

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กันตชาติ เกษมสันต์ ณ อยุธยา . แนวโน้มการประชาสัมพันธ์สถานีวิทยโทรทัศนกองทัพบก
ช่อง 5 ในทศวรรษหน้า (พ.ศ.2539-2549) . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539 .

กิตติมา กมลพันธฤกษ์ . การประชาสัมพันธ์ของเครือซีเมนต์ไทย . วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2537 .

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ . การวิจัยภาพพจน์ของ ปตท.
2542

ดวงพร คำคุณวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง . สื่อสารการประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร :
ที ที พรินท์ , 2536 .

เดนิส แมคเคาล และ สตีเวน วินดาหล แพลโดย สอนิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล .
แบบจำลองการสื่อสาร . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2528 .

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย . หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี . 2545 .

เตรียม ดันติเวชกุล , พ.ต.อ. (พิเศษ) . แนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ของกรมตำรวจในช่วงปี
พ.ศ. 2532 – 2542 . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,
2531 .

ชาคริต จุลกะเสวี . กระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร : นวชนก
การพิมพ์ , 2530 .

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ . การประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย , 2542 .

จุมพล พูลภัทรผลชีวิน . เทคนิคการวิจัยแบบ EDR . กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช ,
2529 .

- ชม ภูมิภาค . หลักการประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์ , 2526 .
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย . หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี . , 2545 .
- นางลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์ . นักบริหารกับงานประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร , 2539 .
- บริษัท ซี.เอส.เอ็น.แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด . โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อ
กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ ปตท. , 2544 .
- บริษัท ไทเลอร์ เนลสัน ซอฟเพรส (ประเทศไทย) จำกัด . การสำรวจทัศนคติของสาธารณชน
ต่อก๊าซธรรมชาติและโครงการของ ปตท. , 2544 .
- บริษัท Lehman Brothers (ประเทศไทย) จำกัด . เอกสารประกอบคำบรรยายเพื่อเสนอขาย
หุ้นสามัญ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) . 2544
- บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ . วิสัยทัศน์การประชาสัมพันธ์ ปี 2012 ของบริษัทจดทะเบียนใน
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย , 2536 .
- ประมะ สตะเวทิน . หลักนิเทศศาสตร์ . กรุงเทพมหานคร : จำรัสการพิมพ์ , 2540 .
- ประจวบ อินอืด . เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร . กรุงเทพมหานคร : มณฑนาการพิมพ์ , 2532
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย . 20 ปี ปตท. . กรุงเทพมหานคร , 2541 .
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย . รายงานประจำปี 2543 .
กรุงเทพมหานคร , 2544 .
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) . รายงานประจำปี 2544 . กรุงเทพมหานคร ,
2544 .
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) , วารสารภายใน . บ้านเรา PTT Spirit .
กรุงเทพมหานคร , (มกราคม) 2544 .

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) , วารสารภายใน . บ้านเรา PTT Spirit .
กรุงเทพมหานคร , (มีนาคม) 2544 .

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร . ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์ .
กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2537 .

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร . การจัดการปัญหาภาพพจน์เชิงลบ . กรุงเทพมหานคร :
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2527 .

พนัส สิมะเสถียร . การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ . กรุงเทพมหานคร , 2529 .

มานะ ตีรยาภิวัดน์ , คอลัมน์เวทีทัศนะ ตอน "เงิน PR กับเสรีภาพลวงตาของสื่อ" .
ผู้จัดการรายวัน , (มีนาคม) 2545 .

มานิตย์ รัตนสุวรรณ . โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร : พิชเนศการพิมพ์ ,
2527 .

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช . การบริหารงานประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร , 2535 .

"รณา" , เปิดอก . ดิฉัน . กรุงเทพมหานคร , (ปกซ์หลังเดือนตุลาคม) 2544 .

รวีวรรณ มณีน้อย . แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
(2535-2545) . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2540

ระเด่น ทักษณา . การประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร : วังอักษรการพิมพ์ , 2537 .

ลักษณา สตะเวทิน . หลักการประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร : เพ็ญฟ้าพรินต์ , 2542 .

สมควร กวียะ . แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2532 .

สมชาย แก้ววิบูลย์พันธ์ , เรือเอก . สถานภาพและแนวโน้มการประชาสัมพันธ์กองทัพเรือ .
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2536 .

- สุพิน ปัญญามาก . การวางแผนการประชาสัมพันธ์รัฐวิสาหกิจ . กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2530 .
- เสถียร เขยประทับ . การสื่อสารและการพัฒนา . กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539 .
- เสรี วงษ์มณฑา . การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ . กรุงเทพมหานคร : ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์ , 2542 .
- เสรี วงษ์มณฑา . การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ . กรุงเทพมหานคร : เอเอ็นการพิมพ์ , 2540 .
- เสรี วงษ์มณฑา . 108 การประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร : เอเอ็นการพิมพ์ , 2541 .
- วิจิตร อวาทกุล . การประชาสัมพันธ์ : เทคนิคและวิธีปฏิบัติ . กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช , 2539 .
- วิเชียร เกตุสิงห์ หลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์เรืองอักษร , 2537
- วิเชียร เกตุสิงห์ . การวิจัยเชิงปฏิบัติ . กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2537
- วิรัช ลภีรัตน์กุล . การประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2529 .
- อรรณณ ปิลันธน์โอวาท . การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ . กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2537 .
- อำนาจ สุขสุดช . การสร้างภาพพจน์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2534 .
- อภิวิชญ์ แสงศรีจิราภักดิ์ , นาวาเอก . แนวโน้มนำการประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศในทศวรรษหน้า (พ.ศ.2543-2553) . วิทยาลัยการทัพอากาศ สถาบันวิชาการทหารอากาศชั้นสูง , 2544 .

ภาษาอังกฤษ

Boorstin , D.J. . The Image : Guide to Pseudo-events in America ,1995 .

Bernay, Edward . Public Relations . Oklahoma : Oklahoma Press , 1970 .

Cutlip , Scott M. and Allen , H.Center . Effective Public Relations . Prentice Hall , 1982 .

Gruning , James E. and Hunt , Todd . Managing Public Relations . Holt , Richard and
Winston Inc. , 1984 .

Lazasfeld, Paul F. , Berelson and Gaundino . Introduction to Mass Communication and
Mass Media . Ohio : Grid Inc. , 1977 .

Mc Combs , Maxwell E. and Becker , Lee B. . Using Mass Communication Theory .
New Jersey : Englewood Cliffs , 1979 .

Rogers , Everett M. . Communication and Development . Beverly Hills : Sage
Publications , 1976 .

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

คณะกรรมการ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)

คณะกรรมการบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2544 มี
กรรมการรวมทั้งสิ้น 16 คน ประกอบด้วย

- | | |
|-------------------------------|-------------------------|
| 1. นายมนู เลียวไพโรจน์ | ประธานกรรมการ |
| 2. พลเอกอัศวเดช ศศิประภา | กรรมการ |
| 3. พล.ต.อ.สันต์ ศรุตานนท์ | กรรมการ |
| 4. นายวิษณุ เครืองาม | กรรมการ |
| 5. นายชัยวัฒน์ วงศ์วัฒนศักดิ์ | กรรมการ |
| | และประธานกรรมการตรวจสอบ |
| 6. นายเชิดพงษ์ สิริวิชัย | กรรมการ |
| 7. นายวิสุทธิ์ ศรีสุพรรณ | กรรมการ |
| 8. นายสันหัต สมชีวีดา | กรรมการ |
| 9. นายจุลจิตต์ บุญยเกตุ | กรรมการ |
| 10. นายพละ สุขเวช | กรรมการ |
| 11. นายโอฬาร ไชยประวัติ | กรรมการ |
| | และกรรมการตรวจสอบ |
| 12. นายพิษณุ สุนทรารักษ์ | กรรมการอิสระ |
| 13. นายจักรวาล ศัลยพงษ์ | กรรมการอิสระ |
| 14. นายจงรัก ระรวยทรง | กรรมการอิสระ |
| | และกรรมการตรวจสอบ |
| 15. นายวิเศษ จูภิบาล | กรรมการและเลขานุการ |

ผู้บริหาร บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)

ผู้บริหาร บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ในระดับกรรมการผู้จัดการใหญ่ และ
รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2544 มีทั้งสิ้น 10 คน ประกอบด้วย

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1. นายวิเศษ จูภิบาล | กรรมการผู้จัดการใหญ่ |
| 2. นายปรัชญา ภิญาวัฒน์ | รองกรรมการผู้จัดการใหญ่
กลยุทธ์และพัฒนางองค์กร |
| 3. นายพิชัย ชุณหะวัณ | รองกรรมการผู้จัดการใหญ่
การเงินและบัญชีองค์กร |
| 4. นายอดุลย์ สีลาภัทธานุรักษ์ | รองกรรมการผู้จัดการใหญ่
บริหารองค์กร |
| 5. นายประเสริฐ บุญสัมพันธ์ | รองกรรมการผู้จัดการใหญ่
กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ |
| 6. นายอภิสิทธิ์ รุจิเกียรติกำจร | รองกรรมการผู้จัดการใหญ่
กลุ่มธุรกิจน้ำมัน |
| 7. นายปิติ ยิ้มประเสริฐ | รองกรรมการผู้จัดการใหญ่
กลุ่มธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่น |
| 8. นายจิตรพงษ์ กว้างสุขสถิตย์ | รองกรรมการผู้จัดการใหญ่
ปฏิบัติงาน บริษัท ปตท.สำรวจและ
ผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) |
| 9. นายไพบุลย์ ปัญญาวุฒิ | รองกรรมการผู้จัดการใหญ่
ปฏิบัติงาน บริษัท อะโรเมติกส์
(ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) |
| 10. นายวิโรจน์ มาวิจักขณ์ | รองกรรมการผู้จัดการใหญ่
ปฏิบัติงาน บริษัท ปิโตรเคมีแห่งชาติ
จำกัด (มหาชน) |

รายชื่อผู้ถือหุ้น บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)

รายชื่อผู้ถือหุ้นใหญ่ 10 รายแรก ณ วันที่จะทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2544 และเป็นรายชื่อตามรายงานผลการขายหลักทรัพย์ต่อประชาชน ต่อกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (กลต.) เมื่อวันที่ 10 มกราคม 2545 มีดังนี้

	จำนวนหุ้น	% ของจำนวน หุ้นทั้งหมด
1. กระทรวงการคลัง	1,937,793,600	69.27
2. Merrill Lynch (Singapore) Pte., Ltd.	139,800,000	4.99
Merrill Lynch, Pierce, Fenner & Smith Incorporated	139,800,000	4.99
3. Merrill Lynch Far East Limited	49,400,000	1.70
4. สำนักงานประกันสังคม	17,140,000	0.61
5. กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ	15,000,000	0.53
6. American International Assurance Co.,Ltd	9,100,000	0.32
7. บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)	8,979,000	0.32
8. ธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	3,000,000	0.10
9. นายทวีฉัตร จุฬางกูร	2,200,000	0.07
10. นายประยุทธ มหากิจศิริ	2,060,000	0.07

สัญลักษณ์ของ ปตท.



ในช่วงแรกของการก่อตั้งการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย(ปตท.) สัญลักษณ์ (Logo) ที่ใช้อยู่ในขณะนั้นไม่เหมือนในปัจจุบัน กล่าวคือ เป็นเพียงตัวอักษรย่อ คำว่า “ปตท.” เท่านั้น

ต่อมา ดร.ทองฉัตร หงศ์ลดารมภ์ (ผู้ว่าการในขณะนั้น) ได้มอบหมายให้คณะทำงานศิลปกรรม ซึ่งสังกัดงานประชาสัมพันธ์(ปัจจุบันเป็นฝ่ายประชาสัมพันธ์) ออกแบบ สัญลักษณ์ใหม่ เพื่อให้มีคุณค่าทางศิลปะและก่อประโยชน์ทางการค้า คือ มีสีสันสะดุดตา จำง่าย และสื่อความหมายที่เกี่ยวข้องกับองค์กรได้ ประมาณกลางปี 2523 ได้มีการออกแบบ สัญลักษณ์ ปตท. ไว้ทั้งสิ้น 30-40 แบบ ดร.ทองฉัตร ได้คัดเลือกและให้คำแนะนำเพื่อแก้ไขในรายละเอียดต่างๆ อีก จนกระทั่งได้แบบสัญลักษณ์ ปตท. ที่ดีที่สุด จึงได้นำเสนอและได้รับการอนุมัติความเห็นชอบจากคณะกรรมการการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยในขณะนั้น และในช่วงปี 2524 ซึ่งมี พลเอก เปรม ติณสูลานนท์ เป็นประธาน ก็ได้จัดระเบียบเป็นเครื่องหมายการค้ากับกระทรวงพาณิชย์ และใช้สัญลักษณ์นั้นมาตลอดถึงปัจจุบัน

สัญลักษณ์ของ ปตท. ได้รับความบันดาลใจมาจากการค้นพบแหล่งปิโตรเลียม อันเป็นทรัพยากรที่มีค่ายิ่งของประเทศ ก่อให้เกิดจินตนาการเกี่ยวเนื่องถึงรูปแบบของคบเพลิง ที่มีโครงสร้างแสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองอันเกิดจากการผสมผสานของพลังงาน ในรูปเปลวเพลิงของก๊าซธรรมชาติสีฟ้าสดใส ล้อมรอบหยดน้ำมันสีน้ำเงินเข้ม รวมทั้งแสดงอาณาภาพของพลังงานด้วย สีแดงเพลิงภายใน

สโลแกน “ปตท.พลังไทย เพื่อไทย”
“OUR ENERGY OUR FUTURE”

เริ่มใช้ครั้งแรก ปี พ.ศ. 2530 ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์องค์กร โดยศูนย์ประชาสัมพันธ์ (ชื่อในขณะนั้น) ได้ร่วมกับ บริษัท แมคแคน แอริคสัน (ประเทศไทย) จำกัด กำหนดขึ้นและได้ใช้ถึงปัจจุบัน ไม่มีการเปลี่ยนแปลงแต่ได้ขยายการใช้ทั้งในการโฆษณาสถาบัน การโฆษณาผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ของทุกหน่วยธุรกิจให้เป็นไปอย่างมี เอกภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

สำหรับความหมายนั้น หมายถึงพลังงานของคนไทย ซึ่งเป็นจุดที่ ปตท.ต่างกับบริษัทน้ำมันอื่น (ในขณะนั้นยังไม่มีบางจาก) เพราะเป็นบริษัทน้ำมันแห่งชาติของคนไทยที่มีหน้าที่ รับผิดชอบด้านความมั่นคงทางพลังงานของไทยเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อคนไทยทั้งชาติ ดังนั้นทุกสิ่งที ปตท.ดำเนินการ คือดำเนินการโดยคนไทย เพื่อผลประโยชน์ทางด้านพลังงานต่อคนไทยทั้งชาติ

ประวัติการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.

พ.ศ. 2521

- จัดตั้งการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) โดยการรวมองค์การเชื้อเพลิง (อชพ.) และ องค์การก๊าซธรรมชาติเข้า (อกช.) ด้วยกัน ในฐานะรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม
- ประชาสัมพันธ์มีฐานะเป็น งานประชาสัมพันธ์ สังกัดกองกลาง สำนักผู้ว่าการ
- นายสละ ศิริไวทยพงศ์ ดำรงตำแหน่ง หัวหน้างาน
- จำนวนพนักงาน 8 อัตรา
- ลักษณะการทำงานเน้นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชน

พ.ศ. 2524

- เปลี่ยนชื่อจาก งานประชาสัมพันธ์ เป็น ศูนย์ประชาสัมพันธ์ ฐานะเทียบเท่ากอง สังกัดด้าน กิจกรรมพิเศษขึ้นตรงต่อรองผู้ว่าการด้านกิจกรรมพิเศษ
- นายไพยม ตันติลีปกร ดำรงตำแหน่ง ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์
- จำนวนพนักงาน 18 อัตรา
- ประกอบด้วย งานสารนิเทศ งานนิทรรศการ และงานโสตทัศนูปกรณ์

พ.ศ. 2526

- นายปรเทพ สุจริตกุล ดำรงตำแหน่ง ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์
- จำนวนพนักงาน 25 อัตรา

พ.ศ. 2528

- ศูนย์ประชาสัมพันธ์ มีการปรับโครงสร้างการบริหารครั้งใหญ่
- จำนวนพนักงานเพิ่มขึ้นเป็น 52 อัตรา
- ประกอบด้วย งานธุรการ งานติดต่อสื่อมวลชน งานวางแผนและประเมินผล งานต้อนรับ งานสารนิเทศ งานนิทรรศการ และงานโสตทัศนูปกรณ์

พ.ศ. 2532

- นางวันชลี เลขะกุล ดำรงตำแหน่ง ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์
- มีการปรับโครงสร้างการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย กองบริหารระบบประชาสัมพันธ์ กองมวลชนสัมพันธ์ กองโสตทัศนูปกรณ์

พ.ศ. 2533

- ยกระดับศูนย์ประชาสัมพันธ์ จากเทียบเท่ากอง เป็นเทียบเท่าฝ่าย

พ.ศ. 2535

- การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย มีการปรับโครงสร้างองค์กรโดยรวม
- แยกกองโสตทัศนูปกรณ์ ออกไปเป็น ศูนย์โสตทัศนูปกรณ์ (รวมนิทรรศการด้วย) สังกัด รองผู้จัดการใหญ่บริการเทคโนโลยีและการสื่อสาร ธุรกิจบริการกลาง
- ศูนย์ประชาสัมพันธ์ เปลี่ยนชื่อเป็น ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และเข้าสังกัด รองผู้ว่าการ นโยบาย และแผน สำนักงานใหญ่
- อัตรากำลังคนเหลือ 32 อัตรา
- ประกอบด้วย ส่วนบริการเผยแพร่ ส่วนรัฐและธุรกิจสัมพันธ์ ส่วนกิจกรรมภายนอก
- หน่วยธุรกิจเริ่มมีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของตนเอง เช่น ส่วนประชาสัมพันธ์ธุรกิจ น้ำมัน

พ.ศ. 2539

- การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยมีการปรับโครงสร้างองค์กรโดยรวมแบ่งเป็นหน่วยธุรกิจ
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ยังคงสังกัด รองผู้ว่าการนโยบายและแผนองค์กร สำนักงานใหญ่
- ศูนย์โสตทัศนูปกรณ์ กลับเข้ามารวมอยู่ในฝ่ายประชาสัมพันธ์ตามเดิม
- ดร.สงเกียรติ ทานสัมฤทธิ์ ดำรงตำแหน่ง ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์
- อัตรากำลัง 44 อัตรา
- ประกอบด้วย ส่วนประชาสัมพันธ์ภายใน ส่วนประชาสัมพันธ์ภายนอก ส่วนบริหารระบบประชาสัมพันธ์ และส่วนโสตทัศนูปกรณ์
- หน่วยธุรกิจเริ่มมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์ของตนเองมากขึ้น ทั้งในธุรกิจน้ำมัน และ ธุรกิจก๊าซธรรมชาติ โดยอยู่ในสายงานของ สำนักผู้จัดการใหญ่ ตลอดจนเพิ่มเติมในส่วน ของงานปฏิบัติการมวลชนสัมพันธ์ในแต่ละพื้นที่โครงการด้วย

พ.ศ. 2544

- การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)
- การบริหาร และการดำเนินงานเป็นในรูปแบบบริษัทมากยิ่งขึ้น
- มีการปรับโครงสร้างการดำเนินงานทั้งองค์กร ฝ่ายประชาสัมพันธ์ เปลี่ยนสังกัดเป็นขึ้นตรง ต่อกรรมการผู้จัดการใหญ่
- นายพงศ์พยัคฆ์ เสถียรปัทมกร ดำรงตำแหน่ง ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์

- จำนวนพนักงาน 48 อัตรา
- ประกอบด้วย ส่วนแผนการประชาสัมพันธ์ ส่วนบริหารการประชาสัมพันธ์ ส่วนมวลชนสัมพันธ์ และส่วนโสตทัศนูปกรณ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ อดีต-ปัจจุบัน

ปตท.เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2521 เพื่อเป็นกลไกของรัฐในการสร้างความมั่นคงทางพลังงาน ในยุคแรกอาจจะเรียกได้ว่าเป็นยุคบุกเบิกหรือยุคก่อร่างสร้างตัว การประชาสัมพันธ์ในยุคดังกล่าวจึงเป็นการรับ หมายถึงการดำเนินงานเน้นด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยไม่มีแบบแผนหรือการวิเคราะห์วิจัยอย่างเป็นระบบที่ต่อเนื่อง และมักเป็นไปในทางแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

ต่อมาในปี 2528 เริ่มมีการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก มีการศึกษาวิจัยทัศนคติของสาธารณชนต่อ ปตท. มีการจัดทำแผนงานเพื่อก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กร และป้องกันปัญหาความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้นต่อองค์กร โดยมีกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ดังนี้

1. Public Opinion Survey
2. Strategic Planning
3. Communication of Plan
4. Implementation
5. Evaluation

โดยดำเนินการเป็นกระบวนการอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ขั้นที่ 1-5 และศึกษา Feedback เพื่อนำกลับมาปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานอย่างเป็นระบบและครบวงจร

ขั้นตอนในการสร้างภาพพจน์องค์กร ปตท.

- 2528-2529 เน้นสร้างความเข้าใจในบทบาทภาระหน้าที่และความรับผิดชอบของ ปตท.
- 2529-2530 ความมีประสิทธิภาพและความก้าวหน้าทันสมัยขององค์กร
- 2530-2531 การทำประโยชน์ให้กับประเทศและสังคม (จากการดำเนินงาน เช่น ความปลอดภัยจากถังก๊าซที่ได้มาตรฐาน การมีคลังก๊าซอยู่ทั่วประเทศ ภูมิภาคของประเทศ ลดการตัดไม้มาทำเชื้อเพลิง เป็นต้น)
- 2531-2532 ย้ำถึงความสำคัญของ ปตท. โดยการสร้างความรู้สึกผูกพันที่ดีกับคนไทย ในฐานะหน่วยงานของคนไทย
- 2532-2533 องค์กรทางพลังงานที่มีภารกิจต่อสังคมไทยเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทย เป็นความภาคภูมิใจของคนไทยทั่วประเทศ และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม
- 2534-2539 แสดงศักยภาพการดำเนินงาน ใส่ใจสังคมและสิ่งแวดล้อม
- 2539-2542 โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติ ปตท.
- 2543 บทบาท ความสำคัญของ ปตท. เพื่อเตรียมการแปรรูปองค์กร มีผลกระทบด้านภาพพจน์องค์กรจากการดำเนินงานโครงการต่างๆ เช่น ท่อก๊าซไทย-พม่า และเริ่มโครงการ JDA

บริษัทตัวแทนโฆษณาที่รับผิดชอบงานโฆษณาสถาบัน ปตท.

- 2528-2529 บริษัท ลินดาส ประเทศไทย จำกัด
- 2530-2531 บริษัท แมคแคน แอริคสัน (ประเทศไทย) จำกัด
- 2532 – ปัจจุบัน บริษัท ลีโอ เบอ์เนทท์ จำกัด

การประกอบธุรกิจของ ปตท.

กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ

ปตท. และบริษัทในกลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมก๊าซธรรมชาติของประเทศไทย โดยเป็นผู้ประกอบธุรกิจก๊าซธรรมชาติอย่างครบวงจรเพียงรายเดียวในประเทศ ครอบคลุมตั้งแต่การสำรวจและผลิต การจัดหา การขนส่งก๊าซธรรมชาติทางท่อ การแยกก๊าซธรรมชาติ และการจัดจำหน่าย ในปัจจุบัน ปตท. เป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการโครงข่ายระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติ (Transmission Network) เพียงรายเดียวในประเทศไทย และเป็นผู้ดำเนินการจัดหา ขนส่งก๊าซธรรมชาติทางท่อ จัดจำหน่ายก๊าซธรรมชาติและดำเนินธุรกิจแยกก๊าซธรรมชาติรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

ทั้งนี้ ปตท. จัดหาก๊าซธรรมชาติจากแหล่งก๊าซธรรมชาติทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการจัดทำสัญญาซื้อก๊าซธรรมชาติระยะยาว แล้วจึงส่งผ่านระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติของตนเองเพื่อจำหน่ายให้กับผู้ผลิตไฟฟ้าซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ผู้ผลิตไฟฟ้าอิสระ ผู้ผลิตไฟฟ้ารายเล็ก และลูกค้าอุตสาหกรรมต่างๆ

นอกจากการจัดจำหน่ายก๊าซธรรมชาติให้กับกลุ่มลูกค้าดังกล่าวแล้ว ปตท. ยังส่งก๊าซธรรมชาติส่วนหนึ่งเข้าสู่โรงแยกก๊าซธรรมชาติของ ปตท. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับก๊าซธรรมชาติโดยการแยกก๊าซธรรมชาติออกเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้แก่ ก๊าซอีเทน ก๊าซโพรเพน ก๊าซปิโตรเลียมเหลวหรือก๊าซหุงต้ม และก๊าซโซลีนธรรมชาติ โดยก๊าซอีเทนและก๊าซโพรเพนจะจำหน่ายให้กับลูกค้าอุตสาหกรรมปิโตรเคมีเป็นส่วนใหญ่ ส่วนก๊าซปิโตรเลียมเหลวและก๊าซโซลีนธรรมชาตินั้น นอกจากจะจำหน่ายโดยตรงให้กับลูกค้าภาคอุตสาหกรรมต่างๆ แล้ว ยังจำหน่ายผ่านกลุ่มธุรกิจน้ำมันของ ปตท. เพื่อจำหน่ายในประเทศและส่งออกอีกด้วย

ปัจจุบัน ระบบท่อก๊าซธรรมชาติของ ปตท. มีความยาวรวมประมาณ 2,600 กิโลเมตร ประกอบด้วยระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติ (Transmission Pipeline) ความยาวรวมประมาณ 2,350 กิโลเมตร และระบบท่อจัดจำหน่ายก๊าซธรรมชาติ (Distribution Pipeline) ความยาวรวมประมาณ 250 กิโลเมตร มีความสามารถในการส่งก๊าซธรรมชาติสูงสุด (Maximum Workable Capacity) รวมประมาณ 3,170 ล้านลูกบาศก์ฟุตต่อวัน

กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติของ ปตท. ประกอบด้วยหน่วยธุรกิจก๊าซธรรมชาติซึ่งเป็นหน่วยงานภายในของ ปตท. และบริษัทในกลุ่มที่ประกอบกิจการเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจก๊าซธรรมชาติ โดยหน่วยธุรกิจก๊าซธรรมชาติของ ปตท. แบ่งออกเป็น 4 หน่วยธุรกิจย่อย ได้แก่

1. หน่วยธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายก๊าซธรรมชาติ รับผิดชอบหาก๊าซธรรมชาติจากแหล่งก๊าซธรรมชาติทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้าผู้ใช้ก๊าซธรรมชาติรายใหญ่

2. หน่วยธุรกิจระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติ (Transmission Pipeline) รับผิดชอบดำเนินการบำรุงรักษา และพัฒนาระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ระบบหลักคือ ระบบท่อส่งก๊าซในทะเล และระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติบนบก ซึ่งเป็นระบบส่งก๊าซธรรมชาติจากริมฝั่งทะเลและจากชายแดนไทย-สหภาพพม่าไปยังผู้ใช้ก๊าซธรรมชาติต่างๆ

3. หน่วยธุรกิจโรงแยกก๊าซธรรมชาติ รับผิดชอบดำเนินการและพัฒนาธุรกิจโรงแยกก๊าซธรรมชาติ ซึ่งในปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 4 โรง ตั้งอยู่ตำบลมาบตาพุด จังหวัดระยอง จำนวน 3 โรง และตั้งอยู่ที่อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 1 โรง

4. หน่วยธุรกิจท่อจัดจำหน่ายก๊าซธรรมชาติ (Distribution Pipeline) รับผิดชอบดำเนินการและพัฒนาระบบท่อจัดจำหน่ายก๊าซธรรมชาติ ซึ่งเป็นท่อย่อยที่ต่อเชื่อมมาจากระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติ (Transmission Pipeline) ไปยังลูกค้าอุตสาหกรรมเพื่อจำหน่ายก๊าซธรรมชาติให้กับลูกค้าอุตสาหกรรมต่างๆ

นอกเหนือจากหน่วยธุรกิจที่กล่าวข้างต้น ปตท. ยังมีบริษัทในกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญและช่วยส่งเสริมให้ ปตท. ประกอบธุรกิจก๊าซธรรมชาติอย่างครบวงจร ดังนี้

1. บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) หรือ ปตท. สผ. เป็นผู้ประกอบธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม และเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมี ปตท. เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในสัดส่วนร้อยละ 60.97 ดำเนินธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียมร่วมกับบริษัทสำรวจและผลิตปิโตรเลียมชั้นนำต่างชาติ ซึ่งในปัจจุบัน ปตท. สผ. และบริษัทย่อยของ ปตท. สผ. ได้ร่วมลงทุนในโครงการสำรวจและผลิตปิโตรเลียมรวม 13 โครงการ โดยแบ่งเป็นโครงการในประเทศ 9 โครงการ ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในบริเวณอ่าวไทย และโครงการในต่างประเทศอีก 4 โครงการ

2. บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จำกัด เป็นการร่วมทุนระหว่าง ปตท.กับ บริษัท Tractebel จากประเทศเบลเยียม และบริษัท ทูนลดาวัลย์ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจระบบท่อจำหน่ายก๊าซธรรมชาติสำหรับจำหน่ายก๊าซธรรมชาติให้กับลูกค้าในเขตอุตสาหกรรมรอบกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปัจจุบัน ปตท.ถือหุ้นในบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 49 ซึ่งการร่วมทุนดังกล่าวเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ จาก ผู้ถือหุ้นต่างประเทศให้กับ ปตท.

3. บริษัท ทรานส์ ไทย-มาเลเซีย (ประเทศไทย) จำกัด และ Trans Thai-Malaysia (Malaysia) Sdn.Bhd. ซึ่งตั้งอยู่ในประเทศไทยและประเทศมาเลเซียตามลำดับ โดย ปตท.และ Petroliaam Nasional Berhad (Petronas) ซึ่งเป็นบริษัทน้ำมันแห่งประเทศไทยถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 50 เท่ากัน ทั้งนี้ บริษัท ทรานส์ ไทย-มาเลเซีย (ประเทศไทย) จำกัด จะดำเนินธุรกิจให้บริการขนส่งก๊าซธรรมชาติทางท่อที่ได้จากแหล่งพื้นที่พัฒนา ร่วมไทย-มาเลเซีย (Malaysia-Thailand Joint Development Area หรือ เจดีเอ) มาใช้ประโยชน์ในประเทศไทย และไปยังชายแดนไทย- มาเลเซีย รวมทั้งให้บริการแยกก๊าซธรรมชาติและขนส่งก๊าซปิโตรเลียมเหลว (ก๊าซหุงต้ม) ทางท่อไปยังชายแดนไทย-มาเลเซีย ส่วน Trans - Malaysia (Malaysia) Sdn.bhd. จะดำเนินธุรกิจให้บริการขนส่งก๊าซธรรมชาติและก๊าซปิโตรเลียมเหลว (ก๊าซหุงต้ม) ทางท่อจากชายแดนไทย-มาเลเซีย ไปใช้ประโยชน์ในประเทศมาเลเซีย

นอกจากนี้ ปตท.ยังมีการลงทุนในบริษัท ก๊าซธรรมชาติไทย จำกัด ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับโครงการส่งออกก๊าซธรรมชาติเหลว อย่างไรก็ตาม ณ วันที่ 22 ตุลาคม 2544 คณะรัฐมนตรีได้ให้ความเห็นชอบในการยุบเลิกบริษัทดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

กลุ่มธุรกิจน้ำมัน

ลักษณะการดำเนินธุรกิจน้ำมันของ ปตท.นั้น สามารถจำแนกตามลักษณะการก่อให้เกิดรายได้เป็น 2 กิจกรรมหลัก ได้แก่

1. การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม (Oil Marketing) ดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิง และผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่น โดยแบ่งการจัดจำหน่ายออกเป็น 3 ส่วนหลักๆ ได้แก่ การตลาดค้าปลีก (Retail Marketing) ที่เป็นการจัดจำหน่ายผ่านสถานีบริการน้ำมันของบริษัทและสถานีบริการน้ำมันตัวแทนทั่วประเทศ การตลาดพาณิชย์ (Commercial Marketing) ที่เป็นการจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าที่เป็นส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกค้าอุตสาหกรรมและพาณิชย์ ตลาดอากาศยานและเรือขนส่ง และตลาดก๊าซ

หุงต้ม และการตลาดต่างประเทศ (International Marketing) ที่เป็นการขยายตลาดผลิตภัณฑ์ของ ปตท. ไปสู่ตลาดต่างประเทศ โดยจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมผ่านสถานีบริการและจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (ก๊าซหุงต้ม) ให้กับลูกค้าในต่างประเทศ

2. การค้าสากลและการนำเข้าส่งออกน้ำมันดิบ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม วัตถุประสงค์และผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี (Oil Trading) ดำเนินธุรกิจการค้าสากล การนำเข้าส่งออกน้ำมันดิบและผลิตภัณฑ์น้ำมัน โดยจัดหาน้ำมันดิบและคอนเดนเสทจากแหล่งภายนอกประเทศ เพื่อจำหน่ายให้กับโรงกลั่นน้ำมันและอุตสาหกรรมปิโตรเคมี รวมทั้งค่าน้ำมันดิบและคอนเดนเสทในตลาดเปิด เพื่อทำกำไรจากการซื้อขาย รับซื้อน้ำมันสำเร็จรูปจากภายในประเทศเพื่อจำหน่ายในต่างประเทศและจำหน่ายให้ผู้ค้าน้ำมันในต่างประเทศ และยังคงดำเนินธุรกิจการค้าวัตถุประสงค์และผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีอีกด้วย

นอกจากนี้ ปตท. ยังมีสายงานสนับสนุนการดำเนินธุรกิจน้ำมันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ได้แก่ หน่วยบริหารและปฏิบัติการคลัง การบริหารการจัดหาและจัดส่งผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม และการขายน้ำมันและก๊าซปิโตรเลียมเหลวในตลาดขายส่ง (Reseller) โดยขายน้ำมันและก๊าซปิโตรเลียมเหลวให้แก่ผู้ค้าตามมาตรา 7 แห่งพระราชบัญญัติการค้าน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2543 การบริหารความเสี่ยงจากการค้าน้ำมัน การจัดหาการขนส่งทางเรือระหว่างประเทศ

นอกจากธุรกิจหลักและสายงานสนับสนุนแล้ว ปตท. ยังมีการลงทุนและการร่วมทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการดำเนินธุรกิจน้ำมัน ทั้งภายในและภายนอกประเทศจำนวน 17 บริษัท โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการลงทุนและการร่วมทุนเพื่อสนับสนุนธุรกิจที่ก่อให้เกิดรายได้หลัก และเพื่อส่งเสริมให้ ปตท. สามารถดำเนินธุรกิจน้ำมันอย่างครบวงจร และสามารถให้บริการลูกค้าได้ดีที่สุด

กลุ่มธุรกิจการกลั่นและปิโตรเคมี

ปตท. ได้ลงทุนในธุรกิจการกลั่นและปิโตรเคมีผ่านบริษัทในเครือ ซึ่ง ปตท. มีการทำธุรกิจในลักษณะปกติทั่วไป (Arm's Length Basis) โดยบริษัทที่ ปตท. เข้าร่วมลงทุนทั้งในธุรกิจการ กลั่นรวม 4 บริษัท และธุรกิจปิโตรเคมีรวม 5 บริษัท ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว

แผนงานในอนาคตของบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)

โครงการแยกก๊าซธรรมชาติ

ในปี 2545 ปตท. วางแผนที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการแยกก๊าซธรรมชาติของโรงแยกก๊าซธรรมชาติหน่วยที่ 1 ที่จังหวัดระยอง โดยการขยายและปรับปรุงประสิทธิภาพซึ่งจะส่งผลให้มีความสามารถในการแยกก๊าซอีเทนเพิ่มขึ้นอีก 50,000 ตันต่อปี

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการรับรองความต้องการใช้ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (ก๊าซหุงต้ม) ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น และเพื่อผลิตก๊าซอีเทนสำหรับใช้เป็นวัตถุดิบให้กับโครงการขยายกำลังการผลิตของบริษัท ไทยโอเลฟินส์ จำกัด ปตท.จึงมีแผนงานที่จะก่อสร้างโรงแยกก๊าซธรรมชาติหน่วยที่ 5 ขนาด 530 ล้านลูกบาศก์ฟุตต่อวัน ที่ตำบลมาบตาพุด อำเภอเมือง จังหวัดระยอง ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จพร้อมดำเนินการได้ในปี 2547

โครงการระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติ

เพื่อรับรองความต้องการใช้ก๊าซธรรมชาติภายในประเทศที่คาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้น และเตรียมพร้อมรองรับการเปิดเสรีอุตสาหกรรมก๊าซธรรมชาติ ควบคู่ไปกับการรองรับโครงข่ายระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติในภูมิภาคอาเซียน (Trans Asian Gas Pipeline Project) ปตท.จึงทบทวนแผนแม่บทระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติฉบับที่ 2 (ปี 2541-2549) โดยได้จัดเตรียมแผนแม่บทระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติฉบับที่ 3 ขึ้น สำหรับเป็นแผนงานลงทุนในระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติในช่วงระยะเวลา 9 ปี ตั้งแต่ปี 2545-2553 คาดว่าจะสามารถรองรับความต้องการใช้ก๊าซธรรมชาติของประเทศไทยได้ในระยะเวลา 10 ถึง 15 ปีข้างหน้า ทั้งนี้ แผนแม่บทระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติฉบับที่ 3 ได้รับการอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีแล้วเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2544 อย่างไรก็ตาม การดำเนินการก่อสร้างตามแผนดังกล่าวอาจมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับการใช้ก๊าซธรรมชาติในอนาคต

บริษัท ปตท. ท่อส่งก๊าซธรรมชาติ จำกัด และ บริษัท ปตท. ท่อจำหน่ายก๊าซธรรมชาติ จำกัด

เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางการปรับโครงสร้างกิจการก๊าซธรรมชาติ ที่กำหนดให้ ปตท.ดำเนินการแยกกิจการท่อส่งก๊าซธรรมชาติออกจากกิจการจัดหาและจำหน่ายก๊าซธรรมชาติ ปตท.จึงมีแผนที่จะดำเนินการจัดตั้งบริษัท ปตท.ท่อส่งก๊าซธรรมชาติ จำกัด เพื่อเป็นผู้ดำเนินธุรกิจระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติหลัก ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวจะทำภายใน 1 ปี

หลังการนำ ปตท. เข้าระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดย ปตท.จะเป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมดในบริษัทดังกล่าว

นอกจากนี้ ปตท.ยังมีแผนงานที่จะจัดตั้ง บริษัท ปตท. ท่อจำหน่ายก๊าซธรรมชาติ จำกัด เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับการเปิดเสรีธุรกิจก๊าซธรรมชาติในอนาคต โดยมีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมประมูลสัมปทานในการก่อสร้าง และดำเนินการระบบท่อจำหน่ายก๊าซธรรมชาติเส้นใหม่ในอนาคต โดยมี ปตท.เป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมดในบริษัทดังกล่าว

การร่วมทุนกับ กฟผ.เพื่อผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าและน้ำเย็นให้แก่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

โครงการผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าและน้ำเย็น (District Cooling System and Power Plant Project หรือ DCSP) สำหรับท่าอากาศยานสากลกรุงเทพแห่งที่ 2 (ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ) มีกำหนดแล้วเสร็จ 1 ปีก่อนท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเปิดให้บริการเป็นทางการ ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์จากก๊าซธรรมชาติเพื่อนำมาผลิตกระแสไฟฟ้า และนำพลังงานความร้อนที่เหลือจากการผลิตไฟฟ้ามาใช้ประโยชน์ในการผลิตน้ำเย็นสำหรับระบบปรับอากาศ ซึ่งเป็นการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าและเป็นการลดมลภาวะทางอากาศได้อีกด้วย

โครงการขยายกำลังการผลิตเอทิลีนของ บริษัท ไทยโอเลฟินส์ จำกัด

เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิต และเตรียมพร้อมรับภาวะการแข่งขันในอนาคต บริษัท ไทยโอเลฟินส์ จำกัด มีโครงการเพิ่มกำลังการผลิตเอทิลีนอีกจำนวน 300,000 ตันต่อปี โดยใช้ก๊าซฮีเทนที่ ปตท.ผลิตได้เป็นวัตถุดิบหลัก โครงการส่วนขยายดังกล่าวซึ่งคาดว่าจะก่อสร้างแล้วเสร็จในปี 2547 จะตั้งอยู่บนพื้นที่ที่ตั้งโรงงานโอเลฟินส์ของบริษัทในปัจจุบัน

การที่ ปตท.สม. จะเข้าซื้อหุ้นสามัญของ New Links Energy Resources Co.,Ltd.

ปตท.สม. ออฟชอร์ ได้ตกลงจะเข้าซื้อหุ้นสามัญของ New Links Energy Resources Co.,Ltd. (New Links) จำนวน 40 หุ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 จาก Cumin Ltd. ทั้งนี้ Medco เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจสำรวจและผลิตน้ำมันและก๊าซธรรมชาติในพื้นที่แถบสุมาตรา กาลิมันตัน สุลาเวสี ชวา และมาตุรา ในประเทศอินโดนีเซีย และมีปริมาณสำรองปิโตรเลียมพิสูจน์แล้ว ณ ต้นปี 2544 เทียบเท่าน้ำมันดิบ 315 ล้านบาร์เรลนอกจากนี้ Medco ยังดำเนินธุรกิจด้านบริการการขุดเจาะและธุรกิจผลิตเมธานอลอีกด้วย

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการแปรรูป ปตท.

การแปรรูป ปตท.

บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) หรือ ปตท. จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2544 เพื่อรองรับการแปรรูปจากการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย จากข้อมูลจากหนังสือ ชีวประวัติของนายหุ่นสามัญของ ปตท.ระบุว่า เป็นบทบาทที่เกิดขึ้นตามพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 ที่กำหนดให้ ปตท.รับโอนกิจการ สิทธิ หนี้ ความรับผิดชอบ และพนักงานทั้งหมดจาก ปตท.เดิมที่มีสภาพเป็นรัฐวิสาหกิจ มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก ซึ่งเกิดจากการแปลงทุนเป็นหุ้นจำนวน 20,000 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญที่กระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นจำนวน 2,000 ล้านหุ้น และหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ให้ประชาชนทั่วไปเป็นเจ้าของจำนวน 750 ล้านหุ้น

สำหรับการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย หรือ ปตท. นั้น เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวง อุตสาหกรรมที่ได้รับการสถาปนาเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2521 จากการรวมองค์การก๊าซธรรมชาติแห่งประเทศไทย และองค์การเชื้อเพลิงภายใต้โลโก้ “สามทหาร” ตามพระราชบัญญัติการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2521 โดยมีภาระหน้าที่ในการดำเนินธุรกิจปิโตรเลียมและอุตสาหกรรมต่อเนื่องกับปิโตรเลียมอย่างครบวงจร เพื่อสร้างความมั่นคงด้านพลังงานและเศรษฐกิจให้กับประเทศ ซึ่งมีการพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่องจนสามารถนำเงินส่งรัฐเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศ นับตั้งแต่ก่อตั้งจนถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2544 (ก่อนการแปรรูป) เป็นมูลค่าประมาณ 40,000 ล้านบาท และยังคงขยายการดำเนินธุรกิจไปในธุรกิจที่เกี่ยวข้อกับปิโตรเลียม ทั้งในและต่างประเทศในรูปของบริษัทในเครือและบริษัทร่วมทุนรวม 37 บริษัท

ประโยชน์ที่ได้รับจากการแปรรูป ปตท.

ประโยชน์ต่อประเทศโดยรวม

1. เป็นการแบ่งเบาภาระด้านการเงินของรัฐในการค้ำประกันเงินกู้ เนื่องจากในการดำเนินธุรกิจก๊าซธรรมชาติและน้ำมัน รวมทั้งพลังในด้านอื่นๆ นั้น ปตท. จะมีภาระค่าใช้จ่ายและการลงทุนที่สูง การแปรรูปจะทำให้ ปตท. มีแหล่งเงินเพื่อการลงทุนเพิ่มขึ้นในรูปของการลงทุนจากการซื้อหุ้นของประชาชน

2. เป็นการเพิ่มบทบาทของภาคเอกชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายของการดำเนินงานการขยายกิจการและการลงทุน โดยรัฐสามารถลดบทบาทและภาระหน้าที่การบริหารงาน การควบคุม ตลอดจนการตรวจสอบต่างๆ ของรัฐลง อย่างไรก็ตาม รัฐอาจเปลี่ยนหน้าที่และภาระดังกล่าวมาเป็นการประเมินผลการดำเนินงานของ ปตท. แทน เพื่อสร้างความมั่นใจว่าการดำเนินงานของ ปตท. จะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ หาก ปตท. สามารถพัฒนาการดำเนินงาน การให้บริการและการขยายกิจการได้อย่างเต็มที่แล้ว ประเทศจะได้รับผลประโยชน์จากความสำเร็จของ ปตท. ไม่ว่าในด้านการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของ ปตท. เป็นวัตถุดิบขั้นพื้นฐานของทุกๆ อุตสาหกรรม

3. สามารถตัดสินใจในการลงทุนได้รวดเร็วมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนในโครงการสำคัญต่างๆ ทั้งในและนอกประเทศ รวมทั้งธุรกรรมที่เป็นการเพิ่มคุณภาพในการดำเนินการและให้บริการ ซึ่งรวมหมายถึงเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของ ปตท. เช่นการกู้เงิน การจัดซื้อสินทรัพย์ การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์และบริการเป็นต้น

4. ปตท. มีความคล่องตัวในการทำงานมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นและเป็นการลดต้นทุนในการดำเนินงานของ

5. ปตท. จะสามารถดำเนินงานภายใต้นโยบายที่ต่อเนื่อง โดยผู้บริหารของ ปตท. ที่มีวาระการทำงานที่แน่นอน โดยปราศจากความกังวลของการแทรกแซงจากการเมือง

ประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป

หลักการแปรรูปนั้น เมื่อ ปตท. มีการดำเนินงานที่คล่องตัวขึ้น และสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร จะทำให้ต้นทุนการดำเนินงานต่ำลง ซึ่งหมายถึงราคาผลิตภัณฑ์ที่จะลดลงและการบริการที่มีคุณภาพมากขึ้น ประชาชนมีโอกาสเป็นเจ้าของ ปตท. หรือลงทุนในกิจการของ ปตท. โดยการถือหุ้น และสามารถติดตามตรวจสอบการลงทุนของ ปตท. ได้โดยสะดวกเนื่องจาก ปตท. จะมีการบริหารงานที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ตามแนวทางการกำกับดูแล กิจการที่ดี (Good Corporate Governance)

**รายละเอียดการลงทุนของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2544**

กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ

1. บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)
2. บริษัท ทรานส์ ไทย-มาเลเซีย (ประเทศไทย) จำกัด
3. Trans Thai-Malaysia (Malaysia)Snd.Bhd.
บริษัท ปตท. จำหน่ายก๊าซธรรมชาติ จำกัด

กลุ่มธุรกิจน้ำมัน

1. PTT International Trading Pte.,Ltd.
2. PTT Philippines, Inc.
3. Subic Bay Energy Co., Ltd.
4. Subic Bay Fuels Company, Inc.
5. Subic Bay Distribution, Inc.
6. Clark Pipeline and Depot Company, Inc.
7. บริษัท ปตท.มาร์ท จำกัด
8. บริษัท ไทยลูบเบลินดิง จำกัด
9. Vietnam LPG Co., Ltd.
10. Keloil-PTT LPG Sdn.Bhd.
11. บริษัท ปิโตรเอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด
12. บริษัท ท่อส่งปิโตรเลียมไทย จำกัด
13. PetroAsia (Sanshui) Co., Ltd.
14. PetroAsia (Huizhou) Co., Ltd.
15. PetroAsia (Shantou) Co., Ltd.
16. บริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
17. บริษัท ขนส่งน้ำมันทางท่อ จำกัด

กลุ่มธุรกิจการกลั่นและปิโตรเคมี

ธุรกิจการกลั่น

1. บริษัท ไทยออยล์ จำกัด
2. บริษัท โรงกลั่นน้ำมันระยอง จำกัด
3. บริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด
4. บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

ธุรกิจปิโตรเคมี

1. บริษัท ไทยโอเลฟินส์ จำกัด
2. บริษัท อะโรเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
3. บริษัท ปิโตรเคมีแห่งชาติ จำกัด
4. บริษัท ไทยพาราไซลีน จำกัด
5. บริษัท ปุ๋ยแห่งชาติ จำกัด (มหาชน)

อื่นๆ

1. บริษัท ไทยลูบเบส จำกัด (มหาชน)
2. บริษัท บริการน้ำมันอากาศยาน จำกัด
3. บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด
4. บริษัท แก๊สธรรมชาติไทย จำกัด (มหาชน)

ภาคผนวก ข

การเก็บข้อมูลครั้งที่ 1

(การสัมภาษณ์)

1. ท่านคิดว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในปัจจุบัน เป็นอย่างไร
2. ภาพลักษณ์ของ ปตท.ที่ท่านได้รับรู้ผ่านสื่อประเภทต่างๆ นั้น เป็นอย่างไร
3. ท่านคิดว่าอะไรคือจุดเด่น (Strength) จุดด้อย (Weakness) โอกาส (Opportunity) และภัยคุกคาม (Threat) ของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในปัจจุบัน
4. ท่านคิดว่าแนวโน้มของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในทศวรรษหน้า ซึ่งเป็นช่วงที่ ปตท.แปรรูปเป็นบริษัทแล้วนั้น ควรจะเป็นอย่างไร
5. บทบาทการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ตามอุดมการณ์ของท่าน เฉพาะในส่วนการเตรียมการเพื่อการแปรรูป ควรเป็นอย่างไร
6. ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรบ้าง เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในส่วนการเตรียมการเพื่อการแปรรูปของ ปตท.

การเก็บข้อมูลครั้งที่ 2

(แบบสอบถาม)

คำชี้แจงแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเรื่อง “แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2545 – 2555)” โดยได้รับข้อมูลมาจากการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิในการเก็บข้อมูลครั้งที่ 1 แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นข้อความที่ประกอบด้วยความคิดเห็นของท่านในเรื่องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ ตลอดจน จุดเด่น (Strength) จุดด้อย (Weakness) โอกาส (Opportunity) และภัยคุกคาม (Threat) ของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 เป็นข้อความที่ประกอบด้วยความคิดเห็นของท่าน เกี่ยวกับบทบาทการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในอนาคต พร้อมทั้งข้อเสนอแนะสำหรับงานประชาสัมพันธ์ของ ปตท.

ขอให้ท่านกรุณาพิจารณาว่า ในแต่ละข้อนั้น ท่านเห็นด้วยหรือไม่ มากน้อยเพียงใด และท่านมีความคิดเห็นว่าจะมีโอกาสเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด รวมไปถึงว่าเป็นแนวโน้มที่พึงประสงค์หรือไม่ประสงค์ในอนาคต

เกณฑ์ทั้ง 5 เกณฑ์สำหรับการพิจารณาว่าแนวโน้มนั้นจะมีโอกาสเกิดขึ้นได้มากหรือน้อยเพียงใดนั้น ประกอบด้วย

- 5 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีโอกาสที่จะเกิดขึ้นได้มากที่สุด
- 4 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีโอกาสที่จะเกิดขึ้นได้มาก
- 3 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีโอกาสที่จะเกิดขึ้นได้ปานกลาง
- 2 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีโอกาสที่จะเกิดขึ้นได้น้อย
- 1 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีโอกาสที่จะเกิดขึ้นได้น้อยที่สุด

สำหรับการพิจารณาว่า แนวโน้มในอนาคตจะพึงประสงค์หรือไม่ประสงค์นั้น พิจารณาได้ ดังนี้

อนาคตที่พึงประสงค์ หมายถึง สิ่งที่ท่านคาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต และเป็น
สิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต

อนาคตที่ไม่พึงประสงค์ หมายถึง สิ่งที่ท่านคาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต และ
เป็นสิ่งที่ไม่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาการเห็นด้วยมากหรือน้อยเพียงใด มีดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตัวอย่าง

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ ของ ปตท. (พ.ศ.2545-2555)	โอกาสที่จะเกิดขึ้นได้					อนาคต	
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	พึงประสงค์	ไม่พึงประสงค์
		5	4	3	2	1	1	0

ควรมีการคาดการณ์เพื่อเตรียมการ
ประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า

✓

✓

จากตัวอย่างข้างต้น หมายความว่า การประชาสัมพันธ์ของ ปตท. นั้น มีแนวโน้มว่าควรมีการคาดการณ์เพื่อเตรียมการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า มีโอกาสที่จะเกิดขึ้นได้ปานกลาง และท่านเห็นว่าเหตุการณ์เช่นนี้เป็นสิ่งที่ดีที่ควรเกิดขึ้น (พึงประสงค์)

ในการนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่าน ชัดเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านมีความคิดเห็นตามอัตราการศึกษาไว้ข้างต้น ขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี

กมลวรรณ วงศ์วิสัย

ผู้วิจัย

แบบสอบถามการวิจัย “แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในทศวรรษหน้า”

+++++

ชื่อ _____ นามสกุล _____

ที่ทำงาน _____ โทรศัพท์ _____

ตำแหน่ง _____

+++++

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์	การเห็นด้วย
	ของ ปตท. (พ.ศ.2545-2555)	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด
		5 4 3 2 1

+++++

- 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในปัจจุบัน
 - 1.1 บริหารงานประชาสัมพันธ์ด้วยระบบราชการ
 - 1.2 ทำประชาสัมพันธ์เชิงรับมากกว่ารุก
 - 1.3 ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์มาก
 - 1.4 เน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขาย
 - 1.5 เน้นการสร้างภาพลักษณ์
 - 1.6 ทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ ปตท.น้อย
 - 1.7 ประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อที่ไม่หลากหลาย
 - 1.8 ไม่มีแผนงานประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน

- 2 ภาพลักษณ์ของ ปตท.ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ
 - 2.1 ปตท.บริหารงานแบบมืออาชีพ
 - 2.2 เป็นองค์กรใหญ่/น่าเชื่อถือ
 - 2.3 เป็น Good Corporate Governance
 - 2.4 รับผิดชอบเรื่องพลังงานให้ประเทศ
 - 2.5 ใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม
 - 2.6 มีนักการเมืองแทรกแซงการทำงาน
 - 2.7 กระแสต่อต้านโครงการท่อส่งก๊าซฯ ทำให้เกิดภาพลักษณ์เชิงลบต่อองค์กร
 - 2.8 การบริหารงานไม่โปร่งใส
 - 2.9 มีการทุจริต/คอร์รัปชัน
 - 2.10 ทำธุรกิจโดยการหลีกเลี่ยงภาษี

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ ของ ปตท. (พ.ศ.2545-2555)	การเห็นด้วย				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1

3. จุดเด่น (Strength) จุดด้อย (weakness)
โอกาสในการประชาสัมพันธ์ (Opportunity) และภัยคุกคาม (Threat)
ของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในปัจจุบัน

จุดเด่น (Strength)

- 3.1 บุคลากรมีคุณภาพ/โปร่งใส
- 3.2 เป็นองค์กรเก่าแก่/เป็นที่รู้จัก/เป็นที่ยอมรับ
- 3.3 ผู้บริหารสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์
- 3.4 ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม/ช่วยเหลือสังคม
- 3.5 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ/มีผลกำไรดี

จุดด้อย (Weakness)

- 3.6 เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ ปตท. น้อย
- 3.7 ไม่มีบทบาทในสังคม
- 3.8 ไม่มีเป้าหมายทางการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน
- 3.9 เป็นธุรกิจที่เข้าใจยาก/ซับซ้อน
- 3.10 บริหารด้วยระบบราชการ

โอกาสในการประชาสัมพันธ์ (Opportunity)

- 3.11 เป็นบริษัทพลังงานของคนไทย
- 3.12 ยังคงได้รับสิทธิพิเศษจากการเป็นรัฐวิสาหกิจ
- 3.13 เป็นธุรกิจที่ใกล้ชิดประชาชน
- 3.14 การประกอบการมีส่วนในการพัฒนาประเทศ
- 3.15 รัฐบาลเห็นความสำคัญจึงให้งบลงทุนสูง

ภัยคุกคาม (Threat) ของการประชาสัมพันธ์

- 3.16 มีการแทรกแซงจากนักการเมือง
- 3.17 เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานอื่น
- 3.18 อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐบาล
- 3.19 รัฐบาลไม่ให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง
- 3.20 เป็นธุรกิจเสรีที่มีคู่แข่งที่น่ากลัว

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ ของ ปตท. (พ.ศ.2545-2555)	โอกาสที่จะเกิดขึ้นได้					อนาคต	
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	พึงประสงค์	ไม่พึงประสงค์
		5	4	3	2	1	1	0

4. แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.

ในทศวรรษหน้า

- 4.1 มีการคาดการณ์เพื่อเตรียมการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า
- 4.2 ใช้การประชาสัมพันธ์การตลาด
- 4.3 ทำประชาสัมพันธ์เชิงรุก
- 4.4 กำหนดกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้น
จากระดับอาเซียน
- 4.5 เผยแพร่ข้อมูลผ่าน Internet มากขึ้น
- 4.6 เพิ่มงานด้าน Investor Relations
- 4.7 ทำประชาสัมพันธ์บนพื้นฐานของการ
วิจัยตลาดและความเห็นของประชาชน
- 4.8 ให้ความสำคัญกับงานชุมชนสัมพันธ์มากขึ้น
- 4.9 ตอกย้ำความเป็นบริษัทมหาชน
- 4.10 บุคลากรมีความเข้าใจในธุรกิจ
- 4.11 จัดบริษัทที่ปรึกษาที่เชี่ยวชาญ
ด้านการประชาสัมพันธ์มาช่วยงาน
- 4.12 เพิ่มกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคม
- 4.13 รับผิดชอบต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
- 4.14 ทำการประชาสัมพันธ์ภายในมากขึ้น
- 4.15 ปลุกจิตสำนึกให้บุคลากรรับผิดชอบต่อ
ในงานประชาสัมพันธ์ร่วมกัน
- 4.16 กำหนดให้งานประชาสัมพันธ์
เป็นบทบาทสำคัญของฝ่ายบริหาร

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ ของ ปตท. (พ.ศ.2545-2555)	โอกาสที่จะเกิดขึ้นได้					อนาคต	
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	พึงประสงค์	ไม่พึงประสงค์
		5	4	3	2	1	1	0

5. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ

งานประชาสัมพันธ์ของ ปตท.

- 5.1 หากมีปัญหาภายในต้องรีบแก้ไข
- 5.2 มีแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ชัดเจน
- 5.3 ส่งเสริมการวิจัยและประเมินผล
- 5.4 พัฒนาคุณภาพของบุคลากรอยู่เสมอ
- 5.5 ใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสารสมัยใหม่
- 5.6 ตอกย้ำความมีอิสระในการบริหาร
- 5.7 ผู้บริหารมีส่วนร่วมและเข้าใจใน
หลักการประชาสัมพันธ์
- 5.8 สร้างสรรค์ผลงานในระดับสากล
- 5.9 ประสานงานกับทุกหน่วยงานภายใน
- 5.10 เผยแพร่ข่าวสาร/ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ

กรรณิการ์ อัครดรเดชา
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กฤษณ์ เกษมสานต์
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท หลักทรัพย์ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

เชมทัตต์ พลเดช
ผู้อำนวยการบริหารอาวุโส ฝ่ายประชาสัมพันธ์
บริษัท สป่า แอ็ดเวอร์ไทซิง เอเจนซี จำกัด

จิราพร มรกตจินดา
ผู้สื่อข่าว
สำนักข่าวไทย

ฉัตรรพี ดันติเฉลิม
ผู้อำนวยการฝ่ายวานิชชนกิจ
บริษัท หลักทรัพย์ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ชวลิต จินดาวณิช
ผู้อำนวยการอาวุโส สายวานิชกิจ
บริษัท หลักทรัพย์ ทิสโก้ จำกัด (มหาชน)

ชาลี จารุวัตร์
ผู้จัดการฝ่ายกิจการสัมพันธ์
บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

ดร.ณิ หิรัญรักษ์
คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้า

นิธิพงศ์ เตชะวณิช
ฝ่ายวานิชธนกิจ
บริษัท Lehman Brothers (ประเทศไทย) จำกัด

บริสุทธิ์ บุรณะสัมฤทธิ์
ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์
สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อสมท.

บุญชัย ศรีปรัชญาอนันต์
ผู้อำนวยการฝ่ายวานิชธนกิจ
บริษัท เมอร์ริล รัช (ประเทศไทย) จำกัด

บัญญัติ คำคุณวัฒน์
นักประชาสัมพันธ์อาวุโส
บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

ประเสริฐ บุญสัมพันธ์
รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ
บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปิติ ยิ้มประเสริฐ
รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ กลุ่มธุรกิจปิโตรเคมี
บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

พรทิพย์ พิมลสินธ์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ไพศาล สุริยะวงศ์ไพศาล
ที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์
บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)

วัชรพงศ์ ทองรุ่ง
ผู้สื่อข่าว
The Nation

วิภาดา ปุษยะนาวัน
ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย
บริษัท สตาร์ริชเชอร์ กรุ๊ป จำกัด

ศิริพร หัสดีเสวี
นักประชาสัมพันธ์ระดับ 7
การไฟฟ้าานครหลวง

สุรศักดิ์ เคารพธรรม
ฝ่ายวานิชชนกิจ
บริษัท Credit Swiss First Boston จำกัด

สุนิรัตน์ ศรีสุวรรณชน
ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์
การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

สุวรรณดี เจียรานูชาติ
พนักงานประชาสัมพันธ์
องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย

สงเกียรติ ทานสัมฤทธิ์
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ วางแผนและกลยุทธ์ของกิจการ
บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)

อำนาจ เทียนหรือชัยกุล
หัวหน้างานโฆษณาและประชาสัมพันธ์
บริษัท ซี.พี.อินเตอร์ฟู้ด (ประเทศไทย) จำกัด

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว กมลวรรณ วงศ์วิสัย เกิดเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2521 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยมอันดับ 2) จากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วิชาเอกการประชาสัมพันธ์ ในปีการศึกษา 2540 และเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ (นอกเวลาราชการ) ในปีการศึกษา 2543 ปัจจุบันทำงานในตำแหน่งพนักงานประชาสัมพันธ์ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่ปี 2541