b>ลักษณะการสั่งงานของผู้บังคับบัญชาในหน่วยงาน</b>		
สั่งงานโดยเขียนบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร	0.3299	0.00
สั่งงานด้วยวาจา	0.1362	0.01
สั่งงานทางโทรศัพท์	0.2632	0.00
สั่งงานโดยบอกผ่านพนักงานคนอื่น ๆ ให้บอกต่อ	0.1554	0.00
เดินมาพบผู้ใต้บังคับบัญชาที่โต๊ะและสั่งงาน	0.0398	0.43



การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร	พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง	
	Pearson	Sig.
สั่งงานทุกเวลาและทุกสถานที่เมื่อพบผู้ใต้บังคับบัญชา	0.1096	0.03
<b>รูปแบบการติดต่อสื่อสารในการปฏิบัติงานภายในองค์กร</b>		
ติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการหรือตามสายบังคับบัญชา	0.3767	0.00
ติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ มีการติดต่อสื่อสารแบบข้ามสายงานโดยอาศัยความสัมพันธ์ที่ส่วนตัว	0.2812	0.00
การติดต่อสื่อสารแบบบนสู่ล่าง หรือผู้บังคับบัญชาสั่งการโดยตรงต่อผู้ใต้บังคับบัญชา	0.3080	0.00
การติดต่อสื่อสารแบบล่างสู่บน หรือผู้ใต้บังคับบัญชาปรึกษาหารือผู้บังคับบัญชา	0.3923	0.00
การติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกัน	0.2400	0.00

จากตารางที่ 10 แสดงความสัมพันธ์การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร พบว่า การเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

ทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร	พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง	
	Pearson	Sig.
<b>ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อข่าวสารภายในองค์กร</b>		
1. องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายและเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ	0.4059	0.00
2. องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานทางการบริหารและความเปลี่ยนแปลงในระดับนโยบายขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ	0.3830	0.00
3. องค์กรได้แจ้งข่าวสารการดำเนินงานของรัฐบาลความเคลื่อนไหวและสถานการณ์ที่มีผลกระทบต่อองค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ	0.3891	0.00
4. องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาต่าง ๆ ขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ	0.4218	0.00
5. องค์กรได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสถานภาพทางการเงินและข่าวสารเกี่ยวกับผลกำไรจากการดำเนินงานขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ	0.4245	0.00
6. ความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ของข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ในหน่วยงาน	0.5306	0.00
7. ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ในหน่วยงานมีมากและเพียงพอดีแล้ว	0.4678	0.00
8. พนักงานได้รับข่าวสารที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอดีแล้ว	0.4678	0.00
<b>ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร</b>		
9. กระบวนการติดต่อสื่อสารและการประสานงานภายในองค์กรมีประสิทธิภาพ ชัดเจน และเป็นระบบดี	0.4713	0.00
10. การได้ติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการ เช่น การเข้าร่วมประชุมเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน, การติดต่อประสานงานกับเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ	0.4464	0.00

ทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ภายในองค์กร	พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง	
	Pearson	Sig.
11. การได้ติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เช่น การเข้าร่วมพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงาน การร่วมกิจกรรมนอกเวลาทำการกับเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ	0.4576	0.00
<b>ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อการบังคับบัญชาสั่งการ</b>		
12. ผู้บังคับบัญชามักจะยอมรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานในด้านการแก้ไขปัญหภายในหน่วยงาน	0.4059	0.00
13. ภายในหน่วยงานมีการบังคับบัญชาสั่งการอย่างมีประสิทธิภาพชัดเจน รัดกุมดี	0.5382	0.00
14. ผู้บังคับบัญชาได้ให้เข้าพบและให้คำแนะนำอย่างดีเสมอเมื่อพนักงานต้องการปรึกษาหารือในด้านการปฏิบัติงาน	0.4684	0.00
15. ผู้บังคับบัญชาในหน่วยงานมักจะแสดงความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในระหว่างการปฏิบัติงานเสมอ	0.4657	0.00
<b>ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อบรรยากาศภายในองค์กร</b>		
16. ภายในหน่วยงานให้ความสำคัญต่อความคิดเห็นของพนักงานก่อนที่จะดำเนินการใด ๆ	0.5559	0.00
17. บรรยากาศในการปฏิบัติงานมีลักษณะความเป็นกันเอง	0.4510	0.00
18. พนักงานมีความรู้สึกรักและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรอยู่เสมอ	0.7043	0.00
19. ปัญหาความขัดแย้งต่างๆที่เกิดขึ้นในองค์กร ไม่ว่าจะ เป็นความขัดแย้งในเรื่องใดก็ตาม จะได้รับการสนใจพิจารณาแก้ไขอย่างดีจากผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องเสมอ	0.5692	0.00
<b>ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์</b>		
20. สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ได้นำเสนอข่าวสารที่มีปริมาณของข่าวสารที่มากเพียงพอดีแล้ว	0.5465	0.00
21. ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ภายในองค์กรมีการเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์	0.5215	0.00
22. องค์กรมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความทันสมัยและเหมาะสมกับผู้รับสารและเนื้อหาของสาร	0.5730	0.00

ทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ภายในองค์กร	พฤติกรรมที่ เปลี่ยนแปลง	
	Pearson	Sig.
23. ในภาพรวมแล้ว พนักงานมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ ภายในองค์กร	0.5846	0.00

จากตารางที่ 11 แสดงความสัมพันธ์ทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร พบว่า ทัศนคติของพนักงานต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของสาร ความน่าสนใจและจุดใจของสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

ความน่าเชื่อถือของสาร ความน่าสนใจและจุดใจของสาร ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร	พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง	
	Pearson	Sig.
<b>สื่อสิ่งพิมพ์</b>		
ปฏิทินประจำวัน	0.3562	0.00
ข่าวประชาสัมพันธ์	0.3871	0.00
วารสารภายในองค์กร	0.2998	0.00
เอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร	0.4112	0.00
หนังสือเวียนและบันทึกถึงท่านโดยตรง	0.4300	0.00
ป้ายประกาศ/โปสเตอร์/จดหมายข่าว	0.4164	0.00
<b>New Media</b>		
Web Site องค์กร	0.3722	0.00
ระบบข่าวประชาสัมพันธ์ในIntranet	0.4484	0.00
<b>เสียงตามสาย</b>	0.3360	0.00
<b>สื่อกิจกรรมที่จัดขึ้นภายในองค์กร</b>	0.4075	0.00
<b>สื่อบุคคล</b>	0.3736	0.00
<b>ความน่าสนใจของสารประชาสัมพันธ์</b>		
รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร	0.4952	0.00
สไตล์การสื่อสารของสารประชาสัมพันธ์สามารถดึงดูดความสนใจพนักงานได้เป็นอย่างดี	0.5405	0.00
เรื่องราวที่ได้นำเสนอในสื่อ เป็นเรื่องราวที่มีเนื้อหาสาระน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อพนักงาน	0.5752	0.00



ความน่าเชื่อถือของสาร ความน่าสนใจและจุดใจของสาร ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร	พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง	
	Pearson	Sig.
<b>การจุดใจของสารประชาสัมพันธ์</b>		
สารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในมีการใช้จุดดึงดูดใจในสาร(การใช้จุดดึงดูดใจด้านความกลัว ด้านอารมณ์ การใช้รางวัล ให้แหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ การใช้แรงจูงใจ) เพื่อการโน้มน้าวใจพนักงานมาน้อยเพียงใด	0.5040	0.00
การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรสามารถโน้มน้าวใจให้พนักงานยอมรับนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรได้มาน้อยแค่ไหน	0.5892	0.00

จากตารางที่ 12 แสดงความสัมพันธ์ความน่าเชื่อถือของสาร ความน่าสนใจและจุดใจของสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร พบว่า ความน่าเชื่อถือของสาร ความน่าสนใจและจุดใจของสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

จะเห็นได้ว่าจากตาราง 10-12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ทศนคติ ต่อสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ความน่าเชื่อถือของสาร ความน่าสนใจและจุดใจของสาร และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากการเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้