

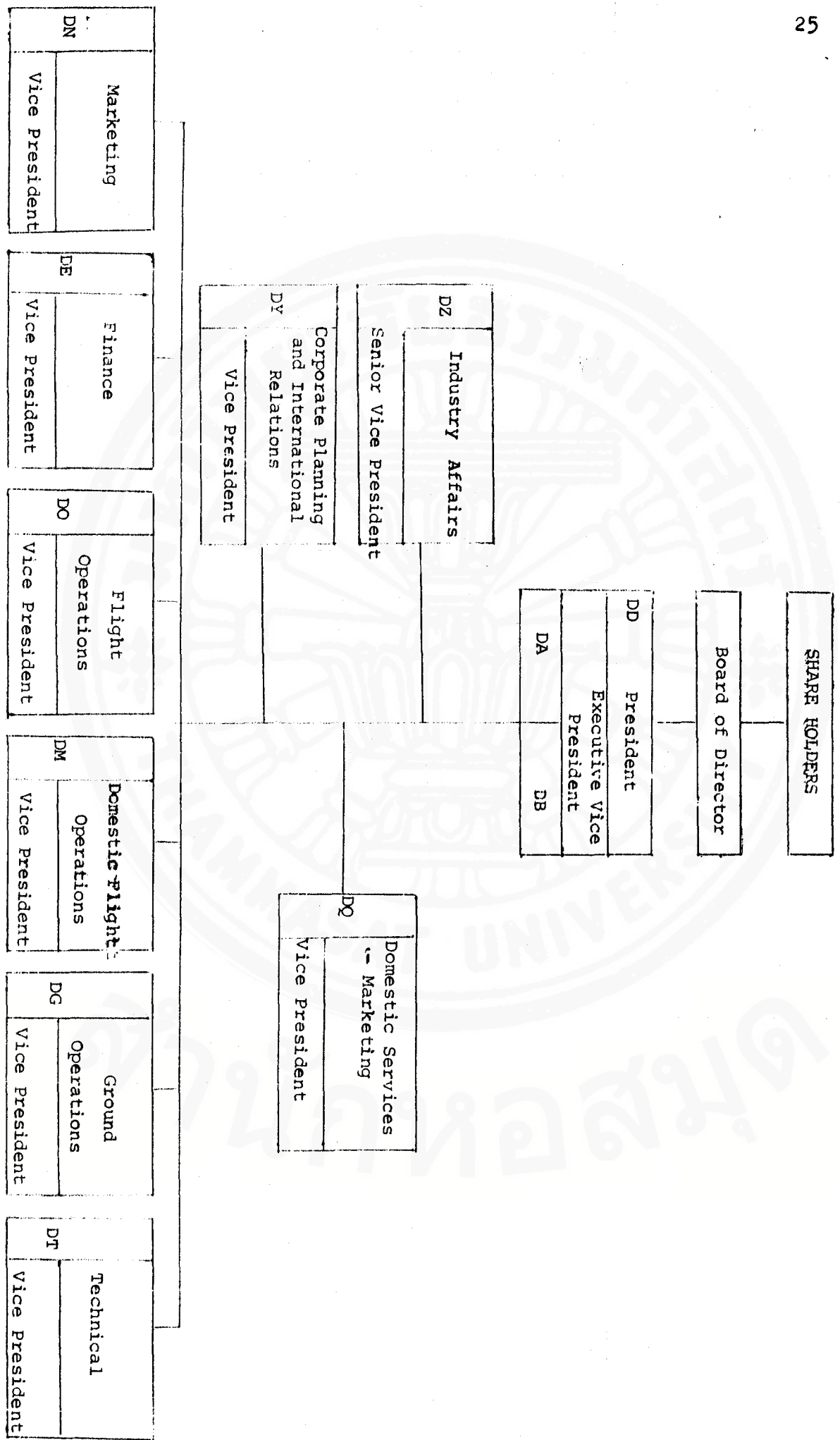
บทที่ 3

สำนักงานประชาสัมพันธ์บริษัท การบินไทย จำกัด

บริษัท การบินไทย จำกัด เป็นรัฐวิสาหกิจบริหารกิจการและดำเนินการโดยคนไทย ในด้านการบินพาณิชย์ระหว่างประเทศในฐานะสายการบินทางการของชาติ การบินไทยได้เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2503 โดยบริษัท เคนอากาศไทย จำกัด ร่วมกับบริษัท สายการบินสแกนดิเนเวียซิสเต็ม (เอส เอ เอส) ได้เป็นผู้สัญญาจัดตั้งบริษัท การบินไทย จำกัด เพื่อดำเนินการธุรกิจการบินพาณิชย์ระหว่างประเทศ มีทุนชั้นแรก 40 ล้านบาท ทุนดำเนินการตั้งกล่าว บริษัท เคนอากาศไทย จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 70 และ เอส เอ เอส ถือหุ้นเพียงร้อยละ 30 กระทั่งวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2520 การบินไทยได้สิ้นสุดสัญญากับสายการบินตั้งกล่าว การบินไทยจึงมีรัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมด และมีทุนดำเนินการ 1,400 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2531 การบินไทยได้รวมกิจการกับบริษัท เคนอากาศไทย จำกัด ซึ่งเป็นสายการบินภายในประเทศตามมติรัฐมนตรีฝ่ายเศรษฐกิจ ซึ่งมี พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ เป็นประธาน ทำให้บริษัท การบินไทย เป็นบริษัทที่รับผิดชอบกิจการบินพาณิชย์ทั้งเส้นทางการบินระหว่างประเทศและเส้นทางการบินภายในประเทศทั้งหมด กลายเป็นสายการบินแห่งชาติเพียงสายเดียวโดยสมบูรณ์

ศาสตราจารย์ ดร. สมเด็จพระราชินีนาถศจี



วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสำนักงานประชาสัมพันธ์ (พว)

1. กำหนดแนวทางวางนโยบายและการดำเนินงานด้านกิจการประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ โดยประสานงานข้อมูล ให้ข้อเสนอแนะกับฝ่ายบริหารเพื่อให้เป็นไปในเชิงสร้างสรรค์และในเชิงรุก (positive public relations strategy) ทั้งภายในและภายนอกประเทศ
2. เป็นกลไกสนับสนุนฝ่ายบริหาร และเสริมสร้างความภาคภูมิใจให้เกิดขึ้นกับพนักงานในด้านการยึดถือค่านิยมและผลงานของบริษัทฯ ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานฝ่ายบริหาร รัฐบาล เอกชน และประชาชนทั่วไปในเชิงสร้างสรรค์
3. ประเมินผลโครงการและควบคุมงานวิจัย รวมทั้งสำรวจทัศนคติบุคคลภายในและภายนอกบริษัทฯ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการประชาสัมพันธ์และการบริหารงานของบริษัทฯ
4. วางแผนและปฏิบัติการเพื่อพัฒนาภาพพจน์ เพื่อให้บุคคลภายนอกและพนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อบริษัทฯ

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์

ปัจจุบันโครงสร้างของสำนักประชาสัมพันธ์ บริษัท การบินไทย จำกัด ได้ถูกปรับปรุง เปลี่ยนแปลงเสียใหม่ จากเดิมขึ้นตรงกับผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายการตลาด เป็นขึ้นตรงต่อผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท การบินไทย

1. รายงานตรงต่อกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ เพื่อรับนโยบายและแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงาน โครงการและการแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ
2. ประสานงานกับฝ่ายบริหาร เพื่อเป็นกลไกสนับสนุนการบริหารของฝ่ายต่าง ๆ ในระบอบนโยบาย และการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อรักษาภาพพจน์ที่ดีต่อบุคคลภายนอกทั้งภาครัฐบาลและเอกชน
3. กำหนดเป้าหมายและแผนงานหลักในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งสื่อสารมวลชนสัมพันธ์และรัฐสัมพันธ์ ให้สามารถสนับสนุนกิจกรรมของบริษัทฯ รวมทั้งวางแผนประสานงานให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาบริษัทฯ เพื่อไปสู่เป้าหมายที่วางไว้

4. เป็นศูนย์กลางด้านข่าวสาร เพื่อให้ความร่วมมือในการพัฒนาภาพจน์ของบริษัทฯ ทั้งในและต่างประเทศ

5. เป็นผู้ประสานงานในความสัมพันธ์ภายในและภายนอกประเทศ เพื่อให้นโยบายและการดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ เป็นแนวเดียวกันและกระจายไปสู่หน่วยงานระดับต่าง ๆ อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

การจัดแบ่งหน่วยงานในสำนักงานประชาสัมพันธ์

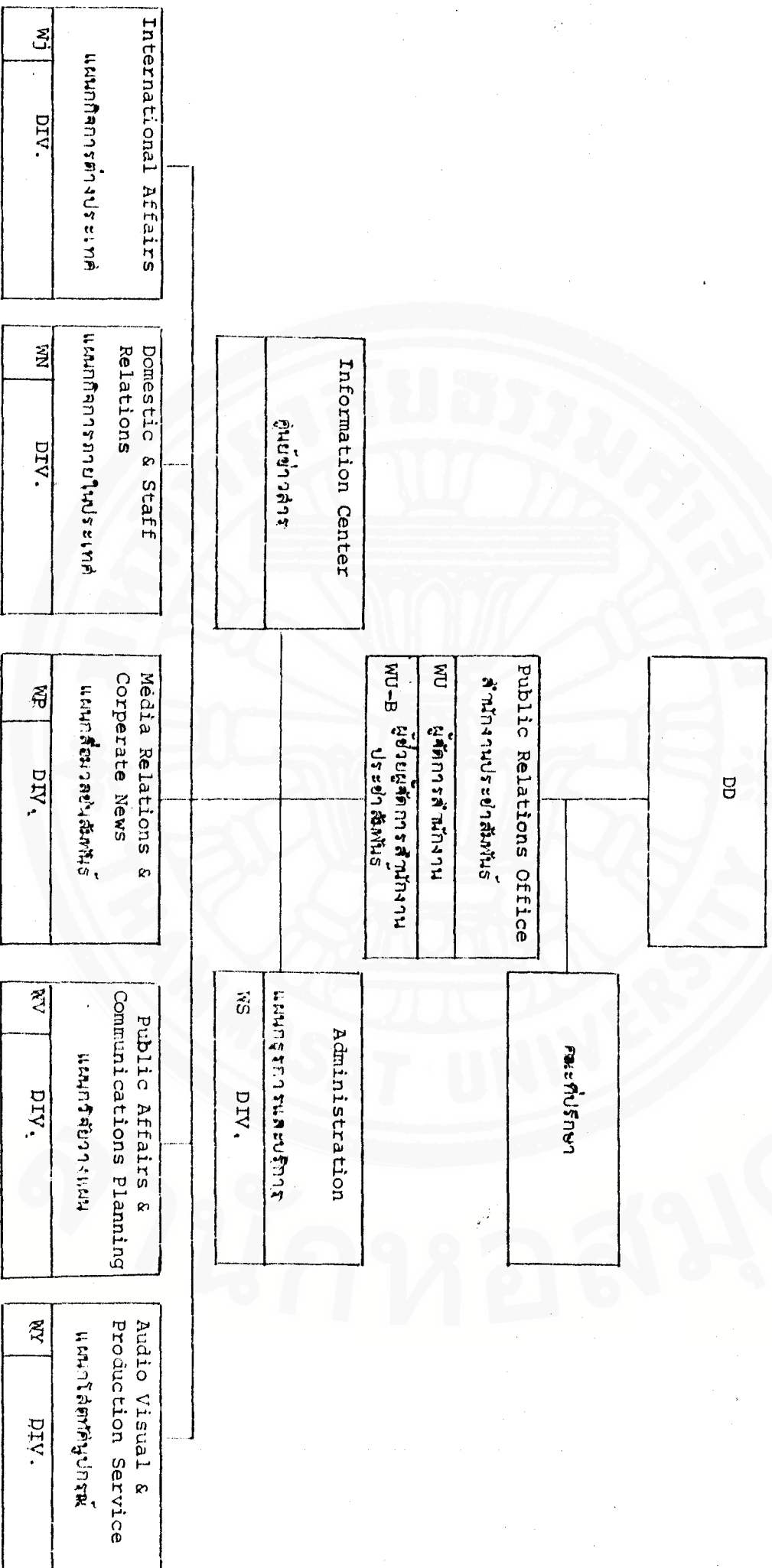
ในการปฏิบัติงานของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จะแบ่งงานออกเป็น 6 แผนก และ 1 กลุ่มงาน ได้แก่

1. แผนกธุรการและบริการ (WS)
2. แผนกกิจการต่างประเทศ (WJ)
3. แผนกกิจการภายในประเทศ (WN)
4. แผนกสื่อมวลชนสัมพันธ์ (WP)
5. แผนกวิจัยวางแผน (WV)
6. แผนกโสตทัศนูปกรณ์ (WY)

- ศูนย์ข่าวสาร

สำนักหอสมุด

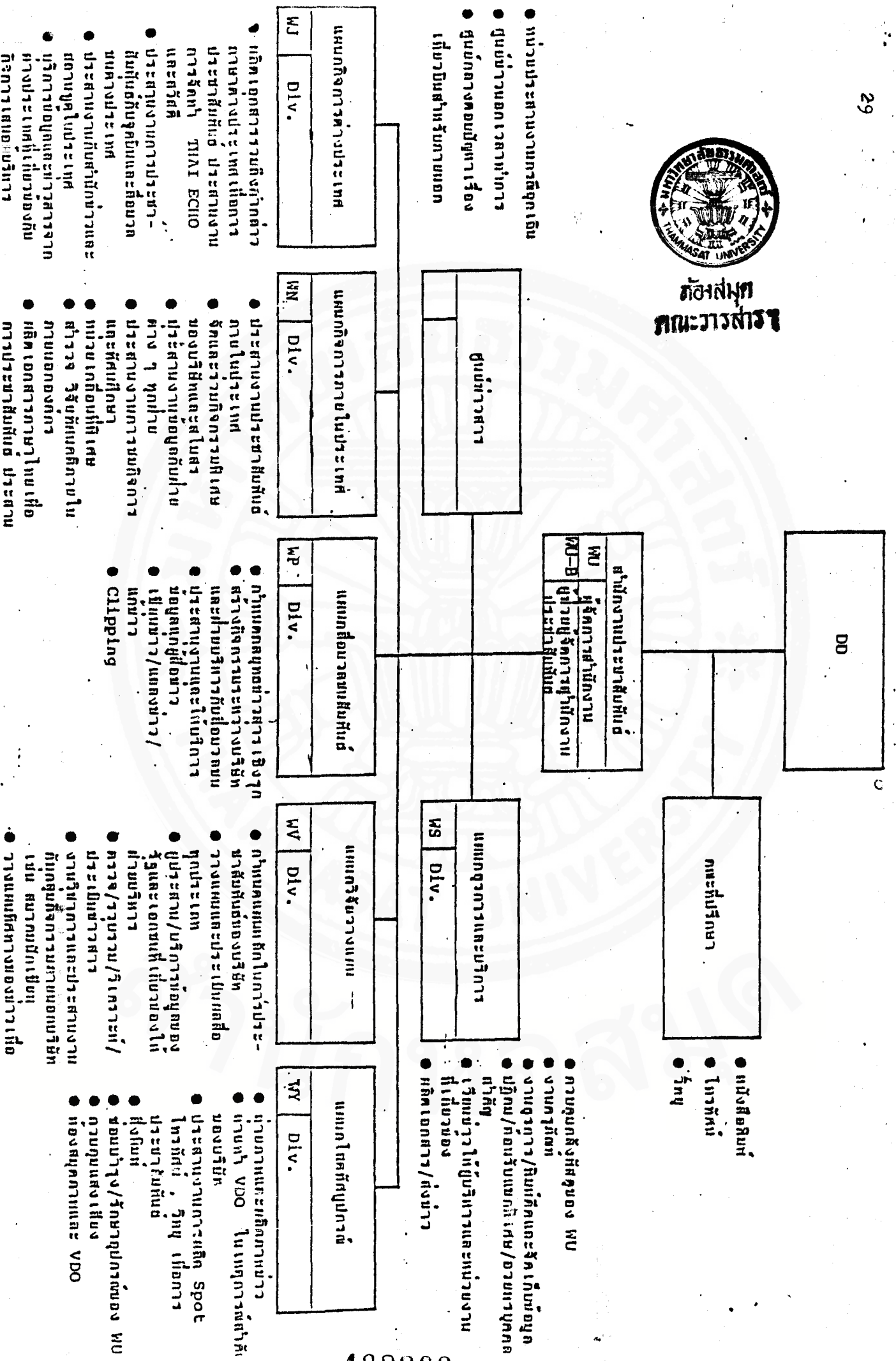
แผนภูมิแสดงการแบ่งสายงานของสำนักประชาสัมพันธ์
บริษัท ทรานส์ไทย จำกัด





วิทยาลัย
ทามมะสาตรา

แผนภูมิแสดงโครงสร้างของสำนักงานประจําพื้นที่และหน่วยงานหลักของส่วนกลาง



หน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานต่าง ๆ

1) แผนกธุรการและบริการ (๗๖)

ความรับผิดชอบ

- ปฏิบัติงานด้านธุรการของหน่วยงานที่ขึ้นกับ WU ทั้งหมด
- เวียนข่าวใหญ่บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- โทคอบจกหมาย
- ผลิตเอกสาร
- ส่งข่าว
- จัดทำห้องสมุดหนังสือต่าง ๆ ที่ WU จัดซื้อและเป็นสมาชิก
- งานครุภัณฑ์ของ WU ทุกหน่วย
- หนังสือรับเข้าและส่งออกของ WU ทั้งหมด
- รวบรวมและจัดเก็บเอกสาร
- ควบคุมคลังพัสดุและของชำร่วยในสังกัด WU
- เบิกเครื่องเขียนแบบพิมพ์และอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้เพียงพอในการปฏิบัติงานของทุกหน่วยในสังกัด WU
- เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้โดยสารพิเศษ ข้อเสนอแนะและความเห็นต่าง ๆ ของผู้โดยสารที่เสนอมานทางสื่อมวลชน
- ประสานงานการต้อนรับแขกพิเศษ และพิธีการพิเศษต่าง ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์
- ประสานงานเกี่ยวกับวิทยุวิทยุพิเศษ เพื่อการประชาสัมพันธ์
- พิมพ์และจัดเก็บข้อมูล ขึ้นทะเบียนในคอมพิวเตอร์อย่างเป็นระเบียบและพร้อมเรียกใช้งานใ้ทันที
- ส่งสำเนาข้อมูลและข่าวที่ได้ดำเนินการไปแล้วทุกประเภทให้ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องทราบ
- รวบรวมวันเกิดของบุคคลสำคัญและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยราชการต่าง ๆ และจัดเจ้าหน้าที่ไปร่วมอวยพร
- แจกจ่าย Thai Echo วิกฤณเท่าฟ้า ข่าวแจกของบริษัทยาไปยังสำนักงานทั้งในและต่างประเทศ

2) แผนกกิจการต่างประเทศ (WG)

ความรับผิดชอบ

- ผลิตเอกสารภาษาต่างประเทศ
- ประสานงานการประชาสัมพันธ์กับทุกจุดมินิในต่างประเทศ
- ดูแลสื่อประชาสัมพันธ์ในภูมิภาคต่างประเทศ
- กำหนดแผนและเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศโดยให้สอดคล้องกับแผนประชาสัมพันธ์หลักของบริษัทฯ
- ประสานงานข้อมูลและการประชาสัมพันธ์กับสำนักข่าว สายการ-บินอื่น ๆ และสถานทูตต่าง ๆ ในประเทศ
- ประสานการเดินทางของสื่อมวลชน และบุคคลที่สำคัญจากต่างประเทศ
- ให้บริการข้อมูลและข่าวสารจากต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ เสนอผู้บริหารและประสานงานในกรณีสื่อมวลชนต่างประเทศขอสัมภาษณ์ผู้บริหาร
- จัดการแถลงข่าว สำหรับสื่อมวลชนต่างประเทศ
- ปฏิบัติงานนอกสถานที่ (Fieldworks) เพื่อการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศเป็นครั้งคราว
- เขียนคำกล่าวและประสานงานการจัดทำบทความในนิตยสาร สวีตี Thai Echo และบทความทั่วไป

3) แผนกกิจการภายในประเทศ (WH)

ความรับผิดชอบ

- ประสานงานการประชาสัมพันธ์กับจุดมินิในภูมิภาคต่าง ๆ ภายในประเทศ
- เผยแพร่นโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ไปยังภาคต่าง ๆ ภายในประเทศ เพื่อเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- ประสานงานกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ในแต่ละภูมิภาคภายในประเทศ
- จัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อสร้างภาพพจน์ภายในประเทศ

- ประสานงานและวางกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์กับกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ ในส่วนของพนักงาน เพื่อเกิดความร่วมมือและชักจูงให้เข้าร่วมในกิจกรรมของบริษัทฯ ทั้งด้านกีฬา สหภาพฯ สโมสร ฯลฯ
- เป็นตัวกลางในการเสริมสร้างทัศนคติที่ดี ในการทำงานระหว่างพนักงานกับฝ่ายบริหาร
- ประสานงานการเข้าเยี่ยมชมกิจการของบริษัทฯ
- ประสานงานจัดทัศนศึกษาร่วมกับ UP และ UA
- ประสานงานตามโครงการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศของทุกฝ่าย
- ปฏิบัติงานนอกสถานที่ตามโครงการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เป็นครั้งคราว
- ประสานงานข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นให้กับ UP เพื่อให้ UP สามารถตัดสินใจเลือกข่าวสารเผยแพร่แก่สื่อมวลชนต่อไป
- ประสานงานและปฏิบัติการร่วมกับฝ่ายต่าง ๆ ในการทำวิจัยทัศนคติภายใน-ภายนอกบริษัทฯ ตามความเหมาะสม
- ประสานงานข้อมูลกับหนังสือพิมพ์ และหนังสือภายในบริษัทฯ
- ประสานงานการถ่ายภาพยนตร์/วิดีโอ/ภาพนิ่ง เพื่อการประชาสัมพันธ์

4) แผนกสื่อมวลชนสัมพันธ์ (UP)

ความรับผิดชอบ

- กำหนดเป้าหมายของข่าวสารเชิงรุก (Offensive News Strategy)
- สร้างสรรค์ความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน กำหนดรูปแบบการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชนของฝ่ายบริหาร
- จัดเขียนคำกล่าวต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของสื่อมวลชน
- ชี้แจงข้อเท็จจริงกับสื่อมวลชน
- ปฏิบัติการด้านสื่อมวลชนเฉพาะกิจการต่าง ๆ

- ประสานการจัดกลุ่มนักข่าวเพื่อความร่วมมือและสร้างสรรค์ความคิดระหว่างฝ่ายบริหารกับสื่อข่าว
- ทบทวนองความต้องการด้านข่าวสารของสื่อข่าวอย่างมีระบบ
- ประสานงานกับสื่อมวลชนภายในประเทศตามกระทรวง โดยสาร การสำรองที่นั่ง และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ
- กำหนดรูปแบบและประสานงานการผลิตของที่ระลึกให้สื่อมวลชนตามโอกาสต่าง ๆ โดยร่วมมือกับกองโฆษณา
- ร่วมพิจารณาประสานงานกับ IPU ในการจัดสรรและเสนอการโฆษณาตามโอกาสสำคัญต่าง ๆ เพื่องานสื่อมวลชนสัมพันธ์ และให้บริการเป้าหมายในการสร้างภาพจน์
- เป็นสื่อกลางการพบปะระหว่างฝ่ายบริหารของบริษัทฯ กับบรรณาธิการคอลัมน์สำคัญตามโอกาสสมควรเป็นครั้งคราว

5) แผนวิจัยวางแผนและวิจัยสัมพันธ์ (V)

ความรับผิดชอบ

- วิเคราะห์นโยบายหลักและกำหนดกลยุทธ์ของบริษัทฯ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนและสื่อมวลชนเกิดความเข้าใจนโยบายของบริษัทฯ
- วางแผนเชิงรุกกับสื่อมวลชน และประเมินผลสื่อ (Media Plan) ทุกแนว
- จัดทำ Data Support เพื่อให้ฝ่ายบริหารประเมินการนำเสนอข่าวสารประจำวันของสื่อมวลชน
- ดำรวจ วิจัยข้อมูลจากสื่อมวลชน และกำหนดภาพจน์เชิงรุกของบริษัทฯ โดยทำ Media Impact Analysis
- ประสานงานกับหน่วยข่าวสารข้อมูลในภาครัฐบาล และเอกชน
อาทิ :
 - ฝ่ายข่าวสารกระทรวง ทบวง กรม ที่เกี่ยวข้องกับสายงานของบริษัทฯ

- ฝ่ายข่าวของกองทัพบก หน่วยงาน ออกรับมวลชน
ต่าง ๆ
- ประสานงานติดตามการแถลงข่าวของรัฐบาล
และเอกชนทุกระดับ
- จัดทำ Media Analysis ประจำวันและ
คาดการณ์เกี่ยวกับวิกฤตการณ์ด้านภาพพจน์
ข่าวสาร หรือกลุ่มผลประโยชน์ ให้ฝ่ายบริหาร
ทราบล่วงหน้า เพื่อป้องกันไม่ให้บริษัทฯ ถูกโจมตี
จากหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชนต่าง ๆ
- จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการข่าว โดยร่วมมือกับ
 - งานข่าวกรองต่าง ๆ ของภาครัฐบาลและ
เอกชน
 - ทำระบบเครือข่าย (Network) เพื่อ
Monitor ข่าวสารต่าง ๆ ให้ผู้บริหาร
ได้ทราบข้อมูลล่วงหน้าทั้งในภาครัฐบาลและ
เอกชน
- ประสานงานศูนย์ข้อมูลทั้งของรัฐและเอกชน
เช่น
 - ศูนย์ข้อมูลธุรกิจของธนาคารต่าง ๆ
 - สำนักงานสถิติแห่งชาติ
 - สำนักวิจัยและวางแผนต่าง ๆ
- ประสานกับกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ ของสื่อมวลชน
อาทิ สมาคมนักข่าวฯ สมาคมนักเขียน สมาคม
นักเขียน สมาคมนักหนังสือพิมพ์ กลุ่มคนตรี และ
สหภาพกรนักเขียนต่าง ๆ

6) แผนกโสตทัศนูปกรณ์ (WY)ความรับผิดชอบ

- ผลิตภาพข่าวทั้งหมด
- ถ่ายภาพนิ่ง และวีดีโอ
- ประสานงานควบคุมระบบโสตทัศนูปกรณ์ เพื่องานประชาสัมพันธ์ของบริษัท
- ร่วมกับหน่วยอื่น ๆ เดินทางไปถ่ายทำสารคดีภาพ หรือ ถ่ายทำภาพนิ่ง/วีดีโอ นอกสถานที่ทั้งในและนอกประเทศ
- จัดทำห้องสมุดภาพของบริษัท
- ประสานงานการผลิตรายการวิทยุ โทรทัศน์
- ซ่อมบำรุงและดูแลรักษาอุปกรณ์ โสตทัศนูปกรณ์ และ อุปกรณ์สำนักงานของหน่วยงานในสังกัด WU ทั้งหมด

ส่วนศูนย์ข่าวสารนั้น เป็นแค่หน่วยงานย่อย ในอนาคตที่มีการวางแผนที่จะจัดตั้งศูนย์ข่าวสารขึ้นมาเพื่อเป็นหน่วยประสานงานกรณีฉุกเฉิน เป็นศูนย์ข่าวนอกเวลาทำการ และเป็นศูนย์กลางตอบปัญหาเรื่องเที่ยวบินสำหรับภายนอก

วัตถุประสงค์และแนวทางการประชาสัมพันธ์

บริษัท การบินไทย จำกัด พ.ศ. 2533

1. วัตถุประสงค์

ในปี พ.ศ. 2533 บริษัท การบินไทย จำกัด ใ้ก่อตั้งขึ้นมาครบรอบ 30 ปี โดยการบินไทยได้พัฒนาและเจริญเติบโตจนก้าวขึ้นมาเป็นหนึ่งในสายการบินชั้นนำของภูมิภาคเอเชีย ที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการประกอบการค้าธุรกิจการบินพาณิชย์ระหว่างประเทศ อันเป็นผลให้เกียรติภูมิและชื่อเสียงของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในนานาประเทศถึงความสามารถของประเทศไทยในการประกอบธุรกิจอันทันสมัย ที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีระดับสูงและดำเนินการใ้มาตรฐานสากล นอกจากนี้ การบินไทยนับเป็นหนึ่งในรัฐวิสาหกิจชั้นนำของประเทศ ที่มีส่วนสำคัญในการให้การสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการขนส่งทางอากาศ

ตลอดจนการสนับสนุนแก่กิจกรรมด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่สังคมโดยรวม

สำนักประชาสัมพันธ์จึงได้กำหนดวัตถุประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์ของ
การบินไทยในปี 2533 ไว้ดังต่อไปนี้

(1) ประชาสัมพันธ์ให้บุคคลวงกว้าง ๆ เกิดความภาคภูมิใจในสายการบิน
แห่งชาติที่เป็นหนึ่งในสายการบินชั้นนำของโลก โดยประสบความสำเร็จอย่างสูงในเชิง
ธุรกิจการบินพาณิชย์ มีสมรรถนะและศักยภาพที่จะแข่งขันกับสายการบินของต่างประเทศ
และเป็นเกียรติภูมิของชาติในด้านความสามารถของประเทศไทยในการประกอบธุรกิจที่
ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและมีมาตรฐานสากล

(2) ประชาสัมพันธ์ให้บุคคลภายนอกรับรู้และมองเห็นถึงบทบาทของการบิน-
ไทยที่มีส่วนสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะการพัฒนาของอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยว และการขนส่งทางอากาศ

(3) ประชาสัมพันธ์ให้เกิดภาพพจน์แก่สังคมโดยรวมถึงความสำนึกของ
การบินไทย ในฐานะองค์กรธุรกิจชั้นนำของประเทศต่อความรับผิดชอบทางสังคม และ
การพยายามดำเนินการที่จะตอบสนองประโยชน์แก่สังคม โดยการให้การสนับสนุน
แก่โครงการสาธารณประโยชน์ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม การสนับสนุน
ความก้าวหน้าทางด้านกีฬา กิจกรรมทางวิชาการ และการเผยแพร่ค่านิยมทางพุทธศาสนา

(4) ประชาสัมพันธ์ให้พนักงานได้รับทราบอย่างทั่วถึงว่า การบินไทยถือว่า
ชื่อเสียงเกียรติภูมิ และความสำนึกของสายการบินแห่งชาติมาจากปัจจัยสำคัญอันได้แก่
ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานและความสำนึกในหน้าที่ที่จะให้บริการแก่ลูกค้าด้วย
มาตรฐานที่สูงสุดทางด้านประสิทธิภาพและความปลอดภัย

2. แนวทางการดำเนินงาน

เพื่อให้การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของการบินไทยเป็นไปตาม
วัตถุประสงค์ดังกล่าว จึงได้กำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ เพื่อเป็นพื้นฐาน
ที่จะนำไปสู่แผนงานและโครงการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ดังนี้

(1) แนวทางด้านภาพพจน์ ในปี 2533 การประชาสัมพันธ์ของการบินไทย
ควรที่จะมุ่งเน้นการสร้างภาพพจน์ให้บุคคลวงกว้าง ๆ เกิดความรู้สึกที่ว่า การบินไทย
คือส่วนหนึ่งของประเทศไทย ทั้งในฐานะของสายการบินแห่งชาติที่มีบทบาทสำคัญด้านการ

ขนส่งทางอากาศ ตลอดจนความสำเร็จของการบินไทยเป็นสัญลักษณ์ที่สะท้อนเกียรติภูมิชื่อเสียงของประเทศในค่านาง ๆ เพราะฉะนั้นแนวทางการสร้างภาพพจน์จะมุ่งไปจุดรวมที่ว่า "การบินไทย ส่วนหนึ่งของไทย" หรือ "การบินไทย เกียรติภูมิของไทย" เป็นต้น

(2) แนวทางการสื่อสารมวลชน เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการเผยแพร่ข่าวสารและภาพพจน์ของการบินไทย ดังนั้นแนวทางการประชาสัมพันธ์ จึงให้ความสำคัญแก่การเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ผ่านสื่อมวลชน แนวทางที่สำคัญคือผลักดันให้การบินไทยเป็นหน่วยงานที่มีผลงานดีเด่นด้านการประชาสัมพันธ์ โดยอาศัยแผนงานต่าง ๆ ที่จะสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างผู้บริหารการบินไทยกับสื่อมวลชน การเผยแพร่ข่าวสารจากการบินไทยในลักษณะที่สำนักประชาสัมพันธ์เป็นผู้ผลิตเนื้อหาสาระเอง แล้วนำออกเผยแพร่ตามสื่อมวลชนต่าง ๆ ในเนื้อที่ประจำเป็นรายสัปดาห์หรือรายเดือน ส่วนสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์หรือวิทยุ สำนักประชาสัมพันธ์จะเข้าไปสนับสนุนรายการโทรทัศน์รายการหนึ่ง เพื่อเผยแพร่สารคดีทางโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาตามแนวที่สำนักประชาสัมพันธ์กำหนดไว้สำหรับแนวทางค่านสื่อมวลชนต่างประเทศ จะประสานให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนการด้านการตลาดของการบินไทย

(3) แนวทางการส่งเสริมการศึกษา จะเน้นการสร้างภาพพจน์ การตอบแทนประโยชน์แก่สังคม โดยการจัดทำโครงการก่อสร้างถาวรวัตถุที่เกี่ยวกับการศึกษาของเยาวชนในพื้นที่ต่างไกล เช่น การจัดสร้างโรงเรียนการบินไทย ภายใต้การดูแลของตำรวจตระเวนชายแดนเพิ่มมากขึ้น การจัดพิมพ์หนังสือที่มีคุณค่าทางวิชาการทางประวัติศาสตร์และการส่งเสริมพุทธศาสนา การจัดกิจกรรมและแสดงนิทรรศการเผยแพร่ผลงานค่านต่าง ๆ ของการบินไทย

(4) แนวทางการศิลปวัฒนธรรม เน้นแนวทางที่การบินไทยจะเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมค่านศิลปวัฒนธรรม แทนแนวทางเดิมที่การบินไทยให้การสนับสนุนอย่างกระจัดกระจาย การสนับสนุนการผลิตสื่อทางค่านโสตทัศนูปกรณ์ที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่กำลังสูญหาย การจัดนิทรรศการจิตรกรรม ปติมากรรม และภาพถ่าย เนื่องจากปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมกำลังกลายเป็นปัญหาที่บุคคลวงการต่าง ๆ คำนึงถึงความสนใจ อันสะท้อนถึงความรู้สึกรวมของบุคคลทั่วไปในเรื่องของคุณภาพชีวิต การบินไทยจะเข้าไปมีบทบาทสนับสนุนการรณรงค์ในเรื่องสิ่งแวดล้อมที่จะเพิ่มคุณภาพชีวิตของทุกคนทั่วไป

(5) แนวทางความร่วมมือพนักงานสัมพันธ์ แนวทางการประชาสัมพันธ์กับพนักงาน จะมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมค่านาง ๆ ที่พนักงานจะมีส่วนร่วม เช่น การจัดรายการ สารบันเทิงต่าง ๆ เพื่อพนักงาน การจัดการแสดงผลงานความสามารถของพนักงาน เช่น ในด้านภาพถ่าย และการจัดการแข่งขันกีฬาพนักงาน

(6) แนวทางด้านโลศทัศนูปกรณ สำนักประชาสัมพันธ์มีแนวทางที่จะผลิต งานโลศทัศนูปกรณทั้งที่เป็นการเผยแพร่ภายในองค์กรและที่จะเผยแพร่สู่สาธารณชน โดยรายการสำหรับเผยแพร่ภายใน จะมุ่งการผลิตเกี่ยวกับภาระหน้าที่และผลงานของฝ่าย ต่าง ๆ ส่วนรายการสำหรับภายนอกจะผลิตงานที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเติบโตของ การบินไทย

จากแนวทางการประชาสัมพันธ์ บริษัท การบินไทย จำกัด ในปี พ.ศ. 2533 นี้จะเน้นการดำเนินงานทางด้านศิลปะวัฒนธรรมเป็นหลักใหญ่ เพื่อเป็นสร้าง ส่งเสริมสนับสนุนศิลปะและวัฒนธรรมไทยให้เป็นที่แพร่หลายทั้งในหมู่ชาวไทยเองและ ชาวต่างประเทศ การบินไทยได้ให้ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม ซึ่งรวมถึงศิลปะ วัฒนธรรมของไทยควยเสมอมา

จากแผนผังการแบ่งสายงานของสำนักงานประชาสัมพันธ์ บริษัท การบินไทย จำกัด จะเห็นได้ว่า สำนักงานประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานที่ใหญ่พอสมควร โดยแบ่ง ออกเป็นแผนกย่อย ๆ ถึง 6 แผนก อีก 1 หน่วยงานคือศูนย์ข่าว มีพนักงานประชาสัมพันธ์ ถึง 42 คนในปัจจุบันนี้ การแบ่งหน่วยงาน ความรับผิดชอบออกเป็นแผนกต่าง ๆ นี้ เอง ทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของการบินไทย เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทันสมัย จนเป็นที่รู้จักกันดีในหมู่หน่วยงานธุรกิจและกลุ่มประชาชน

สำนักหอสมุด