



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความเป็นมาของเครื่องซีเมนต์ไทย

ในปีพุทธศักราช 2456 พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดล พระอัฐมรามาธิบดินทร พระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวได้มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ตั้งบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด ขึ้นด้วยพระราชประสงค์ที่จะให้มีการผลิตปูนซีเมนต์ที่มีคุณภาพขึ้นใช้เองภายในประเทศ ทดแทนการพึ่งพาต่างชาติ ในปี 2537 บริษัทได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ชื่อใหม่คือบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บัดนี้นับเป็นเวลากว่า 80 ปีแล้วที่บริษัทปูนซีเมนต์ไทยได้เจริญเติบโต และมีวิวัฒนาการเรื่อยมาจนกลายเป็น "เครื่องซีเมนต์ไทย" ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ นานาชนิด นอกเหนือไปจากอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ อันได้แก่ อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง, อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลและไฟฟ้า, อุตสาหกรรมกระดาษและปิโตรเคมี การตลาดและการค้า และธุรกิจอื่นๆ ผลิตสินค้ากว่า 20,000 รายการ มีพนักงานทั้งสิ้นประมาณ 26,000 คน โดยมีบริษัทปูนซีเมนต์ไทยเป็นบริษัทแม่

เครื่องซีเมนต์ไทยเป็นกลุ่มบริษัทเอกชนของคนไทย บริหารงานโดยคนไทย ที่นอกจากทำหน้าที่ผลิตสินค้าคุณภาพสูงตามมาตรฐานสากล ซึ่งมีส่วนเกื้อหนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศโดยตรงแล้ว การดำเนินกิจการเครื่องซีเมนต์ไทย ยังก่อให้เกิดการรับบริการถ่ายทอดทางเทคโนโลยี การจ้างงาน การเสริมสร้างอุตสาหกรรมต่อเนื่อง และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทย

เครื่องซีเมนต์ไทยยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม มีจริยธรรม และมีเจตนาธรรมา เน้นแนในการสร้างสรรค์สังคมไทยตามอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจของเครือฯ 4 ประการ คือ ตั้งมั่นในความเป็นธรรม มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ เชื่อมมั่นในคุณค่าของคน ถือมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม (ประวัติและกิจการเครื่องซีเมนต์ไทย, 2534)

ทางการผลิต ปัจจุบันเครื่องซิเมนต์ไทยบริหารงานและดำเนินงานโดยคนไทยทั้งสิ้น และสามารถรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากต่างประเทศได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังได้นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาพัฒนาอุตสาหกรรมของเครือฯ อยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้บริษัทยังมุ่งเน้นในเรื่องการเพิ่มผลผลิตอย่างจริงจังด้วยวิธีการต่าง ๆ อาทิ การพยายามเพิ่มประสิทธิภาพของเครื่องจักร การลดต้นทุน การผลิตด้วยการใช้พลังงานทดแทน เช่น ก๊าซธรรมชาติ ถ่านหินและถ่านลิกไนต์ การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การบริหารและการให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึงการส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการเพิ่มผลผลิตอย่างกว้างขวาง ข้อเสนอแนะและการทำงานอย่างปลอดภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมกลุ่มคุณภาพของเครื่องซิเมนต์ไทยนั้นกล่าวได้ว่ามีจำนวนมากที่สุดในประเทศ

ความสำเร็จของเครื่องซิเมนต์ไทยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา สิ่งสำคัญอยู่ที่พนักงานซึ่งได้ร่วมแรงร่วมใจกันสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าให้แก่บริษัทมาโดยตลอด เครื่องซิเมนต์ไทยยึดถือเป็นนโยบายสำคัญว่าพนักงานคือทรัพยากรที่มีค่าที่สุดจึงได้พิถีพิถันในการคัดเลือกพนักงานเข้ามาทำงานเป็นอย่างมากและเมื่อรับมาแล้วก็ดูแลเรื่องค่าจ้าง สวัสดิการและความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังเอาใจใส่พัฒนาฝึกอบรมให้พนักงานทุกระดับมีความรู้ทั้งในวิชาชีพและการบริหารงาน พร้อมทั้งส่งเสริมให้พนักงานมีจิตสำนึกที่จะปรับปรุงตัวเองให้ดียิ่งขึ้นในทุก ๆ ด้าน

ด้วยตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เครื่องซิเมนต์ไทยจึงพิถีพิถันตั้งแต่การวางแผนออกแบบโรงงาน ตลอดจนการคัดเลือกเทคโนโลยีการผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษทั้งด้านน้ำ อากาศ และเสียง เช่น การติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียให้เป็นน้ำดีก่อนระบายน้ำทิ้งหรือนำกลับไปใช้ใหม่ภายในโรงงาน การลงทุนในเครื่องจักรและอุปกรณ์ด้วยเงินจำนวนมากเพื่อป้องกันปัญหาฝุ่นละอองจากระบวนการผลิต ฯลฯ

นอกจากความรับผิดชอบในอุตสาหกรรมที่เครื่องซิเมนต์ไทย เป็นผู้ประกอบการแล้ว เครื่องซิเมนต์ไทยยังถือเป็นหน้าที่ที่จะมีส่วนร่วมสร้างสรรค์สังคมไทยด้วยการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั้งในด้านการศึกษา สาธารณสุข สาธารณสมบัติ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การกีฬา ศาสนา และศิลปวัฒนธรรม ด้วยตระหนักดีว่าเครื่องซิเมนต์ไทยจะต้องเจริญเติบโตอย่างมั่นคงไปพร้อมกับความเจริญก้าวหน้าของสังคมและประเทศชาติตลอดไป

ลักษณะการดำเนินงานของเครือซิเมนต์ไทย

เครือซิเมนต์ไทยแบ่งการบริหารงานออกเป็น 9 กลุ่มกิจการ คือ

1. กลุ่มซิเมนต์และการค้า
2. กลุ่มวัสดุก่อสร้าง
3. กลุ่มเหล็ก
4. กลุ่มเซรามิก
5. กลุ่มผลิตภัณฑ์โลหะและไฟฟ้า
6. กลุ่มจักรกลและอุปกรณ์ยานยนต์
7. กลุ่มปิโตรเคมี
8. กลุ่มกระดาษและบรรจุภัณฑ์
9. การบริหารกลาง

สำนักงานประชาสัมพันธ์ บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด

การจัดองค์กรและโครงสร้างขององค์กร

การจัดองค์กรและโครงสร้างของสำนักงานประชาสัมพันธ์ เป็นการจัดการที่ถือว่าครบวงจร ภายในตัวองค์กรเอง คือ มีทั้งส่วนที่ดำเนินโครงการต่าง ๆ โดยเป็นผู้ปฏิบัติและดำเนินกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ "ส่วนประชาสัมพันธ์โครงการ" และในอีกส่วนหนึ่งคือ "ส่วนประชาสัมพันธ์สื่อข้อความ" ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ ของบริษัท ฯ และบริษัทในเครือฯ ไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในภายนอกโดยทั้ง 2 ส่วนขึ้นตรงกับผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์

สำหรับสายการบังคับบัญชา สำนักงานประชาสัมพันธ์ขึ้นตรงกับกรรมการผู้จัดการใหญ่ซึ่งเป็นผู้บริหารสูงสุดโดยตรง ไม่ได้ขึ้นอยู่กับฝ่ายการตลาดเหมือนกับองค์กรธุรกิจหรือบริษัทอื่นๆ เนื่องจากบริษัทฯ ไม่ได้มีจุดประสงค์ที่จะให้การประชาสัมพันธ์มีส่วนในการตลาดมากนัก แต่จะให้นุ่งเน้นในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรโดยตรง ดังนั้นการขึ้นตรงกับกรรมการผู้จัดการใหญ่จึงจะทำให้สามารถประสานงานและดำเนินงานภายใต้นโยบายของผู้บริหารระดับสูงได้ดีกว่า

โครงสร้างองค์กรของสำนักงานประชาสัมพันธ์

ประชาสัมพันธ์สื่อข้อความ

รับผิดชอบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อข้อความทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนและหน่วยงานราชการ ติดตามประมวลข่าวของบริษัทฯ และบริษัทในเครือฯ ดำเนินการสื่อข้อความให้พนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น ฯลฯ เป็นศูนย์กลางในการติดต่อและเผยแพร่ข่าวสารของบริษัทฯ ถือว่าส่วนนี้รับผิดชอบเกี่ยวกับการเผยแพร่(PUBLICITY) ไปสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดของบริษัทฯ

สามารถแยกได้เป็น 3 แผนก ดังนี้ คือ

สื่อมวลชน ทำหน้าที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนทุกแขนง โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักหนังสือพิมพ์และวิทยุโทรทัศน์ เพื่อที่สื่อมวลชนจะได้ให้ความร่วมมือและการสนับสนุนในการออกข่าวต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ และเพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของบริษัทฯ และบริษัทในเครือไปสู่สาธารณชน โดยมุ่งให้เห็นว่าเครือซิเมนต์ไทย เป็นบริษัทที่ดำเนินกิจการโดยคนไทย มีระบบจัดการที่ทันสมัย มีเทคโนโลยีระดับสูงและดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้นหน้าที่ของแผนกนี้คือ การเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ผ่านทางสื่อมวลชนเพื่อให้ไปถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็วที่สุด

งานในความรับผิดชอบ ได้แก่ การจัดหาชมโรงงาน การจัดการแถลงข่าว การจัดสัมมนาแก่สื่อมวลชน การแจกข่าว ตัดข่าวและการให้โฆษณาเกี่ยวกับหนังสือและนิตยสารเป็นต้น

สรุป คือ เป็นกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน เพื่อก่อให้เกิดความรวดเร็วในการเสนอข่าวสาร เพราะสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางที่สำคัญในอันที่จะส่งผ่านข่าวสารของบริษัทไปยังประชาชน

สื่อข้อความภายใน รับผิดชอบเกี่ยวกับการเสนอข่าวคราวความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของเครือซิเมนต์ไทยให้กับพนักงานและครอบครัวได้ทราบ โดยใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างความ

สัมพันธ์อันดีและให้พนักงานรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท ถือว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ภายในอย่างหนึ่ง

งานในความรับผิดชอบ ได้แก่ การจัดทำวารสารภายในชื่อ "คชสาร" การจัดทำวารสารเครื่องซีเมนต์ไทย การออกเสียงตามสาย รวมถึงการดำเนินการด้านโซเชียลมีเดียเพื่อสนับสนุนข้อความทั้งในและนอกองค์กร เป็นต้น

ประชาชนิเทศ รับผิดชอบเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ของเครื่องซีเมนต์ไทย ทั้งในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ แก่ สาธารณชนทั่วไปที่สนใจ โดยจะให้บริการทางด้านข้อมูลแก่บุคคลที่มาติดต่อ

งานในความรับผิดชอบ ได้แก่ การจัดทำรายงานประจำปี แผ่นพับ (FOLDER) ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ การให้บริการข้อมูลแก่หน่วยงานภายนอกและการวิเคราะห์ข่าว เป็นต้น

ประชาสัมพันธ์โครงการ

ในส่วนนี้รับผิดชอบทางการส่งเสริมภาพพจน์ของเครื่องฯ ซึ่งงานจะมีงานหลักเกี่ยวกับงานโครงการเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับเครื่องซีเมนต์ไทย ซึ่งจะดำเนินงานในรูปแบบของการทำโครงการทางโทรทัศน์ วิทยุ และกิจกรรม เพื่อนำกิจกรรมนั้นมาเผยแพร่ด้วยสิ่งที่เหมาะสมต่อไป เช่นการจัดโครงการเพื่อสาธารณประโยชน์และชุมชน โครงการพัฒนาทัศนคติที่ดีของประชาชนและพนักงานที่มีต่อบริษัทและชุมชน โครงการสนับสนุนการกุศลเพื่อส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ศาสนา การศึกษา วิทยาศาสตร์ การกีฬาและสังคม รวมทั้งประสานงานกับหน่วยราชการและหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับโครงการเพื่อสาธารณประโยชน์ที่ดำเนินการอยู่ เช่น สมาคมสร้างสรรค์โดยคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เป็นต้น นอกจากนี้แล้วยังทำการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (CORPORATE ADVERTISING) อีกด้วย

สามารถแบ่งส่วนนี้ออกได้เป็น 3 แผนก คือ

เสริมสร้างภาพพจน์ ดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรมโครงการเพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีของเครื่องซีเมนต์ไทย ในลักษณะต่าง ๆ โดยดำเนินโครงการอันเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนในด้าน

การศึกษา ศิลปวัฒนธรรม หรือ ศาสนา วิทยาศาสตร์และกีฬา เช่น โครงการให้ทุนการศึกษาแก่เด็กนักเรียนขาดแคลน โครงการค่ายอาสาพัฒนา โครงการเตาสังขโลกศรีสัชชาลัย โครงการบูรณะโบราณสถาน โครงการนักวิทยาศาสตร์ดีเด่น ครูวิทยาศาสตร์ดีเด่น โครงการเยาวชนช่างเผือก โครงการวอลเลย์บอลเยาวชนเครือซิเมนต์ไทย โครงการแบดมินตันเยาวชนเครือซิเมนต์ไทย ฯลฯ ซึ่งโครงการเหล่านี้เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นเอง และมีบางโครงการที่ร่วมสนับสนุนกับหน่วยทั้งของภาครัฐบาล และเอกชน

กิจกรรมพนักงาน รับผิดชอบเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นสำหรับพนักงาน และครอบครัวของพนักงานในเครือซิเมนต์ไทย โดยมุ่งให้พนักงานและ ครอบครัวเกิดความภาคภูมิใจและรู้สึก จงรักภักดีต่อบริษัทฯ เช่น โครงการอาสาพัฒนาเครือซิเมนต์ไทย โครงการเยี่ยมทหาร ตำรวจตระเวนชายแดน โครงการค่ายพักแรมเยาวชนเครือซิเมนต์ไทย โครงการฝึกกีฬาบุตรพนักงาน โครงการทุนการศึกษาบุตรพนักงาน ฯลฯ โครงการเหล่านี้จัดขึ้นเพื่อให้พนักงานได้ทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและมีส่วนร่วมกับบริษัท และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ซึ่งโครงการต่าง ๆ ของแผนกกิจกรรมพนักงานเป็นงานที่ทำขึ้นเพื่อพนักงานของบริษัทโดยแท้จริง

รัฐสัมพันธ์ รับผิดชอบเกี่ยวกับการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานของรัฐและชาวบ้านชุมชนรอบโรงงาน หรือใกล้เคียงโรงงานปูนซิเมนต์ของเครือซิเมนต์ไทย คือ จังหวัดสระบุรี นครศรีธรรมราชและลำปาง เป็นหลัก แต่ก็มีการสร้างความสัมพันธ์ในรูปของชุมชนสัมพันธ์ ณ ที่อื่น ๆ ด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งแล้วแต่ความเหมาะสมในแต่ละชุมชน นอกจากนี้ยังรับผิดชอบโครงการที่เป็นประโยชน์สำหรับประชาชนทั่วไปด้วย

โครงการในความรับผิดชอบ ได้แก่ โครงการฝึกอาชีพราษฎรในถิ่นทุรกันดาร โครงการ ฝึกอบรมอาชีพแม่บ้านและงานแสดงผลงานของแม่บ้าน โครงการเพื่อความมั่นคงของประเทศ โครงการสนับสนุนการจัดทำโครงการพระราชดำริฯ ฯลฯ เป็นต้น ซึ่งมีโครงการที่จัดทำขึ้นเอง และร่วมมือหรือสนับสนุนกับหน่วยราชการอื่น ๆ และเอกชน

งานต่างๆ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นงานของส่วนโครงการ หรือส่วนสื่อข้อความก็ตามเป็นงานที่กระทำอย่างต่อเนื่องประสานกันตลอดเวลาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินงานเพื่อภาพพจน์ที่ดีของเครือซิเมนต์ไทย

จะเห็นได้ว่า การดำเนินงานของการประชาสัมพันธ์นั้นมีวิธีการต่าง ๆ มากมาย เช่น โครงการเพื่อการศึกษาศิลปวัฒนธรรม ศาสนา สาธารณประโยชน์เพื่อการกุศล (กำลังทรัพย์และวัสดุอุปกรณ์) และโครงการต่าง ๆ โดยให้ความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน นอกจากนี้ยังทำออกมาในรูปของโครงการเพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบริษัทกับประชาชน ระหว่างพนักงานกับผู้บริหารของบริษัท และยังคงมีถึง "ครอบครัว" ของพนักงาน ด้วยซึ่งถือเป็นตัวแปรสำคัญในการทำให้พนักงานเกิดความจงรักภักดีต่อบริษัทในทางหนึ่ง

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเครือซิเมนต์ไทย

สำนักงานประชาสัมพันธ์ของเครือซิเมนต์ไทย ได้แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 ส่วน

การประชาสัมพันธ์ภายใน

เป็นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลภายในองค์กร ซึ่งได้แก่ พนักงานเจ้าหน้าที่ เพราะคนกลุ่มนี้เป็นคนกลุ่มที่มีความใกล้ชิด และเป็นกำลังสำคัญในการดำเนินธุรกิจ สำนักงานประชาสัมพันธ์ได้กำหนดโครงการ และวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีและความจงรักภักดีระหว่างบริษัทและพนักงานในบริษัทฯ และเครือซิเมนต์ไทยขึ้นด้วยการชี้แจงนโยบาย วัตถุประสงค์ ระเบียบข้อบังคับ ตลอดจนการเผยแพร่ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ทั้งที่เกี่ยวกับบริษัทฯ และบริษัทในเครือฯ รวมถึงพนักงานในระดับต่าง ๆ ให้พนักงานทราบ ซึ่งออกมาทั้งในรูปของการสื่อสารข้อความและการจัดโครงการต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานได้เข้ามามีส่วนร่วมด้วย เช่น โครงการเยี่ยมทหารตำรวจตระเวนชายแดน โครงการบำเพ็ญประโยชน์ในวันสำคัญ ตัวอย่างเช่น เลี้ยงอาหารและมอบของขวัญแก่เด็กพิการเนื่องในวันฉัตรมงคล เลี้ยงอาหารและมอบของที่ระลึกแก่ทหารบาดเจ็บจากการปฏิบัติหน้าที่ราชการเนื่องในวันสหายใจไทย เป็นต้น สำหรับทางด้านสื่อข้อความได้แก่ การจัดทำวารสารคชสาร แจกจ่ายให้แก่พนักงาน นอกจากการมุ่งดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายในไปที่ตัวพนักงานโดยตรงแล้ว ในทางอ้อมยังครอบคลุมไปถึงบุคคลภายในครอบครัวของพนักงานด้วย อันได้แก่ สามี ภรรยา และบุตรของพนักงาน เพราะบริษัทฯ ตระหนักดีว่า บุคคลภายในครอบครัวของพนักงานเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพล หรือมีผลผลักดันให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อบริษัท ดังนั้น จึงได้กำหนดโครงการที่มุ่งไปยังบุคคลในครอบครัว เช่น โครงการฝึกกีฬาบุตรพนักงาน โครงการฝึกอาชีพแม่บ้านและแสดงผลงานของแม่บ้าน โครงการชมโรงงาน เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์ภายนอก

นอกเหนือจากการประชาสัมพันธ์กับพนักงานอันเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญต่อการดำเนินกิจการของบริษัทฯแล้ว กลุ่มบุคคลภายนอก อันได้แก่ ประชาชน สื่อมวลชน คู่ค้าของบริษัท ตลอดจนแหล่งการเงินและผู้นำความคิด ทุกวงการล้วนแล้วแต่มีความสำคัญต่อการดำเนินกิจการของบริษัททั้งสิ้น กลุ่มบุคคลเหล่านี้มีบทบาทค่อนข้างมากที่จะทำให้ภาพพจน์ของบริษัทดีหรือไม่ดี ดังนั้นสำนักงานประชาสัมพันธ์จึงได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเหล่านั้น ตัวอย่างเช่น จัดทำโครงการเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน โดยจัดให้มีการสัมมนาให้ความรู้ทางด้านต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อสื่อมวลชนซึ่งมีผู้บริหารระดับสูงของเครือซิเมนต์ไทย และ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ร่วมด้วย (PRESS SEMINAR) การจัดทำวารสารผู้ถือหุ้น วารสารลูกค้า รายงานประจำปีแจกจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ผู้แทนจำหน่าย ตลอดจนการสร้างถาวรวัตถุที่เป็นสาธารณประโยชน์แก่บ้านเมืองและสร้างความเจริญให้กับชุมชนให้ท้องถิ่นธุรกิจกันดาร เช่น ที่พักผู้โดยสาร ชุมจราจร ฯลฯ

กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกของเครือซิเมนต์ไทย ยังมีอีกมากมายหลายโครงการด้วยกัน ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท และสร้างชื่อเสียงของบริษัทให้ประชาชนทั่วไปได้รู้จักและเข้าใจบริษัทฯ เป็นอย่างดี ทั้งนี้เพื่อที่จะได้สนับสนุนและให้ความร่วมมือกับบริษัทโดยพร้อมเพรียงกัน

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

เพื่อให้สอดคล้องกับอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจของเครือ 4 ประการ ดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น สำนักงานประชาสัมพันธ์ได้ตั้งวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ 4 ประการ ดังนี้คือ

1. ให้มองเห็นว่าเป็นกลุ่มบริษัทเอกชนของคนไทย ที่ดำเนินกิจการด้วยคนไทย มีระบบการจัดการและการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย บริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ

2. เป็นกลุ่มบริษัทที่ดำเนินกิจการด้วยความเป็นธรรม ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน ราคา ยุติธรรม ให้การบริการที่ดี
3. เป็นกลุ่มบริษัทให้ความสำคัญต่อคุณค่าของคน โดยการสร้างบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ และมีคุณธรรม
4. เป็นกลุ่มบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม คำนึงถึงผลประโยชน์สังคมเป็นที่ตั้ง

ความสำคัญของปัญหา

ในช่วง 60 ปี นับแต่เริ่มมีการดำเนินกิจการ บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด ซึ่งเป็น บริษัทแม่ (HOLDING COMPANY) ได้มุ่งผลิตสินค้าโดยคำนึงถึงคุณภาพ และใช้ เทคโนโลยีอันทันสมัยเพื่อสนองตอบความเจริญรุดหน้าของประเทศ จนผลการดำเนินงาน ของบริษัทฯ ได้เจริญรุดหน้ามาโดยลำดับ ขณะเดียวกันบริษัทฯเอง ก็ได้ให้ความสำคัญกับกิจกรรมเพื่อสังคมอยู่บ้าง โดยการให้การบริจาคเงินสร้างถาวรวัตถุต่าง ๆ เช่น โรงเรียน การให้ทุนการศึกษาฯลฯ แต่กิจกรรมเหล่านี้เป็นที่รู้จักกันเฉพาะในวงแคบ มิได้มีการประกาศให้ผู้อื่นได้รู้ ซึ่งแนวความคิดของบริษัทในขณะนั้นเห็นว่า การจะทำดีนั้นไม่จำเป็นต้องประกาศให้สังคมได้รับรู้ ในปี 2516 เกิดวิกฤติการณ์น้ำมันในอ่าวเปอร์เซีย ทำให้ราคาน้ำมันสูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อมายังกิจการของบริษัท เพราะบริษัทใช้พลังงานนี้ในด้านการผลิต บริษัทจึงมีความจำเป็นต้องปรับราคาตามราคาน้ำมัน จึงมีเสียงคัดค้านการขึ้นราคาปูน อีกทั้งรัฐบาลยังเข้ามาแทรกแซง และคุมราคาขายส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจเป็นอย่างมาก บริษัทพิจารณาเห็นว่าตลอดระยะเวลาที่ประกอบกิจการ บริษัทได้ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม, มีคุณธรรม และรับผิดชอบต่อสังคมแต่กระนั้นก็ไม่มีการสนับสนุนหรือให้ข่าวสารข้อเท็จจริงต่อสาธารณชน

ในปี 2522 บริษัทฯจึงได้ว่าจ้างให้บริษัทเพรสโก้* ทำการสำรวจทัศนคติของประชาชนในกลุ่มต่าง ๆ ทั่วประเทศ เช่น ข้าราชการ ทหาร นักเรียน นักศึกษา ผู้ถือหุ้น พนักงาน และผู้แทนจำหน่าย ผลการสำรวจสรุปว่าบริษัทฯ มีภาพพจน์ทางลบทุกด้าน ทำให้บริษัทฯเห็นภาพตนเอง

* เพรสโก้ คือ บริษัทที่รับทำประชาสัมพันธ์โดยตรง (PUBLIC RELATIONS AGENCY)

ค่อนข้างแน่นชัด และเห็นความจำเป็นที่จะต้องเร่งทำความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมาย คือกลุ่มผู้นำความคิด สื่อมวลชน ผู้แทนจำหน่าย ผู้ถือหุ้น ชุมชนรอบโรงงาน ตลอดจนพนักงานของเครือซิเมนต์ไทย เพื่อแก้ภาพพจน์ที่ไม่ดี ขณะเดียวกันก็สร้างภาพพจน์ที่ดีงามและถูกต้องควบคู่กันไปด้วย ดังนั้นในปี 2524 เครือซิเมนต์ไทยจึงได้จัดตั้ง "สำนักงานประชาสัมพันธ์" ขึ้น ทำหน้าที่วางแผนงาน และดำเนินการประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ อย่างครอบคลุมและมีระบบเพื่อดำเนินการในเรื่องดังกล่าวนี้อย่างจริงจัง

ถึงแม้ว่าการประชาสัมพันธ์เพิ่งจะเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยอย่างจริงจัง แต่เป็นที่รับรู้กันว่าได้มีการตื่นตัวในด้านการประชาสัมพันธ์เป็นอันมาก และยอมรับว่าการประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของการบริหาร ทั้งนี้เพราะการดำเนินการทางธุรกิจจะต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มชนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ลูกค้าผู้ถือหุ้น ฯลฯ และธุรกิจจะดำเนินไปได้ด้วยดีนั้นย่อมจะต้องอาศัยความร่วมมือ และการสนับสนุนจากกลุ่มบุคคลดังกล่าว เนื่องจากธุรกิจต่าง ๆ มีการแข่งขันในด้านการผลิต การจำหน่าย และการให้บริการอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญอันหนึ่งในอันที่จะสร้างภาพพจน์ที่ดี ด้วยเหตุนี้เครือซิเมนต์ไทยจึงได้จัดตั้งสำนักงานประชาสัมพันธ์ขึ้น เพื่อดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก

ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่า ผลงานประชาสัมพันธ์ของเครือซิเมนต์ไทย อยู่ในขั้นแนวหน้าเป็นที่ทราบกันได้ของผู้ที่สนใจกันทั่วไป ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่น่าศึกษาถึง ความรู้และทัศนคติของกลุ่มบุคคลภายนอก เจ้าหน้าที่ของเครือซิเมนต์ไทยเอง รวมถึงชุมชนรอบโรงงานที่มีต่อเครือซิเมนต์ไทย เพื่อจะได้ทราบถึงประสิทธิผลในการทำการประชาสัมพันธ์ขององค์กรนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความรู้และทัศนคติ ของกลุ่มคนทางสาขานิเทศศาสตร์ รวมถึงเจ้าหน้าที่ของเครือซิเมนต์ไทย และชุมชนรอบโรงงานปูนซิเมนต์ท่าหลวง จังหวัดสระบุรี ที่มีต่อเครือซิเมนต์ไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิผลของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านชุมชนสัมพันธ์ของเครือซิเมนต์ไทย ที่มีต่อชุมชนรอบโรงงาน โรงงานปูนซิเมนต์ท่าหลวง จังหวัดสระบุรี ในปี 2537

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาภายในขอบเขตในประเด็นต่อไปนี้

1. มุ่งศึกษาความรู้และทัศนคติ ของกลุ่มคนทางสาขานิเทศศาสตร์ ที่มีต่อเครือข่ายโซเชียลมีเดียไทย ได้แก่
 - อาจารย์ จากคณะนิเทศศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร
 - นักศึกษา จากคณะนิเทศศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร
2. มุ่งศึกษาความรู้และทัศนคติ ของเจ้าหน้าที่ของเครือข่ายโซเชียลมีเดียไทย
3. มุ่งศึกษาความรู้และทัศนคติ ของชุมชนรอบโรงงานปูนซีเมนต์ท่าหลวง จังหวัดสระบุรี ที่มีต่อเครือข่ายโซเชียลมีเดียไทย
4. วิเคราะห์ประสิทธิผลของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเครือข่ายโซเชียลมีเดียไทย ที่มีต่อชุมชนรอบโรงงาน โรงงานปูนซีเมนต์ท่าหลวง จังหวัดสระบุรี

นิยามศัพท์

- ความรู้ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของเครือข่ายโซเชียลมีเดียไทย
- ทัศนคติ หมายถึง สภาวะที่บุคคลมีความรู้สึกตอบสนองต่อวัตถุหรือสิ่งเร้าใด ๆ ไปในทางที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับ แบ่งออกเป็นทัศนคติในทางบวกคือ เห็นด้วย และทัศนคติในทางลบคือ ไม่เห็นด้วย ซึ่งทัศนคติในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง ทัศนคติของกลุ่มคนทางสาขานิเทศศาสตร์ เจ้าหน้าที่ของเครือข่ายโซเชียลมีเดียไทย และชุมชนรอบโรงงานปูนซีเมนต์ท่าหลวง จังหวัดสระบุรี ที่มีต่อเครือข่ายโซเชียลมีเดียไทย
- กลุ่มคนทางสาขานิเทศศาสตร์ ในที่นี้หมายถึง อาจารย์ และนักศึกษาจากคณะนิเทศศาสตร์ สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร

- ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ผลที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์ โดยวัดจากความรู้ และทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน
- งานชุมชนสัมพันธ์ หมายถึง กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่เครือซิเมนต์ไทยกำหนดขึ้น และดำเนินการให้ชุมชนรอบโรงงานปูนซิเมนต์ท่าหลวง ในปี 2537
- ชุมชนรอบโรงงาน หมายถึง ประชาชนหรือราษฎรที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป ที่อาศัยอยู่รอบโรงงานปูนซิเมนต์ท่าหลวง จังหวัดสระบุรี (3 อำเภอ คือ อำเภอท่าเรือ อำเภอบ้านหมอ และอำเภอเสาไห้)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการทำประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานธุรกิจประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียง
2. ได้ข้อมูลที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไขการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านชุมชนสัมพันธ์ของเครือซิเมนต์ไทย