

บทที่ ๓

การประชาสัมพันธ์ของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

ประวัติของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันได้แปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์ พ.ศ. ๒๕๓๕ ตามมาตรา ๓๓๘ ซึ่งบัญญัติให้บริษัทจำกัดที่มีหลักทรัพย์ซื้อขายอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดภายใน ๒ ปี นับแต่วันที่พระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวมีผลใช้บังคับ หรือภายในวันที่ ๑๖ พฤษภาคม ๒๕๓๗

บริษัทปูนซิเมนต์ไทย ถือกำเนิดขึ้นเมื่อวันที่ ๘ ธันวาคม ๒๔๕๖ ด้วยพระราชประสงค์แห่งองค์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่จะให้มีโรงงานผลิตปูนซิเมนต์ที่มีคุณภาพชั้นใช้เองภายในประเทศ สำหรับนำมาใช้เป็นวัสดุสำคัญในงานก่อสร้างสิ่งสาธารณูปโภค และสิ่งก่อสร้างพื้นฐานเพื่อการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้า ทดแทนการพึ่งพาต่างประเทศ โดยทรงมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้เจ้าพระยาสยามราช (ปั้น สุขุม) ซึ่งในขณะนั้นดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงนครบาล เป็นผู้ดำเนินการจัดตั้งบริษัท และบริษัทปูนซิเมนต์ไทย ได้เริ่มก่อตั้งโรงงานผลิตปูนซิเมนต์ขึ้นแห่งแรกที่ แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ ในปี พ.ศ. ๒๔๕๘ ด้วยกำลังผลิตปีละ ๓๐,๐๐๐ ตัน และได้ขยายกำลังผลิตขึ้นโดยลำดับจนมีกำลังผลิตครั้งสุดท้ายรวมทั้งสิ้นปีละกว่า ๕ แสนตัน ต่อมาก็ได้เพิ่มโรงงาน เช่น โรงงานท่าหลวง จังหวัดสระบุรี โรงงานทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โรงงานแก่งคอย จังหวัดสระบุรี เป็นต้น รวมทั้งการขยายกำลังผลิตตลอดมาจนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะบริษัทตระหนักถึงภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบที่มีต่ออุตสาหกรรมปูนซิเมนต์ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหลักในการพัฒนาประเทศ และที่สำคัญบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย ได้รับพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้เป็นบริษัทในพระบาทสมเด็จพระ

พระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบัน เมื่อวันที่ ๑๗ ธันวาคม ๒๕๐๖ อันเป็นวาระที่บริษัทฯ ดำเนินการครบ ๕๐ ปี

ปัจจุบันนี้บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ก้าวสู่ทศวรรษที่ ๘ แล้วที่บริษัทปูนซีเมนต์ไทยได้เจริญเติบโตและวิวัฒนาการเรื่อยมาจนกลายเป็น "เครือซีเมนต์ไทย" ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจ ดังนี้

๑. กลุ่มซีเมนต์
๒. กลุ่มวัสดุก่อสร้าง
๓. กลุ่มเครื่องจักรกลและไฟฟ้า
๔. กลุ่มกระดาษและปิโตรเคมี

โดยมีบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทแม่ มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เลขที่ ๑ ถนนปูนซีเมนต์ไทย บางซื่อ กรุงเทพฯ

เครือซีเมนต์ไทยบริหารงาน และดำเนินงานโดยคนไทยทั้งสิ้น และสามารถรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามานำพัฒนาอุตสาหกรรมของเครือฯ อยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นในเรื่องการเพิ่มผลผลิตอย่างจริงจังด้วยวิธีการต่างๆ อาทิ การพยายามเพิ่มประสิทธิภาพของเครื่องจักร การลดต้นทุน การผลิตด้วยการใช้พลังงานทดแทน เช่น ก๊าซธรรมชาติ ถ่านหิน และถ่านลิกไนต์ การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การบริหารและการให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึงการส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับ มีส่วนร่วมในการเพิ่มผลผลิตอย่างกว้างขวาง และทำงานอย่างปลอดภัย และ ในปีพ.ศ. ๒๕๓๖ บริษัทฯ มีผลกำไรหลังหักภาษีเงินได้ ๒,๕๙๕ ล้านบาท และผลการดำเนินงานรวมกับบริษัทย่อย มีผลกำไรหลังหักภาษีเงินได้ ๓,๑๖๔ ล้านบาท เปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี ๒๕๓๕ ซึ่งมีผลกำไร ๑,๐๑๑ ล้านบาท

ความสำเร็จของเครือซีเมนต์ไทยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา นั้น หัวใจสำคัญอยู่ที่พนักงานที่เข้ามาทำงานเป็นอย่างมาก เพราะเมื่อบริษัทฯ รับมาแล้วก็จะดูแลเรื่องสวัสดิการต่างๆ นอกจากนี้ยังเอาใจใส่ต่อการพัฒนาฝึกอบรมให้พนักงานทุกระดับ มีความรู้ทั้งในวิชาชีพ และการบริหารงานพร้อมทั้งส่งเสริมให้พนักงานมีจิตสำนึกที่จะปรับปรุงตัวเองให้ดีขึ้นในทุกๆ ด้าน และ

นอกจากความรับผิดชอบดังกล่าว รวมทั้งอุตสาหกรรมต่างๆ ของเครือฯ เช่น การพิถีพิถันการวางแผนออกแบบโรงงาน การคัดเลือกเทคโนโลยีการผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น แล้ว เครือซีเมนต์ไทยยังตระหนักถึงการมีส่วนร่วมสร้างสรรค์สังคมไทยด้วยการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ทั้งด้านการศึกษา การกีฬา ศาสนา และศิลปวัฒนธรรม ด้วยจิตสำนึกว่าเครือฯ จะต้องเจริญเติบโตอย่างมั่นคงไปพร้อมกับความเจริญก้าวหน้าของสังคม และประเทศชาติตลอดไป ด้วยอุดมการณ์อันแน่วแน่ของบริษัทที่ว่า

"ตั้งมั่นในความเป็นธรรม
มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ
เชื่อมั่นในคุณค่าของคน
ถือมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม"

ความเป็นมาของสำนักงานประชาสัมพันธ์

ตลอดระยะเวลา ๘๐ ปีที่ผ่านมา บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ได้วิวัฒนาการไปพร้อมกับการพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อสนองตอบความเจริญก้าวหน้าของประเทศ และในขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังได้ตระหนักถึงสังคมแวดล้อมอย่างมาก ด้วยการทำกิจกรรมหลายอย่าง เช่น การให้ทุนการศึกษา การบริจาคเงินสร้างถาวรวัตถุต่างๆ การส่งเสริมค่านิยม เป็นต้น ถึงแม้บริษัทฯ จะประสบความสำเร็จทางด้านธุรกิจอย่างมหาศาลรวมทั้งการรับผิดชอบต่อสังคมอย่างดี แต่บริษัทฯ ก็ยังเคยเผชิญกับปัญหาภาพพจน์เชิงลบมิใช่น้อย

ในระหว่าง พ.ศ. ๒๕๑๖-พ.ศ. ๒๕๑๙ บริษัทฯ ได้ประสบปัญหามากมาย คือ พ.ศ. ๒๕๑๖ ได้เกิดภาวะวิกฤตการณ์น้ำมันขึ้นทั่วโลก โดยกลุ่มประเทศผู้ผลิตน้ำมันในตะวันออกกลางหรือกลุ่ม OPEC ได้รวมตัวกันปรับราคาน้ำมันขึ้นภายในเวลาอันรวดเร็ว ส่งผลกระทบโดยทั่วไปรวมทั้งประเทศไทยด้วย บริษัทธุรกิจอุตสาหกรรมของไทย ได้รับผลกระทบจากการขึ้นราคาน้ำมันครั้งนี้อย่างสูง รวมทั้งบริษัทปูนซีเมนต์ไทย เนื่องจาก บริษัทฯ ได้ใช้น้ำมันเตาเป็นเชื้อเพลิงหลัก

ในการผลิตปูนซีเมนต์ และเป็นวัตถุดิบที่มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต รวมทั้งในช่วงนั้น
สินค้าปูนซีเมนต์ ยังถูกผูกเข้าเป็นสินค้าการเมือง และทางราชการได้ประกาศใช้มาตรการควบคุม
ราคาปูนซีเมนต์โดยไม่อนุญาตให้บริษัทฯ ปรับราคาขายตามต้นทุนที่สูงขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้ใน
พ.ศ.๒๕๑๙ บริษัทฯ ต้องประสบกับภาวะขาดทุนเป็นครั้งแรก นับแต่เริ่มดำเนินกิจการมา และ
ผลจากมาตรการของรัฐบาลในเรื่องการควบคุมราคาทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถขยายกำลังผลิตเพิ่ม
สูงขึ้นโดยลำดับ ตั้งแต่วันที่ พ.ศ.๒๕๒๒ จึงได้เกิดภาวะปูนซีเมนต์ขาดแคลนขึ้นโดยทั่วไป มีการกัก
ตุนสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายในระดับราคาที่สูงกว่ามาก ทำให้ประชาชนได้รับความเดือดร้อนในช่วง
เวลาดังกล่าว กลุ่มประชาชนที่ไม่ทราบข้อเท็จจริงต่างก็พากันโจมตีบริษัทผู้ผลิตปูนซีเมนต์ โดย
เฉพาะบริษัทปูนซีเมนต์ไทย ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดของประเทศ ได้ถูกโจมตีอย่างรุนแรง และ
กว้างขวางจากประชาชนกลุ่มต่างๆ

และในปี พ.ศ.๒๕๒๒ บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จึงได้ทำแจ้งให้บริษัทเพรสส์ก็ทำการ
สำรวจทัศนคติของประชาชน ในกลุ่มต่างๆทั่วประเทศ เช่น ข้าราชการ ทหาร นักธุรกิจ สื่อมวลชน
ผู้นำความคิด ชุมชนรอบโรงงาน นักเรียน นักศึกษา ผู้ถือหุ้น พนักงาน และผู้แทนจำหน่ายและ
ผลของการสำรวจสรุปว่า

๑. สาธารณชนส่วนใหญ่ เห็นว่า เครือซีเมนต์ไทยยังขาดความรับผิดชอบต่อสังคมและ
เอาเปรียบผู้ซื้อ

๒. กลุ่มผู้นำความคิด เห็นว่าบริษัทฯ ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต และคิด
ว่าการผลิตปูนซีเมนต์ทำได้ง่าย ต้นทุนต่ำ ดังนั้นการที่จะจำหน่ายในราคาสูงจึงถือเป็นการเอา
เปรียบ เห็นแก่ตัว เอาแต่ได้ โลก

๓. กลุ่มสื่อมวลชน เห็นว่าบริษัทฯ ทำการค้าแบบผูกขาด ไม่รับผิดชอบต่อสังคม ฉวย
โอกาสขึ้นราคาสินค้าโดยอ้างว่าราคาน้ำมันสูงขึ้น

๔. กลุ่มพนักงานบริษัทฯ เห็นว่าสวัสดิการของบริษัทฯ ถึงขั้นที่ขั้นไม่ได้ รู้สึกว่าไม่มี
ส่วนร่วมกับบริษัท แต่ก็ยังมีความภูมิใจที่ได้ทำงานกับบริษัทที่มีฐานะมั่นคงและมีชื่อเสียง

๕. กลุ่มผู้แทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ แม้จะมีความมั่นใจในคุณภาพสินค้า แต่ก็เห็น
ว่าบริษัทฯ มุ่งแต่ขายสินค้าอย่างเดียว ขาดความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทฯ และผู้แทนจำหน่าย,

การบริการไม่ดี เมื่อมีสินค้าใหม่ก็ไม่ได้ให้ความรู้แก่พวกเขาอย่างเต็มที่

๖. กลุ่มชุมชนรอบโรงงาน ได้แก่ ชุมชนรอบโรงงานบางซื่อ กรุงเทพฯ ชุมชนรอบโรงงานทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ชุมชนรอบโรงงานท่าหลวงและแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ซึ่งทั้งหมดมีความเห็นว่า โรงงานของเครือซีเมนต์ไทย ได้สร้างปัญหาและความเดือดร้อนต่อชุมชน โดยเฉพาะเรื่องมลพิษต่างๆ

จากผลการสำรวจทัศนคติในครั้งนี้ ปรากฏว่า บริษัทฯ มีภาพพจน์เป็นเชิงลบทุกด้าน ทำให้บริษัทฯ เห็นภาพตัวเองค่อนข้างแง่ซัด และเห็นความจำเป็นที่จะต้องเร่งทำความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายดังนี้คือ ผู้นำความคิด สื่อมวลชน ผู้แทนจำหน่าย ผู้ถือหุ้น ชุมชนรอบโรงงาน ตลอดจนพนักงานของเครือซีเมนต์ไทย เพื่อแก้ภาพพจน์ที่ไม่ดี ขณะเดียวกันก็สร้างภาพพจน์ที่ดีงาม และถูกต้องควบคู่กันไปด้วย

ดังนั้น ในพ.ศ.๒๕๒๓ สำนักงานประชาสัมพันธ์ หรืออินปส. จึงได้กำเนิดขึ้นมา เพื่อทำหน้าที่วางแผนงาน และดำเนินการประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ อย่างครอบคลุมและมีระบบอย่างจริงจัง และนี่จึงคือที่มาของสำนักงานประชาสัมพันธ์ บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

ชำนาญ หอสมุด

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในเครือซีเมนต์ไทย

การจัดตั้งสำนักงานประชาสัมพันธ์ ในปี พ.ศ.๒๕๒๓ ย่อมแสดงให้เห็นว่าเครือซีเมนต์ไทย ซึ่งเป็นบริษัทอุตสาหกรรมของคนไทย และดำเนินงานโดยคนไทย ตระหนักถึงความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ ในอันที่จะสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับเครือซีเมนต์ไทย โดยได้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทั้งภายในและภายนอก

การประชาสัมพันธ์ภายใน เพราะเครือซีเมนต์ไทย เป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่ ทำให้มีพนักงานที่อยู่ในความดูแลจำนวนมาก และพนักงานเหล่านี้ถือเป็นกำลังสำคัญในการทำงานของบริษัท ดังนั้น เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทฯ กับฝ่ายพนักงาน รวมทั้งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้แก่พนักงานและเพื่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อบริษัทฯ การประชาสัมพันธ์ภายในจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างสิ่งเหล่านี้ให้เกิดขึ้น ซึ่งสามารถผลักดันกิจการของบริษัทให้ดำเนินไปอย่างรุดหน้า + ๒๖/๒๖

การประชาสัมพันธ์ภายนอก เนื่องจากเครือซีเมนต์ไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ และมีผลกระทบต่อประชาชนโดยทั่วไป ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ภายนอกจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีของบริษัทฯ และสร้างชื่อเสียงของบริษัท ให้สาธารณชนรู้จัก และเข้าใจบริษัทฯ เป็นอย่างดี ทั้งนี้เพื่อจะได้สนับสนุนและให้ความร่วมมือกับบริษัทฯ ต่อไป

ทั้งกลุ่มเป้าหมายภายในและภายนอก ล้วนแต่มีส่วนผลักดันเครือซีเมนต์อย่างมาก ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งในการให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ของเครือฯ + ๒๖/๒๖

วัตถุประสงค์และนโยบายของเครือซีเมนต์ไทย

สำนักงานประชาสัมพันธ์ ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้ คือ "ต้องการให้มหาชนยอมรับว่าเครือซีเมนต์ไทย เป็นกลุ่มบริษัทเอกชนคนไทยที่ดี มีคุณธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคม" ซึ่งสอดคล้องกับอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจ ๘ ประการ ที่ว่า

"ตั้งมั่นในความเป็นธรรม
มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ
เชื่อมั่นในคุณค่าของคน
ถือมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม"

นอกจากนี้สำนักงานประชาสัมพันธ์ ยังได้กำหนดแนวนโยบาย เพื่อเสริมสร้างภาพ
พจน์ของเครือฯ ดังนี้คือ

๑. เป็นกลุ่มบริษัทเอกชนของคนไทย และเป็นสมบัติของชาติไทย
๒. เป็นกลุ่มบริษัทที่ดำเนินการด้วยคนไทย มีระบบการจัดการ และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย บริหารอย่างมีประสิทธิภาพ
๓. เป็นกลุ่มบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม โดยพิจารณาผลตอบแทนการลงทุนที่เหมาะสม เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐานจำหน่าย
๔. เป็นกลุ่มบริษัทให้ความสำคัญต่อคุณค่าของคน โดยการสร้างบุคคลให้มีความรู้ความสามารถและมีคุณธรรม
๕. เป็นกลุ่มบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นพลเมืองที่ดี คำนึงถึงประโยชน์ของสังคมเป็นที่ตั้ง

การจัดองค์กรและการสร้างองค์กร

การจัดองค์กรและโครงสร้างของสำนักงานประชาสัมพันธ์ เป็นการจัดองค์กรที่ครบ
วงจรภายในตัวของมันเอง เนื่องจากเครือซีเมนต์ไทยให้ความสำคัญแก่งานประชาสัมพันธ์ค่อนข้างสูง

โครงสร้างขององค์กรประกอบด้วย ๒ ส่วน คือ

๑. ส่วนประชาสัมพันธ์โครงการ เป็นผู้ปฏิบัติและดำเนินกิจกรรม เพื่อการประชาสัมพันธ์
๒. ส่วนประชาสัมพันธ์การสื่อสารความทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวคราวความเคลื่อนไหว

ไหวต่างๆ ของบริษัท และบริษัทในเครือฯ ไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและ
ภายนอก

โดยทั้ง ๒ ส่วน ขึ้นตรงกับผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์ และสิ่งสำคัญอันจะ
ขาดไม่ได้ของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ คือการสร้าง ความเข้าใจให้พนักงานทราบว่า บริษัท
ทำประชาสัมพันธ์บนพื้นฐานความเป็นจริง เพื่อที่จะนำไปสู่ความเข้าใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันใน
การเผยแพร่ข่าวสาร

โครงสร้างองค์กรของสำนักงานประชาสัมพันธ์

๑. ส่วนประชาสัมพันธ์สื่อข้อความ เป็นศูนย์กลางในการติดต่อและเผยแพร่ข่าวสารของ
บริษัท ซึ่งส่วนนี้รับผิดชอบเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารของบริษัทฯ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายของ
บริษัท ทั้งภายในและภายนอก ในส่วนนี้ประกอบด้วย ๓ แผนก คือ

๑.๑ สื่อมวลชน รับผิดชอบในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนทุกแขนง โดย
เฉพาะอย่างยิ่งนักหนังสือพิมพ์และวิทยุโทรทัศน์ ด้วยการจัดพาส์มโรงแรงงาน การจัดงานแถลงข่าว
การจัดสัมมนาสื่อมวลชน การแจกข่าว การตัดข่าวและการให้โฆษณากับหนังสือพิมพ์และนิตยสาร
เป็นต้น ทั้งนี้และทั้งนั้นเพื่อที่จะได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนในการออกข่าวต่างๆ อันจะเป็น
ประโยชน์ต่อบริษัทฯ และเพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ ของบริษัทฯ
และบริษัทในเครือฯ ไปสู่สาธารณชน โดยมุ่งแสดงให้เห็นว่าเครือซีเมนต์ไทย เป็นบริษัทที่ดำเนิน
กิจการโดยคนไทย มีระบบจัดการที่ทันสมัย มีเทคโนโลยีระดับสูง และดำเนินกิจการด้วยความ
รับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น หน้าที่โดยสรุปของแผนกนี้ก็คือ การเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อมวลชนสร้าง
ความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนเพื่อก่อให้เกิดความรวดเร็วในการเสนอข่าวสาร เพราะสื่อมวลชน
เป็นสื่อกลางที่สำคัญในอันที่จะส่งผ่านข่าวสารของบริษัทไปยังประชาชน

๑.๒ สื่อข้อความภายใน รับผิดชอบเกี่ยวกับการเสนอข่าวความเคลื่อนไหว
ต่างๆ ของเครือฯ ให้กับพนักงานและครอบครัวได้ทราบ โดยใช้สื่อต่างๆ เพื่อเป็นการสร้าง
ความสัมพันธ์อันดีและให้พนักงานรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งในบริษัท ด้วยการจัดทำวารสารภายใน การ
ออกเสียงตามสาย เป็นต้น

๑.๓ ประชาสัมพันธ์เทศ รับผิดชอบเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ของเครือฯ

เมนต์ไทย ทั้งในรูปของสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโสตทัศนูปกรณ์ต่างๆ แก่สาธารณชนทั่วไปที่สนใจ โดยจะให้บริการทางข้อมูลแก่บุคคลที่มาติดต่อ งานในส่วนนี้ ได้แก่ การจัดทำสไลด์เผยแพร่ การทำรายงานประจำปี แผ่นพับทั้งภาษาไทยและอังกฤษ การให้บริการข้อมูลแก่หน่วยงานภายนอก การเยี่ยมชมโรงงาน และการวิเคราะห์ข่าว เป็นต้น

๒. ส่วนประชาสัมพันธ์โครงการ

เป็นส่วนของการส่งเสริมภาพพจน์ของเครือซีเมนต์ไทย ซึ่งแบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ

ก. งานในเชิงโฆษณาภาพพจน์ (Corporate Advertising) ได้แก่ Film Advertising, Print Advertising

ข. งานเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับเครือฯ ได้แก่ โครงการทางโทรทัศน์วิทยุ และกิจกรรม เป็นโครงการเพื่อสาธารณประโยชน์ และชุมชน โครงการพัฒนาทัศนคติที่ดีของประชาชน และพนักงานที่มีต่อบริษัทฯ และชุมชน โครงการสนับสนุนการกุศล เพื่อส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ศาสนา การศึกษา วิทยาศาสตร์ การกีฬาและสังคม รวมทั้งประสานงานกับหน่วยงานราชการและหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับโครงการเพื่อสาธารณประโยชน์ที่ดำเนินการอยู่ เช่น สมาคมสร้างสรรค์ไทย คณะกรรมการประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น ในส่วนนี้ประกอบด้วย ๓ แผนก คือ

๒.๑ แผนกเสริมสร้างภาพพจน์ รับผิดชอบกิจกรรมเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีของเครือซีเมนต์ ในลักษณะต่างๆ โดยดำเนินโครงการอันเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนในด้านการศึกษาศิลปวัฒนธรรมหรือศาสนา วิทยาศาสตร์และกีฬา ได้แก่ โครงการให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียนขาดแคลน การสนับสนุนค่าอาสาพัฒนา โครงการนักวิทยาศาสตร์ดีเด่น โครงการเยาวชนช่างเผือก โครงการวอลเลย์บอลเยาวชนเครือซีเมนต์ไทย เป็นต้น ซึ่งโครงการเหล่านี้เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นเอง และยังมีบางโครงการที่ร่วมสนับสนุนกับหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและเอกชน

๒.๒ แผนกกิจกรรมพนักงาน จัดขึ้นสำหรับพนักงานและครอบครัวของพนักงานในเครือซีเมนต์ โดยมุ่งให้พนักงานและครอบครัว เกิดความภาคภูมิใจและรู้สึกจงรักภักดีต่อบริษัทฯ เช่น โครงการอาสาพัฒนาเครือซีเมนต์ไทย โครงการเยี่ยมทหาร-ตำรวจตระเวนชายแดน โครงการค่ายพักแรมเยาวชนเครือซีเมนต์ไทย โครงการฝึกกีฬาบุตรพนักงาน โครงการทุนการศึกษาบุตรพนักงาน เป็นต้น โครงการเหล่านี้จัดทำขึ้นเพื่อให้พนักงานทำกิจกรรมที่เป็นประ

โธษณ์ต่อสังคม มีส่วนร่วมกับบริษัทและใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ ซึ่งโครงการต่างๆ ของแผนก
กิจกรรมพนักงานเป็นงานที่ำขึ้นเพื่อพนักงานของบริษัทโดยแท้จริง

๒.๓ แผนกชุมชนสัมพันธ์ รับผิดชอบทางด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชาวบ้านที่
อยู่อาศัยในท้องที่ชุมชนรอบโรงงาน หรือบริเวณใกล้เคียงโรงงานปูนซีเมนต์ของ เครือซีเมนต์ไทย
คือ จังหวัดสระบุรี และนครศรีธรรมราชเป็นหลัก แต่ก็มีการสร้างความสัมพันธ์ในรูปของชุมชนสัมพันธ์
ที่อื่นๆ ด้วยเช่นกัน ซึ่งแล้วแต่ความเหมาะสมในแต่ละชุมชน นอกจากนี้ยังรับผิดชอบโครงการ
ที่เป็นประโยชน์สำหรับประชาชนทั่วไปด้วย โครงการเหล่านี้ ได้แก่ โครงการฝึกอบรมอาชีพ
แม่บ้านและงานแสดงผลงานของแม่บ้าน เป็นต้น ซึ่งมีทั้งโครงการที่จัดทำขึ้นเอง และร่วมมือหรือ
สนับสนุนกับหน่วยราชการอื่นๆ และเอกชน

จะเห็นได้ว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ มากมาย ซึ่ง
เป็นงานที่กระทำอย่างประสานกันตลอดเวลา เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อภาพพจน์ที่ดีของเครือซี
เมนต์ไทย

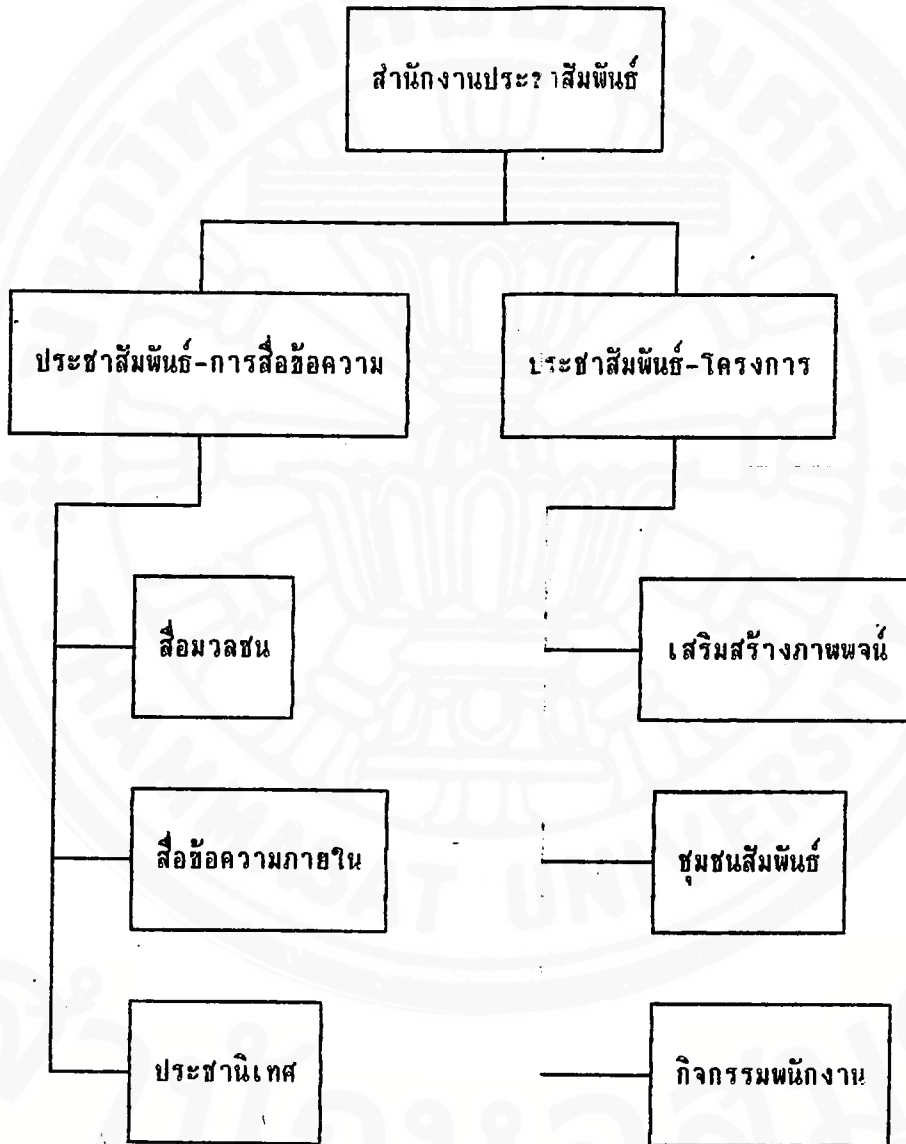
กลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเครือซีเมนต์ไทย

๑. กลุ่มผู้นำความคิด และกลุ่มประโยชน์ต่างๆ
๒. นักวิชาการ นักศึกษา ข้าราชการระดับสูง
๓. สื่อมวลชน
๔. พนักงานและครอบครัวของเครือซีเมนต์ไทย
๕. ชุมชนรอบโรงงาน
๖. ผู้แทนจำหน่าย ผู้มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจ
๗. ผู้ถือหุ้น

กลุ่มเป้าหมายต่างๆ เหล่านี้กำหนดขึ้นโดยอาศัยหลักการด้านความเกี่ยวข้องระหว่าง
บริษัทกับทุกๆ กลุ่มที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยที่จะจัดโครงการต่างๆ ขึ้นเพื่อให้
ตรงกับความต้องการและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนั้น

แผนภูมิที่ ๒

ผังการบริหารงานของ สำนักงานประชาสัมพันธ์



ผังการบริหารงานนี้มีได้แสดงถึงระดับสูงต่ำในฐานะ ความสำคัญ อาวุโส หรือขึ้นเงินเดือนของ
ผู้ดำรงตำแหน่ง

ที่มา : เอกสารประกอบประกาศ ส/บก ที่ ๕/๒๕๓๐

ลงวันที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๓๐

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเครือซีเมนต์ไทย

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ

๑. การประชาสัมพันธ์ภายใน เป็นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลภายในองค์กร ซึ่งได้แก่ พนักงาน เจ้าหน้าที่ เพราะคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มชนกลุ่มแรกที่มีความใกล้ชิด และเป็นกำลังสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีและความจงรักภักดีระหว่างบริษัทกับพนักงานในบริษัทฯ และเครือซีเมนต์ไทยขึ้น ด้วยการชี้แจงนโยบายวัตถุประสงค์ ระเบียบข้อบังคับ ตลอดจนการเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ ทั้งที่เกี่ยวกับบริษัทฯ และบริษัทในเครือ รวมถึงพนักงานในระดับต่างๆ ซึ่งออกมาทั้งในรูปของการสื่อสารข้อความและการจัดโครงการต่างๆ เพื่อให้พนักงานได้เข้ามามีส่วนร่วมด้วย เช่น โครงการเยี่ยมทหาร-ตำรวจชายแดน โครงการบำเพ็ญประโยชน์ในวันสำคัญ ตัวอย่างเช่น การเลี้ยงอาหารและมอบของขวัญที่ระลึกแก่เด็กพิการเนื่องในวันฉัตรมงคล การเลี้ยงอาหารและมอบของขวัญที่ระลึกแก่ทหารบาดเจ็บจากการปฏิบัติหน้าที่ราชการ เนื่องในวันอาสาฬหบูชา เป็นต้น สำหรับทางด้านสื่อข้อความ ได้แก่ การจัดทำวารสารคชสาร และวารสารสัมพันธ์ แจกจ่ายให้แก่พนักงาน นอกจากนี้ยังมุ่งดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายในไปที่ตัวพนักงานโดยอ้อม โดยได้ครอบคลุมไปถึงบุคคลภายในครอบครัวของพนักงาน ได้แก่ สามี ภรรยา และบุตร เนื่องจากบริษัทตระหนักดีว่าบุคคลภายในครอบครัวของพนักงาน เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลหรือมีผลผลักดันให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อบริษัท เช่น การจัดโครงการฝึกกีฬาบุตรพนักงาน โครงการฝึกอาชีพแม่บ้านและแสดงผลงานของแม่บ้าน เป็นต้น

๒. การประชาสัมพันธ์ภายนอก เป็นการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลภายนอกอื่น ได้แก่ ประชาชน สื่อมวลชน คู่ค้าของบริษัท ตลอดจนแหล่งการเงินและผู้เฝ้าความคิด ทุกวงการล้วนแต่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัททั้งสิ้น กลุ่มบุคคลเหล่านี้มีบทบาทค่อนข้างมากที่จะทำให้ภาพพจน์ของบริษัทเป็นไปในเชิงบวกหรือเชิงลบ ดังนั้น สำนักงานประชาสัมพันธ์ จึงได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์กับบุคคลเหล่านี้ ด้วยการจัดทำโครงการเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์กับสื่อสาร

รายงานประชาสัมพันธ์

→ ๓๓ เล่ม ๓๖๖ หน้า ๓๖๖ ๓๖๗ ๓๖๘ ๓๖๙ ๓๗๐ ๓๗๑ ๓๗๒ ๓๗๓ ๓๗๔ ๓๗๕ ๓๗๖ ๓๗๗ ๓๗๘ ๓๗๙ ๓๘๐ ๓๘๑ ๓๘๒ ๓๘๓ ๓๘๔ ๓๘๕ ๓๘๖ ๓๘๗ ๓๘๘ ๓๘๙ ๓๙๐ ๓๙๑ ๓๙๒ ๓๙๓ ๓๙๔ ๓๙๕ ๓๙๖ ๓๙๗ ๓๙๘ ๓๙๙ ๔๐๐ ๔๐๑ ๔๐๒ ๔๐๓ ๔๐๔ ๔๐๕ ๔๐๖ ๔๐๗ ๔๐๘ ๔๐๙ ๔๑๐ ๔๑๑ ๔๑๒ ๔๑๓ ๔๑๔ ๔๑๕ ๔๑๖ ๔๑๗ ๔๑๘ ๔๑๙ ๔๒๐ ๔๒๑ ๔๒๒ ๔๒๓ ๔๒๔ ๔๒๕ ๔๒๖ ๔๒๗ ๔๒๘ ๔๒๙ ๔๓๐ ๔๓๑ ๔๓๒ ๔๓๓ ๔๓๔ ๔๓๕ ๔๓๖ ๔๓๗ ๔๓๘ ๔๓๙ ๔๔๐ ๔๔๑ ๔๔๒ ๔๔๓ ๔๔๔ ๔๔๕ ๔๔๖ ๔๔๗ ๔๔๘ ๔๔๙ ๔๕๐ ๔๕๑ ๔๕๒ ๔๕๓ ๔๕๔ ๔๕๕ ๔๕๖ ๔๕๗ ๔๕๘ ๔๕๙ ๔๖๐ ๔๖๑ ๔๖๒ ๔๖๓ ๔๖๔ ๔๖๕ ๔๖๖ ๔๖๗ ๔๖๘ ๔๖๙ ๔๗๐ ๔๗๑ ๔๗๒ ๔๗๓ ๔๗๔ ๔๗๕ ๔๗๖ ๔๗๗ ๔๗๘ ๔๗๙ ๔๘๐ ๔๘๑ ๔๘๒ ๔๘๓ ๔๘๔ ๔๘๕ ๔๘๖ ๔๘๗ ๔๘๘ ๔๘๙ ๔๙๐ ๔๙๑ ๔๙๒ ๔๙๓ ๔๙๔ ๔๙๕ ๔๙๖ ๔๙๗ ๔๙๘ ๔๙๙ ๕๐๐ ๕๐๑ ๕๐๒ ๕๐๓ ๕๐๔ ๕๐๕ ๕๐๖ ๕๐๗ ๕๐๘ ๕๐๙ ๕๑๐ ๕๑๑ ๕๑๒ ๕๑๓ ๕๑๔ ๕๑๕ ๕๑๖ ๕๑๗ ๕๑๘ ๕๑๙ ๕๒๐ ๕๒๑ ๕๒๒ ๕๒๓ ๕๒๔ ๕๒๕ ๕๒๖ ๕๒๗ ๕๒๘ ๕๒๙ ๕๓๐ ๕๓๑ ๕๓๒ ๕๓๓ ๕๓๔ ๕๓๕ ๕๓๖ ๕๓๗ ๕๓๘ ๕๓๙ ๕๔๐ ๕๔๑ ๕๔๒ ๕๔๓ ๕๔๔ ๕๔๕ ๕๔๖ ๕๔๗ ๕๔๘ ๕๔๙ ๕๕๐ ๕๕๑ ๕๕๒ ๕๕๓ ๕๕๔ ๕๕๕ ๕๕๖ ๕๕๗ ๕๕๘ ๕๕๙ ๕๖๐ ๕๖๑ ๕๖๒ ๕๖๓ ๕๖๔ ๕๖๕ ๕๖๖ ๕๖๗ ๕๖๘ ๕๖๙ ๕๗๐ ๕๗๑ ๕๗๒ ๕๗๓ ๕๗๔ ๕๗๕ ๕๗๖ ๕๗๗ ๕๗๘ ๕๗๙ ๕๘๐ ๕๘๑ ๕๘๒ ๕๘๓ ๕๘๔ ๕๘๕ ๕๘๖ ๕๘๗ ๕๘๘ ๕๘๙ ๕๙๐ ๕๙๑ ๕๙๒ ๕๙๓ ๕๙๔ ๕๙๕ ๕๙๖ ๕๙๗ ๕๙๘ ๕๙๙ ๖๐๐ ๖๐๑ ๖๐๒ ๖๐๓ ๖๐๔ ๖๐๕ ๖๐๖ ๖๐๗ ๖๐๘ ๖๐๙ ๖๑๐ ๖๑๑ ๖๑๒ ๖๑๓ ๖๑๔ ๖๑๕ ๖๑๖ ๖๑๗ ๖๑๘ ๖๑๙ ๖๒๐ ๖๒๑ ๖๒๒ ๖๒๓ ๖๒๔ ๖๒๕ ๖๒๖ ๖๒๗ ๖๒๘ ๖๒๙ ๖๓๐ ๖๓๑ ๖๓๒ ๖๓๓ ๖๓๔ ๖๓๕ ๖๓๖ ๖๓๗ ๖๓๘ ๖๓๙ ๖๔๐ ๖๔๑ ๖๔๒ ๖๔๓ ๖๔๔ ๖๔๕ ๖๔๖ ๖๔๗ ๖๔๘ ๖๔๙ ๖๕๐ ๖๕๑ ๖๕๒ ๖๕๓ ๖๕๔ ๖๕๕ ๖๕๖ ๖๕๗ ๖๕๘ ๖๕๙ ๖๖๐ ๖๖๑ ๖๖๒ ๖๖๓ ๖๖๔ ๖๖๕ ๖๖๖ ๖๖๗ ๖๖๘ ๖๖๙ ๖๗๐ ๖๗๑ ๖๗๒ ๖๗๓ ๖๗๔ ๖๗๕ ๖๗๖ ๖๗๗ ๖๗๘ ๖๗๙ ๖๘๐ ๖๘๑ ๖๘๒ ๖๘๓ ๖๘๔ ๖๘๕ ๖๘๖ ๖๘๗ ๖๘๘ ๖๘๙ ๖๙๐ ๖๙๑ ๖๙๒ ๖๙๓ ๖๙๔ ๖๙๕ ๖๙๖ ๖๙๗ ๖๙๘ ๖๙๙ ๗๐๐ ๗๐๑ ๗๐๒ ๗๐๓ ๗๐๔ ๗๐๕ ๗๐๖ ๗๐๗ ๗๐๘ ๗๐๙ ๗๑๐ ๗๑๑ ๗๑๒ ๗๑๓ ๗๑๔ ๗๑๕ ๗๑๖ ๗๑๗ ๗๑๘ ๗๑๙ ๗๒๐ ๗๒๑ ๗๒๒ ๗๒๓ ๗๒๔ ๗๒๕ ๗๒๖ ๗๒๗ ๗๒๘ ๗๒๙ ๗๓๐ ๗๓๑ ๗๓๒ ๗๓๓ ๗๓๔ ๗๓๕ ๗๓๖ ๗๓๗ ๗๓๘ ๗๓๙ ๗๔๐ ๗๔๑ ๗๔๒ ๗๔๓ ๗๔๔ ๗๔๕ ๗๔๖ ๗๔๗ ๗๔๘ ๗๔๙ ๗๕๐ ๗๕๑ ๗๕๒ ๗๕๓ ๗๕๔ ๗๕๕ ๗๕๖ ๗๕๗ ๗๕๘ ๗๕๙ ๗๖๐ ๗๖๑ ๗๖๒ ๗๖๓ ๗๖๔ ๗๖๕ ๗๖๖ ๗๖๗ ๗๖๘ ๗๖๙ ๗๗๐ ๗๗๑ ๗๗๒ ๗๗๓ ๗๗๔ ๗๗๕ ๗๗๖ ๗๗๗ ๗๗๘ ๗๗๙ ๗๘๐ ๗๘๑ ๗๘๒ ๗๘๓ ๗๘๔ ๗๘๕ ๗๘๖ ๗๘๗ ๗๘๘ ๗๘๙ ๗๙๐ ๗๙๑ ๗๙๒ ๗๙๓ ๗๙๔ ๗๙๕ ๗๙๖ ๗๙๗ ๗๙๘ ๗๙๙ ๘๐๐ ๘๐๑ ๘๐๒ ๘๐๓ ๘๐๔ ๘๐๕ ๘๐๖ ๘๐๗ ๘๐๘ ๘๐๙ ๘๑๐ ๘๑๑ ๘๑๒ ๘๑๓ ๘๑๔ ๘๑๕ ๘๑๖ ๘๑๗ ๘๑๘ ๘๑๙ ๘๒๐ ๘๒๑ ๘๒๒ ๘๒๓ ๘๒๔ ๘๒๕ ๘๒๖ ๘๒๗ ๘๒๘ ๘๒๙ ๘๓๐ ๘๓๑ ๘๓๒ ๘๓๓ ๘๓๔ ๘๓๕ ๘๓๖ ๘๓๗ ๘๓๘ ๘๓๙ ๘๔๐ ๘๔๑ ๘๔๒ ๘๔๓ ๘๔๔ ๘๔๕ ๘๔๖ ๘๔๗ ๘๔๘ ๘๔๙ ๘๕๐ ๘๕๑ ๘๕๒ ๘๕๓ ๘๕๔ ๘๕๕ ๘๕๖ ๘๕๗ ๘๕๘ ๘๕๙ ๘๖๐ ๘๖๑ ๘๖๒ ๘๖๓ ๘๖๔ ๘๖๕ ๘๖๖ ๘๖๗ ๘๖๘ ๘๖๙ ๘๗๐ ๘๗๑ ๘๗๒ ๘๗๓ ๘๗๔ ๘๗๕ ๘๗๖ ๘๗๗ ๘๗๘ ๘๗๙ ๘๘๐ ๘๘๑ ๘๘๒ ๘๘๓ ๘๘๔ ๘๘๕ ๘๘๖ ๘๘๗ ๘๘๘ ๘๘๙ ๘๙๐ ๘๙๑ ๘๙๒ ๘๙๓ ๘๙๔ ๘๙๕ ๘๙๖ ๘๙๗ ๘๙๘ ๘๙๙ ๙๐๐ ๙๐๑ ๙๐๒ ๙๐๓ ๙๐๔ ๙๐๕ ๙๐๖ ๙๐๗ ๙๐๘ ๙๐๙ ๙๑๐ ๙๑๑ ๙๑๒ ๙๑๓ ๙๑๔ ๙๑๕ ๙๑๖ ๙๑๗ ๙๑๘ ๙๑๙ ๙๒๐ ๙๒๑ ๙๒๒ ๙๒๓ ๙๒๔ ๙๒๕ ๙๒๖ ๙๒๗ ๙๒๘ ๙๒๙ ๙๓๐ ๙๓๑ ๙๓๒ ๙๓๓ ๙๓๔ ๙๓๕ ๙๓๖ ๙๓๗ ๙๓๘ ๙๓๙ ๙๔๐ ๙๔๑ ๙๔๒ ๙๔๓ ๙๔๔ ๙๔๕ ๙๔๖ ๙๔๗ ๙๔๘ ๙๔๙ ๙๕๐ ๙๕๑ ๙๕๒ ๙๕๓ ๙๕๔ ๙๕๕ ๙๕๖ ๙๕๗ ๙๕๘ ๙๕๙ ๙๖๐ ๙๖๑ ๙๖๒ ๙๖๓ ๙๖๔ ๙๖๕ ๙๖๖ ๙๖๗ ๙๖๘ ๙๖๙ ๙๗๐ ๙๗๑ ๙๗๒ ๙๗๓ ๙๗๔ ๙๗๕ ๙๗๖ ๙๗๗ ๙๗๘ ๙๗๙ ๙๘๐ ๙๘๑ ๙๘๒ ๙๘๓ ๙๘๔ ๙๘๕ ๙๘๖ ๙๘๗ ๙๘๘ ๙๘๙ ๙๙๐ ๙๙๑ ๙๙๒ ๙๙๓ ๙๙๔ ๙๙๕ ๙๙๖ ๙๙๗ ๙๙๘ ๙๙๙ ๑๐๐๐

ANNUAL REPORT ปี ๒๕๕๐

มวลชน โดยจัดให้มีการสัมมนาให้ความรู้ทางด้านต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อสื่อมวลชน ซึ่งมีผู้บริหารระดับสูงของเครือฯ และผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ร่วมด้วย การจัดทำวารสารผู้ถือหุ้น วารสารลูกค้า รายงานประจำปีแจกจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ผู้แทนจำหน่าย ตลอดจนการสร้างถาวรวัตถุที่เป็นสาธารณประโยชน์แก่บ้านเมืองและสร้างความเจริญให้กับชุมชนในท้องถิ่นทุกระดับ เช่น ที่พักผู้โดยสาร ชุมจราจร เป็นต้น

เครือซีเมนต์ไทย ให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์มาก และด้วยการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก อย่างมีขั้นตอนตามแผนการที่ดี จึงทำให้เครือซีเมนต์ไทยอยู่คู่คนไทย มาตลอด

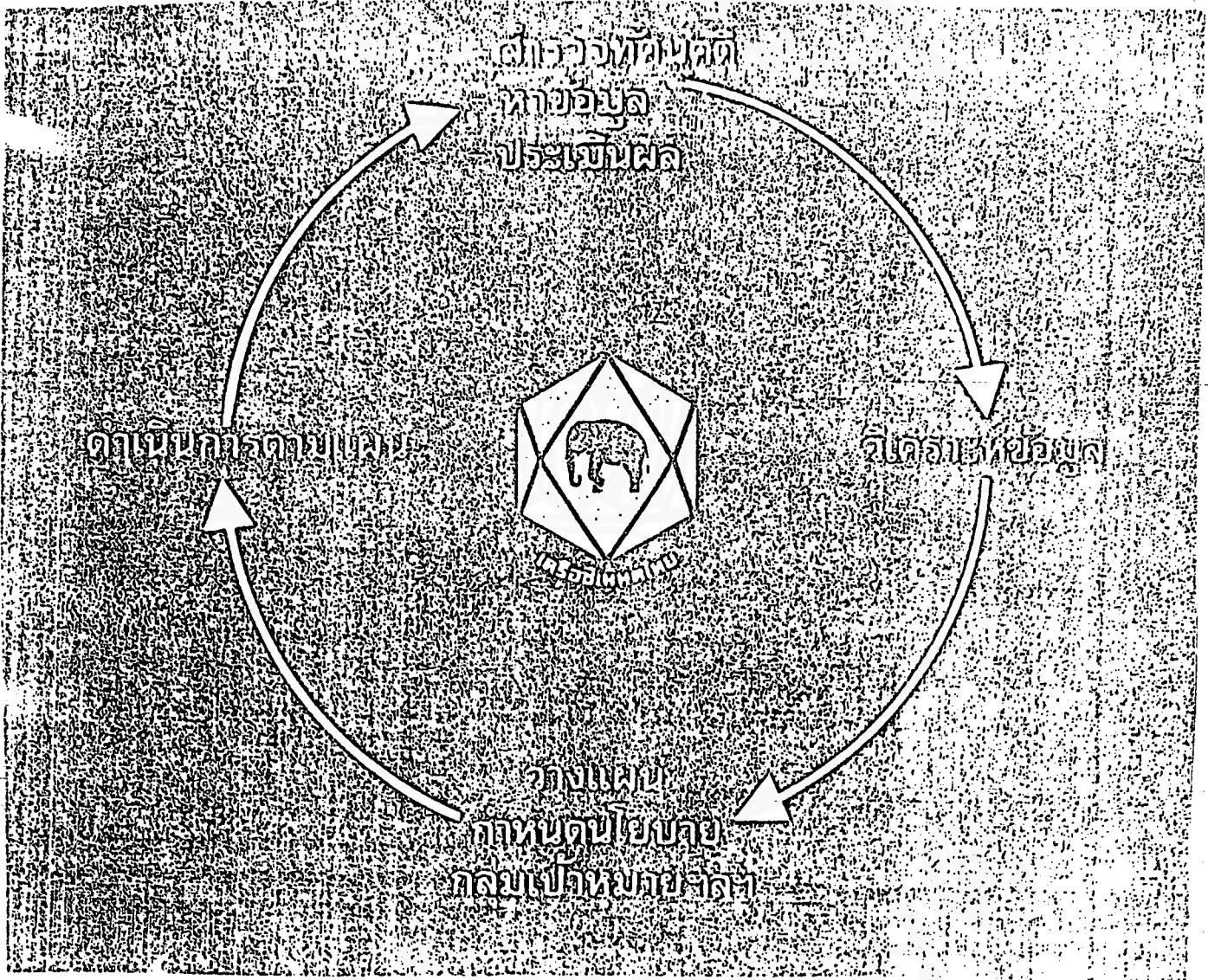
ขั้นตอนการดำเนินงาน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ เป็นการดำเนินงานที่ครบวงจร และเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) คือ จะรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนและประมวลข้อมูลนั้นๆ แล้ว ก็ให้นำข้อมูลเหล่านั้นมาประกอบการวางแผนประชาสัมพันธ์ หลังจากนั้นจึงเป็นการปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้ และทำการประเมินผลเป็นขั้นตอนสุดท้าย เพื่อสำรวจเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งจะกลายเป็นข้อมูลสำหรับวางแผนในครั้งต่อไป

ขั้นตอนการดำเนินงาน ประกอบด้วย

๑. การสำรวจทัศนคติ และหาข้อมูล
๒. วิเคราะห์ข้อมูล
๓. วางแผน กำหนดคนโอบาย และกลุ่มเป้าหมาย
๔. ดำเนินงานตามแผน
๕. ประเมินผล

แผนภูมิที่ ๓





กลยุทธ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

๑. ดำเนินการจัดทำโครงการเพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ และสร้างสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนทุกสาขา เพื่อให้การเสนอข่าวสาร และความเคลื่อนไหวของเครือซีเมนต์ไทยได้อย่างถูกต้องต่อมหาชน โดยมีความคิดเห็น ความรู้สึก และทัศนคติที่ดี
๒. จัดทำโครงการและเผยแพร่ข่าวสาร หรือกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงานของเครือซีเมนต์ไทย และครอบครัว เพื่อเสริมสร้างความภูมิใจและความจงรักภักดีต่อบริษัท
๓. ให้การสนับสนุนกิจกรรม และโครงการที่อนุรักษ์ เพื่อส่งเสริมคุณค่าแห่งความเป็นไทย ตลอดจนดำรงไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ศิลปกรรมและศาสนาของไทย
๔. เผยแพร่กิจกรรมของเครือซีเมนต์ไทย ผ่านทางสื่อมวลชนทุกประเภท เน้นให้สาธารณชนทั่วไปรู้จักและเข้าใจบริษัทในเครือซีเมนต์ไทย ในฐานะบริษัทเอกชนของคนไทย ที่มีระบบการจัดการที่ทันสมัย มีการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ เน้นใช้เทคโนโลยีอันทันสมัย มีการประกอบกิจการทางธุรกิจ โดยพิจารณาผลตอบแทนการลงทุนที่เหมาะสม ตั้งเป็นผู้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน จำหน่ายสินค้าในราคาที่ยุติธรรม และให้บริการอย่างสะดวกรวดเร็ว
๕. ให้การสนับสนุนกิจกรรมที่สร้างสรรค์อันมีคุณประโยชน์ต่อสังคม ในรูปแบบต่างๆ จากนโยบายที่กล่าวมานี้ การประชาสัมพันธ์ทั้งด้านการสื่อข้อความและด้านโครงการได้มีการแบ่งกันดำเนินงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบ โดยมีการประสานงานกันอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้การทำงานสอดคล้องกับแนวนโยบายที่วางไว้เสมอ