

## บทที่ 1

### บทนำ

การประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยปัจจุบัน ได้ทวีความสำคัญมากขึ้น การประชาสัมพันธ์ ได้เข้ามามีบทบาททางด้านการบริหารและการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลกลุ่มต่างๆ จนยากที่องค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรไม่แสวงหากำไร จะปฏิเสธได้ ทั้งนี้เพราะงานประชาสัมพันธ์เป็นส่วนช่วยเสริมสร้างและรักษาภาพพจน์อันดีให้กับหน่วยงาน และยังนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จอีกด้วย

ในยุคแห่งเทคโนโลยีข่าวสารข้อมูลนี้ การแข่งขันที่รุนแรงได้เข้ามามีบทบาทต่อทุกกลุ่มธุรกิจ วิทยาศาสตร์และความว่องไวต่อสถานการณ์กลายเป็นเรื่องจำเป็น ความเชื่อแต่เดิมที่พยายามแยกการประชาสัมพันธ์ออกจากการโฆษณาหรือการตลาด ก็เป็นแนวคิดที่ไม่ค่อยถูกต้องนัก เพราะท่ามกลางสภาพการแข่งขันเหล่านี้ เมื่อพูดถึงภาพพจน์ขององค์กร ก็จะละเลยภาพพจน์สินค้า หรือเรื่องของการตลาดไปไม่ได้ ทั้งการโฆษณาและการตลาดจึงมีความสัมพันธ์กับการประชาสัมพันธ์ เพราะต่างส่งผลต่อภาพพจน์ทั้งสิ้น

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย หรือ ปตท. ในฐานะองค์กรรัฐวิสาหกิจ ซึ่งถือเป็นบริษัทน้ำมันแห่งชาติ เป็นองค์กรที่ไม่หยุดนิ่ง ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ จึงได้มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องมาตลอด ทั้งการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง อีกทั้งภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร โดยมีแนวนโยบายประสานควบคู่ไปกับส่วนโฆษณาและส่งเสริมการขาย ดังนั้นสารนิพนธ์ฉบับนี้ จึงเป็นการศึกษากรณี การประชาสัมพันธ์ น้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว “พีทีที ซูเปอร์ 97” น้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วที่ให้พลังแรงและถนอมเครื่องยนต์ด้วยระดับมลพิษที่ต่ำ เพราะการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย เป็นหน่วยงานที่ดำเนินงานด้านพลังงาน ใฝ่ใจต่อชีวิตและสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับด้านการขายและการตลาด ดังนั้นภาพพจน์จึงต้องแข็งแกร่ง เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากบุคคลทั่วไป และนำองค์กรไปสู่ความเป็นมาตรฐานสากล เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่เศรษฐกิจ และความมั่นคงของชาติ ดังคำขวัญที่ว่า “ปตท. พลังไทย เพื่อไทย”

### 1.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความสามารถในการปฏิบัติงาน และทักษะทางด้านการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมจากการศึกษาในภาคทฤษฎี
2. เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการดำเนินงาน ขอบเขต และอำนาจหน้าที่ของส่วนประชาสัมพันธ์ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย
3. เพื่อให้ทราบถึงแนวทาง วิธีการ และกลยุทธ์ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เชิงธุรกิจของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย
4. เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรค ที่อาจจะเกิดขึ้นในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ รวมถึงวิธีการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

### 1.2 ขอบเขตการศึกษา

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ในฐานะองค์กรรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ อย่างกว้างขวางและต่อเนื่องทั้งภายในและภายนอก โดยในการศึกษารั้งนี้ ผู้เขียนมุ่งที่จะศึกษาเฉพาะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์น้ำมัน “พีทีที ซูเปอร์ 97” ซึ่งเป็นการประสานงานร่วมกันระหว่าง ส่วนประชาสัมพันธ์และส่วนโฆษณาและส่งเสริมการขาย แต่ในการศึกษารั้งนี้ จะมุ่งศึกษาการประชาสัมพันธ์เป็นหลัก จึงเป็นการศึกษาถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของส่วนประชาสัมพันธ์ ธุรกิจน้ำมัน การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ที่มีขอบเขต อำนาจ และหน้าที่เกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์น้ำมันชนิดนี้

### 1.3 วิธีการศึกษา

จากการที่ผู้เขียนได้มีโอกาสเข้าฝึกงาน ที่ส่วนประชาสัมพันธ์ธุรกิจน้ำมันการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย เป็นระยะเวลา 1 เดือน ทำให้ผู้เขียนได้มีโอกาสเรียนรู้ การปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ต่างๆ และเกิดความสนใจในการประชาสัมพันธ์เชิงธุรกิจ จึงได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่จำเป็น เพื่อเรียบเรียงสารนิพนธ์ ฉบับนี้ โดยวิธีการเก็บข้อมูลต่างๆ ดังนี้ คือ

1. ประสบการณ์ที่ได้มีโอกาสเข้าฝึกงาน ในส่วนประชาสัมพันธ์ธุรกิจน้ำมัน การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย
2. การรวบรวมเอกสาร ข้อมูลต่างๆ จากส่วนประชาสัมพันธ์ธุรกิจน้ำมัน การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย
3. จากการสอบถามและสัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ของส่วนประชาสัมพันธ์ ธุรกิจน้ำมัน การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย

4. นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ และพิมพ์ข่าวตัด ( Clipping )
5. ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ทั้งหมด ที่ได้ศึกษามา ตลอดจนคำบรรยายในชั้นเรียน ตำรา และเอกสารประกอบการเรียนการสอน

#### 1.4 สถานที่และระยะเวลาที่ศึกษา

ผู้เขียนได้เข้าฝึกงานที่ส่วนประชาสัมพันธ์ธุรกิจน้ำมัน การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ตั้งอยู่เลขที่ 555 ถนนวิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ 5372537 ตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2539 ถึงวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2539 รวมเป็นระยะเวลา 1 เดือน

#### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพิ่มพูนความรู้ ทักษะเสริมสร้างความเข้าใจถึงวิธีการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ และนำประสบการณ์ในภาคปฏิบัติที่ได้รับ มาประยุกต์เข้ากับความรู้ภาคทฤษฎี เพื่อการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ ต่อไป
2. ทราบถึงการจัดรูปแบบองค์กร ขอบเขต อำนาจหน้าที่ และลักษณะการดำเนินงานของส่วนประชาสัมพันธ์ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ซึ่งถือเป็นองค์กรขนาดใหญ่
3. ทราบถึงแนวทาง วิธีการ และกลยุทธ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เชิงธุรกิจ ของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย
4. ทราบถึงปัญหา และอุปสรรค รวมถึงวิธีแก้ปัญหาเพื่อดำเนินงานต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ