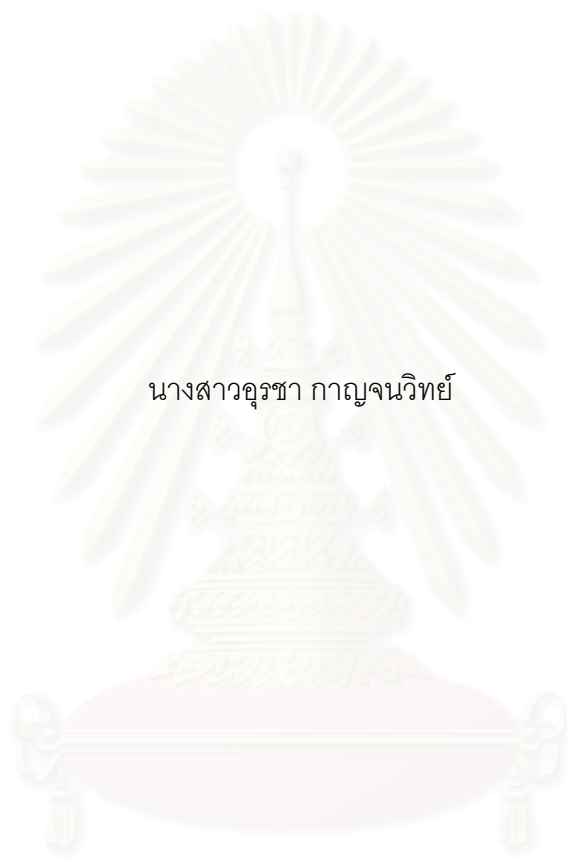


การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน)



นางสาวอุรษา กาญจนวิทย์

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวาทวิทยา ภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดง

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2546

ISBN 974-17-5709-3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INTERNAL ORGANIZATIONAL COMMUNICATION FOR PRIVATIZATION
OF PTT PUBLIC COMPANY LIMITED



Miss Uracha Kanjanavit

สถาบันวิทยบริการ

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Art in Speech Communication

Department of Speech Communication and Performing Arts

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2003

ISBN 974-17-5709-3

คู่มือ กานัญจนวิทย์ : การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ
บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) (INTERNAL ORGANIZATIONAL
COMMUNICATION FOR PRIVATIZATION OF PTT PUBLIC COMPANY
LIMITED) อ.ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ดา ปั่นแห่งเพ็ชร์, 160 หน้า
ISBN 974-17-5709-3

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยในช่วงระหว่างการเตรียมการดำเนินการแปลงสภาพจนกระทั่งจดทะเบียนเป็นบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)
2. เพื่อศึกษาวิธีการสร้างการยอมรับและป้องกันการต่อต้านการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยในช่วงระหว่างการเตรียมการดำเนินการแปลงสภาพจนกระทั่งจดทะเบียนเป็นบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานบริษัทปตท. จำกัด(มหาชน)ที่ปฏิบัติงานที่สำนักงานใหญ่และเข้าทำงานก่อนที่บริษัทปตท. จำกัด(มหาชน) จะทำการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ

ผลการวิจัยพบว่า

1. บริษัทปตท. จำกัด(มหาชน) มีรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจและให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจแก่พนักงานอย่างเป็นทางการแบบสองทางผ่านวารสาร Ptt Privatization สายการบังคับบัญชาและกิจกรรมเพื่อให้ความรู้ที่จัดขึ้นภายในบริษัทเช่น การสัมมนาให้ความรู้และตอบข้อข้องใจของพนักงานโดยฝ่ายบริหารระดับสูง

2. บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) มีวิธีการสร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นในหมู่พนักงานโดยการเปิดโอกาสให้พนักงานส่งตัวแทนพนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการแปรรูปทั้งเข้าการร่วมประชุมและร่วมออกเสียง อีกทั้งยังมีการเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนสามารถสอบถามข้อสงสัยและข้อเสนอแนะผ่านทางสื่อต่างๆที่บริษัทเตรียมไว้ให้โดยไม่มีการตรวจสอบว่ามาจากพนักงานคนใด รวมถึงการวางแผนประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจอีกทั้งความจำเป็นที่บริษัทต้องดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจแก่พนักงานในระยะเวลาที่ถูกต้องและสม่ำเสมอ

ภาควิชา วาทยุทยาและสื่อสารการแสดง

ลายมือชื่ออนิสิต.....

สาขาวิชา วาทยุทยา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา 2546

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4585151728 :MAJOR SPEECH COMMUNICATION

KEY WORD :COMMUNICATION ORGANIZATIONAL / PRIVATIZATIONAL / PTT PUBLIC
COMPANY LIMITED

URACHA KANJANAVIT:INTERNAL ORGANIZATIONAL COMMUNICATION
FOR PRIVATIZATION OF PTT PUBLIC COMPANY LIMITED. THESIS
ADVISOR : ASSOC.PROF.SAKDA PANNANGPETCH.Ph.D.160 PP.
ISBN 974-17-5709-3

The purposes of this research are :1. To study the types of internal communication for provide knowledge about the privatization of Petroleum Authority of Thailand to PTT Public Company 2. To study the ways to create acceptance and prevent the resistance to privatization among PTT employees during the privatization process until PTT become a registered public company. Our focus groups are PTT employees at PTT Head quarter who had worked with the company before the privatization

Results of the Study Indicates:

1. PTT has a two-way internal communication system to create understandings and provide knowledges about privatization to PTT employees through the company's newsletter 'PTT Privatization', line of commands, and other activities to educate the employees through seminars, Q&A sessions with the top management.
2. PTT has a method to create acceptance among the employees by allowing the employees to nominate a proxy to participate in the meetings and has the eligibility to vote. PTT also allows every employees to submit their opinions or any issues that were still unclear and the management would not know who submit the question. PTT also planned the releases of information to the employees that highlight the importance of privatization in a regular basis in a timely manner.

Department Speech Communication and Performing Arts Student's signature.....

Field of study Speech Communication

Advisor's signature.....

Academic year 2003

Co-advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ถูกล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความช่วยเหลือจากหลายๆท่าน ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดา บั้นเหน่งเพ็ชร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาใช้เวลาตรวจทานและให้คำปรึกษาในหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ รองศาสตราจารย์ ดร.อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้เป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิตและเป็นจุดมุ่งหมายให้ข้าพเจ้าได้เข้ามาศึกษาที่ภาควิชานี้ รองศาสตราจารย์ กรรณิการ์ อัครดรเดชา กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้แนะนำให้ข้าพเจ้ามีโอกาสรู้จักกับบุคคลที่มีความสามารถระดับประเทศ

ขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.ปริญญา นุตาลัย ที่ได้ให้คำแนะนำในการจัดทำแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ที่คอยให้กำลังใจ ห่วงใย สนับสนุนและให้อิสระ ข้าพเจ้าได้เรียนและทำในสิ่งที่ข้าพเจ้ารักเสมอมา

ขอขอบคุณคุณประเสริฐ สลิลอำไพ ผู้เริ่มต้นในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องรวดเร็ว,คุณณัฐิยา งามปลอด พี่สาวใจดีที่ให้ข้อมูลและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ คุณโกสุมภ์ ปุญญวิจารย์ ที่สนับสนุนข้อมูลและช่องทางในการเก็บข้อมูล รวมทั้งพนักงานปตท.ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม

ขอบคุณเพื่อนๆในภาควิชาวาทวิทยาทุกๆคนที่ทำให้ชีวิตสองปีนี้มีทุกรสชาติ โดยเฉพาะเพื่อนที่แสนดีอย่างต้าและทราย สาวเก่งและมัน ที่คอยช่วยเหลือกันมาตลอด

ขอขอบคุณพี่น้อมที่คอยเป็นกำลังใจและสนับสนุนข้าพเจ้าในการดำเนินการใดๆให้ถูกล่วงไปได้ด้วยดีเสมอมา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ณ
บทที่ 1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
คำถามนำวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
การนิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดเรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ.....	9
แนวคิดเรื่องการเปลี่ยนแปลงองค์การ.....	17
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารภายในองค์กร.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความรู้ทัศนคติและพฤติกรรม.....	25
แนวคิดเรื่องแรงจูงใจ.....	31
แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชน.....	32
แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการต่อต้านการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง.....	33
แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง.....	34
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	41
ประชากร.....	41
ขนาดและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	41
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	44
หลักเกณฑ์การให้คะแนน.....	45

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
การนำเสนอข้อมูล.....	48
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	50
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย.....	121
อภิปรายผลการวิจัย.....	132
ข้อเสนอแนะ.....	139
รายการอ้างอิง.....	140
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม.....	146
แบบสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก.....	156
ตัวอย่างวารสารPTT Privatization.....	157
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	160

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2521 การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยหรือ ปตท. ได้ก่อตั้งขึ้นเป็นรัฐวิสาหกิจ ในสังกัด กระทรวงอุตสาหกรรมตามพระราชบัญญัติการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย พ.ศ.2521 เพื่อวัตถุประสงค์ในการเป็นศูนย์กลางการดำเนินธุรกิจปิโตรเลียมของรัฐที่มีประสิทธิภาพและเป็นศูนย์กลางในการแข่งขันกับบริษัทน้ำมันข้ามชาติต่างๆเพื่อมุ่งประสงค์ต่อเสถียรภาพด้านราคาและคุณภาพการบริการ ตลอดจนป้องกันการขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิง ดังนั้น ปตท.จึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นบริษัทน้ำมันแห่งชาติอีกด้วย(ที่มา : เอกสารประกอบการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน, 2544)

พันธะกรณีการเปิดธุรกิจเสรีในสินค้าและบริการที่ประเทศไทยทำไว้กับประเทศสมาชิกในองค์การการค้าโลก (WTO) กำลังส่งผลให้เห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้นโดยเฉพาะธุรกิจปิโตรเลียมที่นับวันแนวโน้มของการแข่งขันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งจากผู้ประกอบการภายในประเทศและจากต่างประเทศ ที่ต่างมุ่งสนใจเข้ามาลงทุนในกิจการ ปี ค.ศ. 2006 หรือปี พ.ศ. 2549 เป็นปีที่พันธะกรณีมีผลบังคับใช้ การเคลื่อนไหวถ่ายเทของเงินทุนและเทคโนโลยีที่ทันสมัย จะนำไปอย่างเสรีตามวิถีดีมานด์ (DEMAND) และซัพพลาย (SUPPLY) ในแต่ละสินค้าและบริการ ปัจจัยและสิ่งแวดล้อมต่างๆทั้งภายในและภายนอกจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบต่อการบริหารและการดำเนินงานขององค์กร การเตรียมการเพื่อความพร้อมในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพภายใต้สภาวะการณของการแข่งขันเสรี

ในช่วงเวลาที่ผ่านมารัฐบาลได้มีการเตรียมการเพื่อการเปิดเสรีธุรกิจปิโตรเลียมในภาพรวมของประเทศตามพันธะกรณีดังกล่าวถึงโดยการกำหนดมาตรการต่างๆในหลายๆด้านขึ้น เพื่อให้การพัฒนาธุรกิจของไทยมีความเจริญก้าวหน้า มีการแข่งขันที่เป็นไปอย่างถูกต้องยุติธรรมและผู้ประกอบการของไทยสามารถแข่งขันได้ และทำที่สุดเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภคและประเทศชาติเป็นสำคัญ กฎหมายที่เกี่ยวข้องหลายฉบับได้รับการปรับปรุงแก้ไขและบัญญัติขึ้นเพื่อรองรับจนสามารถกล่าวได้ว่าแม้ระดับประเทศเองยังต้องเตรียมการ ปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเข้าหาการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น

สำหรับประเทศไทยที่ใช้นโยบายเศรษฐกิจการค้าแบบเสรีจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้สามารถแข่งขันได้เพื่อความอยู่รอดเช่นกัน โดยในภาครัฐต้องประสบปัญหาภาวะหนี้ อันเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจถดถอย ทำให้ไม่สามารถที่จะค้าประกันเงินกู้ให้แก่หน่วยงานของรัฐได้ทั้งหมด ดังนั้น จึงมีนโยบายที่จะฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจโดยการแปรรูปรัฐวิสาหกิจเพื่อระดมทุนจากภาคเอกชนและจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งนอกจากจะช่วยลดภาระการค้าประกันของรัฐแล้ว ยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและนำรายได้บางส่วนเข้ารัฐ รวมทั้งจะเป็นแนวทางสำคัญที่ทำให้เกิดความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์แข่งขันเสรีทั้งภายในและภายนอกประเทศ (กมลวรรณ วงศ์วิสัย, 2544)

การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ (Privatization) คือ มาตรการ หรือวิธีการที่ใช้ในการปรับปรุงและขยายบริการของรัฐวิสาหกิจ โดยการให้เอกชน หรือวิธีการที่ใช้ในการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจนั้น ๆ ทั้งโดยวิธีการโอนหุ้นทั้งหมด หรือบางส่วนของกิจการ การให้สัมปทาน การร่วมทุน การทำสัญญาโอนงานบริการบางส่วน หรือทั้งหมด และแม้แต่การผ่อนคลายนโยบายกีดกัน เพื่อจะก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันระหว่างภาครัฐ และเอกชนเพิ่มขึ้น เพื่อให้ผลผลิตมีคุณภาพมากที่สุด (พัชรินทร์ ศรีอนันท์รักษา, 2539)

สำหรับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ รัฐบาลไทยก็ได้มีการดำเนินการมาแล้วเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 30-40 ปีที่ผ่านมา ที่กำหนดเป็นนโยบายชัดเจนเริ่มตั้งแต่การวางแผนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ปี 2504 เรื่อยมา จนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ในแผนพัฒนาทุกฉบับจะมีส่วนหนึ่งเกี่ยวกับเรื่องนโยบายเกี่ยวกับรัฐวิสาหกิจ ในส่วนนั้นก็จะมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจสู่ภาคเอกชนไว้ ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 นโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจพูดไว้สั้น ๆ แต่เพียงว่า "รัฐบาลพร้อมที่จะพิจารณาโอนรัฐวิสาหกิจอุตสาหกรรมให้เอกชนรับซื้อไปในกรณีที่เหมาะสม" นอกจากนั้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ยังระบุว่า "ในกรณีที่สมควรล้มเลิกรัฐวิสาหกิจใด จะต้องศึกษาวิธีการที่ดีที่สุด" คือ อาจจะให้เช่าหรือให้รวมเข้ากับรัฐวิสาหกิจอื่น ๆ เป็นต้น (พนัส สิมะเสถียร, 2529)

รัฐบาลได้มีนโยบายในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจมาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 และเริ่มมีความชัดเจนอย่างมากในแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ฉบับที่ 6 และฉบับที่ 7 ซึ่งนโยบายการแปรรูปดังกล่าวเป็นการดำเนินการอย่างค่อยเป็นค่อยไปที่ละขั้นตอนเพื่อให้สอดคล้อง และเหมาะสมกับสภาพการณ์ของประเทศ โดยในแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ.2525-2529) มีการกำหนดนโยบายไว้ว่า รัฐวิสาหกิจที่ดำเนินกิจการอย่างไม่มีประสิทธิภาพจะถูกพิจารณายุบเลิก แปรสภาพ จำหน่ายหรือ

ให้เอกชนเข้ามาร่วมบริการ โดยรัฐจะเข้ามาเป็นผู้ควบคุมนโยบายการดำเนินงานเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนมากที่สุด แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) เน้นการดำเนินนโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ (Privatization) โดยแยกกำหนดการพัฒนา รัฐวิสาหกิจออกมาเป็นแผน กำหนดที่จะยกเลิกรัฐวิสาหกิจที่ประสบปัญหาการขาดทุนโดยไม่มีเหตุผล และปรับสภาพรัฐวิสาหกิจให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น แนวทางการแปรรูปรัฐวิสาหกิจมี 3 ขั้นตอน คือ (สมชาย ภคภาสนวิวัฒน์ อ้างถึงใน ศรีนยา เตชะโกสยะ, 2541)

1. การเพิ่มประสิทธิภาพภายใน
2. การให้เอกชนเช่า หรือสัมปทาน
3. การแปลงสภาพความเป็นเจ้าของบางส่วน, หรือทั้งหมดโดยการจำหน่าย จ่าย โอน การขายหุ้นให้แก่เอกชน และการร่วมลงทุน

ส่วนนโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535-2539) ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับนี้ ได้กำหนดให้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสถานภาพรัฐวิสาหกิจเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ และสนับสนุนให้เอกชนเข้ามาร่วมลงทุน และกระจายวิธระดมทุนให้กว้างขวางขึ้น รวมทั้งสนับสนุนให้เปลี่ยนแปลงสถานะรัฐวิสาหกิจบางแห่งให้อยู่ในรูปบริษัท จำกัด ด้วยวิธีกระจายหุ้นบางส่วนหรือทั้งหมดออกขายให้สาธารณชนในตลาดหลักทรัพย์ หรือขายหุ้นให้เอกชน และพนักงานโดยตรง โดยกำหนดไว้อย่างชัดเจน ในขณะที่รัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ได้ประสบปัญหาในด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน การระดมทุน และการเพิ่มผลผลิตยังเป็นไปอย่างจำกัดและล่าช้า จึงจำเป็นต้องปรับปรุงแนวทางการพัฒนารัฐวิสาหกิจให้สามารถขยายการลงทุน เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ โดยการเพิ่มบทบาทเอกชนในการร่วมพัฒนารัฐวิสาหกิจ ตลอดจนทั้งการปรับปรุงระบบการควบคุมกำกับดูแลรัฐวิสาหกิจ และการปรับปรุงองค์การภายในของรัฐวิสาหกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (ดวงใจ ธรรมโชติโก, 2541)

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) มิได้กล่าวถึงแนวนโยบายที่ว่าด้วยการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ (Privatization) ไว้อย่างชัดเจน แต่หากพิจารณาโดยภาพรวมจะพบว่า แนวนโยบายในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจนั้นสอดคล้องกับแนวนโยบายหลายแห่ง เช่นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับทิศทางการพัฒนาประชารัฐกล่าวถึงการสร้างระบบการบริหารที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล รวมทั้งหลักประกัน เสรีภาพในการแข่งขัน และความเสมอภาค และมีการสร้างระบบการบริหารที่ตอบสนองต่อสังคม

นอกจากจะมีการกล่าวถึงการแปรรูปรัฐวิสาหกิจในแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติแล้ว ปัญหาภายในของรัฐวิสาหกิจเองก็มีส่วนผลักดัน หรือเป็นสาเหตุให้ทางรัฐบาลต้องผลักดันให้มีการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ มีด้วยกัน 5 ข้อใหญ่ คือ (ประภัสสร เสวิกุล, 2542)

1. รัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่มีลักษณะผูกขาดการบริการ ทำให้ขาดประสิทธิภาพด้านการแข่งขัน และความกระตือรือร้นในการปรับปรุงประสิทธิภาพ ขาดแรงจูงใจในการหาทางลดต้นทุนการผลิต เพราะการกำหนดราคาคงตามต้นทุนไม่สนใจ เรื่องการขาดทุน คือ ถ้าต้นทุนมีราคาสูงขึ้นก็สามารถขอปรับราคาตามไปด้วย

2. มีปัญหาในด้านการควบคุมดูแล เพราะรัฐวิสาหกิจแต่ละแห่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงาน หรือคณะกรรมการต่าง ๆ กัน บางกรณีผู้บริหารและพนักงานจะเลือกดำเนินงานในสิ่งที่เอื้อประโยชน์ต่อตนเองมากกว่าประโยชน์ขององค์กร และสังคม

3. ระบบบริหาร และโครงสร้างของรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่มีรูปแบบของราชการ ทำให้ขาดความคล่องตัวในการทำงาน และแรงจูงใจให้พนักงานขวนขวายปรับปรุงตนเอง และงานที่รับผิดชอบคณะกรรมการอำนวยการส่วนมากมิใช่ผู้เชี่ยวชาญ หรือมีประสบการณ์ หากแต่ส่วนใหญ่มาจากข้าราชการประจำ ซึ่งมักจะไม่มีเวลาให้อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย หรือให้ความสนใจในรัฐวิสาหกิจที่ตนมีตำแหน่งอยู่เท่าที่ควร

4. รัฐบาลมีความสับสนในรัฐวิสาหกิจ หมายความว่าต้องการให้รัฐวิสาหกิจมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง แต่ก็มีความต้องการเห็นการคิดค่าบริการในอัตราที่ถูกลงทุนเพิ่มขึ้น มีการจ้างคนงานเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีการแทรกแซง และแสวงหาผลประโยชน์ของนักการเมือง

5. ความเข้มแข็งของกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจซึ่งสามารถก่อตั้งองค์กรที่มีอำนาจต่อรองสูง ทำให้รัฐบาลและผู้บริหารมักจะโอนอ่อนผ่อนตามมาโดยตลอด การเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่มีผลกระทบต่อสถานภาพของพนักงานจึงเป็นไปได้อย่างยากลำบาก

ด้วยสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจปิโตรเลียมในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ไม่ว่าจะเป็นสภาวะเศรษฐกิจ ความต้องการด้านพลังงาน นโยบายการเปิดตลาดเสรี คู่แข่งขันที่มีความเข้มแข็งมากขึ้น ตลอดจนปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและชุมชนประกอบกับความจำเป็นทางด้านการเงินขององค์กร การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท) จึงมีนโยบายที่จะดำเนินการแปรรูปองค์กรโดยมุ่งเน้นให้องค์กรมีความเข้มแข็งทั้งธุรกิจ สถานะทางการเงินและบุคลากร สามารถอยู่รอดและแข่งขันได้กับบริษัทเอกชนและบริษัทข้ามชาติ (ทีมา : วารสารบ้านเรา PTT Privatization , 2543)

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) หรือ บมจ.ปตท. จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2544 หลังการแปลงสภาพ ตามพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 โดยรับโอนกิจการ สิทธิ หนี้ ความรับผิดชอบ สิทธิทรัพย์สิน และพนักงานทั้งหมดจากการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 20,000 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 2,000 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท ทั้งนี้ หุ้นของ บมจ.ปตท. ได้ทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยวันแรก ในวันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ. 2544 และมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ที่มา : รายงานประจำปี 2545)

การแปรรูปองค์กรของ ปตท. จากรัฐวิสาหกิจสู่การเป็นบริษัทมหาชนนั้น มิได้ลดบทบาทของการเป็นบริษัทน้ำมันแห่งชาติของ ปตท. แม้แต่ชนิดเดียว หากแต่ยังเป็นการปรับปรุงรูปแบบในการประกอบธุรกิจและการลงทุนที่จะมุ่งเน้นการประกอบธุรกิจหลักในชายที่มีความเชี่ยวชาญและมีความได้เปรียบเชิงธุรกิจ อีกทั้งเสริมสร้างมูลค่าโดยรวมให้กับองค์กรตลอดสายธุรกิจ รวมทั้งเน้นการสร้างพลังร่วมระหว่างบริษัทในเครือ ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรภายในประเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนผู้บริโภค ทั้งหมดนี้ให้อยู่ภายใต้เงื่อนไขแห่งการแข่งขันที่เท่าเทียมกัน ซึ่งในการแปลงสภาพครั้งนี้จะได้นำปตท. เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อระดมทุนจากประชาชน ซึ่งโดยนัยหนึ่งเป็นการระดมทุนเพื่อลดภาระของชาติ แต่อีกนัยหนึ่ง ก็เป็นการกระจายความเป็นเจ้าของสู่ประชาชนคนไทย (ที่มา : เอกสารประกอบการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน, 2544)

จากลำดับขั้นตอนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นดังที่กล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่าปตท. สามารถปรับองค์กรได้ตามสถานะการณ์ของโลกได้อย่างรวดเร็วโดยเป็นรัฐวิสาหกิจที่สามารถดำเนินการแปรรูปองค์กรได้เสร็จสมบูรณ์ตามเป้าหมายเวลาที่กำหนดไว้ โดยไม่มีการก่อการชุมนุมประท้วงของพนักงาน แต่ยังคงกลับได้รับความร่วมมืออันดี จนกระทั่งกลายเป็นต้นแบบที่สำคัญของรัฐวิสาหกิจอื่นๆที่กำลังดำเนินการแปรรูปเช่นกัน

ด้วยจำนวนพนักงานที่มีมากกว่า 3,266 คน ที่ปฏิบัติงานอยู่ทั่วประเทศ (ที่มา : รายงานการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน, 2544) จึงไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะทำให้พนักงานทุกคนเห็นด้วยกับการแปรรูปองค์กรในครั้งนี้โดยไม่เสียขวัญและกำลังใจในการทำงาน เพราะเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรพนักงานย่อมเกิดความกังวลใจเกี่ยวกับสถานะภาพและความมั่นคงในหน้าที่การงานของตน รวมถึงสวัสดิการที่เคยได้รับว่าจะเหมือนเดิมหรือไม่ ทางปตท. จึงจำเป็นที่จะต้องมีการสื่อสารและกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรที่ดี สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับนโยบายและความจำเป็นที่จะต้องแปลงสภาพขององค์กร การรับฟังปัญหาข้อข้องใจและข้อเสนอแนะของพนักงาน เพื่อป้องกันปัญหาการต่อต้านและความขัดแย้ง การชุมนุมประท้วง อัน

อาจก่อให้เกิดความเสียหายให้กับองค์กร ทั้งในด้านภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นในตัวขององค์กรทั้งกับตัวพนักงานเองและประชาชนทั่วไป ทำให้การแปลงสภาพไม่สำเร็จตามเวลาและผลลัพธ์ตามที่ต้องการ

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่ฝ่ายบริหารใช้ เพื่อให้ความรู้ สร้างความเข้าใจและโน้มน้าวใจพนักงานให้เกิดการยอมรับ เกี่ยวกับนโยบายและความจำเป็นในการแปลงสภาพที่เกิดขึ้น ภายหลังจากรัฐบาลมีมติให้ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย หรือ ปตท. แปรรูปองค์กรเป็น บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) แก่พนักงานการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย หรือ ปตท.

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อสร้างความเข้าใจ เกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ในช่วงระหว่างการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กร จนกระทั่งจดทะเบียนเป็น บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาวิธีการสร้างการยอมรับและป้องกันการต่อต้านการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน) ในช่วงระหว่างการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กร จนกระทั่งจดทะเบียนเป็น บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)

คำถามนำวิจัย

1. รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน) ในช่วงระหว่างการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กร จนกระทั่งจดทะเบียนเป็น บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) มีลักษณะอย่างไร
2. วิธีการสร้างการยอมรับและป้องกันการต่อต้านการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงาน บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ในช่วงระหว่าง การดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กรจนกระทั่งจดทะเบียนเป็น บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)มีลักษณะอย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน)” ศึกษาเฉพาะพนักงานประจำของบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ที่เป็นพนักงานประจำปฏิบัติงานที่สำนักงานใหญ่และปฏิบัติงานในปตท.ตั้งแต่ช่วงก่อนจะมีการแปลงสภาพจาก การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย หรือ ปตท.เป็นบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย หมายถึง องค์กรรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม มีวัตถุประสงค์ในการเป็นศูนย์รวมการดำเนินธุรกิจปิโตรเลียมของรัฐ และมีบทบาทสำคัญในการเป็นบริษัทน้ำมันแห่งชาติ

บริษัทปตท.จำกัด(มหาชน) หมายถึง บริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับก๊าซธรรมชาติและน้ำมัน มีกระทรวงการคลัง ประชาชนและนักลงทุนทั่วไปเป็นผู้ถือหุ้น

การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ หมายถึง การลดบทบาทของภาครัฐในการดำเนินกิจการโดยเปิดโอกาสให้เอกชนร่วมดำเนินกิจการหรือเป็นเจ้าของ

ช่วงการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ หมายถึง ช่วงระยะเวลาที่อยู่ระหว่างขั้นตอนการดำเนินการแปรรูปวางโครงสร้างองค์กรใหม่ ปรับเปลี่ยนรูปแบบกฎระเบียบและวิธีการดำเนินงานใหม่ทั้งหมดโดยมีการคงภารกิจหลักเดิมไว้ นับตั้งแต่รัฐบาลมีมติให้แปลงสภาพจนกระทั่งแปลงสภาพเป็นบริษัท จำกัด ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2539-2544

รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง วิธีการที่ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจแก่พนักงานทางด้านการปรับโครงสร้างขั้นตอนและวิธีการ โดยผ่านสื่อประเภทต่างๆภายในองค์กร

ความรู้ หมายถึง ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ถึงที่มาและความจำเป็นในการแปรรูปองค์กรรวมถึงนโยบายในอนาคตขององค์กร ภายหลังจากแปรรูปด้วย

วิธีการสร้างการยอมรับ หมายถึง วิธีการที่การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยใช้เพื่อสร้างความรู้สึกว่าการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้นในองค์กรนั้นเป็นสิ่งที่ดีและถูกต้องให้เกิดขึ้นกับพนักงาน

การต่อต้าน หมายถึง การที่พนักงานรู้สึกว่าการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้นในองค์กรนั้นเป็นสิ่งที่ผิดและไม่ยุติธรรมกับพนักงานโดยแสดงท่าทีที่ไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและรวมตัวกันเพื่อประท้วงมติของรัฐบาลและผู้บริหารขององค์กร

พนักงาน หมายถึง พนักงานประจำของบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ที่เป็นพนักงานประจำปฏิบัติงานที่สำนักงานใหญ่และปฏิบัติงานในปตท.ตั้งแต่ก่อนจะมีการแปลงสภาพจากการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย หรือ ปตท. แปลงสภาพเป็น บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจ วิธีการสร้างการยอมรับและป้องกันการต่อต้านเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยในช่วงระหว่างการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กรจนกระทั่งจดทะเบียนเป็นบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)
2. เป็นแนวทางให้กับรัฐวิสาหกิจแห่งอื่นๆที่กำลังจะต้องขนานรับนโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ของรัฐบาล นำไปเป็นข้อมูลศึกษาและปรับใช้ให้เข้ากับหน่วยงานของตน ได้อย่างเหมาะสมรวมทั้งองค์กรเอกชนต่างๆที่มีความต้องการจะปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรด้วยเช่นกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี

การวิจัยเรื่อง“ การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ บริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน)” นี้ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดทฤษฎีตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมา ศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการเปลี่ยนแปลงองค์กร
3. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารในองค์กร
4. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ
5. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
6. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจ
7. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการต่อต้านและการลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ

ความหมายของคำว่า "รัฐวิสาหกิจ"

ความหมายของคำว่า "รัฐวิสาหกิจ" ที่ใช้เป็นหลักและอ้างอิงอยู่เสมอ คือ ความหมายของรัฐวิสาหกิจตามพระราชบัญญัติวิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2502 ซึ่งสรุปไว้ว่า รัฐวิสาหกิจ คือ องค์กรของรัฐบาล หรือหน่วยงานธุรกิจที่รัฐบาลเป็นเจ้าของหรือบริษัท หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจมีทุนรวมอยู่ด้วยเกินกว่าร้อยละ 50 (เช่นบริษัทลูกของรัฐวิสาหกิจ) ดังนั้น รัฐวิสาหกิจจึงเป็นหน่วยงานทางธุรกิจหรือกิจการของรัฐที่มีภารกิจในการให้บริการสาธารณะ ด้านอุตสาหกรรม และพาณิชย์กรรมรวมถึงเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานทางเศรษฐกิจให้แก่รัฐบาลจากภารกิจของรัฐวิสาหกิจข้างต้น จึงทำให้รัฐวิสาหกิจมี ลักษณะองค์กรและการดำเนินงานที่มีลักษณะผสมระหว่างกิจการเอกชนต้องมีความคล่องตัว ในการ

ดำเนินงาน และมีเป้าหมายคือกำไรในการดำเนินงานอันเป็นเป้าหมายทางเศรษฐกิจ กับการเป็นหน่วยงานของรัฐแบบมหาชนซึ่งเป็นเครื่องมือของรัฐที่ต้องดำเนินการต่าง ๆ ภายใต้ระเบียบกฎเกณฑ์ของกฎหมายและมีเป้าหมายคือผลประโยชน์ต่อส่วนรวมอันเป็นเป้าหมายทางสังคม (ที่มา : ฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการกำกับนโยบายด้านรัฐวิสาหกิจ สำนักรัฐวิสาหกิจและหลักทรัพย์ของรัฐ กรมบัญชีกลาง)

"การให้เอกชนดำเนินกิจกรรมแทนรัฐ" หรือ "การแปรรูปกิจกรรมของรัฐให้เป็นกิจกรรมเอกชน" (Privatization) เป็นแนวคิดและเป็นแนวปฏิบัติที่ได้รับการกล่าวขวัญ และเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางทั่วโลก ซึ่งสภาพนี้เกิดขึ้นในประเทศไทยเช่นกัน แต่นิยมที่จะกล่าวถึงด้วยคำ "การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ" แทน (ไกรยุทธ ธีรตยาคีนันท์, 2533)

พนัส สิมะเสถียร (2528) ให้ความหมายว่า "การแปรรูปรัฐวิสาหกิจสู่ภาคเอกชน" คือ การลดบทบาทของความเป็นเจ้าของ หรือการดำเนินงานให้รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐให้เอกชนเป็นเจ้าของ หรือดำเนินการแทน หรือมีโอกาสดำเนินการแข่งขันได้มากยิ่งขึ้น

สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ (2538) กล่าวว่า การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ หมายถึง การลดบทบาทของภาครัฐ (Public Sector) ซึ่งครอบคลุมทั้งภาครัฐบาลและภาครัฐวิสาหกิจ และการเพิ่มบทบาทของภาคเอกชนในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการใช้กลไกตลาดในการกำหนดทิศทางและระดับเศรษฐกิจ (อ้างถึงใน ศรีนยา เกษะโกศยะ, 2541)

จะเห็นได้ว่าความหมายของการแปรรูปรัฐวิสาหกิจมีผู้ให้คำนิยามไว้อย่างมากมาย แต่หากกล่าวโดยสรุปแล้วก็คือ "การขยายบทบาทของเอกชนในภาครัฐ" หรือ "การปล่อยให้ภาคเอกชนได้เข้าทำหน้าที่ต่าง ๆ แทนรัฐ" นั่นเอง (ไกรยุทธ ธีรตยาคีนันท์, 2533)

แนวความคิดในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจสู่ภาคเอกชนตามความหมายของการแปลงสภาพความเป็นเจ้าของนั้นมีขึ้นพร้อมกับแนวความคิดในด้านเสรีนิยมทางเศรษฐกิจ ในศตวรรษที่ 18 ในหนังสือของอาดัม สมิท (Adam Smith) เรื่อง "Wealth of the Nation" ได้กล่าวไว้ว่า "เป็นธรรมชาติของมนุษย์เราที่มีความฟุ้งเฟ้อกับทรัพย์สินของผู้อื่นมากกว่าทรัพย์สินที่เป็นของตนเอง ฉะนั้นการบริหารกิจการของรัฐจึงมีช่องทางที่จะเกิดการฉ้อโกง และสูญเสียได้ง่าย ทั้งนี้เนื่องจากข้าราชการ หรือลูกจ้างของรัฐนั้นไม่มีผลประโยชน์ในกิจกรรมนั้นโดยตรง" อัดัม สมิท

(Adam Smith) ได้ยกตัวอย่างว่าประสิทธิภาพในการผลิตของที่ดินของรัฐนั้น จะเท่ากับร้อยละ 25 ของที่ดินของภาคเอกชนเท่านั้น ดังนั้นตามความเห็นของอาดัม สมิท (Adam Smith) วิธีการที่จะขจัดความฟุ่มเฟือย และความสูญเสียก็คือการแปลงสภาพความเป็นเจ้าของทรัพย์สินให้แก่เอกชน

แต่ก็มีนักวิชาการบางท่านกล่าวว่า แนวคิดเรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจเกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากแนวคิดระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม (Economic Liberalism) ที่เข้ามาแทนที่ระบบพาณิชย์นิยม (Mercantilism) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศอังกฤษภายใต้การนำของนางมาร์กาเร็ต แธตเชอร์ (Margarett Thatcher) ในช่วงต้นทศวรรษที่ 1980 เป็นต้นมา (รังสรรค์ ณะพรพันธุ์, 2535)

กรอบแนวคิดในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจไปสู่ภาคเอกชนนั้น มิได้มีความหมายแต่เพียงว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพความเป็นเจ้าของภาครัฐบาลไปสู่ภาคเอกชน หรือการเปลี่ยนแปลงการบริหารในรัฐวิสาหกิจให้เป็นเชิงธุรกิจมากยิ่งขึ้นเท่านั้น แต่การแปรรูปยังมีวิธีการอื่นอีกหลายรูปแบบดังที่ได้แบ่งไว้เป็น 10 รูปแบบดังนี้ (ไกรยุทธ ธีรตยา คีนันท์, 2533)

1. การถอนตัวจากการจัดผลิตโดยรัฐ (Government Withdrawal From Services)

โดยการให้เอกชนดำเนินกิจการแทนรัฐ การที่รัฐไม่สนใจผลิตสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งอีกต่อไป ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสินค้า และบริการนั้นไม่มีความจำเป็นอีกต่อไป หรือรัฐไม่มีงบประมาณเพียงพอที่จะผลิตต่อไปอีก หรือเอกชนได้มีการจัดผลิตสินค้าหรือบริการนั้นสนองผู้บริโภคอยู่แล้ว

การจัดการผลิตโดยรัฐ หมายถึง การที่รัฐเข้ามาดำเนินการให้มีสินค้า และบริการนั้น ๆ เพื่อการบริโภคของประชาชน โดยรัฐจะจัดหาเงินทุนมาจุนเจือการผลิตสินค้า และบริการนั้น รัฐจะผลิตเองหรือให้เอกชนเป็นผู้ผลิตก็ได้

2. การขายกิจการ (Divestiture)

การแปรรูปในรูปแบบการขายกิจการรัฐวิสาหกิจให้แก่เอกชน โดยรัฐวิสาหกิจเหล่านี้อาจเป็นรัฐวิสาหกิจที่รัฐยึดมาจากเอกชน หรือเป็นรัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นมาโดยการริเริ่มของรัฐ การขายกิจการนี้อาจครอบคลุมบางส่วนของรัฐวิสาหกิจ หรือเป็นการขายกิจการทั้งหมดก็ได้แล้วแต่กรณี

การขายกิจการของรัฐนั้น มีหลายลักษณะด้วยกัน ในกรณีการขายกิจการนั้นทั้งกิจการ ก็อาจมาในรูปของการแตกกิจการนั้นเป็นกิจการย่อยหลาย ๆ กิจการ แล้วขายเป็นกิจการ ๆ ไป ในกรณีที่ขายกิจการเป็นบางส่วนรัฐอาจแยกกิจการที่ต้องการขายออกเป็นหลาย ๆ กิจการ แล้วขายเฉพาะส่วนของกิจการที่สมควรขาย หรือมีโอกาที่จะขายได้ง่าย ในกรณีที่ต้องการให้เอกชนเข้ามาถือหุ้นในกิจการของรัฐ โดยไม่ต้องการเปลี่ยนแปลงกิจการในแง่ใดแง่หนึ่งเลย รัฐก็สามารถขายหุ้นส่วนที่สามัญในตลาดหลักทรัพย์ตามส่วนที่ได้วินิจฉัยแล้วว่าเหมาะสม และในราคาที่ดึงดูดใจผู้ลงทุน

3. การร่วมลงทุนระหว่างรัฐกับเอกชน (Joint Public-Private Venture)

การร่วมลงทุนกับภาครัฐกิจเอกชนในกิจการที่รัฐได้สรุปแล้วว่า เป็นกิจการที่รัฐควรมีส่วนผลักดันให้เกิดขึ้น จัดเป็นการร่วมเสี่ยงระหว่างรัฐกับเอกชน เช่น กรณีที่รัฐขายกิจการของรัฐที่มีอยู่แล้วเป็นบางส่วน การร่วมลงทุนอาจเป็นการร่วมจัดตั้งกิจการใหม่โดยตรงระหว่างรัฐกับเอกชนก็ได้ หรือการที่รัฐจัดตั้งกิจการใหม่ในเครือโดยมีเอกชนร่วมลงทุนก็ได้ สัดส่วนของการร่วมลงทุนแปรไปได้หลายลักษณะแล้วแต่กรณีและกิจการ

การแปรรูปในลักษณะการร่วมลงทุนกับเอกชนมักใช้กับรัฐวิสาหกิจ หรือกิจการที่มีลักษณะดังนี้

- ต้องการเงินลงทุนสูงมาก
- ใช้ระดับเทคโนโลยีสูง
- มักมีข้อกำหนด หรือสิทธิพิเศษในการดำเนินการ
- เป็นกิจการผูกขาดหรือมีการแข่งขันน้อย

นอกจากนี้เอกชนที่ร่วมลงทุนต้องมีลักษณะการพัฒนาลาดทุนค่อนข้างมาก และมีความสามารถในการเคลื่อนย้ายเงินทุนได้ดี ผู้ประกอบการต้องมีความสามารถสูง

4. การจ้างเหมา (Contracting Out)

เป็นการแบ่งงานบางลักษณะที่ไม่ใช่งานหลักโดยตรงของรัฐวิสาหกิจนั้นไปให้เอกชนดำเนินการ ส่วนใหญ่จะใช้กับรัฐวิสาหกิจที่

- เป็นกิจการขนาดใหญ่ และมีการกระจายของการดำเนินงานสูง หรือการดำเนินงานครอบคลุมพื้นที่กว้าง
- การใช้เทคโนโลยีไม่สูงนักในงานที่จะจ้างเหมา
- มีความพร้อมที่เข้าแทนที่เอกชน ในกรณีที่เอกชนผู้รับจ้างประสบปัญหา

- มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานในงานที่จะจ้างเหมาต่อ
- ต้องการควบคุม หรือลดจำนวนบุคลากร

ถึงแม้ว่าการจ้างเหมาส่วนใหญ่จะเป็นการแปรรูปที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า หรือ บริการ แต่การจ้างเหมาอาจรวมถึงการจ้างเอกชนให้เข้ามาบริหาร (Management Contract) ซึ่งเป็นการจ้างผู้บริหารอาชีพเข้ามาบริหาร และกำหนดเป้าหมายของการดำเนินงานเป็นระยะ ๆ โดยมุ่งหวังให้แก้ไขปรับปรุงการบริหาร เช่น ลดอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน เป็นต้น และจะมีกำหนดระยะเวลาในการบริหารเป็นการแน่นอนในสัญญา มักใช้กับรัฐวิสาหกิจที่

- มีประสิทธิภาพในการบริหารงานต่ำ
- มีผลการดำเนินงานขาดทุน
- เป็นกิจการที่มีการแข่งขัน

5. การให้สัมปทาน (Franchising)

การให้สัมปทานแก่เอกชน เพื่อดำเนินกิจการที่เป็นเอกสิทธิ์ของรัฐ ก็เป็นรูปแบบหนึ่งของการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ การให้สัมปทานแก่ผู้ประกอบการเอกชนดำเนินกิจการแทนรัฐ โดยผู้ประกอบการเป็นผู้รับผิดชอบทุกอย่างพร้อม ๆ กับให้ประโยชน์แก่รัฐในรูปแบบค่าภาคหลวง หรือ ค่าที่เรียกขานในชื่ออื่น ๆ เอกสิทธิ์ที่ผู้ประกอบการเอกชนได้รับสัมปทานนี้อาจเป็นเอกสิทธิ์ที่สมบูรณ์ที่ครอบครองแต่ผู้เดียว หรือเป็นสิทธิ์ที่ต้องร่วมใช้กับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ก็ได้

การให้สัมปทานแก่ผู้ประกอบการเอกชน เพื่อมีเอกสิทธิ์ในการผลิตสินค้า และบริการแทนรัฐและนำไปเสนอขายแก่ผู้บริโภค ดังนั้นผู้บริโภคจะได้รับบริการจากผู้ประกอบการเอกชนก็ต่อเมื่อยินดีจ่ายค่าบริการที่กำหนด การให้สัมปทานในลักษณะนี้จึงเป็นการเปลี่ยนแปลงการผลิตสินค้า และบริการของรัฐให้แก่เอกชนอีกวิธีหนึ่ง การให้สัมปทานแก่เอกชนเพื่อดำเนินการแทนรัฐนี้อาจเป็นการให้สัมปทานเพื่อผลิตสินค้า และบริการให้แก่รัฐโดยตรงก็ได้

6. การให้เช่า (Leasing)

การให้เช่าทรัพย์สินของรัฐ ก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ โดยการให้เช่าทรัพย์สินที่รัฐไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เต็มที่ ในการดำเนินการของรัฐ หรือ ถูกปล่อยให้อยู่ว่างเปล่าเพราะไม่มีแนวคิด หรือไม่พร้อมที่จะเสี่ยงในการพัฒนาทรัพย์สินดังกล่าว การให้เช่าจึงเป็นทางเลือกหนึ่ง การให้เช่าเน้นความชั่วคราวของการโอนภาระการจัดการทรัพย์สินจากองค์การในภาครัฐไปอยู่ในมือขององค์การภาคเอกชน ทำให้รัฐสามารถลดระดับทรัพยากรที่จะต้องทุ่มในจัดการทรัพย์สินนั้น ในขณะที่เดียวกันก็สามารถประกันรายได้จำนวน

หนึ่งที่แน่นอนจากการให้เช่าทรัพย์สินขึ้นนั้น และสามารถเรียกคืนทรัพย์สินเพื่อมาจัดการเอง หรือเพื่อทำประโยชน์อื่นใดได้เมื่อสถานการณ์เหมาะสม เงื่อนไขการให้เช่า และค่าเช่าทรัพย์สินก็เป็นสิ่งที่รัฐเป็นผู้กำหนด วิธีการเช่าแบบเทิร์นคีย์ (Turn Key) เป็นการเช่าสมบูรณ์แบบ โดยเอกชนจัดดำเนินการได้อย่างสมบูรณ์ แล้วเป็นผู้ดำเนินการเอง จนครบระยะเวลาที่ตกลงกันได้ จึงคืนทรัพย์สินนั้นให้แก่รัฐ เช่น การสร้างสนามบิน และทางด่วน เป็นต้น การเช่าแบบเทิร์นคีย์ (Turn Key) จึงเป็นรูปแบบการแปรรูปรัฐวิสาหกิจอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งรัฐวิสาหกิจไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการก่อสร้าง หรือติดตั้งอุปกรณ์โดยให้เอกชนดำเนินการก่อสร้าง และเก็บผลประโยชน์ในช่วงเวลาของสัญญาเช่า

7. การปล่อยให้มีการแข่งขันโดยเสรี (Liberalization)

การปล่อยให้มีการแข่งขันโดยเสรี เป็นรูปแบบหนึ่งของการให้เอกชนดำเนินกิจการแทนรัฐ โดยการยกเลิกหรือผ่อนคลายเป็นระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ (Deregulation) ที่มีอยู่ในระบบ ซึ่งเป็นอุปสรรคในการทำงานของระบบทำให้การแข่งขันในระบบตลาดไม่บังเกิดขึ้น หรือเกิดขึ้นน้อย การปล่อยให้มีการแข่งขันโดยเสรีใน ความหมายใกล้เคียงกับการยกเลิกการควบคุม และมักนิยมใช้ควบคู่กันในบริบทของการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ การยกเลิกการควบคุมนี้ใช้ในกรณีที่รัฐวิสาหกิจเป็นผู้ผลิตผูกขาด การยกเลิกการควบคุมจะเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตเอกชนเข้ามาแข่งขันได้เพื่อผลิตสินค้าและบริการสนองความต้องการผู้บริโภค อันเป็นการลดภาระของรัฐในการที่ต้องการลงทุนขยายกิจการ และเป็นการกระตุ้นให้รัฐวิสาหกิจปรับปรุงกิจการ เพื่อแข่งขันกับผู้ผลิตเอกชนในการสนองความต้องการของผู้บริโภค ในกรณีที่รัฐวิสาหกิจการปล่อยให้มีการแข่งขันโดยเสรี หรือการผ่อนคลายนโยบายระเบียบต่าง ๆ ที่ใช้กำกับการบริหารของรัฐวิสาหกิจจะเพิ่มความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน และเพิ่มความคล่องตัวในการแข่งขันกับผู้ผลิตเอกชน

8. การประมูลดำเนินการ (Farming Out)

การประมูลดำเนินการ เป็นรูปแบบการแปรรูปกิจการของรัฐเพื่อเพิ่มรายได้ หรือผลประโยชน์ให้แก่รัฐ โดยการให้เอกสิทธิ์แก่เอกชนผู้ที่เสนอรายได้หรือบริการสูงสุดให้แก่รัฐในการเก็บผลประโยชน์ เช่น การเก็บภาษีอากร การเก็บค่าเช่าจอตระยนต์ หรือการเก็บค่าผ่านทาง เป็นต้น

การประมูลดำเนินการแตกต่างจากการจ้างเหมา เพราะการจ้างเหมารัฐจะต้องจ้างผู้ที่เสนอราคาต่ำสุด แต่การประมูลดำเนินการจะพิจารณา ผู้ที่เสนอราคาสูงสุด

9. การให้สิทธิบัตรและเงินอุดหนุน (Voucher and Grant)

สิทธิบัตร (Voucher) คือ ตั๋วรับบริการ (Coupon) เพื่อซื้อสินค้าและบริการที่รัฐจ่ายให้แก่ประชาชนผู้ได้รับสิทธิ์ เพื่อซื้อสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในสิทธิบัตร ซึ่งปกติจะมีราคาเจาะจงไว้ในบัตร ผู้บริโภคสามารถใช้สิทธิบัตรดังกล่าวไปซื้อสินค้าหรือบริการกับผู้ผลิตเอกชนในตลาดเฉพาะรายที่ยอมรับสิทธิบัตร ในกรณีนี้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าหรือบริการจากเอกชนที่มีคุณภาพดีที่สุด และราคาต่ำสุด ผู้ผลิตเอกชนต้องมีการแข่งขันกัน เพื่อให้ได้ลูกค้ามากที่สุด สิทธิบัตรหรือตั๋วรับบริการที่ได้มาจากการขายสินค้า หรือบริการผู้ผลิตสามารถนำไปแลกเปลี่ยนเงินสดจากรัฐ ผู้บริโภคมีเสรีภาพในการเลือกใช้บริการจากระบบตลาด ซึ่งเป็นการสนับสนุนการขยายบทบาทของผู้ผลิตเอกชนในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยรัฐไม่ต้องมีภาระในการผลิต แต่จะเป็นผู้ให้การสนับสนุนเงินจืดด้านการเงินโดยทางอ้อม

เงินอุดหนุน (Grant) เป็นเงินที่รัฐจ่ายให้แก่เอกชนหรือองค์การเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการที่จำเป็นหรือเป็นที่ต้องการของประชาชน เงินอุดหนุนอาจจ่ายเป็นรูปตัวเงิน รูปแบบการยกเว้นภาษีหรือลดภาษีแก่ผู้ผลิตก็ได้ เงินอุดหนุนที่รัฐจ่ายแก่ผู้ผลิตเอกชนหรือองค์การนี้ รัฐจะจ่ายชดเชยส่วนที่ขาดไปในการที่ผู้ผลิตต้องขายสินค้าหรือบริการต่ำกว่าที่ควรจะเป็น หรือเป็นส่วนที่จ่ายชดเชยการขาดทุน ในการที่ต้องขายสินค้าหรือบริการต่ำกว่าต้นทุนตามที่รัฐกำหนดให้

การให้เงินอุดหนุนและการให้สิทธิบัตร เป็นการหลีกเลี่ยงจากการผลิตสินค้าหรือบริการโดยตรงของรัฐโดยให้เอกชนหรือองค์การเป็นผู้ผลิตสินค้าหรือบริการนั้นแทน

10. การเก็บค่าบริการ (Use Charge)

การให้บริการของรัฐเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยปกติจะมาในรูปของการจัดการผลิตและแจกจ่ายให้แก่ประชาชนโดยไม่เรียกเก็บค่าบริการแต่อย่างใด เงินที่ใช้จุนเจือค่าใช้จ่ายในการผลิตและดำเนินงานก็จะมาจากการเก็บภาษีจากประชาชน ผู้รับบริการอาจเสียเงินเพียงเล็กน้อย เช่นค่าธรรมเนียม หรืออาจไม่เสียเลยก็ได้ เมื่อรัฐหันมาใช้วิธีการเก็บค่าบริการ (User Charge) จากประชาชนที่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากบริการนั้น ๆ ก็เท่ากับเป็นการให้กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการผลิตบริการดังกล่าว อัตราค่าบริการจะขึ้นอยู่กับชนิดของบริการสาธารณะ และนโยบายที่เลือกใช้ซึ่งอาจจะเก็บค่าบริการเป็นอัตราคงที่เท่ากันหมดหรือยกเว้นการเก็บค่าบริการกับคนบางกลุ่ม หรือคิดค่าบริการเฉพาะส่วนที่เกินจากที่กำหนดไว้

สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ (อ้างถึงใน ศรีนยา เกษะโกศยะ, 2541) ได้พิจารณาความหมายและขอบเขตการแปรรูปรัฐวิสาหกิจแล้วได้แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

ลักษณะที่ 1 การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ หมายถึง การที่ภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจได้ใช้แนวทางการบริหารแบบภาคเอกชน หรือวินัยในการดำเนินการแบบเอกชน (Private Discipline) มาใช้ในองค์กรส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจ โดยคำนึงต้นทุนการบริหาร ตลอดจนประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการบริหาร

ลักษณะที่ 2 การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ หมายถึง การที่รัฐหรือรัฐวิสาหกิจทำสัญญาให้ภาคเอกชนมาดำเนินกิจกรรม (Contracting-Out) ลักษณะดังกล่าวนี้รัฐวิสาหกิจนั้นยังคงมีลักษณะที่เป็นเจ้าของ เพียงแต่ว่าในการดำเนินการในโครงการบางส่วนหรือบางแผนกได้มอบให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการแทนในรูปของสัญญาหรือการสัมปทาน

ลักษณะที่ 3 การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงความเป็นเจ้าของ หรือการโอนกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของจากภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจไปสู่ภาคเอกชน (Ownership Transfer) ลักษณะดังกล่าวเป็นที่เข้าใจกันของคนส่วนใหญ่ กล่าวคือเป็นการขายกิจการของภาครัฐให้แก่เอกชนนั่นเอง ในการขายกิจการดังกล่าวนี้อาจจะขายให้กับบุคคลโดยเฉพาะเจาะจง (Private Placement) หรือขายให้กับประชาชนโดยทั่วไป (Public Offering) หรือเป็นการขายรัฐวิสาหกิจให้กับพนักงานทั้งหมด (Employee Buy-out) หรือเป็นการขายรัฐวิสาหกิจให้กับผู้บริหาร (Management Buy-out)

ลักษณะที่ 4 การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ หมายถึง การลดสัดส่วนของภาครัฐ และเป็นการเพิ่มสัดส่วนของภาคเอกชนโดยมอบให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการ แนวทางดังกล่าวหมายถึงการลดขั้นตอน กฎเกณฑ์ (Deregulation) ตลอดจนการยกเลิกการผูกขาดเพื่อให้มีการเปิดเสรี (Liberalization) ในด้านต่าง ๆ

โดยสรุปการแปรรูปรัฐวิสาหกิจเป็นระบบความสัมพันธ์ระหว่างอุดมการณ์แนวนโยบายแห่งรัฐ กระบวนการและวิธีการเพื่อเปลี่ยนแปลงสภาพการดำเนินการของภาครัฐบาลให้มีลักษณะเช่นเดียวกับภาคเอกชน การเปลี่ยนแปลงการดำเนินการนี้มี 2 ลักษณะใหญ่ (พิพัฒน์ ไทยอารี, 2529) คือ

1. การแปรรูปโดยมีการแปรสภาพเป็นเจ้าของทรัพย์สินและกิจกรรมของรัฐให้เป็นเอกชนหรือมหาชน (Denationalization)

การแปรรูปในลักษณะนี้ มีขอบเขตและวิธีการหลายอย่างนับตั้งแต่การแปรสภาพการเป็นเจ้าของอย่างถาวร ซึ่งหมายถึง การจำหน่ายกิจการ การเลิกล้มกิจการ หรือการโอนกิจการไปให้เอกชน หรือเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านสถานะการเป็นเจ้าของด้วยการอนุญาตให้บุคคลอื่นดำเนินกิจการนั้นเป็นการชั่วคราว เช่น การให้สัมปทาน การร่วมทุน การขายหุ้นบางส่วนและการทำสัญญาว่าจ้างปฏิบัติงาน

2. การแปรรูปโดยการลดหย่อนผ่อนปรนกฎเกณฑ์การผูกขาดกิจการ (Liberalization)

ลักษณะของการแปรรูปเช่นนี้ เป็นเรื่องของ การเปิดการแข่งขันโดยเสรีตามกลไกตลาดซึ่งต้องมีการแก้ไขกฎหมาย เพื่อให้มีผู้ประกอบการมากขึ้นภายใต้การแข่งขันตามมลภาวะตลาด

ศาสตราจารย์ ดร.ปริญญา นุตาลัย ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้คำศัพท์ระหว่าง คำว่าการแปรรูปรัฐวิสาหกิจกับการแปลงสภาพรัฐวิสาหกิจของปตท.ว่า

การดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน)ที่ผ่านมาสมควรจะใช้คำว่าแปลงสภาพ(Corporatization) เนื่องจากบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน)แปลงสภาพจากรัฐวิสาหกิจเป็นบริษัทมหาชนจำกัดซึ่งยังคงเป็นรัฐวิสาหกิจไม่ได้เป็นบริษัทมหาชนจำกัดที่ดำเนินการโดยอิสระได้

จากการศึกษาเอกสารภายในของบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน)ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยและกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยขึ้นนี้พบว่า ภายในบริษัทจะใช้คำศัพท์ว่าแปรรูปรัฐวิสาหกิจมากกว่าการแปลงสภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขออนุญาตเลือกใช้คำว่าแปรรูปรัฐวิสาหกิจตามสภาพแวดล้อมที่เข้าไปศึกษา

แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการเปลี่ยนแปลงองค์กร

Moore (อ้างใน อรุณ รักธรรม ,2523) ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงองค์กรไว้ว่า

1. การเปลี่ยนแปลงจะมีผลกระทบต่อกระทั่งถึงประสบการณ์ของปัจเจกบุคคลและหน้าที่การงานอย่างกว้างขวาง
2. การเปลี่ยนแปลงใดๆก็ตามย่อมมีสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงทั้งสิ้น เมื่อองค์กรหนึ่งมีการเปลี่ยนแปลงย่อมเกิดจากการผลักดันอย่างน้อย 2 ประการคือ
 - 2.1 แรงผลักดันจากภายนอกองค์กร เช่น ระบบการเมือง วิทยาการต่างๆ กฎหมายข้อบังคับของรัฐ ฯลฯ
 - 2.2 แรงผลักดันภายในองค์กร เช่น กระบวนการในองค์กร สาเหตุด้านกระบวนการจะเกิดขึ้นจากความล้มเหลวในเรื่องการตัดสินใจและการติดต่อสื่อสารอยู่ในรูปของการรวบรัดหรือข้ามขั้น ไม่มีประสิทธิภาพ ปัญหาเกี่ยวกับขวัญและกำลังใจของผู้ใต้บังคับบัญชา

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication)

กรีท สิบสนธิ (2526 : 17) ได้กล่าวว่าองค์กรโดยทั่วไป หมายถึง ที่รวมของคนที่อยู่มากกว่าสองคนขึ้นไป มีการสื่อสารกัน มีจุดมุ่งหมายในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน มีการแบ่งหน้าที่ และรับผิดชอบ องค์กรทุกองค์กรต่างมีลักษณะ เหนือที่ ส่วนประกอบหน้าที่ ความรับผิดชอบของสมาชิกแตกต่างกันไป และต่างมีลักษณะเฉพาะของตนเอง

นิพนธ์ ศศิธร (2520 : 12) กล่าวว่า องค์กรจะต้องมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการคือ มีวัตถุประสงค์เป็นจุดรวมเป็นแนวมุ่ง มีคนะบุคคลไม่ใช่คนเดียวมารวมกัน โดยแบ่งงานกันทำ และมีระบบความสัมพันธ์ สำหรับหน้าที่ที่แบ่งไว้รวมกันเป็นความสำเร็จขององค์กรโดยตรง

สมยศ นาวิการ (2527 : 4) การติดต่อสื่อสารในองค์กรเป็นการแลกเปลี่ยนและแปลความหมายของข่าวสารระหว่างหน่วยงาน การสื่อสารต่างๆ หรือบุคคลในตำแหน่งต่างๆ ที่อยู่ภายในองค์กร

Dan O'Hair, Gustav W. Friedrich, Lynda Dixon Shaver (1998:15) ได้ให้คำนิยาม การสื่อสารภายในองค์การ ว่าเป็น การแลกเปลี่ยนสารที่เป็นถ้อยคำ ไม่ใช่ถ้อยคำ และการเขียน ระหว่างคนทำงาน เพื่อทำให้งานและเป้าหมายบรรลุผลสำเร็จ

Dave Francis (อ้างใน วัชรวิภา วัชรเสถียร, 2540 :9) กล่าวว่า การสื่อสารในองค์การมีความสำคัญมาก การสื่อสารเปรียบเสมือนสายเลือดในองค์การ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการสื่อสารมีความจำเป็นมากต่อองค์การ ดังคำกล่าวที่ว่า องค์การ หมายถึงการรวบรวมทรัพยากรภายในซึ่งถูกทำให้มีชีวิตชีวายิ่งขึ้นด้วยการสื่อสาร

การสื่อสารในองค์การมีความสำคัญสำหรับผู้บริหารและปฏิบัติงานหลายประการคือ

1. เป็นเครื่องมือสำคัญของฝ่ายบริหารในการบริหารงาน เพราะการสื่อสารจะช่วยให้การทำงานลุล่วงไปได้โดยตลอด การสื่อสารในองค์การเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญมากสำหรับผู้บริหารทักษะในการสื่อสารเป็นคุณสมบัติอย่างหนึ่ง que ผู้บริหารจะต้องฝึกฝนให้เกิดขึ้นด้วยตนเอง พอๆ กับทักษะในการบริหารงาน
2. เป็นเครื่องช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่ทั้งสองฝ่าย การสื่อสารช่วยให้เกิดความเข้าใจตรงกัน นำมาซึ่งความสนิทสนม ความไว้วางใจ ความไว้วางใจ สิ่งเหล่านี้นำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บริหารในระดับต่าง ๆ และกับพนักงานโดยส่วนรวม
3. ช่วยให้เกิดความเข้าใจระหว่างกันดีขึ้น การสื่อสารนำมาซึ่งความไว้วางใจ หากมีปริมาณที่เหมาะสมแล้วจะช่วยให้เกิดความกล้าที่จะสื่อสาร กล้าที่จะถาม กล้าที่จะออกความคิดเห็น ท้วงติง และช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันมากยิ่งขึ้น
4. ช่วยให้การปฏิบัติการกิจของทุกหน่วยงาน ทุกส่วนเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสานกันจนบรรลุวัตถุประสงค์
5. ช่วยให้เกิดการพัฒนาและการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การที่บุคลากรขององค์การทุกระดับสามารถสื่อสารได้อย่างเสรี มีความไว้วางใจซึ่งกัน มีความกล้าที่จะสื่อสาร ย่อมนำไปสู่การเสนอความคิดสร้างสรรค์ที่จะทำให้เกิดผลงานที่ดีที่สุด และสามารถนำองค์การไปสู่ความเจริญได้ (กริช สืบสนธิ์, 2538)

ดังนั้นเราจึงสามารถกล่าวได้ว่า การสื่อสารในองค์การมีความสำคัญและจำเป็นมาก ซึ่งช่วยให้การทำงานลุล่วงไปได้ด้วยดี นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือตรวจสอบความเข้าใจและ

ผลงาน ช่วยให้เกิดความเข้าใจระหว่างผู้บริหารและพนักงานช่วยลดช่องว่างระหว่างผู้บริหารและพนักงาน โดยเฉพาะองค์การที่มีขนาดใหญ่และมีสายการบังคับบัญชาหลายชั้นตอนอย่างเช่นการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ความห่างเหินระหว่างผู้บริหารกับพนักงานค่อนข้างจะมีมาก เพราะมีระบบชั้นตอนต่างๆ มากมาย และเมื่อเกิดห่างเหินขึ้นก็อาจก่อให้เกิดความเข้าใจที่ต่างกันระหว่างพนักงานระดับปฏิบัติการกับผู้บริหารเกี่ยวกับนโยบายหรือความจำเป็นในการแปลงสภาพซึ่งไม่ก่อให้เกิดผลดีในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ในองค์การ การให้ข่าวสารที่เพียงพอแก่บุคลากรจะช่วยให้นโยบายการแปลงสภาพครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ได้ง่ายยิ่งขึ้น ทำให้บุคลากรคลายความสงสัย ไม่หวาดระแวงและเข้าใจผิดแต่จะเกิดความมั่นใจในการทำงาน

กิจกรรมทางการติดต่อสื่อสารเป็นงานด้านพื้นฐานขององค์การทุกประเภท เป็นกิจกรรมที่ใช้เวลาและองค์ประกอบที่สำคัญทางการบริหาร จึงเป็นความจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อกิจกรรมทางการติดต่อสื่อสารและต้องศึกษาว่าจะทำอย่างไรจึงจะทำให้การใช้เวลาและทรัพยากรในเรื่องการติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพ ปรับปรุงให้ดีขึ้นให้คุ้มกับการสิ้นเปลืองดังกล่าว เพราะการขาดประสิทธิภาพในการใช้เวลาทางการบริหารให้กับกิจกรรมทางการสื่อสารในองค์การนั้นย่อมก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ มากมาย บทบาทของการสื่อสารจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำในหน้าที่ต่างๆ ขององค์การดำเนินการไปอย่างราบรื่นและช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ปฏิบัติงานด้วยกัน และระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับองค์กร (เสนาะ ตีเยาว์, 2538)

จากความสำเร็จของการสื่อสารดังที่ได้กล่าวมาแล้ว จะเห็นได้ว่าการสื่อสารต่างๆ ในทุกรูปแบบมีส่วนที่จะก่อให้เกิดความสำเร็จหรือความล้มเหลวให้แก่องค์กรได้และในกิจกรรมขององค์กรแต่ละวัน จะเต็มไปด้วยการติดต่อสื่อสารในทุกระดับทั่วทั้งองค์การ ซึ่งการบริหารจะมีประสิทธิภาพเพียงใด ต้องอาศัยระบบการสื่อสารที่ดี ที่สามารถลดช่องว่าง สร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับบุคลากรในองค์การเพราะการรับรู้ การส่งข่าว และการแปลความหมายข่าวสารจะมีผลกระทบต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยตรง

ลักษณะของการสื่อสาร

โชติรส ทิมพัฒน์พงษ์ (2537) ได้กล่าวถึงลักษณะหรือประเภทของการสื่อสารภายในองค์การว่า สามารถจำแนกได้ 4 ลักษณะ คือ จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร, จำแนกตาม

ลักษณะของการใช้, จำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร, จำแนกตามช่องทางเดินของข่าวสาร ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาในแง่ของช่องทางเดินของข่าวสาร

ช่องทางการติดต่อสื่อสาร (Channels of Communication)

วันชัย มีชาติ (2544) ได้กล่าวว่า ช่องทางการติดต่อสื่อสารเป็นวิธีการที่ข่าวสารถูกส่งจากผู้ส่งไปยังผู้รับ ช่องทางการสื่อสารเป็นกระบวนการส่งผ่านข้อมูล ซึ่งในองค์การจะมีทั้งการสื่อสารผ่านช่องทางที่เป็นทางการ (Formal communication channels) อันเป็นการสื่อสารผ่านระบบงานที่เป็นที่ยอมรับ โดยองค์การและการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ (Informal communication channels) ซึ่งเป็นการสื่อสารผ่านความสัมพันธ์ในองค์การ หรือกลุ่มไม่เป็นทางการ ช่องทางการสื่อสารในองค์การจะมีหลายวิธีคือ

1. ช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการ (Formal Communication Channels)

ช่องทางการสื่อสารอย่างเป็นทางการ เป็นการสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ชัดเจน คำนี้ถึงบทบาทหน้าที่และตำแหน่งระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร อาจเป็นการสื่อสารที่มีลายลักษณ์อักษร เช่น ใบประกาศแจ้งนโยบายหรือผลความก้าวหน้าขององค์การ บันทึกต่างๆ หรืออาจเป็นการสื่อสารที่ไม่ใช่ลายลักษณ์อักษรแต่อาศัยการพูดจา เช่น การสั่งงานโดยตรง คำแนะนำผ่านตามสายบังคับบัญชา(สร้อยตระกูล(ดิวยานนท์)อรุณมานะ, 2541:341,344)

วันชัย มีชาติ (2544) ยังได้แบ่งการสื่อสารแบบเป็นทางการนี้ ออกได้เป็น 2 ประเภท คือ การสื่อสารจากบนลงล่างและการสื่อสารจากล่างขึ้นบน

1.1 การสื่อสารจากบนลงล่าง (Formal Downward Channels)

เป็นการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารจากผู้บริหารมายังผู้ปฏิบัติงาน หรือจากหัวหน้ามายังลูกน้อง (ผู้มีตำแหน่งสูงกว่ามายังผู้มีตำแหน่งต่ำกว่า) ซึ่งการสื่อสารลักษณะนี้มักเป็นไปเพื่อสร้างความ

เข้าใจร่วมกัน และเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานรับรู้ และสามารถนำไปปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ การสื่อสารจากบนลงล่างสามารถใช้ช่องทางต่างๆ ได้ดังนี้

1. สายการบังคับบัญชา (chain of command)
2. ใ้ป้ายประกาศ (posters and bulletin board)
3. ใ้จดหมายข่าว (house organ)
4. จดหมายและใบแทรกในเงินเดือน (Letters and pay inserts)
5. คู่มือพนักงานและจุลสาร (employee handbook and pamphetts)
6. รายงานประจำปี (annual reports)
7. ระบบเสียงตามสาย (loundspeaker system)

1.2 การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Formal Upward Channels)

ช่องทางการสื่อสารจากล่างขึ้นบน จะเป็นการสื่อสารจากพนักงานระดับปฏิบัติการถึงผู้บริหารองค์กร ซึ่งอาจเป็นรายงานข้อมูล เสนอความคิดเห็น ตลอดจนมีส่วนร่วมในการบริหารองค์กร วิธีการนี้จะช่วยให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงานอีกด้วย การสื่อสารจากล่างขึ้นบนนี้อาจมีหลายวิธี คือ

1. นโยบายการเปิดรับความคิดเห็น (open door policy)
2. ระบบการรับความคิดเห็น (suggestion systems)
3. แบบสอบถาม (questionnaires)
4. ระบบการอุทธรณ์/ร้องทุกข์ (grievance procedure)
5. กรรมการรับร้องเรียน (ombudsperson)
6. การประชุมพิเศษ (special meetings)

2. ช่องทางการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ (Informal Communication channels)

ไซตริส ทิมพัฒน์พงษ์ (2537) กล่าวว่า ระบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เป็นการสื่อสารในลักษณะที่ฝ่ายต่างๆกระทำกันเองเป็นการส่วนตัว ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารโดยใช้คำพูด และมักเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในทางส่วนตัวมากกว่าทางตำแหน่งอำนาจและ

หน้าที่ ลักษณะที่สำคัญของการสื่อสารแบบนี้คือ ความรวดเร็วในการสื่อสารจะมีมาก แต่ก็มีข้อเสียตรงที่ข่าวสารข้อมูลต่างๆอาจผิดไปจากความเป็นจริงได้ง่าย

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กรมีความสำคัญกับตัวแปรคือ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจและความคิดเห็นที่มีต่อผลกระทบจากการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ กล่าวคือการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจดี ความเข้าใจก็จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะมีการยอมรับหรือการปฏิเสธ ดังนั้นความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็นและการติดต่อสื่อสารในองค์กรมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน

เมื่อทางปตท.ตัดสินใจที่จะดำเนินการแปรรูปนั้นทางปตท.ก็ต้องมีการเตรียมการ วางแผนที่จะใช้การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ สร้างความเข้าใจและโน้มน้าวใจพนักงานให้เกิดการยอมรับสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นให้ได้ โดยการสื่อสารนั้นจะต้องให้ถูกจังหวะและเวลา อีกทั้งต้องทำอย่างต่อเนื่อง เป็นระยะเวลาพอสมควร เพื่อที่จะให้เวลาพนักงานในการทำความเข้าใจถึงที่มาและเหตุผลยอมรับและปรับตัวเพื่อที่จะไม่ดูเป็นการบังคับกันเกินไป

แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

วิรัช ลภีรัตนกุล (2543) กล่าวถึงการโน้มน้าวใจไว้ว่าการโน้มน้าวใจคือการที่ผู้ส่งสารพยายามที่จะมีอิทธิพลชักจูงความคิดเห็นและการประพฤติปฏิบัติของผู้รับสารซึ่งอาจเป็นการชักชวนให้กระทำบางสิ่งบางอย่างหรือชักชวนให้บุคคลเชื่อถือหรือกระทำบางสิ่งบางอย่าง แต่เนื่องจากความเชื่อและการกระทำนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ดังนั้นหากผู้ส่งสารปรารถนาจะให้ผู้รับสารกระทำในสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นต้องเป็นไปตามความสมัครใจ หรือ ความยินยอมของผู้รับสารเองการโน้มน้าวใจที่ดีและมีประสิทธิผลนั้นจึงเป็นการที่ผู้ส่งสารพูดให้ผู้รับสารเกิดความต้องการที่จะเชื่อถือและกระทำตามด้วยความสมัครใจ ทั้งนี้หลักการในการพูดเพื่อโน้มน้าวใจดังนี้

1. พูดโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อและคล้อยตาม โดยกระตุ้นที่ความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์
2. พูดโน้มน้าวใจชักชวนให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจในสิ่งที่พูดว่าเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสารได้

อรรถรณ ปิลันธน์โอวาท (2542 : 5) กล่าวสรุปว่า การโน้มน้าวใจ มีลักษณะดังนี้

1. ผู้โน้มน้าวใจมีความตั้งใจที่จะมีอิทธิพลบางประการเหนือผู้ถูกโน้มน้าวใจ
2. โดยปกติ ผู้ถูกโน้มน้าวใจจะมีทางเลือกมากกว่าหนึ่ง และผู้โน้มน้าวใจจะพยายามชักจูงผู้ถูกโน้มน้าวใจให้ยอมรับทางเลือกที่ตนเสนอ
3. สิ่งที่ผู้โน้มน้าวต้องการ คือ การเปลี่ยนแปลงหรือการสร้าง หรือการดำรงไว้ซึ่งความคิดเห็น ทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อของผู้ถูกโน้มน้าวใจ ซึ่งจะส่งผลต่อปัจจัยอื่นอันได้แก่ อารมณ์ พฤติกรรม เป็นต้น

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2526) ได้กล่าวถึงการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจว่า การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นและพบได้บ่อยในชีวิตประจำวัน ซึ่งคำว่า การโน้มน้าวใจและการจูงใจต่างมีความหมายที่เหมือนกันคือ มนุษย์ใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญยิ่งในการจูงใจบุคคล ซึ่งเกี่ยวข้องกับสถานการณ์การสื่อสารเพื่อจูงใจ(Persuasive Communication Situation) อันเป็นสถานการณ์ที่บุคคลที่เป็นแหล่งข่าวสาร หวังที่จะให้ผู้รับสารก่อปฏิกิริยาตอบสนองต่อข่าวสาร มีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือก่อให้เกิดอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้รับสารให้ดำเนินไปตามทิศทางใดทิศทางหนึ่ง

และในการวางจุดมุ่งหมายของการโน้มน้าวใจ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 อย่างคือ (นันทา ชุนภักดี, 2529)

1. เพื่อย้ำและเสริมสร้างทัศนคติ และความเชื่อถือที่ผู้รับสารมีอยู่ แต่ยังไม่มั่นใจให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้หนักแน่นขึ้น
2. ให้เกิดการคล้อยตาม โดยมีจุดมุ่งหมายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือความเชื่อถือเดิมให้หันมาเชื่อ หรือมีความเห็นคล้อยตาม
3. ให้เกิดการปฏิบัติตาม เพื่อต้องการให้เกิดการกระทำขึ้นอย่างจริงจัง

ดังนั้นในการโน้มน้าวใจเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตาม จึงมีวิธีในการกระทำได้ 3 ประการคือ (จินตนา มานิตย์โชติพิสิฐ, 2542:14)

1. การโน้มน้าวใจด้วยหลักฐานและเหตุผล ได้แก่ ข้อเท็จจริงที่ปรากฏ
2. การโน้มน้าวใจด้วยความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร

3. การโน้มน้าวใจด้วยความต้องการหรือความจำเป็นพื้นฐานทางสังคม ทางร่างกายและจิตใจ หรือการโน้มน้าวใจจากความปรารถนานั้นเอง เช่น การดำรงชีวิตอยู่ ความเป็นอยู่ของชีวิตที่ดี ความอยากรู้ อยากเห็น ความมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ สุขภาพจิตและสุขภาพกายที่ดี เป็นต้น

อรรถกร ปิลันธน์โอวาท (2542) กล่าวถึงผลของการโน้มน้าวใจนั้น จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 3 ประการคือ

1. การเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้และจิตสำนึก (Concept, Awareness) หรือการเปลี่ยนแปลงความคิดรวบยอด ความเชื่อที่เรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คุณค่าที่เราให้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือความเชื่ออย่างใดอย่างหนึ่งและโลกทัศน์รอบตัวเรา

2. การเปลี่ยนแปลงอารมณ์ความรู้สึก (Affection) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่แสดงออกได้ โดยการหัวเราะ ร้องไห้ ขนหัวลุก ฯลฯ ซึ่งสังเกตและวัดการโต้ตอบจากวาจาหรืออากัปกริยาของผู้รับสารด้วยตนเอง

3. การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม หมายถึงการเปลี่ยนแปลงการกระทำที่สามารถเห็นได้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนี้เป็นไปได้ค่อนข้างยาก ในการสังเกตการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม จะสังเกตได้จากวาจาและการกระทำของผู้รับสาร

อย่างไรก็ตามไม่ว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นจะเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นการรับรู้อิทธิพลเหนือความชอบหรือการเปลี่ยนแปลงการกระทำที่ดี ทั้งหมดนี้ไม่สามารถจะแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจนนัก คือในบางครั้งคนเราก็อาจเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเนื่องมาจากหลายสาเหตุ แต่สิ่งที่แน่นอนก็คือการเปลี่ยนแปลงทั้งหลายนั้นมีจุดเริ่มมาจากการเปลี่ยนทัศนคติของผู้รับสารในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และความยากง่ายของเรื่องที่ต้องการสื่อสารก็มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน นอกจากนี้ในบางครั้งการเปลี่ยนแปลงก็อาจไม่เกิดขึ้นในทันทีทันใด ต้องอาศัยระยะเวลาในการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้สื่อสารที่จะต้องวางแผนการโน้มน้าวใจอย่างรอบคอบเพื่อให้ได้ผลตามที่ต้องการ

แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

แนวความคิดนี้ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ของ 3 ตัวแปรคือ ความรู้ (KNOWLEDGE) ทักษะ (ATTITUDE) และการยอมรับปฏิบัติ (PRACTICE) บางครั้งเรียกว่าการจำลอง KAP กระบวนการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจของแบบจำลองนี้ว่าเป็นการให้ความรู้แก่ผู้รับสาร เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติอันนำไปพฤติกรรมหรือการปฏิบัติในที่สุด

แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้

วิชัย วงษ์ใหญ่ (2533) กล่าวว่า “ ความรู้ ” เป็นพฤติกรรมเบื้องต้นที่ผู้เรียนสามารถจดจำได้หรือระลึกได้ โดยการมองเห็น การได้ยิน ความรู้ในที่นี้คือ ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ คำจำกัดความเป็นต้น

ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับการรับรู้ผ่านการเรียนรู้อย่างเป็นระบบโดยการเรียนรู้จากการตอบสนองสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยาด้วย เหตุนี้ ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรให้สอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตาม ความรู้ก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ และผลกระทบบทที่ผู้รับสารเกิดความเข้าใจในทฤษฎีการสื่อสารนั้น อาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการ คือ (สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร 2533 : 120-121)

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศโดยอาศัยสื่อทั้งหลายในการตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน
2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคตินั้น ส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่ นวัตกรรมนั้น ๆ (ในฐานะความรู้)

3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไปเพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของบุคคลและค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสาร สังคม มักกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารทราบระบบความเชื่อถือที่หลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่น่าเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านี้

ชัชวาล ชมศิริตระกูล (2542 : 62-64) ได้สรุปแนวความคิดของประภาเพ็ญ สุวรรณ ซึ่งได้ให้ความสำคัญของความรู้ความเข้าใจของมนุษย์ในการตัดสินใจในข้อเท็จจริงต่างๆ โดยยอมรับว่าการเรียนรู้ของมนุษย์จะเริ่มต้นจากในระดับง่ายก่อน แล้วจะมีการพัฒนาขึ้นเป็นลำดับ แบ่งเป็น 6 ชั้น คือ

1. ความรู้ (Knowledge) เป็นขั้นแรกของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการจดจำอาจจะโดยการนึกได้ มองเห็น ได้ยินและได้ฟัง ความรู้ในขั้นนี้ประกอบด้วย คำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ วิธีการแก้ปัญหามาตรฐาน เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่าความรู้นี้เป็นเรื่องของกรจำได้หรือระลึกได้ โดยไม่จำเป็นต้องใช้ความคิดซับซ้อน ดังนั้น การจำได้จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญทางจิตวิทยา และเป็นขั้นตอนที่นำไปสู่พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความเข้าใจ การนำความรู้ไปใช้ในการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินผลซึ่งเป็นขั้นตอนที่ได้ใช้ความคิด และความสามารถด้านสมองเพิ่มมากขึ้น เป็นลำดับ

2. ความเข้าใจ (Comprehension) เป็นพฤติกรรมขั้นต่อมาจากความรู้ ขั้นตอนนี้จะต้องใช้ความสามารถทางสมอง และทักษะในขั้นที่สูงขึ้นจนถึงระดับของ “การสื่อความหมาย” ซึ่งอาจทำได้ทั้งการใช้ปากเปล่า ข้อเขียน ภาษา หรือการใช้สัญลักษณ์ มักจะเกิดขึ้นภายหลังจากที่บุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ แล้วความเข้าใจนี้จะแสดงออกในรูปของการใช้ทักษะ หรือการแปลความหมายต่างๆ โดยคงความหมายเดิมเอาไว้ หรืออาจเป็นการแสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อสรุป หรือการคาดคะเนได้

3. การนำไปใช้ (Application) ความสามารถในการนำความรู้ไปใช้นี้เป็นพฤติกรรมขั้นที่สาม ซึ่งจะต้องอาศัยความสามารถหรือทักษะทางด้านความเข้าใจดังกล่าวมาแล้ว การนำเอาความรู้ไปใช้ใหม่อีกหนึ่ง ก็คือ การแก้ปัญหา เมื่อพิจารณาจะเห็นว่าความเข้าใจในหลักทฤษฎีวิธีการต่างๆ จะถูกนำไปใช้ในการแก้ปัญหาได้

4. การวิเคราะห์ (Analysis) ความสามารถในการวิเคราะห์ เป็นพฤติกรรมที่ช่วยให้สามารถแยกภาพรวมออกเป็นส่วน ๆ ย่อย ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่เด่นชัดยิ่งขึ้น อาจแบ่งเป็นชั้นย่อย ได้ 3 ชั้นด้วยกัน คือ

4.1 ความสามารถในการแยกแยะองค์ประกอบของปัญหาออกเป็นส่วน ๆ

4.2 ความสามารถในการเห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประกอบ

4.3 ความสามารถในการมองเห็นหลักของการผสมผสานปัญหาที่มีองค์ประกอบย่อยมากมาย

5. การสังเคราะห์ (Synthesis) หมายถึง ความสามารถในการนำเอาส่วนประกอบย่อยหลาย ๆ ส่วนมารวมกันเป็นกรอบโครงสร้างที่แน่ชัด โดยทั่วไปแล้วความสามารถนี้จะเกิดจากการนำเอาประสบการณ์ในอดีตมารวมกับประสบการณ์ในปัจจุบันและนำมาสร้างเป็นกรอบที่มีระเบียบแบบแผน ความสามารถในการสังเคราะห์ที่เป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ หรือความคิดริเริ่ม จึงต้องอาศัยความสามารถขั้นต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว

6. การประเมินผล (Evaluation) ความสามารถในการประเมินผลที่เกี่ยวข้องกับการให้ค่าต่อความรู้ หรือข้อเท็จจริงต่าง ๆ ซึ่งจะต้องใช้เกณฑ์ หรือมาตรฐานอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นส่วนประกอบในการประเมินผลมาตรฐานนี้ อาจจะถูกออกมาทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ มาตรฐานที่ใช้นี้อาจจะมาจากที่บุคคลนั้นตั้งขึ้นเอง หรือมาจากมาตรฐานที่มีอยู่แล้ว ความสามารถในการประเมินผลนอกจากจะเป็นความสามารถขั้นสุดท้ายแล้วยังเป็นตัวเชื่อมที่สำคัญของพฤติกรรมด้านอื่น ๆ ด้วยความสามารถในการประเมินผลนี้ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นในขั้นสุดท้ายเสมอไป แต่อาจจะอยู่ในทุกขั้นตอนของความสามารถหรือทักษะต่าง ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

Fishbein Martin (1976) ได้ให้คำจำกัดความของ ทศนคติ ว่า ทศนคติคือความโน้มเอียง ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ที่แสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางสนับสนุนหรือไม่สนับสนุน ทศนคติเกิดขึ้น ก่อนพฤติกรรมและทศนคติเป็นเครื่องหมายกำหนดพฤติกรรมบุคคล

Milton Rokeach (1970) ได้ให้ความหมายของ ทศนคติ ว่า ทศนคติเป็นการผสมผสาน หรือจัดระเบียบของความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ผลรวมของความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลในการที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ

Rensis Likert (อ้างในดำนินทร์ กิจนชิ,2540) ได้ศึกษามูลเหตุของการเกิดทศนคติของคน ซึ่งนับได้ว่าเป็นผลการศึกษาที่เน้นถึงการเกิดทศนคติตามหลักวิชาการด้านการสื่อสารโดยเฉพาะ สรุปได้ว่าทศนคติเกิดจากการเรียนรู้จากแหล่งทศนคติ(Source of Attitude)มีที่มาจากสิ่งต่างๆ ต่อไปนี้คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เป็นประสบการณ์เฉพาะบุคคล เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทศนคติต่อสิ่งนั้นในทางดีหรือไม่ดีตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การได้รับการติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่นจะทำให้เกิดทศนคติจากการรับรู้ข่าวสารจากบุคคลอื่น ซึ่งมักจะเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิด เช่น บิดา มารดา
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Model) เป็นการลอกเลียนแบบผู้อื่นจนทำให้เกิดทศนคติขึ้นมาได้
4. ทศนคติที่เกิดจากสถาบัน (Institutional Factors) ทศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบันในการหล่อหลอมของสถาบันต่อบุคคลที่เป็นสมาชิกอยู่

ธีระพล ท่วมชุมพร (2541) กล่าวว่า การที่จะเกิดทศนคติได้ในตัวบุคคล จะต้องมีการบวนการในการสร้างทศนคติอันมีองค์ประกอบ 3 ประการคือ

1. การรับรู้ (Cognitive) หมายถึง ความรู้หรือความเชื่อของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ
2. ความรู้สึก (Affective) หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆว่าชอบหรือไม่ชอบ
3. การกระทำ (Conative) หมายถึง แนวโน้มที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของพฤติกรรม ที่มีต่อสิ่งต่างๆ

จุมพล รอดคำดี (2532) ได้สรุปว่าในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนและบุคคลอื่น
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนในระดับนี้มาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่งที่ทำให้สะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคมซึ่งไปมีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมหรือการมีส่วนร่วม

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) กล่าวว่า พฤติกรรมคือ การกระทำพฤติกรรมใดๆของ คนเรา ส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องมาจากการมีความรู้ และทัศนคติที่แตกต่างกัน เกิดขึ้นได้เพราะความแตกต่างอันเนื่องมาจากการเปิดรับสื่อและความแตกต่างในการแปลความ สสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สิ่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

อัญชลี ลิ้สุวรรณค์ (2522) ได้ให้คำนิยามว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติของมนุษย์ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้โดยอาศัยหลักเหตุและผลและแรงจูงใจ

ผลของการโน้มน้าวใจก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบคือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ๆหรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง(Activation)
2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่าๆ (Deactivation)

Cronbach (อ้างใน สุภัทลยา บุษยบัณฑิต,2541:28) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของพฤติกรรมไว้ดังนี้

1. ความมุ่งหมาย หมายถึง ต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรมและถ้าเกิดมีความต้องการหลายๆอย่างในเวลาเดียวกัน ส่วนใหญ่จะเลือกตอบสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อนและความต้องการที่ห่างไปภายหลัง

2. ความพร้อม หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ
3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย หมายถึง การพิจารณาสถานการณ์ก่อน แล้วจึงตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด
5. การตอบสนอง หมายถึง การทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ
6. ผลที่ได้รับ หมายถึง ผลที่ได้รับอาจตรงตามที่คาดคิดไว้หรืออาจตรงกันข้ามที่คาดไว้
7. ปฏิริยาต่อความผิดหวัง หมายถึง การที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ ในกรณีนี้ก็อาจเป็นเหตุให้เกิดการย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานะใหม่และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท (2542 : 39) ได้อธิบายแนวคิดของ NANCY E. SCHWARTZ ว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนที่มีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติในรูปแบบ 4 ประการดังนี้

1. ทักษะเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ ดังนั้นความรู้มีความสัมพันธ์กับทักษะ และมีผลต่อการปฏิบัติ
2. ความรู้และทักษะมีความสัมพันธ์กัน และทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา
3. ความรู้และทักษะต่างกันทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยความรู้และทักษะไม่จำเป็นต้องสัมพันธ์กัน
4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

แนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจ

แอนเดรส (Andess 1970:505) ได้ให้ความหมายของ แรงจูงใจว่า แรงจูงใจเป็นตัวการที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมของมนุษย์

กิลฟอร์ดและเกรย์ (Guilford and Gray 1970:189) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือ สถานการณ์ภายใน ซึ่งไปกระตุ้นความปรารถนาหรือแรงผลักดันในแต่ละบุคคล และจะนำไปสู่เป้าหมายซึ่งอาจเป็นไปโดยจิตสำนึกหรือจิตใต้สำนึก

ถวิล เกือกุลวงศ์ (2528:53) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจหมายถึง ความต้องการ ความจำเป็น แรงขับหรือแรงกระตุ้นที่อยู่ภายในตัวบุคคล แรงจูงใจจะถูกนำมามุ่งหน้าไปสู่เป้าหมาย ซึ่งอาจเป็นลักษณะของจิตสำนึกหรือจิตใต้สำนึก

สงวน สุทธิเลิศอรุณ (2529:112) ได้สรุปความหมายของแรงจูงใจว่าหมายถึง สิ่งจูงใจที่ทำให้เกิดการใช้พลังที่มีอยู่ในตัวบุคคล กระทำกิจกรรมเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายหรือแรงจูงใจเป็นสิ่งที่ช่วยยื้อให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตนต้องการ

ประเภทของแรงจูงใจ

ฮิลการ์ด (Hilgard 1962:321-322) แบ่งแรงจูงใจออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. แรงจูงใจเพื่อการอยู่รอด (The Survivor Motive) หมายถึง ความต้องการทางกาย (Physiological Needs) ซึ่งเป็นสิ่งที่ขาดเสียมิได้ เช่น ความต้องการอาหาร ความต้องการน้ำ ความต้องการอุณหภูมิพอเหมาะ ความต้องการในการขับถ่ายของเสีย ความต้องการพักผ่อน และความต้องการทำกิจกรรม

2. แรงจูงใจทางสังคม (Social motives) หมายถึงแรงจูงใจอันเกิดจากความต้องการทางสังคม (Social Needs) ของมนุษย์ในการเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นๆ ได้แก่ ความต้องการความรัก (Need for Affection) ความต้องการตำแหน่งในสังคม (Need for Social Status) ความต้องการทางเพศ (Sex Needs) ความต้องการเหล่านี้กระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ (Motives) ให้คนเรากระทำพฤติกรรมทางสังคม (Social Behavior)

3. แรงจูงใจในทางอวดตน (Ego-integrative Motives) ความต้องการปรัชญาชีวิตที่น่าพอใจ ความต้องการชื่อเสียงเกียรติยศ ความต้องการในการสร้างและประดิษฐ์เพื่อให้เกิดความรู้สึกนับถือตนเอง (Self-respect) ซึ่งจะเป็นทางให้บุคคลสามารถหลีกเลี่ยงจากการมีปมด้อย (Inferiority Complex) และความรู้สึกว่าตนเองไม่มีค่า (Self-depreciation) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าตนจะได้มีความรู้สึกว่าคุณมีความสามารถ (Sense of Attainment) ส่วนแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการปรัชญาชีวิตที่น่าพอใจ (Satisfying Philosophies of Life) นั้น ก็เพื่อบุคคลจะได้เป็นที่น่านิยมนกย่องของคนอื่นในสังคมด้วย

แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชน

สหประชาชาติ (United Nations, 1978) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนในฐานะที่เป็นกระบวนการในการพัฒนาไว้ว่า คือ การเข้าร่วมอย่างกระตือรือร้นและมีพลังของประชาชนในระดับต่างๆคือ

1. ในกระบวนการตัดสินใจ เพื่อกำหนดเป้าหมายของสังคมและการจัดสรรทรัพยากรในการให้บรรลุเป้าหมายนั้น
2. ในการปฏิบัติตามแผนการหรือโครงการต่างๆโดยสมัครใจ

เงื่อนไขสำคัญอย่างน้อย 3 ประการดังนี้

1. ประชาชนต้องมีอิสรภาพที่จะมีส่วนร่วม
2. ประชาชนต้องสามารถที่จะมีส่วนร่วม
3. ประชาชนต้องเต็มใจที่จะมีส่วนร่วม

กลยุทธ์สร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน

1. การโน้มน้าวจิตใจเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชนแต่ไม่ให้เข้าร่วมในการวางแผนหรือกระบวนการตัดสินใจ
2. การให้การศึกษา การให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจในโครงการ
3. การรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเจ้าหน้าที่แจ้งจุดยืนของตนในโครงการนั้นๆให้ประชาชนทราบและขอให้แสดงความเห็นต่อประเด็นนั้นๆ

แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง (Resistance to Change)

การเปลี่ยนแปลงองค์การที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในส่วนตัวขององค์การก็ตาม มักจะได้รับการต่อต้านจากบุคคลในองค์การ การต่อต้านการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นพฤติกรรมที่สามารถพบได้เสมอในการเปลี่ยนแปลงองค์การ เพราะการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอาจก่อให้เกิดความรู้สึกกังวลและมันไม่คงกับตัวพนักงานได้

Stephen P. Robbins (1994) ได้กล่าวว่า การต่อต้านการเปลี่ยนแปลงมักจะได้จากสาเหตุหลายประการ คือ

1. ความรู้สึกไม่มั่นคง

2. การสูญเสียผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ
3. การกลัวความไม่รู้
4. การสูญเสียสถานภาพทางสังคม
5. การขาดความคุ้นเคยและความสะดวกสบาย
6. การไม่สามารถสร้างการยอมรับการเปลี่ยนแปลงให้แก่พนักงาน
7. ความเฉื่อยชาของโครงสร้าง
8. ความเฉื่อยชาของกลุ่ม
9. ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยต่าง ๆ และข้อจำกัดของการเปลี่ยนแปลง

เฉพาะจุด

10. ผลกระทบต่อความชำนาญ อำนาจ และทรัพยากร

เมื่อพิจารณาถึงการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นแล้ว จะเห็นว่าการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงมีอยู่ 2 ด้าน คือ การต่อต้านจากบุคคล (individual resistance) (สาเหตุของการต่อต้านข้อ 1-5) และการต่อต้านจากองค์การ (organization resistance) (สาเหตุของการต่อต้านข้อ 6-10) การจะเปลี่ยนแปลงองค์การจึงต้องคำนึงถึงการต่อต้านที่อาจเกิดขึ้นจากสาเหตุต่าง ๆ และหาทางในการแก้ไขและป้องกัน

อย่างไรก็ดี แม้ว่าการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงจะเป็นอุปสรรคคอยสกัดกั้นหรือทำให้การเปลี่ยนแปลงไม่ประสบความสำเร็จก็ตาม การต่อต้านการเปลี่ยนแปลงก็ยังมีข้อดีในด้านที่ทำให้มีการทบทวนถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างจริงจัง และยังช่วยให้เกิดความรอบคอบในการทำการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับการลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง (Overcoming Resistance to Change)

เมื่อมีการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น และองค์การยังคงต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือเห็นว่า การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็น ไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงได้ องค์การก็จะต้องหาวิธีการในการจัดการกับการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงหรือลดการ

ต่อต้านการเปลี่ยนแปลง เพื่อช่วยให้การเปลี่ยนแปลงสามารถดำเนินการต่อไปได้ต่อไปได้จนเสร็จสิ้นโดย Andzej Huczynski and David Buchanan (1991) ได้เสนอวิธีการลดการต่อต้านที่อาจเกิดขึ้นได้เมื่อองค์กรเกิดการเปลี่ยนแปลง

1. การให้การศึกษาและติดต่อสื่อสาร (Education and Communication) การต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในองค์กรนั้น สาเหตุส่วนหนึ่งเกิดจากการขาดข้อมูลและความไม่รู้ การลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นขององค์กรจะสามารถทำได้ โดยการให้ความรู้แก่บุคคลที่เกี่ยวข้องถึงความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลง และผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง การให้ความรู้และการสร้างระบบการติดต่อสื่อสารในองค์กรนี้จะช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องต่อการเปลี่ยนแปลง

2. การสร้างการมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลง (Participation or Involve employees in the change efforts) การให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมมีความเชื่อพื้นฐานว่า การต่อต้านจะลดลงหากพนักงานมีโอกาสหรือได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลง พนักงานจะไม่ต่อต้านสิ่งที่เขาเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ

3. การให้ความช่วยเหลือสนับสนุนและอำนวยความสะดวก (Facilitation and Support) องค์กรสามารถลดการต่อต้านโดยการให้ความช่วยเหลือพนักงาน เป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงและช่วยให้พนักงานตระหนักถึงความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลง

4. การเจรจาต่อรอง (Negotiation) เป็นการลดการต่อต้านโดยการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์บางประการแก่ผู้ที่ต่อต้าน เพื่อให้ลดการต่อต้านลง

5. การเข้าไปจัดกระทำและดึงเข้ามาเป็นพวก (Manipulation and Cooptation) การจัดกระทำ (manipulation) เป็นการพยายามเข้าไปใช้อิทธิพลให้การเปลี่ยนแปลงดูเป็นที่ดึงดูดมากขึ้น เพื่อให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลง การดึงเข้ามาเป็นพวก (Cooptation) เป็นเรื่องของการจัดกระทำและการมีส่วนร่วม เป็นการนำผู้นำในการต่อต้าน การเปลี่ยนแปลงเข้ามามีส่วนร่วมและมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจ

6. การบังคับ (Coercion) องค์กรอาจใช้วิธีการบังคับโดยตรงและบังคับโดยอ้อม การบังคับสามารถทำได้หลายแบบ เช่น การไม่เลื่อนตำแหน่ง การประเมินผลงานไม่ดี การสร้างความ

ไม่สะดวกในการทำงาน ฯลฯ การใช้การบังคับนี้การต่อต้านอาจยังคงอยู่แต่ไม่แสดงตัวก็ได้ วิธีนี้เป็นวิธีที่ง่ายที่สุดและสามารถใช้ได้ในระยะสั้น ๆ

7. การประกันความสูญเสียที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลง องค์การให้การรับรองว่าการเปลี่ยนแปลงจะไม่ทำให้เกิดการสูญเสียผลประโยชน์ในด้านต่าง ๆ และสิ่งที่เคยได้รับ

8. ดำเนินการเปลี่ยนแปลงเฉพาะที่จำเป็น การเปลี่ยนแปลงเฉพาะที่จำเป็นเป็นการจำกัดวงหรือผลกระทบของการเปลี่ยนแปลง จะช่วยลดจำนวนผู้ที่ต่อต้านลง และทำให้การต่อต้านอ่อนแรงลงได้

9. การสร้างความเชื่อถือและการใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัว องค์การจะพยายามสร้างความเชื่อถือให้เกิดขึ้นแก่องค์การ หรือผู้นำ กล่าวคือ ให้พนักงานเชื่อถือในวิสัยทัศน์ ความตั้งใจขององค์การ หรือผู้นำ ผู้นำและองค์การจะมีภาพพจน์ที่ดีและเป็นที่ยอมรับเมื่อผู้นำผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การต่อต้านก็จะลดลง เพราะคนส่วนใหญ่เชื่อถือผู้นำจะยอมทำตามผู้นำ นอกจากนี้ความเชื่อที่พนักงานมีต่อผู้นำหรือองค์การแล้ว ผู้นำยังอาจใช้การสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัว ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการ เพื่อลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงได้ด้วยการใช้ความสัมพันธ์นี้ขอให้บุคคลที่ต่อต้านลดการต่อต้านลง

เทคนิคและวิธีการในการลดการต่อต้านเปลี่ยนแปลงข้างต้นนี้ จะมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ กัน การเลือกใช้วิธีการใดวิธีการหนึ่ง องค์การจะต้องกระทำด้วยความระมัดระวังและรอบคอบ ทั้งนี้เพราะแต่ละวิธีจะมีข้อดีและข้อจำกัดแตกต่างกัน ทางปตท.จึงจำเป็นที่จะต้องเลือกใช้วิธีที่ดีที่สุดในการเตรียมรับมือกับเหตุการณ์ต่างๆที่อาจเกิดขึ้นได้

Richard L. Daft (1992) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในองค์การจะประสบความสำเร็จ หากประกอบด้วยองค์ประกอบดังต่อไปนี้ คือ

1. ความต้องการในการเปลี่ยนแปลง (Need) ความต้องการในการเปลี่ยนแปลงเกิดจากสภาพที่องค์การและบุคคลในองค์การไม่พอใจกับสภาพต่าง ๆ ที่เป็นอยู่ ผลงานขององค์การไม่เป็นที่พอใจหรือไม่เป็นไปตามความต้องการ ความแตกต่างระหว่างความต้องการและผลงานที่เกิดขึ้นจริงมีมาก พนักงานและองค์การจึงอยากที่จะเปลี่ยนแปลง ความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงนอกจากจะช่วยให้การเปลี่ยนแปลงประสบความสำเร็จแล้วยังช่วยลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นด้วย

2. แนวความคิดในการเปลี่ยนแปลง (Idea) เป็นหลักการ แผนงาน หรือวิธีการในการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงในข้อ 1 แนวความคิดในการเปลี่ยนแปลงอาจเป็นเรื่องของวิธีการในการทำงานใหม่ การสร้างผลผลิตใหม่ เครื่องจักร เครื่องมือใหม่ ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน แนวความคิดในการเปลี่ยนแปลงอาจมาจากภายในองค์กรเอง หรือภายนอกองค์กรก็ได้

3. การที่ยอมรับที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลง (Adoption) เป็นสภาพที่ผู้บริหารระดับสูง และพนักงานยอมรับแนวความคิดที่จะเปลี่ยนแปลงองค์การเป็นการพบกันระหว่างแนวความคิดในการเปลี่ยนแปลง และความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงซึ่งสอดคล้องและไปด้วยกัน อันจะก่อให้เกิดการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น

4. การดำเนินการเปลี่ยนแปลง (Implementation) เป็นขั้นตอนที่องค์กรและพนักงานนำการเปลี่ยนแปลงไปสู่การปฏิบัติในขั้นตอนนี้จะเป็นการนำแนวความคิดใหม่ วิธีการทำงานใหม่ เครื่องมือและอุปกรณ์ใหม่ ตลอดจนพฤติกรรมการทำงานใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงาน ในขั้นนี้อาจมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามสิ่งที่จะเปลี่ยนแปลงไปได้ ขั้นตอนนี้ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญและมีผลต่อความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลงมาก ซึ่งการดำเนินการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นขั้นตอนที่มีความยากลำบากที่สุดในกระบวนการเปลี่ยนแปลงในองค์กร

5. การจัดสรรทรัพยากร (Resources) การเปลี่ยนแปลงเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยทรัพยากรทั้งในด้านเวลาและทรัพยากรทางการบริหารอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นกำลังคน วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้และงบประมาณในการดำเนินการ ตั้งแต่การสร้างสรรค์และแสวงหาแนวทางในการเปลี่ยนแปลง ซึ่งต้องมีผู้ที่เข้ามาทำหน้าที่ในการหาแนวทางในการเปลี่ยนแปลง ต้องใช้เวลาและงบประมาณ ฯลฯ จนกระทั่งถึงการดำเนินการเปลี่ยนแปลง การจัดสรรทรัพยากรนี้จะเป็นการแสดงออกถึงความเอาใจจริงเอาใจและความตั้งใจจริงในการเปลี่ยนแปลงขององค์กรด้วย

จากทฤษฎีและแนวความคิดข้างต้นนี้สามารถนำไปใช้ศึกษาการทำวิจัย เรื่อง การสื่อสารเพื่อการจัดการภายในองค์กรกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ศึกษากรณี การแปรรูปของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย เนื่องจากเมื่อการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยต้องการแปรรูปไปเป็นบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)นั้นย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกไม่มั่นคงขึ้นในใจของพนักงานทุกคนเกี่ยวกับหน้าที่การงานของตนว่าอาจส่งผลกระทบต่อตนเอง อันอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจที่ถูกต้องจนเกิดความไม่สงบขึ้นได้ ดังนั้นทาง การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยจึงจำเป็นต้องให้

ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการแปรรูปผ่านทางช่องทางการสื่อสารที่องค์การมีอยู่ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อให้พนักงานทราบ อีกทั้งยังต้องทำการดำเนินการโน้มน้าวใจให้พนักงานเกิดการยอมรับและไม่ต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นอีกด้วย

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กัญชลิ จานงค์วงศ์ (2533) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดทัศนคติต่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ศึกษากรณี สหภาพแรงงานการสื่อสารแห่งประเทศไทย” ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ พบว่า

1. สาเหตุที่ทำให้เกิดการคัดค้านหรือการมีทัศนคติที่ไม่เห็นด้วยกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของสมาชิก(สร.กสท.)มาจากปัจจัยต่างๆได้แก่ ความต้องการอำนาจในการต่อรองของสหภาพและการคำนึงถึงผลประโยชน์สาธารณะ

2. ในบรรดาปัจจัยต่างๆที่เป็นสาเหตุของการเกิดทัศนคติดังกล่าวข้างต้นนั้น ปัจจัยความต้องการอำนาจในการต่อรองของสหภาพแรงงานเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการทำให้เกิดทัศนคติดังกล่าว

ชนินาถ เจริญผล (2538) ทำวิจัยเรื่อง “ การศึกษารูปแบบการสื่อสารการรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์การ และความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานการทำเรือแห่งประเทศไทย รัฐวิสาหกิจที่กำลังจะแปรรูป ” โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ การวิจัยครั้งนี้พบว่า รูปแบบการสื่อสารในองค์การเป็นการสื่อสารสองทาง พนักงานส่วนใหญ่รับรู้เรื่องการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาขั้นต้นมากที่สุด, พนักงานส่วนใหญ่พอใจในความสำเร็จของงาน, พนักงานชายมีการรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์การ แตกต่างกับพนักงานหญิง

ณัญญา ช้างเขี้ยววงษ์ (2544) ทำวิจัยเรื่อง “ การสื่อสารในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย ” โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ พบว่า

- พนักงานการทำอากาศยานแห่งประเทศไทยที่มี เพศ,ระดับตำแหน่งและหน่วยงานที่สังกัดแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบของการแปรรูปรัฐวิสาหกิจต่างกัน
- พนักงานการทำอากาศยานแห่งประเทศไทยที่มี อายุ,สถานภาพสมรส,ระดับการศึกษา,ระยะเวลาการทำงานและเงินเดือนต่างกัน มีทัศนคติและการยอมรับในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจไม่ต่างกัน
- ความรู้ความเข้าใจที่มีต่อการแปรรูปมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของพนักงานการทำอากาศยานกรุงเทพ ต่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของการทำอากาศยานแห่งประเทศไทยความพึงพอใจในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของพนักงานการทำอากาศยานต่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย
- ลักษณะการสื่อสารของพนักงานการทำอากาศยานกรุงเทพมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของพนักงานการทำอากาศยานต่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย

ณัฐรุจ ณิชยุ (254)ทำวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารกับความพึงพอใจในการสื่อสารและการทำงานของพนักงานในองค์การด้านไฟฟ้าในช่วงการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ ผลการวิจัยพบว่า

- รูปแบบการสื่อสารของกฟผ. และ กฟภ. ในช่วงการแปรรูปรัฐวิสาหกิจแตกต่างกัน
- บรรยากาศการสื่อสารในองค์การของกฟผ. และ กฟภ. ไม่แตกต่างกัน
- พนักงานกฟผ. และ กฟภ. มีความเข้าใจเรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจระดับปานกลาง
- พนักงานกฟผ. และ กฟภ. มีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์การที่แตกต่างกันและมีความพึงพอใจในการทำงานที่ไม่แตกต่างกัน

ถาวร เขาวพันธ์ (2535) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การแปรรูปรัฐวิสาหกิจกับกิจการสื่อสารโทรคมนาคมของประเทศไทย” พบว่า การแปรรูปรัฐวิสาหกิจมักประสบความสำเร็จในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว ส่วนประเทศที่กำลังพัฒนามักประสบความสำเร็จในการแปรรูปไม่ว่าจะ

เป็นปัญหาในเรื่องการต่อต้านทั้งจากกลุ่มผู้บริหาร พนักงานรัฐวิสาหกิจ และสหภาพแรงงาน เนื่องจากกลุ่มบุคคลเหล่านี้คำนึงถึงผลกระทบในด้านความมั่นคงในการทำงาน ค่าจ้างและสวัสดิการ อีกทั้งนโยบายการแปรรูปของรัฐบาลก็ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร

นฤพล โรหิตจันท์ (2534) ศึกษาถึงประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้และทัศนคติต่อโครงการเจ้าพระยากับตาวิเศษของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าทั้งพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความรู้ ทัศนคติเกี่ยวกับโครงการ และสื่อในการประชาสัมพันธ์ต่างก็มีความสัมพันธ์กันทั้งสิ้น การที่จะให้ประชาชนเกิดความรู้ทัศนคติที่ดีต่อโครงการและสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการนั้น จะต้องให้ประชาชนมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มากเพียงพอที่จะทำให้เกิดความรู้และจดจำได้

สรารุณ เพชรสุภา (2541) ศึกษาเรื่องผลกระทบของการแปรรูปรัฐวิสาหกิจต่อขบวนการแรงงาน ศึกษากรณีการแปรรูปองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย โดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ผลการวิจัยพบว่า ประเด็นความมั่นคงในการทำงานภายหลังการแปรรูปใหม่ ๆ ยังไม่มีการปลดพนักงานหรือการเลิกจ้างกระทันหัน ทั้งนี้เพราะปัจจัยหลายอย่าง เช่น มีข้อเสนอให้ให้พนักงานลาออกก่อนเกษียณ การที่จำนวนพนักงานยังไม่เพียงพอับเลขหมายที่ต้องรับผิดชอบการที่รัฐยังคงถือหุ้นส่วนใหญ่บริษัทที่ตั้งใหม่แต่ภายหลังจากการที่มีการจำหน่ายหุ้นให้กับประชาชนทั่วไป พนักงานคนไหนที่ไม่สามารถปรับตัวอาจถูกเลิกจ้างได้ ประเด็นเงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส คงได้เพิ่มมากขึ้นใกล้เคียงภายหลังการแปรรูปโดยเทียบกับบริษัทเอกชนแต่พนักงานต้องทำงานเพิ่มขึ้น

อารียา โรจน์วิถิ (2533) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติผู้นำสหภาพแรงงานต่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ” พบว่า พนักงานในองค์กรไม่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจเท่าที่ควร เนื่องจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายการแปรรูปไม่ได้มีการออกข้อกำหนด หรือนโยบายที่สั่งให้รัฐวิสาหกิจแต่ละแห่งดำเนินการประชาสัมพันธ์เรื่องการแปรรูปและรัฐวิสาหกิจแต่ละแห่งก็ไม่ได้มีนโยบายเสริมความรู้เรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจให้พนักงานในองค์กรได้เข้าใจแต่อย่างใด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ของ บริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน) ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการประยุกต์โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึกกลุ่มตัวอย่างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ประชากร

ประชากร ได้แก่ พนักงานบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานใหญ่ เลขที่ 555 ถนนวิภาวดี เขตจตุจักร กรุงเทพฯ และปฏิบัติงานตั้งแต่ก่อน ปตท. จะมีการแปรรูป จำนวนทั้งสิ้น 1,791 คน (ที่มา : ฝ่ายนโยบายทรัพยากรบุคคล บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน))โดยพนักงานแต่ละคนจะแยกออกตามหน่วยงานที่ตนสังกัดแยกออกเป็น 4 กลุ่มคือ

- | | | |
|----------------------------|-----|----|
| 1. กลุ่มธุรกิจน้ำมัน | 735 | คน |
| 2. กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ | 282 | คน |
| 3. กลุ่มปิโตรเคมี | 25 | คน |
| 4. กลุ่มสำนักงานใหญ่ | 749 | คน |

ขนาดและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การคำนวณหาขนาดตัวอย่างจากจำนวนประชากรทั้งหมด 1,791 คน โดยใช้วิธีการเปิดตารางของ Taro Yamane โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความคลาดเคลื่อน 5 % และต้องการความเชื่อถือได้ 95 % ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 316 คน

การสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะใช้วิธีการ สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยเลือกสุ่มจากประชากรตามลำดับหน่วยงานที่สังกัดและในแต่ละชั้นภูมิ จะทำการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportional Stratified Random Samplin) โดยใช้สูตร

$$F = \frac{n \times Ni}{N}$$

- เมื่อ F = จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มเมื่อแยกออกตาม
หน่วยงานที่พนักงานสังกัดอยู่
- n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
- Ni = จำนวนพนักงานในแต่ละกลุ่มเมื่อแยกออกตาม
หน่วยงานที่ พนักงาน สังกัดอยู่
- N = จำนวนประชากรในนี้ได้แก่พนักงานบริษัท ปตท.
จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 1,791 คน

สถาบันวิจัยและพัฒนา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างเมื่อแยกตามสังกัด

1. กลุ่มธุรกิจน้ำมัน 735 คน

$$F = \frac{n \times N_i}{N}$$

$$= \frac{316 \times 735}{1791}$$

$$= 132.85$$

ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มธุรกิจน้ำมันคือ 133 คน

2. กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ 282 คน

$$F = \frac{316 \times 282}{1791}$$

$$= 49.75$$

ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติคือ 50 คน

3. กลุ่มปิโตรเคมี 25 คน

$$F = \frac{316 \times 25}{1791}$$

$$= 4.41$$

ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มปิโตรเคมีคือ 5 คน

4. กลุ่มสำนักงานใหญ่ 749 คน

$$F = \frac{316 \times 749}{1791}$$

$$= 132.15$$

ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มสำนักงานใหญ่คือ 132 คน

รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 320 คนที่ระดับความน่าเชื่อถือ 95 % และความคลาดเคลื่อน 5 %

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสร้างจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารที่ทางปตท.ใช้ประชาสัมพันธ์รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็นทั้งสิ้น 5 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน สังกัด ระดับตำแหน่ง จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากสื่อต่างๆ จำนวน 5 ข้อ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจจากสื่อภายนอก จำนวน 7 ข้อ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจจากสื่อภายในบริษัท จำนวน 10 ข้อ สื่อที่มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปจำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปจำนวน 24 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัทปตท.จำกัด(มหาชน) จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 5 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจที่ผ่านมาของบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน)

หลักเกณฑ์การให้คะแนน

ในการวิจัยครั้งนี้มีเกณฑ์ในการให้คะแนนคำตอบในแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อ 1-6 ลักษณะทางประชากร

ตอนที่ 2 ข้อ 7 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากสื่อต่างๆ จะมีคำตอบให้เลือกทั้งสิ้น 5 คำตอบคือ ทุกวัน 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ 2-3 ครั้งต่อเดือน นานๆ ครั้ง ไม่เคยเลย การกำหนดน้ำหนักคำตอบหรือคะแนนดังนี้

ทุกวัน	=	5	คะแนน
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	=	4	คะแนน
2-3 ครั้งต่อเดือน	=	3	คะแนน
นานๆ ครั้ง	=	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	=	1	คะแนน

โดยมีเกณฑ์การพิจารณาค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารแยกเป็น 5 กลุ่มคือ

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 คะแนน แสดงว่า มีระดับการเปิดรับข่าวสารทุกวัน

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 คะแนน แสดงว่า มีระดับการเปิดรับข่าวสาร 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 คะแนน แสดงว่า มีระดับการเปิดรับข่าวสาร 2-3 ครั้งต่อเดือน

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 คะแนน แสดงว่า มีระดับการเปิดรับข่าวสารนานๆ ครั้ง

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 คะแนน แสดงว่า มีระดับการเปิดรับข่าวสารไม่เคยเลย

ข้อ 8.1-8.7 การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจจากสื่อภายนอก

ข้อ 9.1-9.10 การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจจากสื่อภายในบริษัท

ข้อ 10.1-10.10 สื่อที่คิดว่ามีประสิทธิภาพในการให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูป

โดยคำถามแต่ละข้อจะมีคำตอบให้เลือกทั้งสิ้น 5 คำตอบคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย ไม่เคยเลย การกำหนดน้ำหนักคำตอบหรือคะแนนดังนี้

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	=	1	คะแนน

โดยมีเกณฑ์การพิจารณาค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารแยกเป็น 5 กลุ่มคือ

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 คะแนน แสดงว่า มีระดับการได้รับข่าวสารในปริมาณมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 คะแนน แสดงว่า มีระดับการได้รับข่าวสารในปริมาณมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 คะแนน แสดงว่า มีระดับการได้รับข่าวสารในปริมาณปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 คะแนน แสดงว่า มีระดับการได้รับข่าวสารในปริมาณน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 คะแนน แสดงว่า ไม่เคยได้รับข่าวสารเลย

ตอนที่ 3 ข้อ 1-24 รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการแปร
 รูปมีคำตอบให้เลือกทั้งสิ้น 5 คำตอบคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็น
 ด้วยอย่างยิ่ง การกำหนดน้ำหนักคำตอบหรือคะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	5	คะแนน
เห็นด้วย	=	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	=	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	=	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	1	คะแนน

โดยมีเกณฑ์การพิจารณาค่าเฉลี่ยรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจแยกเป็น 5 กลุ่มคือ

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 คะแนน แสดงว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 คะแนน แสดงว่า เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 คะแนน แสดงว่า ไม่แน่ใจ

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 คะแนน แสดงว่า ไม่เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 คะแนน แสดงว่า ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตอนที่ 4 ข้อ 1-8 ทศนคติเกี่ยวกับการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน) มีคำตอบให้เลือกทั้งสิ้น 5 คำตอบคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง การกำหนดน้ำหนักคำตอบหรือคะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 คะแนน

เห็นด้วย = 4 คะแนน

ไม่แน่ใจ = 3 คะแนน

ไม่เห็นด้วย = 2 คะแนน

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน

โดยมีเกณฑ์การพิจารณาค่าเฉลี่ยรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจแยกเป็น 5 กลุ่มคือ

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 คะแนน แสดงว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 คะแนน แสดงว่า เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 คะแนน แสดงว่า ไม่แน่ใจ

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 คะแนน แสดงว่า ไม่เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 คะแนน แสดงว่า ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 2 เดือนตั้งแต่เดือนธันวาคม 2546 ถึงมกราคม 2547 โดยการยื่นเรื่องขอความอนุเคราะห์ต่อผู้จัดการใหญ่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยการทำหนังสือชี้แจงวัตถุประสงค์ที่จะทำการวิจัย รวมทั้งโครงสร้างคำถามที่จะใช้สัมภาษณ์พนักงานรวมถึงแบบสอบถามตัวจริงที่จะใช้แจกให้พนักงาน บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ประกอบการพิจารณา เมื่อได้รับการอนุมัติทางบริษัทได้ประสานงานโดยการออกหนังสือเวียนแจ้งให้หน่วยงานต่างๆที่อยู่ในส่วนกลางทราบว่าจะมีการติดต่อขอสัมภาษณ์จากบุคคลภายนอกและจะมีการแจกแบบสอบถาม โดยทางผู้วิจัยดำเนินเข้าพบเพื่อนัดวัน และเวลาสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึกที่มีลักษณะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ จะนำมาวิเคราะห์ตามแนวคิดทฤษฎีที่เสนอไว้ในบทที่ 2 และวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตามหลักการวิจัยเชิงสำรวจ คือ วิเคราะห์ข้อมูลทางค่าสถิติในส่วนที่สามารถคำนวณได้ ใช้วิธีประมวลผลข้อมูลโดยเครื่องคอมพิวเตอร์ผ่านโปรแกรม SPSS(Statistical Package For The Social Science) มาประกอบกันเพื่อให้เกิดความแม่นยำ และความน่าเชื่อถือของข้อมูลมากที่สุด

การนำเสนอข้อมูล

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การศึกษาวិจัยเรื่อง การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน)” ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลโดยการตอบปัญหานำวิจัยในแต่ละข้อ โดยมุ่งเน้น การวิเคราะห์การให้สัมภาษณ์แบบเจาะลึกของกลุ่มเป้าหมายประกอบกับการตอบแบบสอบถาม ของพนักงานเพื่อความแม่นยำในการวิจัยทั้งในด้านรูปแบบและวิธีการให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ เพื่อสร้างการยอมรับของบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)ในช่วงระหว่างเตรียมการการแปรรูปโดยจะนำเสนอเพื่อตอบปัญหานำวิจัยในแต่ละข้อดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ พนักงานการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยในช่วงระหว่างการเตรียมการดำเนินการแปรรูปจนกระทั่ง จดทะเบียนเป็นบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน) มีลักษณะอย่างไร
2. วิธีการสร้างการยอมรับและป้องกันการต่อต้านการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานการ ปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยในช่วงระหว่างการเตรียมการดำเนินการแปรรูปจนกระทั่งจดทะเบียน เป็นบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน) อย่างไรบ้าง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวินิจฉัยเรื่อง การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 316 ชุดได้ ผลการวิจัยดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไป การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจและทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปของพนักงาน

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ทางปตท.ปรับปรุงและแก้ไขเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กรจากแบบสอบถามปลายเปิด

ตอนที่ 1 : ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	160	50.6
หญิง	156	49.4
รวม	316	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศพบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้เป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยเป็นเพศชายร้อยละ 50.6 และเพศหญิงร้อยละ 49.4

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 -35	135	42.8
36-50	155	49
50-60	26	8.2
รวม	316	100

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ระหว่าง 22-35 ปีคิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาจะมีอายุระหว่าง 36-50 คิดเป็นร้อยละ 49 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50-60 ปีมีน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 8.2

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	8	2.5
ปวช.หรือเทียบเท่า ม.6	5	1.6
ปวส.หรือ อนุปริญญา	27	8.5
ปริญญาตรี	161	50.9
ปริญญาโท	115	36.4
รวม	316	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าในจำนวนกลุ่มตัวอย่างนั้น จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.9 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 36.4 ระดับปวส.หรือ อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 8.5 ระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 2.5 และระดับปวช.หรือ เทียบเท่า ม.6 น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.6

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการทำงาน

ระยะเวลาการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
5-9 ปี	75	23.8
10 -14 ปี	97	30.7
15 ปีขึ้นไป	144	45.6
รวม	316	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าในจำนวนกลุ่มตัวอย่างนั้น มีระยะเวลาในการทำงานมากที่สุดคือ 15 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมาคือ 10-14 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.7 และ 5-9 ปี น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 23.8

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสังกัด

สังกัด	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มธุรกิจน้ำมัน	126	39.9
กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ	53	16.8
กลุ่มธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่น	5	1.6
กลุ่มสำนักงานใหญ่	132	41.8
รวม	316	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าในจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สังกัดกลุ่มสำนักงานใหญ่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาคือ กลุ่มธุรกิจน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 39.9 กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 16.8 และกลุ่มธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่น คิดเป็นร้อยละ 1.6

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการฝ่าย	2	0.6
ผู้จัดการส่วน	27	8.5
ผู้จัดการแผนก	49	15.5
พนักงานปฏิบัติการ	235	75.3
รวม	316	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าในจำนวนกลุ่มตัวอย่างนั้น มีระดับตำแหน่งพนักงานปฏิบัติการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.3 รองลงมาได้แก่ ระดับผู้จัดการแผนก คิดเป็นร้อยละ 15.5 ผู้จัดการส่วน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และ ผู้จัดการฝ่าย คิดเป็นร้อยละ 0.6

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ตารางที่ 7 ตารางแสดงการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากสื่อต่างๆ

สื่อ	ระดับความถี่					ระดับความถี่รวม		
	ทุกวัน	2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	2-3 ครั้งต่อเดือน	นานๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย	\bar{x}	SD.	การตีความ
1. โทรทัศน์	264 (83.5)	28 (8.9)	3 (.9)	8 (2.5)	13 (4.1)	4.65	.95	ทุกวัน
2. วิทยุ	171 (54.1)	72 (22.8)	13 (4.1)	45 (14.2)	15 (4.7)	4.07	1.26	2-3 ครั้งต่อสัปดาห์
3. หนังสือพิมพ์	323 (73.4)	58 (18.4)	-	17 (5.4)	9 (2.8)	4.54	.96	ทุกวัน
4. นิตยสารทั่วไป	19 (6.0)	144 (45.6)	58 (18.4)	59 (18.7)	36 (11.4)	3.16	1.15	2-3 ครั้งต่อเดือน
5. อินเทอร์เน็ต	155 (49.1)	90 (28.5)	18 (5.7)	26 (8.2)	27 (8.5)	4.01	1.28	2-3 ครั้งต่อสัปดาห์
รวม	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	4.08	1.12	2-3 ครั้งต่อสัปดาห์

จากตารางที่ 7 พบว่าในจำนวนกลุ่มตัวอย่างนั้น มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์มากที่สุดคือ ทุกวัน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.65 และ 4.54

รองลงมาจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากวิทยุและอินเทอร์เน็ต ประมาณ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.07 และ 4.01 ตามลำดับ

โดยจะเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากนิตยสารทั่วไปน้อยที่สุดคือ 2-3 ครั้งต่อเดือน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.16

ตารางที่ 8 ตารางแสดงการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ

สื่อ	ระดับความถี่					ระดับความถี่รวม		
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย	\bar{x}	SD.	การตีความ
1. โทรทัศน์	73 (23.1)	80 (25.3)	86 (27.2)	40 (12.7)	37 (11.7)	3.35	1.29	ปานกลาง
2. วิทยุ	23 (7.3)	41 (13.0)	112 (35.4)	66 (20.9)	74 (23.4)	2.60	1.19	น้อย
3. หนังสือพิมพ์	47 (14.9)	99 (31.3)	95 (30.1)	44 (13.9)	31 (9.8)	3.28	1.17	ปานกลาง
4. นิตยสารทั่วไป	6 (1.9)	18 (5.7)	84 (26.6)	104 (32.9)	104 (32.9)	2.11	.99	น้อย
5. อินเทอร์เน็ต	50 (15.8)	83 (26.3)	60 (19.0)	66 (20.9)	57 (18.0)	3.01	1.35	ปานกลาง
6. สื่อภายในองค์กร	190 (60.1)	76 (24.1)	26 (8.2)	11 (3.5)	13 (4.1)	4.33	1.04	มากที่สุด
7. เพื่อนร่วมงานและคนภายในองค์กร	117 (37.0)	123 (38.9)	53 (16.8)	11 (3.5)	12 (3.8)	4.02	1.01	มาก
รวม	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	3.24	1.14	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 พบว่าในจำนวนกลุ่มตัวอย่างนั้น ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจจากสื่อภายในองค์กรมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.33

ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจในระดับมาก จาก เพื่อนร่วมงานและคนในองค์กร โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02

ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจจากโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.35 3.28 และ 3.01 ตามลำดับ

โดยพนักงานจะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจจากนิตยสาร
ทั่วไปในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.11



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 ตารางแสดงถึงความถี่ที่พนักงานบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน)ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของปตท.จากสื่อต่างๆภายในบริษัท

สื่อ	ระดับความถี่					ระดับความถี่รวม		
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย	\bar{x}	SD.	การตีความ
1 ผู้บังคับบัญชา	75 (23.7)	95 (30.1)	103 (32.6)	28 (8.9)	15 (4.7)	3.59	1.09	มาก
2 เพื่อนร่วมงาน	51 (16.1)	158 (50.0)	83 (26.3)	16.5 (5.1)	8 (2.5)	3.72	.88	มาก
3 ผู้ใต้บังคับบัญชา	9 (2.8)	62 (19.6)	10.4 (32.9)	55 (17.4)	86 (27.2)	2.53	1.17	น้อย
4วารสาร PTT Privatization	79 (25.0)	120 (38.0)	82 (25.9)	19 (6.0)	16 (5.1)	3.72	1.06	มาก
5 Intranet	76 (24.1)	122 (38.6)	70 (22.2)	24 (7.6)	24 (7.6)	3.64	1.15	มาก
6 บอร์ดนิทรรศการ	35 (11.1)	101 (32.0)	123 (38.9)	44 (13.9)	13 (4.1)	3.32	.98	ปานกลาง
7 ประกาศอย่างเป็นทางการ	47 (14.9)	104 (32.9)	107 (33.9)	35 (11.1)	23 (7.3)	3.37	1.09	ปานกลาง
8 E-Mail จากสหภาพ	24 (7.6)	61 (19.3)	136 (43.0)	58 (18.4)	36 (11.4)	2.93	1.07	ปานกลาง
9 กิจกรรมต่างๆเช่น การจัดสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปของบริษัท	43 (13.6)	101 (32.0)	125 (39.6)	25 (7.9)	22 (7.0)	3.37	1.04	ปานกลาง
รวม	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	2.95	1.05	ปานกลาง

จากตารางที่ 9 พบว่าพนักงานบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน) ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของปตท.ภายในบริษัทจาก เพื่อนร่วมงาน วารสารPTT Privatization และ Intranet ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.72 3.72 และ 3.64 ตามลำดับ

ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างนั้น ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของปตท.ภายในบริษัทจาก ประกาศอย่างเป็นทางการและกิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นภายใน เช่น การจัดสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปของบริษัท ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.37 บอร์ดนิทรรศการ 3.32 และ E-Mailจากสหภาพ 2.93

โดยกลุ่มตัวอย่างจะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของปตท.ภายในบริษัทจากผู้ได้บังคับบัญชาน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.53



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 ท่านคิดว่าการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีต่างๆ
ต่อไปนี้มีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

สื่อ	ระดับความถี่					ระดับความถี่รวม		
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย	\bar{x}	SD.	การตีความ
1 ผู้บังคับบัญชา	73 (23.1)	129 (40.8)	83 (26.3)	17 (5.4)	14 (4.4)	3.73	1.02	มาก
2 เพื่อนร่วมงาน	36 (11.4)	120 (38.0)	134 (42.4)	12 (3.8)	14 (4.4)	3.48	.91	มาก
3 ผู้ใต้บังคับบัญชา	10 (3.2)	45 (14.2)	121 (38.3)	76 (24.1)	64 (20.3)	2.56	1.06	น้อย
4วารสาร PTT Privatization	76 (24.1)	138 (43.7)	75 (23.7)	20 (6.3)	7 (2.2)	3.81	.95	มาก
5 Intranet	76 (24.)	124 (39.2)	78 (24.7)	24 (7.6)	14 (4.4)	3.71	1.05	มาก
6 บอร์ดนิทรรศการ	31 (9.8)	118 (37.3)	126 (39.9)	30 (9.5)	11 (3.5)	3.41	.92	มาก
7 ประกาศอย่างเป็นทางการ	69 (21.8)	128 (40.5)	89 (28.2)	15 (4.7)	15 (4.7)	3.70	1.01	มาก
8 E-Mail จากสหภาพ	21 (6.6)	81 (25.6)	129 (40.8)	62 (19.6)	23 (7.3)	3.05	1.01	ปานกลาง
9 กิจกรรมต่างๆเช่น การ จัดสัมมนาให้ความรู้ เกี่ยวกับการแปรรูปของ บริษัท	62 (19.6)	96 (30.4)	123 (38.9)	14 (4.4)	19 (6.0)	3.54	1.05	มาก
รวม	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	3.44	.99	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่าพนักงานบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน) คิดว่าการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวารสาร PTT Privatization ผ่านผู้บังคับบัญชา Intranet ประกาศอย่างเป็นทางการ กิจกรรมต่างๆเช่น การจัดสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปของบริษัทบอร์ดินิทรศการและเพื่อนร่วมงาน มีประสิทธิภาพในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.81 ,3.73 ,3.71 ,3.70 ,3.54 ,3.48 และ 3.41 ตามลำดับ

โดยคิดว่าการสื่อสารผ่านทางE-Mail จากสหภาพมีประสิทธิภาพปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.05

และคิดว่าผ่านทางผู้ใต้บังคับบัญชาในระดับน้อยที่สุดคือมีค่าเฉลี่ย 2.56



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3: รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูป
รัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) ในช่วงระหว่างการดำเนินการ แปรรูป
ตารางที่ 11 แสดงรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สื่อ	ระดับความถี่					ระดับความถี่รวม		
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	\bar{x}	SD.	การ ตีความ
การสื่อสารจากบนลงล่าง	95 (30.1)	182 (57.6)	29 (9.2)	6 (1.9)	4 (1.3)	4.13	.75	เห็น ด้วย
1. ท่านคิดว่า ปตท. เปิดเผย ข้อมูลข่าวสารและแจ้ง ความก้าวหน้าผลการ ดำเนินการแปรรูปเป็นอย่างดี								
2. ท่านได้รับทราบข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูป จากผู้บังคับบัญชาในหน่วยงาน อย่างสม่ำเสมอ	41 (1.30)	181 (57.3)	62 (7.3)	23 (7.3)	9 (2.8)	3.70	.89	เห็น ด้วย
3. ท่านทราบข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการแปรรูปจากการ อ่านรายงาน ประกาศหรือ สิ่งพิมพ์เป็นลายลักษณ์อักษร จากส่วนงานที่รับผิดชอบ โดยตรง	65 (20.6)	166 (52.5)	65 (20.6)	7 (2.2)	13 (4.1)	3.83	.92	เห็น ด้วย
4. ข้อมูลข่าวสารที่ท่านได้รับ เกี่ยวกับการแปรรูปมักเกิดจาก การพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ กับผู้บังคับบัญชา	24 (7.6)	154 (48.7)	89 (28.2)	41 (13.0)	8 (2.5)	3.46	.90	เห็น ด้วย
5. ท่านได้รับทราบข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูป จากการประชุมอย่างเป็นทางการ ในหน่วยงานของท่าน	29 (9.2)	171 (54.1)	80 (25.3)	24 (7.6)	12 (3.8)	3.57	.90	เห็น ด้วย
6. ท่านได้รับทราบนโยบายและ ความจำเป็นในการแปรรูปจาก ผู้บังคับบัญชาของท่าน	26 (8.2)	176 (55.7)	61 (19.3)	31 (9.8)	19 (6.0)	3.51	.99	เห็น ด้วย

ตารางที่ 11 (ต่อ)

สื่อ	ระดับความถี่					ระดับความถี่รวม		
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	\bar{x}	SD.	การ ตีความ
7. ผู้บังคับบัญชาทำให้ท่าน มั่นใจว่าเมื่อองค์กรแปรรูปแล้ว จะส่งผลดีแก่ตัวท่านและ องค์กรโดยรวม	43 (13.6)	161 (50.9)	75 (23.7)	22 (7.0)	15 (4.7)	3.62	.97	เห็น ด้วย
<u>การสื่อสารจากล่างขึ้นบน</u> 8. ท่านได้มีส่วนร่วมในการออก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแปร รูปขององค์กรกับผู้บังคับบัญชา ของท่าน	16 (5.1)	116 (36.7)	91 (28.8)	57 (18.0)	36 (11.4)	3.06	1.10	ไม่ แน่ใจ
9. ท่านได้มีส่วนร่วมในการออก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแปร รูปขององค์กรผ่านทางผู้แทน พนักงาน	7 (2.2)	131 (41.5)	102 (32.3)	53 (16.8)	23 (7.3)	3.15	.97	ไม่ แน่ใจ
10. ท่านสามารถซักถามข้อ สงสัยและแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับการแปรรูปกับ ผู้บังคับบัญชาของท่านได้ โดยตรงผ่านทางที่ประชุม	8 (2.8)	161 (50.9)	102 (32.3)	30 (9.5)	14 (4.4)	3.38	.87	ไม่ แน่ใจ
11. ท่านมีโอกาสดำเนินการกับ ผู้บังคับบัญชาของท่านอย่างไม่ เป็นทางการเกี่ยวกับการแปรรูป	17 (5.4)	171 (54.1)	97 (30.7)	15 (4.7)	16 (5.1)	3.50	.87	เห็น ด้วย

ตารางที่ 11 (ต่อ)



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สื่อ	ระดับความถี่					ระดับความถี่รวม		
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	\bar{x}	SD.	การ ตีความ
12.เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับ การแปรรูป ท่านสามารถตั้ง คำถามผ่านทางสื่อต่างๆของ องค์กรเพื่อให้คณะทำงาน รับทราบได้เช่น Web Board, กล่องรับความคิดเห็น, วารสาร PTT Privatization	32 (10.1)	189 (59.8)	80 (25.3)	10 (3.2)	5 (1.6)	3.74	.75	เห็น ด้วย
13.หากท่านมีข้อสงสัยท่านจะ สอบถามข้อมูลข่าวสารผ่าน ทาง Web Board	22 (7.0)	175 (55.4)	84 (26.6)	30 (9.5)	5 (1.6)	3.57	.82	เห็น ด้วย
14.หากท่านมีข้อสงสัยท่านจะ สอบถามข้อมูลข่าวสารผ่าน ทางกล่องรับความคิดเห็น	17 (5.4)	141 (44.6)	90 (28.5)	63 (19.9)	5 (1.6)	3.32	.91	ไม่ แน่ใจ
15.หากท่านมีข้อสงสัยท่านจะ สอบถามข้อมูลข่าวสารผ่าน ทางวารสาร PTT Privatization	18 (5.7)	115 (36.4)	120 (38.0)	56 (17.7)	7 (2.2)	3.26	.89	ไม่ แน่ใจ
16.คำถามที่ท่านตั้ง ได้รับ ความสนใจและชี้แจงกลับผ่าน ทางสื่อต่างๆ	27 (8.5)	121 (38.3)	130 (41.1)	25 (7.9)	13 (4.1)	3.39	.90	ไม่ แน่ใจ
17.ท่านมีอิสระที่จะแสดง ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการแปรรูป	41 (13.0)	160 (50.6)	82 (25.9)	24 (7.6)	9 (2.8)	3.63	.90	เห็น ด้วย

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ข้อ	ระดับความถี่					ระดับความถี่รวม		
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	\bar{x}	SD.	การ ตีความ
18.ท่านคิดว่า ปตท. มีนโยบาย ที่จะเปิดให้พนักงานแสดง ความคิดเห็นหรือร่วมตัดสินใจ ในการแปรรูป	47 (14.9)	172 (54.4)	70 (22.2)	15 (4.7)	12 (3.8)	3.72	.82	เห็น ด้วย
<u>การสื่อสารตามแผนงาน</u> 19.ท่านมักสอบถามข้อมูล เกี่ยวกับการแปรรูปกับเพื่อน ร่วมงานภายในหน่วยงาน	35 (11.1)	188 (59.5)	70 (22.2)	15 (4.7)	8 (2.5)	3.72	.82	เห็น ด้วย
20.ท่านมักแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปกับ เพื่อนร่วมงานภายในหน่วยงาน	25 (7.9)	222 (70.3)	52 (16.5)	13 (4.1)	4 (1.3)	3.79	.69	เห็น ด้วย
21.ข้อมูลที่ท่านได้จากเพื่อน ร่วมงานมักจะรวดเร็วกว่าการ ประกาศจากคณะกรรมการเสมอ	26 (8.2)	150 (47.5)	107 (33.9)	29 (9.2)	4 (1.3)	3.52	.82	เห็น ด้วย
22.ข้อมูลข่าวสารที่ท่านได้รับ จากเพื่อนร่วมงานมักจะต้อง เสมอ	16 (5.1)	68 (21.5)	163 (51.6)	63 (19.9)	6 (1.9)	3.08	.83	ไม่ แน่ใจ

ตารางที่ 11 (ต่อ)

สื่อ	ระดับความถี่					ระดับความถี่รวม		
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	\bar{x}	SD.	การ ตีความ
23.ท่านมักติดตาม ความก้าวหน้าในการการแปร รูปจากสภาพเสมอๆ	22 (7.0)	99 (31.3)	123 (38.9)	62 (19.6)	10 (3.2)	3.19	.94	ไม่ แน่ใจ
24.หากท่านมีข้อสงสัยหรือ ต้องการให้เสนอความเห็น เกี่ยวกับการแปรรูปท่าน มักจะสอบถามทางสหภาพ	22 (7.0)	87 (27.5)	108 (34.2)	77 (24.4)	22 (7.0)	3.03	1.04	ไม่ แน่ใจ
รวม	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	3.49	.88	เห็น ด้วย

จากตารางที่ 11 แสดงรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจ
เกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) ในช่วงระหว่างการ
ดำเนินการแปรรูปพบว่า

รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูป
รัฐวิสาหกิจของ บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) ในลักษณะจากบนลงล่างตั้งแต่ข้อ 1-7 นั้นกลุ่ม
ตัวอย่างแสดงความคิดเห็นในค่าเฉลี่ยระดับเห็นด้วยทั้ง 7 ข้อแสดงว่าพนักงานได้รับข้อมูลข่าวสาร
เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจอย่างเป็นทางการมาก

ในรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรลักษณะจากล่างขึ้นบนในข้อ 8-18 นั้นกลุ่ม
ตัวอย่างแสดงความคิดเห็นในค่าเฉลี่ยระดับไม่แน่ใจจำนวน 6 ข้อและแสดงความคิดเห็นใน
ค่าเฉลี่ยระดับเห็นด้วย 5 ข้อ คือ พนักงานไม่แน่ใจว่าตนเองได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วม
เกี่ยวกับการแปรรูปมากนักแต่คิดว่าถ้าต้องการแสดงความคิดเห็นทาง ปตท. ก็มีนโยบายและให้

อิสระในการแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆได้ โดยเลือกที่จะออกความคิดเห็นผ่านทาง webboardมากกว่าช่องทางอื่นๆ

รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรตามแนวนอนในข้อ 19-24 นั้น กลุ่มตัวอย่าง แสดงความคิดเห็นในค่าเฉลี่ยระดับเห็นด้วย 3 ข้อและแสดงความคิดเห็นในค่าเฉลี่ยระดับไม่แน่ใจ จำนวน 3 ข้อ คือมักจะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในกลุ่มเพื่อนร่วมงานกันอย่างสม่ำเสมอแต่ ก็ไม่ได้มั่นใจว่าข้อมูลนั้นจะถูกต้องทั้งหมดและไม่ค่อยได้ติดตามข่าวการแปรรูปและสอบถาม ข้อมูลจากทางสหภาพมากนัก



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตอนที่ 4: ทักษะคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท
ปตท. จำกัด(มหาชน)**

ตารางที่ 12 แสดงทักษะคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สื่	ระดับความถี่					ระดับความถี่รวม		
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	\bar{x}	SD.	การ ตีความ
1.ในอดีตก่อนการแปรรูป ท่าน คิดว่า ปตท.มีความจำเป็นที่ จะต้องแปรรูปรัฐวิสาหกิจ	40 (12.7)	167 (52.8)	67 (21.2)	37 (11.7)	5 (1.6)	3.63	.90	เห็น ด้วย
2.ปัจจุบัน ท่านคิดว่า ปตท. ตัดสินใจถูกต้องที่ดำเนินการ แปรรูปรัฐวิสาหกิจเป็นบริษัท ก่อนรัฐวิสาหกิจอื่นๆ	66 (20.9)	190 (60.1)	49 (15.5)	7 (2.2)	4 (1.3)	3.97	.75	เห็น ด้วย
3. ท่านได้รับทราบความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูป รัฐวิสาหกิจ ที่ถูกต้อง ผ่านทาง สื่อเฉพาะทางภายในบริษัท เช่น วารสาร PTT Privatization เป็นต้น	57 (18.0)	193 (61.1)	53 (16.8)	8 (2.5)	5 (1.6)	3.91	.77	เห็น ด้วย
4.ท่านคิดว่าการได้รับความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับ การแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ พนักงานมีผลทำให้ ปตท. สามารถแปรรูปรัฐวิสาหกิจได้ สำเร็จ	77 (24.4)	181 (57.3)	46 (14.6)	11 (3.5)	1 (.3)	4.02	.75	เห็น ด้วย

ตารางที่ 12(ต่อ)

สื่อ	ระดับความถี่					ระดับความถี่รวม		
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	\bar{x}	SD.	การ ตีความ
5.ท่านคิดว่าพนักงานโดยส่วนใหญ่เท่าที่ท่านทราบเห็นด้วยกับการแปรรูปของ ปตท.	55 (17.4)	150 (47.5)	98 (31.0)	10 (3.2)	3 (.9)	3.77	.80	เห็น ด้วย
6.ท่านคิดว่า บริษัท เปิดกว้างให้พนักงานสามารถสามารถแสดงความเห็นเกี่ยวกับการแปรรูปในระหว่างที่กำลังดำเนินการได้เป็นอย่างดี	58 (18.4)	140 (44.3)	100 (31.6)	14 (4.4)	4 (1.3)	3.74	.85	เห็น ด้วย
7.ท่านคิดว่าบริษัทให้ข้อมูลที่เพียงพอกับพนักงานเกี่ยวกับนโยบาย ขั้นตอนการทำงาน และความก้าวหน้า ในช่วงตลอดระยะเวลาที่กำลังดำเนินการแปรรูป	51 (16.1)	165 (52.2)	81 (25.6)	15 (4.7)	4 (1.3)	3.77	.82	เห็น ด้วย
8.ท่านพอใจกับการดำเนินงานเพื่อประชาสัมพันธ์ให้พนักงานทุกคนรับทราบข้อมูลข่าวสารในการดำเนินการแปรรูปของ ปตท.	69 (21.8)	196 (62.0)	40 (12.7)	7 (2.2)	4 (1.3)	4.01	.74	เห็น ด้วย
รวม	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	316 (100.0)	3.85	.75	เห็น ด้วย

จากตารางที่12แสดงถึงทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)พบว่ากลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยทั้งหมดกับคำถามทั้ง 8 ข้อโดยมีค่าเฉลี่ยทั้งหมด 3.85 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติค่อนข้างดีเกี่ยวกับรูปแบบและวิธีการในการดำเนินการแปรรูปที่ผ่านมา อีกทั้งเมื่อระยะเวลาผ่านไปในระยะหนึ่งแล้วก็ยังคงมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจอยู่



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตารางที่ 13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการรับข่าวสารจากโทรทัศน์

เพศ	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
ชาย		2 (1.3%)		13 (8.1%)	145 (90.6%)	160 (100.0%)
หญิง	13 (8.3%)	6 (3.9%)	3 (1.9%)	15 (9.6%)	119 (76.3%)	156 (100.0%)
รวม	13 (4.2%)	8 (2.5%)	3 (0.9%)	28 (8.9%)	264 (83.5%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 20.656$$

$$df = 4$$

$$P = 0.000$$

จากตารางที่ 13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการรับข่าวสารจากโทรทัศน์ พบว่าเพศชายร้อยละ 90.6 จะรับข่าวสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์ทุกวัน โดยเพศหญิงจะรับข่าวสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์ทุกวันเช่นกันคิดเป็นร้อยละ 76.3 แต่เพศหญิงร้อยละ 8.3 กลับไม่เคยรับข่าวสารจากโทรทัศน์เลย ในขณะที่เพศชายไม่มีใครไม่เคยรับข่าวสารจากโทรทัศน์

โดยเพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับข่าวสารจากโทรทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากวิทยุ

เพศ	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
ชาย		19 (11.9%)	10 (6.3%)	41 (25.5%)	90 (56.3%)	160 (100.0%)
หญิง	15 (9.6%)	26 (16.7%)	3 (1.9%)	31 (19.9%)	81 (51.9%)	156 (100.0%)
รวม	15 (4.8%)	45 (14.2%)	13 (4.1%)	72 (22.8%)	171 (54.1%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 21.674$$

$$df = 4$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากวิทยุโดยเพศชายร้อยละ 56.3 จะการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากวิทยุทุกวัน ในขณะที่เพศหญิงร้อยละ 51.9 จะการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากวิทยุทุกวันเช่นกันแต่เพศหญิงร้อยละ 9.6 กลับไม่เคยรับข่าวสารจากวิทยุเลยในขณะที่เพศชายไม่มีใครไม่เคยรับข่าวสารจากวิทยุ

โดยเพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากวิทยุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยุบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากหนังสือพิมพ์

เพศ	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
ชาย		7 (4.4%)		26 (16.2%)	127 (79.4%)	160 (100.0%)
หญิง	9 (5.8%)	10 (6.4%)		32 (20.5%)	105 (67.3%)	156 100.0%
รวม	9 (2.8%)	17 (5.4%)		58 (18.4%)	232 (73.4%)	316 100.0%

$$\chi^2 = 12.188$$

$$df = 3$$

$$P = 0.007$$

จากตารางที่ 15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากหนังสือพิมพ์พบว่าเพศชายร้อยละ 79.4 จะรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากหนังสือพิมพ์ทุกวัน ในขณะที่เพศหญิงร้อยละ 67.3 จะรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากหนังสือพิมพ์ทุกวันเช่นกันแต่เพศหญิงร้อยละ 5.8 กลับไม่เคยรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์เลย ในขณะที่เพศชายไม่มีใครไม่เคยรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์

โดยเพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากหนังสือพิมพ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจาก
นิตยสาร

เพศ	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
ชาย	14 (8.8%)	30 (18.7%)	28 (17.5%)	84 (52.5%)	4 (2.5%)	160 (100.0%)
หญิง	22 (14.1%)	29 (18.6%)	30 (19.2%)	60 (38.5%)	15 (9.6)	156 (100.0%)
รวม	36 (11.4%)	59 (18.6%)	58 (18.4%)	144 (45.6%)	19 (6.0%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 12.183 \quad df = 4 \quad P = 0.016$$

จากตารางที่ 16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากนิตยสารพบว่าเพศชายร้อยละ 52.5 จะรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากนิตยสาร 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ เช่นเดียวกับเพศหญิงร้อยละ 38.5 ที่รับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากนิตยสาร 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์โดยเพศหญิงจะรับข่าวสารจากนิตยสารทุกวันคิดเป็นร้อยละ 9.6 มากกว่าผู้ชายที่รับข่าวสารจากนิตยสารทุกวันคิดเป็นร้อยละ 2.5

โดยเพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากนิตยสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากอินเทอร์เน็ต

เพศ	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
ชาย	12 (7.5%)	6 (3.7%)	2 (1.3%)	44 (27.5%)	96 (60.0%)	160 (100.0%)
หญิง	15 (9.6%)	20 (12.8%)	16 (10.3%)	46 (29.5%)	59 (37.8%)	156 (100.0%)
รวม	27 (8.5%)	26 (8.2%)	18 (5.7%)	90 (28.5%)	155 (49.1%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 27.591$$

$$df = 4$$

$$P = 0.000$$

จากตารางที่ 17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากอินเทอร์เน็ตพบว่าเพศชายร้อยละ 60 จะรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากอินเทอร์เน็ตทุกวันมากกว่าเพศหญิงที่จะรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากอินเทอร์เน็ตทุกวันเพียงร้อยละ 37.8

โดยเพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการรับข่าวสารจากโทรทัศน์

ระดับการศึกษา	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
มัธยมศึกษา	2 (25.0%)	2 (25.0%)			4 (50.0%)	8 (100.0%)
ปวช.,ม.6					5 (100.0%)	5 (100.0%)
ปวส.,อนุปริญญา					27 (100.0%)	27 (100.0%)
ปริญญาตรี	11 (6.8%)	6 (3.7%)	3 (1.9%)	17 (10.6%)	124 (77.0%)	161 (100.0%)
ปริญญาโท				11 (9.6%)	104 (90.4%)	115 (100.0%)
รวม	13 (4.1%)	8 (2.6%)	3 (0.9%)	28 (8.9%)	264 (83.5%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 48.614$$

$$df = 16$$

$$P = 0.000$$

จากตารางที่ 18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการรับข่าวสารจากโทรทัศน์พบว่ากลุ่มตัวอย่างในทุกระดับการศึกษาร้อยละ 83.5 จะรับข่าวสารจากโทรทัศน์ทุกวันแต่กลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาร้อยละ 25 และปริญญาตรีร้อยละ 6.8 จะไม่รับข่าวสารจากโทรทัศน์เลย

โดยการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการรับข่าวสารทั่วไปจากโทรทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการรับข่าวสารจากวิทยุ

ระดับการศึกษา	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
มัธยมศึกษา	2 (25.0%)	4 (50.0%)			2 (25.0%)	8 (100.0%)
ปวช.,ม.6		3 (60.0%)		2 (40.0%)		5 (100.0%)
ปวส.,อนุปริญญา		10 (37.0%)		14 (51.9%)	3 (11.1%)	27 (100.0%)
ปริญญาตรี	11 (6.8%)	18 (11.2%)	10 (6.2%)	35 (21.7%)	87 (54.1%)	161 (100.0%)
ปริญญาโท	2 (1.7%)	10 (8.7%)	3 (2.6%)	21 (18.3%)	79 (68.7%)	115 (100.0%)
รวม	15 (4.7%)	45 (14.3%)	13 (4.1%)	72 (22.8%)	171 (54.1%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 75.329$$

$$df = 16$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการรับข่าวสารจากวิทยุพบว่ากลุ่มตัวอย่างในทุกระดับการศึกษายกเว้น ปวช.,ม.6 จะรับข่าวสารจากวิทยุทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 54.1 แต่กลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาร้อยละ 25 ปริญญาตรีร้อยละ 6.8 และปริญญาตรีโทร้อยละ 1.7 จะไม่เคยรับข่าวสารจากวิทยุเลย

โดยการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการรับข่าวสารทั่วไปจากวิทยุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์

ระดับการศึกษา	ระดับความถี่				รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
มัธยมศึกษา	2 (25.0%)	2 (25.0%)		4 (50.0%)	8 (100.0%)
ปวช.,ม.6				5 100.0%	5 (100.0%)
ปวส.,อนุปริญญา	2 (7.4%)		6 (22.2%)	19 (70.4%)	27 (100.0%)
ปริญญาตรี	5 (3.1%)	15 (9.3%)	37 (23.0%)	104 (64.6%)	161 (100.0%)
ปริญญาโท			15 (13.0%)	100 (87.0%)	115 (100.0%)
รวม	9 (2.8%)	17 (5.4%)	58 (18.4%)	232 (73.4%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 49.423$$

$$df = 12$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างในทุกระดับการศึกษาร้อยละ 73.4 จะรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ทุกวันแต่กลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 25 ปวส.,อนุปริญญา ร้อยละ 7.4 และปริญญาตรี ร้อยละ 3.1 จะไม่เคยรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์

โดยการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการรับข่าวสารทั่วไปจากหนังสือพิมพ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการรับข่าวสารจากนิตยสาร

ระดับการศึกษา	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
มัธยมศึกษา	2 (25.0%)	6 (75.0%)				8 (100.0%)
ปวช.,ม.6			2 (40.0%)		3 (60.0%)	5 (100.0%)
ปวส.,อนุปริญญา	8 (29.6%)	6 (22.3%)		11 (40.7%)	2 (7.4%)	27 (100.0%)
ปริญญาตรี	19 (11.8%)	34 (21.1%)	36 (22.4%)	66 (41.0%)	6 (3.7%)	161 (100.0%)
ปริญญาโท	7 (6.1%)	13 (11.2%)	20 (17.4%)	67 (58.3%)	8 (7.0%)	115 (100.0%)
รวม	36 (11.4%)	59 (18.6%)	58 (18.4%)	144 (45.6%)	19 (6.0%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 77.596$$

$$df = 16$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการรับข่าวสารจากนิตยสารพบว่ากลุ่มตัวอย่างในทุกระดับการศึกษา ยกเว้นมัธยมศึกษา ,ปวช.,ม.6 จะรับข่าวสารจากนิตยสาร 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 45.6

โดยการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการรับข่าวสารทั่วไปจากนิตยสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต

ระดับการศึกษา	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
มัธยมศึกษา	4 (50.0%)	2 (25.0%)			2 (25.0%)	8 (100.0%)
ปวช.,ม.6	2 (40.0%)	3 (60.0%)				5 (100.0%)
ปวส.,อนุปริญญา	3 (11.2%)		4 (14.8%)	10 (37.0%)	10 (37.0%)	27 (100.0%)
ปริญญาตรี	15 (9.3%)	16 (9.9%)	9 (5.6%)	45 (28.0%)	76 (47.2%)	161 (100.0%)
ปริญญาโท	3 (2.7%)	5 (4.3%)	5 (4.3%)	35 (30.4%)	67 (58.3%)	115 (100.0%)
รวม	27 (8.5%)	26 (8.2%)	18 (5.7%)	90 (28.5%)	155 (49.1%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 66.775$$

$$df = 16$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตพบว่ากลุ่มตัวอย่างในทุกระดับการศึกษาร้อยละ 49.1 จะรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตทุกวัน ยกเว้นระดับการศึกษา ปวช.,ม.6 จะรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตนานๆครั้ง ร้อยละ 60 และไม่เคยรับข่าวสารเลยร้อยละ 40 โดยการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการรับข่าวสารทั่วไปจากอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสังกัดในการทำงานกับความถี่ในการรับข่าวสารจากโทรทัศน์

สังกัด	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
1. กลุ่มธุรกิจน้ำมัน		2 1.6%		11 8.7%	113 89.7%	126 100.0%
2. กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ	4 7.5%	2 3.8%		8 15.1%	39 73.6%	53 100.0%
3. กลุ่มธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่น					5 100.0%	5 100.0%
4. กลุ่มสำนักงานใหญ่	9 6.8%	4 3.0%	3 2.3%	9 6.8%	107 81.1%	132 100.0%
รวม	13 4.1%	8 2.6%	3 0.9%	28 8.9%	264 83.5%	316 100.0%

$$\chi^2 = 19.307$$

$$df = 12$$

$$P = 0.081$$

ตารางที่ 23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสังกัดในการทำงานกับความถี่ในการรับข่าวสารจากโทรทัศน์พบว่ากลุ่มตัวอย่างในทุกสังกัดร้อยละ 83.5 มีการรับข่าวสารจากโทรทัศน์ทุกวัน

โดยสังกัดกับความถี่ในการรับข่าวสารจากโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสังกัดในการทำงานกับความถี่ในการรับข่าวสารจากวิทยุ

สังกัด	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคย เลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
1. กลุ่มธุรกิจน้ำมัน	2 (1.5%)	18 (14.3%)	5 (4.0%)	31 (24.6%)	70 (55.6%)	126 (100.0%)
2. กลุ่มธุรกิจก๊าซ ธรรมชาติ	4 (7.5%)	3 (5.7%)	2 (3.8%)	6 (11.3%)	38 (71.7%)	53 (100.0%)
3. กลุ่มธุรกิจปิโตรเคมี และการกลั่น				1 (20.0%)	4 (80.0%)	5 (100.0%)
4. กลุ่มสำนักงานใหญ่	9 (6.8%)	24 (18.2%)	6 (4.5%)	34 (25.8%)	59 (44.7%)	132 (100.0%)
รวม	15 (4.7%)	45 (14.2%)	13 (4.2%)	72 (22.8%)	171 (54.1%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 19.763$$

$$df = 12$$

$$P = 0.072$$

ตารางที่ 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสังกัดในการทำงานกับความถี่ในการรับข่าวสารจากวิทยุพบว่ากลุ่มตัวอย่างในทุกสังกัดร้อยละ 54.1 มีการรับข่าวสารจากวิทยุทุกวัน

โดยสังกัดกับความถี่ในการรับข่าวสารจากวิทยุไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสังกัดในการทำงานกับความถี่ในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์

สังกัด	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
1. กลุ่มธุรกิจน้ำมัน	2 (1.6%)	2 (1.6%)		30 (23.8%)	92 (73.0%)	126 (100.0%)
2. กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ	2 (3.8%)	7 (13.2%)		5 (9.4%)	39 (73.6%)	53 (100.0%)
3. กลุ่มธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่น				1 20.0%	4 80.0%	5 100.0%
4. กลุ่มสำนักงานใหญ่	5 (3.8%)	8 (6.0%)		22 (16.7%)	97 (73.5%)	132 (100.0%)
รวม	9 (2.8%)	17 (5.4%)		58 (18.4%)	232 (73.4%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 15.788$$

$$df = 9$$

$$P = 0.071$$

ตารางที่ 25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสังกัดในการทำงานกับความถี่ในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างในทุกสังกัดร้อยละ 73.4 มีการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ทุกวัน

โดยสังกัดกับความถี่ในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสังกัดในการทำงานกับความถี่ในการรับข่าวสารจาก
นิตยสารทั่วไป

สังกัด	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคย เลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
1. กลุ่มธุรกิจน้ำมัน	10 (7.9%)	12 (9.5%)	24 (19.0%)	72 (57.1%)	8 (6.5%)	126 (100.0%)
2. กลุ่มธุรกิจก๊าซ ธรรมชาติ	10 (18.9%)	15 (28.3%)	6 (11.3%)	18 (34.0%)	4 (7.5%)	53 (100.0%)
3. กลุ่มธุรกิจปิโตร เคมีและการกลั่น		1 (20.0%)	1 (20.0%)	2 (40.0%)	1 (20.0%)	5 (100.0%)
4. กลุ่มสำนักงานใหญ่	16 (12.1%)	31 (23.5%)	27 (20.5%)	52 (39.4%)	6 (4.5%)	132 (100.0%)
รวม	36 (11.4%)	59 (18.7%)	58 (18.3%)	144 (45.6%)	19 (6.0%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 25.001$$

$$df = 12$$

$$P = 0.015$$

ตารางที่ 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสังกัดในการทำงานกับความถี่ในการรับข่าวสาร
จากนิตยสารทั่วไปพบว่ากลุ่มตัวอย่างในทุกสังกัดร้อยละ 45.6 มีการรับข่าวสารจากนิตยสาร 2-3
ครั้งต่อสัปดาห์เหมือนกัน

โดยสังกัดกับความถี่ในการรับข่าวสารจากนิตยสารมีความสัมพันธ์กันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสังกัดในการทำงานกับความถี่ในการรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต

สังกัด	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
1. กลุ่มธุรกิจน้ำมัน	11 (8.7%)	7 5.6%	9 7.1%	32 25.4%	67 53.2%	126 100.0%
2. กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ	5 9.4%	6 11.3%	2 3.8%	16 30.2%	24 45.3%	53 100.0%
3. กลุ่มธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่น		1 20.0%		1 20.0%	3 60.0%	5 100.0%
4. กลุ่มสำนักงานใหญ่	11 8.3%	12 9.1%	7 5.3%	41 31.1%	61 46.2%	132 100.0%
รวม	27 8.5%	26 8.2%	18 5.7%	90 28.5%	155 49.1%	316 100.0%

$$\chi^2 = 6.126$$

$$df = 12$$

$$P = 0.910$$

ตารางที่ 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสังกัดในการทำงานกับความถี่ในการรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตพบว่ากลุ่มตัวอย่างในทุกสังกัดร้อยละ 49.1 มีการรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตทุกวันเหมือนกัน

โดยสังกัดกับความถี่ในการรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งกับความถี่ในการรับข่าวสารจากโทรทัศน์

ตำแหน่ง	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
จัดการฝ่าย	1 (50.0%)	1 (50.0%)				2 (100.0%)
ผู้จัดการส่วน				5 (18.5%)	22 (81.5%)	27 (100.0%)
ผู้จัดการแผนก	6 (12.2%)	4 (8.2%)		3 (6.1%)	36 (73.5%)	49 (100.0%)
พนักงานปฏิบัติการ	5 (2.1%)	4 (1.6%)	3 (1.3%)	20 (8.4%)	206 (86.6%)	238 (100.0%)
รวม	12 (3.9%)	9 (2.8%)	3 (.9%)	28 (8.9%)	264 (83.5%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 70.592$$

$$df = 12$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งกับความถี่ในการรับข่าวสารจากโทรทัศน์พบว่ากลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ระดับผู้จัดการส่วนถึงพนักงานปฏิบัติการส่วนใหญ่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากโทรทัศน์ทุกวันคิดเป็นร้อยละ 83.5 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับผู้จัดการฝ่ายกลับไม่ค่อยเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์

โดยตำแหน่งกับความถี่ในการรับข่าวสารจากโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งกับความถี่ในการรับข่าวสารจากวิทยุ

ตำแหน่ง	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
จัดการฝ่าย	1 (50.0%)			1 (50.0%)		2 (100.0%)
ผู้จัดการส่วน				2 (7.4%)	25 (92.6%)	27 (100.0%)
ผู้จัดการแผนก	8 (16.3%)	19 (38.8%)		3 (6.1%)	19 (38.8%)	49 (100.0%)
พนักงานปฏิบัติการ	5 (2.1%)	26 (11.0%)	13 (5.5%)	67 (28.0%)	127 (53.4%)	238 (100.0%)
รวม	14 (4.4%)	45 (14.2%)	13 (4.1%)	73 (23.2%)	171 (54.1%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 110.665$$

$$df = 12$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งกับความถี่ในการรับข่าวสารจากวิทยุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ระดับผู้จัดการส่วนถึงพนักงานปฏิบัติการส่วนใหญ่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากโทรทัศน์ทุกวันคิดเป็นร้อยละ 54.1 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับผู้จัดการฝ่ายกลับไม่ค่อยเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากวิทยุโดยจะเปิดรับฟัง 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 50 และไม่เคยรับเลยร้อยละ 50

โดยตำแหน่งกับความถี่ในการรับข่าวสารจากวิทยุมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งกับความถี่ในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์

ตำแหน่ง	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
จัดการฝ่าย				1 (50.0%)	1 (50.0%)	2 (100.0%)
ผู้จัดการส่วน					27 (100.0%)	27 (100.0%)
ผู้จัดการแผนก		6 (12.2%)		4 (8.2%)	39 (79.6%)	49 (100.0%)
พนักงานปฏิบัติการ	7 (2.9%)	11 (4.7%)		54 (22.7%)	166 (69.7%)	238 (100.0%)
รวม	7 (2.2%)	17 (5.4%)		59 (18.7%)	233 (73.7%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 89.848$$

$$df = 9$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งกับความถี่ในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ระดับผู้จัดการฝ่ายถึงพนักงานปฏิบัติการส่วนใหญ่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากโทรทัศน์ทุกวันคิดเป็นร้อยละ 73.7 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับพนักงานปฏิบัติการร้อยละ 2.9 กลับไม่เคยเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากหนังสือพิมพ์เลย

โดยตำแหน่งกับความถี่ในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งกับความถี่ในการรับข่าวสารจากนิตยสารทั่วไป

ตำแหน่ง	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
จัดการฝ่าย				1 (50.0%)	1 (50.0%)	2 (100.0%)
ผู้จัดการส่วน	2 (7.4%)	2 (7.4%)	4 (14.8%)	17 (63.0%)	2 (7.4%)	27 (100.0%)
ผู้จัดการแผนก	8 (16.3%)	12 (24.4%)	6 (12.2%)	23 (47.1%)		49 (100.0%)
พนักงานปฏิบัติการ	24 (10.1%)	45 (18.9%)	48 (20.2%)	104 (43.7%)	17 (7.1%)	238 (100.0%)
รวม	36 (11.4%)	59 (18.6%)	58 (18.4%)	144 (45.6%)	19 (6.0%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 27.209$$

$$df = 12$$

$$P = 0.007$$

ตารางที่ 31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งกับความถี่ในการรับข่าวสารจากนิตยสารทั่วไปพบว่ากลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ระดับผู้จัดการฝ่ายถึงพนักงานปฏิบัติการส่วนใหญ่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากนิตยสาร 2-3 ครั้ง/สัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 45.6 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับผู้จัดการส่วนจนถึงพนักงานปฏิบัติการร้อยละ 11.4 กลับไม่เคยเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากนิตยสารเลย

โดยตำแหน่งกับความถี่ในการรับข่าวสารจากนิตยสารมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งกับความถี่ในการรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต

ตำแหน่ง	ระดับความถี่					รวม
	ไม่เคยเลย	นานๆครั้ง	2-3 ครั้ง/เดือน	2-3 ครั้ง/สัปดาห์	ทุกวัน	
ผู้จัดการฝ่าย					2 (100.0%)	2 (100.0%)
ผู้จัดการส่วน		6 (22.2%)			21 (77.8%)	27 (100.0%)
ผู้จัดการแผนก	12 (24.5%)		3 (6.2%)	11 (22.4%)	23 (46.9%)	49 (100.0%)
พนักงานปฏิบัติการ	15 (6.3%)	20 (8.4%)	15 (6.3%)	79 (33.2%)	109 (45.8%)	238 (100.0%)
รวม	27 (8.5%)	26 (8.2%)	18 (5.7%)	90 (28.5%)	155 (49.1%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 47.812$$

$$df = 12$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งกับความถี่ในการรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตพบว่ากลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ระดับผู้จัดการฝ่ายถึงพนักงานปฏิบัติการส่วนใหญ่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากอินเทอร์เน็ตทุกวันคิดเป็นร้อยละ 49.1 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับผู้จัดการแผนกและพนักงานปฏิบัติการร้อยละ 8.5 กลับไม่เคยเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตเลย

โดยตำแหน่งกับความถี่ในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากสื่อโทรทัศน์กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจผ่านสื่อโทรทัศน์	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		5 (13.5%)	32 (86.5%)	37 (100.0%)
น้อย		6 (15.0%)	34 (85.0%)	40 (100.0%)
ปานกลาง		8 (9.3%)	78 (90.7%)	86 (100.0%)
มาก		10 (12.5%)	70 (87.5%)	80 (100.0%)
มากที่สุด	3 (4.2%)	5 (6.8%)	65 (89.0%)	73 (100.0%)
รวม	3 (.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 12.477$$

$$df = 8$$

$$P = 0.131$$

ตารางที่ 33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากสื่อโทรทัศน์กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่า การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากสื่อโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. จากสื่อวิทยุกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจผ่านสื่อวิทยุ	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		8 (10.8%)	66 (89.2%)	74 (100.0%)
น้อย		12 (18.2%)	54 (81.8%)	66 (100.0%)
ปานกลาง	3 (2.7%)	10 (8.9%)	99 (88.4%)	112 (100.0%)
มาก		2 (4.9%)	39 (95.1%)	41 (100.0%)
มากที่สุด		2 (8.7%)	21 (91.3%)	23 (100.0%)
รวม	3 (.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 11.162$$

$$df = 8$$

$$P = 0.193$$

ตารางที่ 34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. จากสื่อวิทยุกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท. พบว่าการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. จากวิทยุไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากสื่อหนังสือพิมพ์กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูป รัฐวิสาหกิจผ่านหนังสือพิมพ์	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูป รัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็น บวก	
ไม่เคยเลย		6 (19.4%)	25 (80.6%)	31 (100.0%)
น้อย		4 (9.1%)	40 (90.9%)	44 (100.0%)
ปานกลาง		20 (21.1%)	75 (78.9%)	95 (100.0%)
มาก		2 (2.0%)	97 (98.0%)	99 (100.0%)
มากที่สุด	3 (6.3%)	2 (4.3%)	42 (89.4%)	47 (100.0%)
รวม	3 (.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 39.880$$

$$df = 8$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากสื่อหนังสือพิมพ์กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากสื่อมวลชนทั่วไปกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูป รัฐวิสาหกิจผ่านนิตยสาร	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูป รัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็น บวก	
ไม่เคยเลย		11 (10.6%)	93 (89.4%)	104 (100.0%)
น้อย		13 (12.5%)	91 (87.5%)	104 (100.0%)
ปานกลาง	3 (3.6%)	8 (9.5%)	73 (86.9%)	84 (100.0%)
มาก		2 (11.1%)	16 (88.9%)	18 (100.0%)
มากที่สุด			6 (100.0%)	6 (100.0%)
รวม	3 (.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 9.483$$

$$df = 8$$

$$P = 0.303$$

ตารางที่ 36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากสื่อมวลชนทั่วไปกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่า การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากนิตยสารไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากสื่ออินเทอร์เน็ตกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ พนักงานบริษัท ปตท.

การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูป รัฐวิสาหกิจผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูป รัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็น บวก	
ไม่เคยเลย		5 (8.8%)	52 (91.2%)	57 (100.0%)
น้อย		4 (6.1%)	62 (93.9%)	66 (100.0%)
ปานกลาง	3 (5.0%)	7 (11.7%)	50 (83.3%)	60 (100.0%)
มาก		12 (14.5%)	71 (85.5%)	83 (100.0%)
มากที่สุด		6 (12.0%)	44 (88.0%)	50 (100.0%)
รวม	3 (.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 16.069$$

$$df = 8$$

$$P = 0.041$$

ตารางที่ 37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากสื่ออินเทอร์เน็ตกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากนิตยสารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากสื่อภายในองค์กรกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจผ่านสื่อภายในองค์กร	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย			13 (100.0%)	13 (100.0%)
น้อย		4 (36.4%)	7 (63.6%)	11 (100.0%)
ปานกลาง	3 (11.5%)	8 (30.8%)	15 (57.7%)	26 (100.0%)
มาก		9 (11.8%)	67 (88.2%)	76 (100.0%)
มากที่สุด		13 (6.8%)	177 (93.2%)	190 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 58.257$$

$$df = 8$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากสื่อภายในองค์กรกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่า การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากสื่อภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากเพื่อนร่วมงานและคนภายในองค์กรกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจผ่านเพื่อนร่วมงานและคนภายในองค์กร	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย			12 (100.0%)	12 (100.0%)
น้อย		4 (36.4%)	7 (63.6%)	11 (100.0%)
ปานกลาง		9 (17.0%)	44 (83.0%)	53 (100.0%)
มาก		5 (4.1%)	118 (95.9%)	123 (100.0%)
มากที่สุด	3 (2.6%)	16 (13.7%)	98 (83.8%)	117 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 23.247$$

$$df = 8$$

$$P = .003$$

ตารางที่ 39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท.จากเพื่อนร่วมงานและคนภายในองค์กรกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากเพื่อนร่วมงานและคนภายในองค์กรกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 40 แสดงความสัมพันธ์ระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากผู้บังคับบัญชาเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากผู้บังคับบัญชา	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		11 (73.3%)	4 (26.7%)	15 (100.0%)
น้อย	3 (10.7%)	7 (25.0%)	18 (64.3%)	28 (100.0%)
ปานกลาง		7 (6.8%)	96 (93.2%)	103 (100.0%)
มาก		5 (5.3%)	90 (94.7%)	95 (100.0%)
มากที่สุด		4 (5.3%)	71 (94.7%)	75 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 106.298$$

$$df = 8$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 40 แสดงความสัมพันธ์ระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากผู้บังคับบัญชาเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท. พบระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากผู้บังคับบัญชาเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท. มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 41 แสดงความสัมพันธ์ระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของปตท. ภายในบริษัทจากเพื่อนร่วมงานกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากเพื่อนร่วมงาน	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย			8 (100.0%)	8 (100.0%)
น้อย		5 (31.2%)	11 (68.8%)	16 (100.0%)
ปานกลาง		12 (14.5%)	71 (85.5%)	83 (100.0%)
มาก	3 (1.9%)	13 (8.2%)	142 (89.9%)	158 (100.0%)
มากที่สุด		4 (7.8%)	47 (92.2%)	51 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 13.522$$

$$df = 8$$

$$P = 0.095$$

ตารางที่ 41 แสดงความสัมพันธ์ระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของปตท. ภายในบริษัทจากเพื่อนร่วมงาน กับ ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากเพื่อนร่วมงานกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากผู้ได้บังคับบัญชากับทัศนคติเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากผู้ได้บังคับบัญชา	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		14 (16.3%)	72 (83.7%)	86 (100.0%)
น้อย		8 (14.5%)	47 (85.5%)	55 (100.0%)
ปานกลาง		6 (5.8%)	98 (94.2%)	104 (100.0%)
มาก	3 (4.8%)	6 (9.7%)	53 (85.5%)	62 (100.0%)
มากที่สุด			9 (100.0%)	9 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 19.765$$

$$df = 8$$

$$P = 0.011$$

ตารางที่ 42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากผู้ได้บังคับบัญชากับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากผู้ได้บังคับบัญชากับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากนิตยสาร PTT privatization กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากนิตยสาร PTT privatization	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		7 (43.7%)	9 (56.3%)	16 (100.0%)
น้อย		4 (21.1%)	15 (78.9%)	19 (100.0%)
ปานกลาง	3 (3.7%)	11 (13.4%)	68 (82.9%)	82 (100.0%)
มาก		10 (8.3%)	110 (91.7%)	120 (100.0%)
มากที่สุด		2 (2.5%)	77 (97.5%)	79 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 36.005$$

$$df = 8$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความถี่เกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากนิตยสาร PTT privatization กับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากนิตยสาร PTT privatization กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจาก Intranet กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจาก Intranet	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		3 (12.5%)	21 (87.5%)	24 (100.0%)
น้อย		4 (16.7%)	20 (83.3%)	24 (100.0%)
ปานกลาง	3 (4.2%)	9 (12.9%)	58 (82.9%)	70 (100.0%)
มาก		11 (9.0%)	111 (91.0%)	122 (100.0%)
มากที่สุด		7 (9.2%)	69 (90.8%)	76 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 12.646$$

$$df = 8$$

$$P = 0.125$$

ตารางที่ 44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจาก Intranet กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจาก Intranet กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากบอร์ดนิทรรศการกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากบอร์ดนิทรรศการ	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		3 (23.1%)	10 (76.9%)	13 (100.0%)
น้อย		4 (9.1%)	40 (90.9%)	44 (100.0%)
ปานกลาง	3 (2.4%)	13 (10.6%)	107 (87.0%)	123 (100.0%)
มาก		10 (9.9%)	91 (90.1%)	101 (100.0%)
มากที่สุด		4 (11.4%)	31 (88.6%)	35 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 7.028$$

$$df = 8$$

$$P = 0.534$$

ตารางที่ 45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากบอร์ดนิทรรศการกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจาก บอร์ดนิทรรศการ กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการประกาศอย่างเป็นทางการกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากประกาศอย่างเป็นทางการ	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		2 (8.7%)	21 (91.3%)	23 (100.0%)
น้อย		9 (25.7%)	26 (74.3%)	35 (100.0%)
ปานกลาง	3 (2.8%)	8 (7.5%)	96 (89.7%)	107 (100.0%)
มาก		11 (10.6%)	93 (89.4%)	104 (100.0%)
มากที่สุด		4 (8.5%)	43 (91.5%)	47 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 15.417$$

$$df = 8$$

$$P = 0.052$$

ตารางที่ 46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยการประกาศอย่างเป็นทางการกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากการประกาศอย่างเป็นทางการกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท. ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจาก E-mail กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจาก E-mail	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		8 (22.2%)	28 (77.8%)	36 (100.0%)
น้อย		11 (19.0%)	47 (81.0%)	58 (100.0%)
ปานกลาง	3 (2.2%)	2 (1.5%)	131 (96.3%)	136 (100.0%)
มาก		13 (21.3%)	48 (78.7%)	61 (100.0%)
มากที่สุด			24 (100.0%)	24 (100.0%)
รวม	3 (1.0%)	34 (10.8%)	278 (88.3%)	315 (100.0%)

$$x^2 = 34.489$$

$$df = 8$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจาก E-mail กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจาก E-mail กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการ กิจกรรมอื่น ๆ กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจาก กิจกรรมอื่น ๆ	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		11 (50.0%)	11 (50.0%)	22 (100.0%)
น้อย		6 (24.0%)	19 (76.0%)	25 (100.0%)
ปานกลาง	3 (2.4%)	4 (3.2%)	118 (94.4%)	125 (100.0%)
มาก		13 (12.9%)	88 (87.1%)	101 (100.0%)
มากที่สุด			43 (100.0%)	43 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 57.119$$

$$df = 8$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการ กิจกรรมอื่น ๆ กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท. พบว่าระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากกิจกรรมกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท. มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการผ่านผู้บังคับบัญชา กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการผ่านผู้บังคับบัญชา	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		7 (50.0%)	7 (50.0%)	14 (100.0%)
น้อย		7 (41.2%)	10 (58.8%)	17 (100.0%)
ปานกลาง		6 (7.2%)	77 (92.8%)	83 (100.0%)
มาก		13 (10.1%)	116 (89.9%)	129 (100.0%)
มากที่สุด	3 (4.1%)	1 (1.4%)	69 (94.5%)	73 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 56.184$$

$$df = 8$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการผ่านผู้บังคับบัญชา กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทผ่านผู้บังคับบัญชา กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการเพื่อนร่วมงานกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการเพื่อนร่วมงาน	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		2 (14.3%)	12 (85.7%)	14 (100.0%)
น้อย		2 (16.7%)	10 (83.3%)	12 (100.0%)
ปานกลาง		17 (12.7%)	117 (87.3%)	134 (100.0%)
มาก	3 (2.5%)	6 (5.0%)	111 (92.5%)	120 (100.0%)
มากที่สุด		7 (19.4%)	29 (80.6%)	36 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 12.680$$

$$df = 8$$

$$P = 0.123$$

ตารางที่ 50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการเพื่อนร่วมงานกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจาก E-mail กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีผู้ได้บังคับบัญชากับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีผู้ได้บังคับบัญชา	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		12 (18.8%)	52 (81.2%)	64 (100.0%)
น้อย		15 (19.7%)	16 (80.3%)	76 (100.0%)
ปานกลาง	3 (2.5%)	4 (3.3%)	114 (94.2%)	121 (100.0%)
มาก		3 (6.7%)	42 (93.3%)	45 (100.0%)
มากที่สุด			10 (100.0%)	10 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 24.030$$

$$df = 8$$

$$P = 0.002$$

ตารางที่ 51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีผู้ได้บังคับบัญชากับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากด้วยวิธีผู้ได้บังคับบัญชากับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการใช้ นิติสาร PTT privatization กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการใช้ นิติสาร PTT privatization	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		3 (42.9%)	4 (57.1%)	7 (100.0%)
น้อย		4 (20.0%)	16 (80.0%)	20 (100.0%)
ปานกลาง		12 (16.0%)	63 (84.0%)	75 (100.0%)
มาก	3 (2.2%)	13 (9.4%)	122 (88.4%)	138 (100.0%)
มากที่สุด		2 (2.6%)	74 (97.4%)	76 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 20.761$$

$$df = 8$$

$$P = 0.008$$

ตารางที่ 52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการใช้ นิติสาร PTT privatization กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจาก E-mail กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการ ใช้ Intranet กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการ ใช้ Intranet	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		3 (21.4%)	11 (78.6%)	14 (100.0%)
น้อย		10 (41.7%)	14 (58.3%)	24 (100.0%)
ปานกลาง		4 (5.1%)	74 (94.9%)	78 (100.0%)
มาก	3 (2.4%)	14 (11.3%)	107 (86.3%)	124 (100.0%)
มากที่สุด		3 (3.9%)	73 (91.1%)	76 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 36.590$$

$$df = 8$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการ ใช้ Intranet กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจาก Intranet กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปจากบอร์ดิทรรศการกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปจากบอร์ดิทรรศการ	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		3 (27.3%)	8 (72.7%)	11 (100.0%)
น้อย		6 (20.0%)	24 (80.0%)	30 (100.0%)
ปานกลาง		13 (10.3%)	113 (89.7%)	126 (100.0%)
มาก	3 (2.5%)	8 (6.8%)	107 (90.7%)	118 (100.0%)
มากที่สุด		4 (12.9%)	27 (87.1%)	31 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$\chi^2 = 12.739$$

$$df = 8$$

$$P = 0.121$$

ตารางที่ 54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปจากบอร์ดิทรรศการกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากบอร์ดิทรรศการ กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการประกาศอย่างเป็นทางการกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการประกาศอย่างเป็นทางการ	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		2 (13.3%)	13 (86.7%)	15 (100.0%)
น้อย		6 (6.7%)	83 (93.3%)	89 (100.0%)
ปานกลาง		6 (6.7%)	83 (93.3%)	89 (100.0%)
มาก	3 (2.4%)	14 (10.9%)	111 (86.7%)	128 (100.0%)
มากที่สุด		6 (8.7%)	63 (91.3%)	69 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 19.751$$

$$df = 8$$

$$P = 0.011$$

ตารางที่ 55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการประกาศอย่างเป็นทางการกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากวิธีการประกาศอย่างเป็นทางการกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 56 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการ E-mail จากสหภาพกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการ E-mail จากสหภาพ	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เคยเลย		9 (39.1%)	14 (60.9%)	23 (100.0%)
น้อย		7 (11.3%)	55 (88.7%)	62 (100.0%)
ปานกลาง	3 (2.3%)	4 (3.1%)	122 (94.6%)	129 (100.0%)
มาก		14 (17.3%)	67 (82.7%)	81 (100.0%)
มากที่สุด			21 (100.0%)	21 (100.0%)
รวม	3 (0.9%)	34 (10.8%)	279 (88.3%)	316 (100.0%)

$$x^2 = 37.216$$

$$df = 8$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 56 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการ E-mail จากสหภาพกับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจาก E-mail กับ ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 57 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปจากกิจกรรมอื่น ๆ กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีการ กิจกรรมอื่น ๆ	ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.			รวม
	ทัศนคติเป็นลบ	ทัศนคติเป็นกลาง	ทัศนคติเป็นบวก	
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		11 (57.9%)	8 (42.1%)	19 (100.0%)
ไม่เห็นด้วย		5 (35.7%)	9 (64.3%)	14 (100.0%)
ไม่แน่ใจ	3 (2.4%)	4 (3.3%)	116 (94.3%)	123 (100.0%)
เห็นด้วย		10 (10.4%)	86 (89.6%)	96 (100.0%)
เห็นด้วยอย่างยิ่ง		4 (6.5%)	58 (93.5%)	62 (100.0%)
รวม	3 (1.0%)	34 (10.8%)	277 (88.2%)	314 (100.0%)

$$x^2 = 65.395$$

$$df = 8$$

$$P = 0.000$$

ตารางที่ 57 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยจากกิจกรรมอื่น ๆ กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.พบว่าระดับความถี่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. ภายในบริษัทจากกิจกรรมอื่น ๆ กับทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ทางปตท.ปรับปรุงและแก้ไขเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กรจากแบบสอบถามปลายเปิด

คำถาม หากทางท่านและ บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)สามารถย่นเวลากลับไปเริ่มต้นการแปรรูปใหม่อีกครั้งหนึ่งท่านคิดว่าทาง บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) มีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบหรือวิธีการทำงานในการสื่อสารเพื่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจอย่างไร หรือไม่ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและประโยชน์สูงสุดต่อพนักงานและองค์กร

กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดจะค่อนข้างพอใจกับรูปแบบและวิธีการดำเนินการ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจภายในของบริษัทและคิดว่าไม่มีสิ่งใดต้องปรับปรุงเนื่องจากมั่นใจในตัวผู้บริหารและองค์กร อีกทั้งคิดว่าการดำเนินการที่ผ่านนั้นสมบูรณ์ที่สุดแล้ว

ในทางตรงกันข้ามกลุ่มตัวอย่างต้องการให้ทางปตท.ปรับปรุงในส่วนของ การประชาสัมพันธ์การแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กรกับบุคคลภายนอกและประชาชนทั่วไปให้มากกว่าที่เป็นมา เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและเห็นด้วยกับการแปรรูปขององค์กรจึงต้องการให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดูดีในสายตาของประชาชนว่าภายหลังจากการแปรรูปองค์กรแล้วคนที่ได้รับประโยชน์สูงสุดคือประชาชน และปตท.แปรรูปก็เพื่อประโยชน์ของประชาชนโดยรวมไม่ใช่เพื่อประโยชน์ขององค์กร

นอกจากนี้ยังมีประเด็นที่ต้องการให้ปรับปรุงคืออยากให้ทางปตท.ให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารเชิงธุรกิจมากขึ้นเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานภายหลังจากการแปรรูปให้มากขึ้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ของ บริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน)สามารถสรุปผลการวิจัยทั้งจากการวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถามผ่านทางโปรแกรม Spss และการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึกได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะทางประชากร,การเปิดรับข่าวสารข้อมูลทั่วไปจากสื่อต่างๆ, การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของปตท.จากสื่อต่างๆ,ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของกลุ่มตัวอย่างโดยแสดงตัวเลข จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย

1. ลักษณะทางประชากร

ลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้มีจำนวนเพศชายและหญิงเท่าๆกันโดยเป็นเพศชายร้อยละ 50.6 และเพศหญิงร้อยละ 49.4 มีอายุตั้งแต่ระหว่าง 22-60 ปี ส่วนใหญ่จะสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 50.9 รองลงมาเป็นปริญญาโทร้อยละ 36.4 มีระยะเวลาทำงานตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ร้อยละ45.6 สังกัดกลุ่มสำนักงานใหญ่มากที่สุดร้อยละ 41.8 และมีตำแหน่งงานในระดับพนักงานปฏิบัติการมากที่สุดร้อยละ 75.3

2. การเปิดรับข่าวสารข้อมูลทั่วไปจากสื่อต่างๆ

กลุ่มตัวอย่างจะมีการเปิดรับข่าวสารข้อมูลทั่วไปจากโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์มากที่สุดคือทุกวัน โดยจะรับฟังข่าวสารจากวิทยุและอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย2-3ครั้งต่อสัปดาห์และจะรับข่าวสารจากนิตยสารทั่วไปน้อยที่สุดเฉลี่ย 2-3ครั้งต่อเดือน

3. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของปตท.จากสื่อต่างๆ

กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของปตท.ผ่านทางสื่อต่างๆภายในองค์กรมากที่สุดเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือได้รับจากเพื่อนร่วมงานและคนภายในองค์กรเฉลี่ย 4.02 โดยจะได้ข้อมูลเกี่ยวกับการแปรรูปผ่านทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และ

อินเตอร์เน็ตในระดับปานกลาง เฉลี่ย 3.28 , 3.01 จากวิทยุและนิตยสารทั่วไปในระดับน้อยเฉลี่ย 2.60 ,2.11 ตามลำดับ

4. ทักษะคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)

กลุ่มตัวอย่างแสดงทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)ในระดับค่าเฉลี่ยที่ เห็นด้วย ทั้งหมดกับคำถามทั้ง 8 ข้อ(ตารางที่ 12) โดยกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับค่าเฉลี่ยรวม 3.85 แสดงถึงว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติค่อนข้างดี เกี่ยวกับรูปแบบและวิธีการในการดำเนินการแปรรูปที่ผ่านมามากทั้งเมื่อระยะเวลาผ่านไปในระยะ หนึ่งแล้วนั้น ก็ยังคงมี ทักษะคติที่ดีเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจอยู่

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับค่าเฉลี่ย 3.63 เห็นด้วยว่า ปตท. มีความจำเป็นที่ จะต้องแปรรูปรัฐวิสาหกิจตั้งแต่ก่อนบริษัทจะดำเนินการแปรรูป(ตารางที่ 12 ข้อ 1)และกลุ่ม ตัวอย่างเฉลี่ย 3.97 คิดว่า ปตท.ตัดสินใจถูกต้องที่ดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจเป็นบริษัทก่อน รัฐวิสาหกิจอื่นๆ(ตารางที่ 12 ข้อ 2)

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับค่าเฉลี่ย 4.02 คิดว่าการได้รับความรู้ความเข้าใจที่ ถูกต้องเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานมีผลทำให้ ปตท. สามารถแปรรูปรัฐวิสาหกิจได้ สำเร็จ(ตารางที่ 12 ข้อ 4)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

เพื่อใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ

1. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างกับพฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสารทั่วไปจากสื่อต่างๆ

ผลการวิจัยพบว่าลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างได้แก่เพศ การศึกษา และตำแหน่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่สังกัดในการทำงาน กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อต่างๆนอกจากนิตยสารกลับไม่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจผ่านสื่อต่างๆ กับทัศนคติเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่าการที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อภายในองค์กร เพื่อนร่วมงานและอินเทอร์เน็ตนั้นมีความสัมพันธ์กันกับทัศนคติเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุและนิตยสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจผ่านสื่อต่างๆ ภายในองค์กรกับทัศนคติเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่าความถี่ในการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจผ่านผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา วารสารPTT Privatization E-mail จากสหภาพและกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นมีความสัมพันธ์กันกับทัศนคติเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ความถี่ในการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจผ่านเพื่อนร่วมงาน Intranet บอร์ดนิทรรศการ และประกาศอย่างเป็นทางการไม่มีความสัมพันธ์กันกับทัศนคติเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความมีประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อต่างๆ กับทัศนคติเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่าระดับความมีประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กรผ่านผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา วารสารPTT Privatization Intranet ประกาศอย่างเป็นทางการ E-mail จากสหภาพและกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นมีความสัมพันธ์กันกับทัศนคติเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ระดับความมีประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กรผ่านเพื่อนร่วมงานและบอร์ดนิทรรศการไม่มีความสัมพันธ์กันกับทัศนคติเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำถามนำวิจัย ข้อ 1. รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน) ในช่วงระหว่างการเตรียมการดำเนินการแปลงสภาพจนกระทั่งจดทะเบียนเป็นบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน) มีลักษณะอย่างไร

จากการรวบรวมผลการวิจัยจากการแจกแบบสอบถามและสัมภาษณ์เชิงเจาะลึกพบว่า บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) มีรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจให้กับพนักงานบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ในช่วงระหว่างการเตรียมการดำเนินการแปลงสภาพจนกระทั่งจดทะเบียนเป็นบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) แบบเป็นทางการ (Formal Communication) บริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน)เลือกใช้ช่องทางส่งข่าวสารเพื่อสร้างความรู้อย่างนี้

1. การสื่อสารจากบนลงล่าง

ทางบริษัทปตท.จำกัด(มหาชน)ได้มีการมอบหมายให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์จัดตั้งคณะทำงานขึ้นเพื่อดำเนินการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และให้ความรู้กับพนักงานภายในบริษัท ซึ่งพนักงานจะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจถึงที่มา ความสำคัญและความจำเป็นของปัญหาในการที่บริษัทจะต้องดำเนินการแปรรูป รวมถึงสามารถติดตามความก้าวหน้าและผลการประชุมล่าสุดได้จากช่องทางต่างๆต่อไปนี้

1.1 วารสาร PTT Privatization

ทางบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน) ได้มีการจัดทำวารสารเฉพาะกิจชื่อว่า วารสาร PTT Privatization เป็นวารสารภายในเผยแพร่เป็นประจำทุกเดือน โดยวารสารนี้จะให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจในทุกๆด้านตั้งแต่เรื่องกฎหมาย ข้อบังคับ มติคณะรัฐมนตรีจนถึงสิทธิของพนักงานภายหลังการแปรรูป วารสารนี้ถูกตีพิมพ์ฉบับแรกเมื่อ เดือนมีนาคม 2541 จนถึงเดือนธันวาคม 2544 พนักงานทุกคนใน บริษัทปตท.จำกัด (มหาชน) จะได้รับวารสารนี้โดยการส่งไปให้ตามที่อยู่จะจงเป็นรายบุคคล

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.72 ตอบว่า ได้รับข่าวสารจากวิธีการนี้ (ตารางที่ 9 ข้อ 4) และ 3.81 คิดว่าวิธีการนี้เป็นวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาก(ตารางที่ 10 ข้อ 4)

1.2 สายการบังคับบัญชา

ปกติแล้วในแต่ละหน่วยงานของบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) จะมีการประชุมทุกเดือนเพื่อสรุปงาน ติดตามความก้าวหน้าและรับฟังข้อเสนอแนะในการทำงานซึ่งในแต่ละแผนกย่อยของแต่ละสังกัดอาจมีระยะเวลาที่แตกต่างกันบ้างตามความเหมาะสมของลักษณะงาน ซึ่งทางฝ่ายบริหารเลือกใช้วิธีนี้ในการส่งผ่านนโยบายและแนวคิดเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของผู้บริหารให้ผู้จัดการฝ่ายแต่ละฝ่ายนำไปชี้แจงต่อพนักงานในสังกัดของตน โดยวิธีนี้จะทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ซึ่งทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.59 ตอบว่าได้รับข่าวสารจากผู้บังคับบัญชามากที่สุด(ตารางที่ 9 ข้อ 1)

อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่เมื่อกลุ่มตัวอย่างได้รับข้อความแล้วเกิดความมั่นใจว่าข้อความที่ส่งมามีความน่าเชื่อถือและมาจากผู้บริหารระดับสูงขององค์กรจริง โดยทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.73 ตอบว่าวิธีการนี้เป็นวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากในการส่งผ่านข่าวสารมายังพนักงาน(ตารางที่ 10 ข้อ 1)

1.3 Intranet

เนื่องจากบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) นั้นมีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการทำงานอย่างกว้างขวางทางบริษัทจึงมีนโยบายให้พนักงานทุกคนมีเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้ทุกคน โดยพนักงานทุกคนจะมี E-Mail Address ส่วนตัวเพื่อใช้ในการติดต่อกันทั้งภายในและภายนอกบริษัท ในเรื่องของการแปรรูปรัฐวิสาหกิจนั้นทางปตท.ได้มีการจัดทำ Intranet เพื่อเป็นศูนย์กลางในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ เพื่อใช้แจ้งความคืบหน้าในการดำเนินการแปรรูปขององค์กรให้พนักงานทราบ

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.72 ตอบว่าได้รับข่าวสารจากวิธีการนี้(ตารางที่ 9 ข้อ 5) และ 3.81 คิดว่าวิธีการนี้เป็นวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาก(ตารางที่ 10 ข้อ 5)

1.4 ประกาศอย่างเป็นทางการ

บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)จะมีการจัดพื้นที่ๆใช้ติดประกาศของบริษัทตามชั้นและแผนกต่างๆเพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการส่งข่าวสารไปยังพนักงาน ตามปกติพื้นที่นี้จะอยู่ในส่วนด้านหน้าของแต่ละแผนกตรงทางเดินหน้าลิฟท์โดยสารทุกชั้น

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.37 ตอบว่าได้รับข่าวสารจากวิธีการนี้(ตารางที่ 9 ข้อ 7) และ 3.70 คิดว่าวิธีการนี้เป็นวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาก(ตารางที่ 10 ข้อ 7)

1.5 บอร์ดบริหาร

บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) จะมีการจัดบอร์ดบริหารในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจเป็นระยะเพื่อสร้างความคุ้นเคยให้กับพนักงานและสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการแปรรูปเป็นระยะๆ เช่นการจัดบอร์ดบริหารให้ความรู้เรื่องธรรมาภิบาล เป็นต้น

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.32 ตอบว่าได้รับข่าวสารจากวิธีการนี้(ตารางที่ 9 ข้อ 6) และ 3.41 คิดว่าวิธีการนี้เป็นวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาก(ตารางที่ 10 ข้อ 6)

1.6 กิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นภายในบริษัทเพื่อให้ความรู้

บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)มีการจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้บริหารระดับสูงได้มาพบปะพูดคุยและตอบปัญหาข้อข้องใจของพนักงานเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจเป็นระยะๆทั้งภายในสำนักงานใหญ่รวมถึงตามสาขาต่างจังหวัดที่มีพนักงานของบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)ด้วย เพื่อให้พนักงานได้รู้สึกถึงบริษัทและผู้บริหารให้ความสำคัญต่อพนักงานทุกคน อีกทั้งยังเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับพนักงานอีกด้วยว่าสิ่งที่พนักงานเสนอไปผู้บริหารได้รับข้อมูลนั้นจริง อีกทั้งยังมีการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิมาบรรยายเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปอีกด้วย

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.37 ตอบว่าได้รับข่าวสารจากวิธีการนี้(ตารางที่ 9 ข้อ 9) และ 3.54 คิดว่าวิธีการนี้เป็นวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาก(ตารางที่ 10 ข้อ 9)

1.7 E-mail จากสหภาพ

บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)มีการจัดตั้งสหภาพแรงงานเพื่อเป็นตัวแทนของพนักงาน ในการปกป้องสิทธิและผลประโยชน์ของพนักงาน ดังนั้นทางบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)จึงได้ให้ตัวแทนสหภาพเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ดังนั้นหลังจากการประชุมทุกครั้งทางสหภาพจะมีE-Mailแจ้งผลการประชุมและความคืบหน้าให้กับพนักงานทราบเป็นระยะ

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.72 ตอบว่าได้รับข่าวสารจากวิธีการนี้(ตารางที่ 9 ข้อ 8) และ 3.05 คิดว่าวิธีการนี้เป็นวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพปานกลาง(ตารางที่ 10 ข้อ 8)

1.8 ผู้ได้บังคับบัญชา

จากผลการวิจัยทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 2.53 ตอบว่าได้รับข่าวสารจากวิธีการนี้(ตารางที่ 9 ข้อ 3)และ 2.56 คิดว่าวิธีการนี้เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพน้อยอันเนื่องจากกลุ่ม

ตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานในระดับพนักงานปฏิบัติการจึงไม่มีผู้ได้บังคับบัญชา(ตารางที่ 10 ข้อ 3)

3. การสื่อสารจากล่างขึ้นบน

ในระหว่างการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจทางปตท.มีนโยบายการเปิดรับฟังความคิดเห็นจากพนักงานอยู่เสมอตลอดระยะเวลาที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กรโดยผ่านช่องทางและสื่อต่างๆที่บริษัทมีอยู่ ดังต่อไปนี้

3.1 Webboard

สืบเนื่องจากข้อ 1.3 นอกจากบริษัทจะรวบรวมความรู้ให้พนักงานสามารถเข้าไปค้นคว้าข้อมูลการแปรรูปผ่านระบบ Internet และ Intranet ได้แล้วบริษัทยังเปิด Webboard ให้พนักงานสามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการแปรรูปองค์กรได้โดยไม่มี การตรวจสอบว่ามาจากพนักงานคนใดอีกด้วย

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.57 ตอบว่าหากท่านมีข้อสงสัยจะเลือกสอบถามข้อมูลข่าวสารผ่านทาง Web Board (ตารางที่ 11 ข้อ 13)

3.2 การตั้งจุดกล่อรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน

ทางบริษัทจะมีการตั้งกล่อรับฟังความคิดเห็นของพนักงานไว้ในจุดต่างๆเพื่อให้พนักงานสามารถส่งความคิดเห็นให้คณะทำงานได้อย่างสะดวก

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.32 ตอบว่าหากท่านมีข้อสงสัยจะเลือกสอบถามข้อมูลข่าวสารผ่านทาง กล่อรับความคิดเห็น (ตารางที่ 11 ข้อ 14)

3.3 วารสาร PTT Privatization

ภายในเนื้อหาของวารสาร PTT Privatization ในแต่ละเดือนนั้นจะเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจและแจ้งความคืบหน้าในการดำเนินการขององค์กร ดังนั้นหากพนักงานคนใดมีข้อเสนอนะ ข้อสงสัยหรือคำถามเกี่ยวกับการแปรรูปก็สามารถส่งคำถามมายังส่วนประชาสัมพันธ์ภายใน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ได้โดยจะมีการตอบคำถามนั้นลงในวารสารฉบับถัดไป

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.26 ตอบว่าหากท่านมีข้อสงสัยจะเลือกสอบถามข้อมูลข่าวสารผ่านทางวารสาร PTT Privatization (ตารางที่ 11 ข้อ 15)

4. การสื่อสารตามแนวนอน

พนักงานของบริษัทปตท.จำกัด(มหาชน)ทุกคนก่อนที่จะเข้ามาปฏิบัติงานจะได้รับ การอบรมพนักงานใหม่ซึ่งจะมีการแนะนำความเป็นมาของบริษัท บทบาทหน้าที่และภารกิจของ บริษัทต่อประเทศชาติ ลักษณะคล้ายกับประเพณีรับน้องใหม่ของการเข้าศึกษาตามสถาบันเพื่อ ก่อให้เกิดความรักองค์กร ความสามัคคีในหมู่พนักงาน อีกทั้งยังทำให้พนักงานใหม่ได้ทำความรู้จัก กันเพื่อประโยชน์ต่อการติดต่อประสานงานกันในอนาคต อีกทั้งบริษัทปตท.จำกัด(มหาชน)ยังมีการ จัดกิจกรรมประจำปีอย่างสม่ำเสมอเช่น การเลี้ยงสังสรรค์ในวันปีใหม่ การจัดกิจกรรมกีฬาหรือ การไปเที่ยว ทำให้พนักงานในองค์กรเกิดความผูกพัน รักในองค์กรของตนและมีสามัคคีกัน เมื่อมี เหตุการณ์ใดที่เกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงในองค์กรเกิดขึ้นก็จะมีกาพูดคุยสอบถามกันในหมู่ พนักงานกันเป็นที่กว้างขวางเนื่องจากพนักงานส่วนใหญ่จะรู้จักกันอยู่แล้วจากกิจกรรมต่างๆที่ทาง บริษัทจัดขึ้นอีกทั้งอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยเช่น Intranet ,หรือโทรศัพท์ ที่พนักงานทุกคนมีใช้ ส่วนตัวจึงยิ่งเอื้อให้เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารกันในเรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กร มากขึ้น ทศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.72 ตอบว่าได้รับข่าวสารจากวิธีการนี้(ตารางที่ 9 ข้อ 2) และ 3.48 คิดว่าวิธีการนี้เป็นวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาก(ตารางที่ 10 ข้อ 2)

คำถามนำวิจัยข้อ 2. วิธีการสร้างการยอมรับและป้องกันการต่อต้านการแปรรูป รัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน) ในช่วงระหว่างการเตรียมการ ดำเนินการแปลงสภาพจนกระทั่งจดทะเบียนเป็นบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน) อย่างไรบ้าง

จากผลการวิจัยสามารถแบ่งวิธีการสร้างการยอมรับและป้องกันการต่อต้านการแปรรูป รัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน)ได้เป็น 3 ส่วนใหญ่ๆคือ

1. การมีส่วนร่วมของผู้บริหารและพนักงาน

1.1 ทางผู้บริหารของบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน) มีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการ แปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กรว่าจะต้องให้ความสำคัญกับพนักงานในองค์กรเป็นลำดับแรกคือต้อง ไม่ให้พนักงานในองค์กรได้รับความเดือดร้อนหลังจากองค์กรได้ทำการแปรรูปเปลี่ยนจาก รัฐวิสาหกิจ

1.2 การให้ความมั่นใจกับพนักงานในเรื่องที่เป็นข้อกังวลของพนักงานจากฝ่ายบริหาร โดยตรงโดยการที่ฝ่ายบริหารออกพื้นที่พบปะกับพนักงานทั้งภายในสำนักงานใหญ่และสาขา ต่างจังหวัดอย่างสม่ำเสมอและทั่วถึง

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.62 แสดงความคิดเห็นว่าเห็นด้วยว่า ผู้บังคับบัญชาทำให้พนักงานมั่นใจว่าเมื่อองค์กรแปรรูปแล้ว จะส่งผลดีแก่ตัวพนักงานและองค์กร โดยรวม(ตารางที่ 11 ข้อ 7)

1.3 มีการแต่งตั้งผู้แทนพนักงานให้เข้ามามีส่วนร่วมในคณะกรรมการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กรตั้งแต่เริ่มต้น คือตั้งแต่คณะรัฐมนตรีมีมติให้การปิโตรเลียม แห่งประเทศไทยแปลงสภาพเป็นบริษัทปตท.จำกัด(มหาชน) โดยผู้แทนที่มาเข้าร่วมเป็น คณะทำงานนั้นมาจากความเหมาะสมและเห็นชอบจากส่วนร่วมมิใช่คนที่ฝ่ายบริหารแต่งตั้งขึ้น ซึ่ง คณะทำงานในแต่ละชุดก็จะมาจากหลายๆฝ่ายในบริษัท ไม่ใช่คนกลุ่มเดียวกันทั้งหมดแต่จะ ทำงานที่ตนคิดว่ามีศักยภาพและความสามารถในด้านนั้นๆ เช่นคณะกรรมการกำกับดูแลการแปรรูปจะเป็นคนของกองกฎหมายเข้ามาช่วยดูแลร่วมกับฝ่ายบริหารและสหภาพเป็นต้น

1.4 การพบปะหารือระหว่างผู้บริหารทุกระดับและผู้บริหารกับพนักงานเป็นประจำ หรือ ทันทีที่มีการเปลี่ยนแปลงสาระของการแปรรูป เช่น การเปลี่ยนแนวทางในการแปรรูปในแต่ละ ครั้งหรือการปรับโครงสร้างองค์กรเป็นต้น

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 4.13 แสดงความคิดเห็นว่าเห็นด้วยว่าปตท. เปิดเผยข้อมูล ข่าวสารและแจ้งความก้าวหน้าผลการดำเนินการแปรรูปเป็นอย่างดี(ตารางที่ 11 ข้อ 1) และเฉลี่ย 3.70 กล่าวว่ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปจากผู้บังคับบัญชาในหน่วยงานอย่าง สม่ำเสมอ(ตาราง 11 ข้อ 2)

2. ความต่อเนื่องสม่ำเสมอและถูกจังหวะเวลาในการสื่อสารเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กร

2.1 เริ่มมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปตั้งแต่ผู้บริหารเริ่มเห็นถึง แนวโน้มและความจำเป็นของปตท.ที่อาจจะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการดำเนินธุรกิจ ตามตลาดโลกโดยทาง ปตท.เริ่มดำเนินการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจกับพนักงานในวันที่ 1 มี.ค. 2541 ก่อนที่คณะรัฐมนตรีจะอนุมัติแผนแม่บทการปฏิรูป รัฐวิสาหกิจในวันที่ 1 ก.ย. 2541 และคณะกรรมการ ปตท.จะมีมติให้ปตท.แปรรูปในวันที่ 16 ก.ย.

2541 โดยทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.77 แสดงความคิดเห็นเห็นด้วยว่าบริษัทให้ข้อมูลที่เพียงพอกับพนักงานเกี่ยวกับนโยบาย ขั้นตอนการทำงานและความก้าวหน้า ในช่วงตลอดระยะเวลาที่กำลังดำเนินการแปรรูป(ตารางที่ 12 ข้อ 7)

2.2 ในช่วงของการดำเนินการแปรรูปนั้นทางบริษัทมีการจัดทำสรุปเนื้อหาและประเด็นการแปรรูปต่างๆอย่างชัดเจนจึงสามารถให้คำตอบแก่ข้อซักถามของพนักงานได้ เช่น สิทธิประโยชน์ของพนักงานภายหลังการแปรรูป การกระจายหุ้น เป็นต้น

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.19 แสดงความคิดเห็นเห็นด้วยว่าได้รับทราบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ที่ถูกต้อง ผ่านทางสื่อเฉพาะทางภายในบริษัท เช่น วารสาร PTT Privatization เป็นต้น(ตารางที่ 12 ข้อ 3)

3. การสื่อสารแบบสองทาง(Two way Communication)

3.1 การเปิดโอกาสให้ผู้แทนพนักงานเข้าไปแสดงความคิดเห็นในที่ประชุมของคณะทำงานชุดต่างๆได้

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.19 แสดงความคิดเห็นว่าไม่แน่ใจว่าหากท่านมีข้อสงสัยหรือต้องการให้เสนอความเห็นเกี่ยวกับการแปรรูปท่านมักจะสอบถามทางสหภาพ(ตารางที่ 11 ข้อ 24)

3.2 มีการเปิด Webboard ผ่านIntranet ขององค์กรเพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสเข้ามาเขียนกระทู้ตั้งคำถามหรือแสดงความคิดเห็นได้โดยอิสระและให้ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้ชำนาญการในด้านต่างๆมาตอบคำถามโดยไม่มีการตรวจสอบว่าใครเป็นผู้เข้ามาตั้งกระทู้หรือแสดงความคิดเห็นในแง่มุมต่างๆไม่ว่าจะเป็นข้อความที่เห็นด้วยหรือไม่ก็ตามโดยมีข้อตกลงว่าจะไม่ใช้คำที่ไม่สุภาพในการแสดงความคิดเห็นเท่านั้นซึ่งวิธีนี้จะช่วยให้พนักงานสามารถเขียนระบายความรู้สึกที่แท้จริงได้โดยไม่ต้องกลัวที่จะถูกลงโทษ เป็นวิธีลดความกดดันภายในองค์กรได้ดีวิธีหนึ่งอีกทั้งเป็นเครื่องมือที่จะทำให้ฝ่ายบริหารสามารถทราบถึงความคิดเห็นและสถานการณ์ภายในองค์กรของพนักงานได้ด้วย ทำให้ฝ่ายบริหารสามารถเตรียมรับมือและแก้ไขสถานการณ์ได้อย่างทันท่วงที

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.57 แสดงความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยหากมีข้อสงสัยจะสอบถามข้อมูลข่าวสารผ่านทาง Web Board (ตารางที่ 11 ข้อ 13)

3.3 พนักงานสามารถเลือกช่องทางในการแสดงความคิดเห็นหรือตั้งคำถามเกี่ยวกับการแปรรูปองค์กรได้หลายทางไม่ว่าจะเป็นทางวารสาร PTT Privatization กล่องรับฟังความคิดเห็น ซึ่งในแต่ละคำถามจะถูกตอบโดยผู้ที่เกี่ยวข้องผ่านทางวารสารรายเดือน PTT Privatization ทางบริษัทมีนโยบายที่จะตอบทุกคำถามเพื่อให้พนักงานรู้สึกว่าคุณสงสัยหรือข้อคิดเห็นของตนได้รับการพิจารณาและฝ่ายบริหารได้รับรู้จริงแต่ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.39 กลับแสดงความเห็นว่าไม่แน่ใจว่าคำถามที่ตั้งจะได้รับความสนใจและชี้แจงกลับผ่านทางสื่อต่างๆ (ตาราง 11 ข้อ 16)

ในขณะที่ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.63 แสดงความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมีอิสระที่จะแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการแปรรูป(ตาราง 11 ข้อ 7)ในขณะที่ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3.72 แสดงความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยว่าปตท. มีนโยบายที่จะเปิดให้พนักงานแสดงความคิดเห็นหรือร่วมตัดสินใจในการแปรรูป(ตาราง 11 ข้อ 18)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง **การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน)** แสดงให้เห็นถึงรูปแบบและวิธีการสื่อสารภายในองค์กรที่บริษัทใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ อีกทั้งยังใช้เพื่อโน้มน้าวใจพนักงานในบริษัทให้เห็นด้วยกับนโยบายของบริษัทในการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ โดยไม่เกิดการต่อต้านการดำเนินการเปลี่ยนแปลงองค์กรครั้งสำคัญของบริษัทในครั้งนี้

จากการวิจัยพบว่าพนักงานของปตท. ส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลที่มีการศึกษาในระดับกลางจนถึงระดับสูงคือส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 50.0 ลำดับรองลงมาจะสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทร้อยละ 36.4 โดยจะมีการเปิดรับข่าวสารข้อมูลทั่วไปผ่านวิทยุโทรทัศน์ทุกวัน แต่พนักงานส่วนใหญ่จะรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปองค์กรผ่านสื่อต่างๆภายในองค์กรมากที่สุด

ทาง ปตท.มีรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจผ่านการสื่อสารอย่างเป็นทางการ โดยใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการส่งผ่านนโยบาย แนวความคิด จากฝ่ายบริหารมายังพนักงานระดับปฏิบัติการ อีกทั้งยังใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์อันดีและช่วยลดช่องว่างระหว่างผู้บริหารกับพนักงานลง ซึ่งเสนาะ ติเยวาร์(2538)กล่าวว่า กิจกรรมทางด้านการติดต่อสื่อสารเป็นงานด้านพื้นฐานขององค์การทุกประเภท เป็นกิจกรรมที่ใช้เวลาและองค์ประกอบที่สำคัญทางการบริหาร จึงเป็นความจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อกิจกรรมทางการติดต่อสื่อสารและต้องศึกษาว่าจะทำอย่างไร จึงจะทำให้การใช้เวลาและทรัพยากร ในเรื่องการติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพ ซึ่งในระหว่างการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของปตท.นี้พบการสื่อสารภายในองค์กร 3 ลักษณะคือ การสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบนและการสื่อสารตามแนวนอน

ลักษณะการสื่อสารจากบนลงล่างนั้นพบว่าในระหว่างการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจนั้น ปตท. ได้มีการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจผ่านทุกช่องทางที่มีอยู่ภายในบริษัทให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดโดยเน้นการสื่อสารที่มีการจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษร มีการจัดทำวารสาร PTT Privatization ซึ่งเป็นวารสารเฉพาะกิจส่งแบบเฉพาะเจาะจงถึงพนักงานทุกคนในบริษัทเพื่อเป็นการป้องกันข้อกล่าวหาที่อาจเกิดขึ้นในภายหลังกว่าพนักงานไม่เคยทราบหรือไม่เคยรับรู้เรื่องราวเหล่านี้ให้หมดไป โดยเนื้อหาภายในวารสารจะมีทั้งเรื่องความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ การชี้แจงความคืบหน้าผลการดำเนินการแปรรูปขององค์กร การตอบข้อสงสัยหรือชี้แจงสิ่งที่กำลังเป็นประเด็นและอยู่ในความ

สนใจของพนักงานโดยผู้เกี่ยวข้องหรือผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเนื้อหาโดยรวมที่ถูกบรรจุอยู่ในวารสารรายเดือนนี้ย่อมเป็นเนื้อหาที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการโน้มน้าวใจให้พนักงานเห็นว่าการตัดสินใจดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ ปตท. นั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้องและควรกระทำ ในส่วนของการตอบปัญหาข้อข้องใจที่บริษัทเปิดให้พนักงานเขียนมาถามนั้นจะเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบกระแสความคิดของพนักงานในขณะนั้น ของฝ่ายบริหารว่าตอนนี้พนักงานในองค์กรมีความคิดเห็น ทศนคติ หรือความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กรอย่างไรบ้าง เพื่อฝ่ายบริหารจะได้ทำการประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้อง ผลการวิจัยพบว่าวิธีนี้เป็นวิธีที่พนักงานคิดว่ามีประสิทธิภาพมากที่สุดในการให้ความรู้กับพนักงานซึ่งก็หมายถึงมีประสิทธิภาพในการโน้มน้าวใจด้วย

การสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งคือการสื่อสารผ่านทางผู้บังคับบัญชาวิธีการนี้ก็เป็นที่นิยมอีกวิธีหนึ่งที่ปตท. ใช้เพื่อส่งผ่านนโยบายและแนวความคิดไปยังพนักงาน จากการวิจัยพบว่าภายในองค์กรของปตท. เองนั้นมีสายบังคับบัญชาค่อนข้างชัดเจนก็จริงแต่ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้านายกับลูกน้องค่อนข้างมีอยู่มาก เพราะองค์กรนี้มีลักษณะทำงานกันเหมือนเครือญาติ ทุกคนเป็นพี่น้องกัน คอยช่วยเหลือกันอันเป็นผลมาจากการปลูกฝังตั้งแต่เริ่มเข้ามาทำงานและถูกตอกย้ำมาเรื่อยๆ จากกิจกรรมต่างๆ ที่ปตท. จัดขึ้นตลอดปีเพื่อเสริมสร้างความสามัคคีในองค์กรนั่นเอง ดังนั้นเจ้านายจึงมีลักษณะเหมือนเป็นพี่ที่คอยดูแลน้อง เมื่อทำผิดก็คอยตักเตือนไม่ใช่การจับผิดซึ่งส่งผลให้พนักงานรู้สึกอบอุ่นใจในการทำงานที่นี้ แม้กระทั่งผู้บริหารสูงสุดพนักงานเองก็มีความรู้สึกว่าเป็นพี่ว่า การ (ในขณะนั้น ปัจจุบันเปลี่ยนตำแหน่งเป็นผู้จัดการใหญ่) คือหัวหน้าครอบครัวซึ่งจะนำพาครอบครัวคือปตท. และสมาชิกในครอบครัวคือพนักงานในองค์กร ไปสู่สิ่งที่ดีกว่าและดีที่สุดในเมื่อพนักงานส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดีและศรัทธาต่อตัวผู้บริหารแล้วการที่ฝ่ายบริหารจะนำพาองค์กรไปในทิศทางใดก็ย่อมเป็นเรื่องง่าย ซึ่งจากผลการวิจัยก็พบว่าพนักงานเห็นว่าวิธีการนี้เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารเช่นกัน

การสื่อสารในรูปแบบการสื่อสารอย่างเป็นทางการในลักษณะจากบนลงล่าง นอกเหนือจากการสื่อสารผ่านวารสาร PTT Privatization และผ่านผู้บังคับบัญชาแล้ว ปตท. ยังใช้การสื่อสารผ่าน Intranet การประกาศอย่างเป็นทางการ บอร์ดนิทรรศการ E-Mail จากทาง สหภาพหรือกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นเพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ โดยจุดมุ่งหมายในการสื่อสารไม่ว่าจะผ่านสื่อใดๆ ในลักษณะจากบนลงล่างก็คือ การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ที่แฝงการโน้มน้าวใจ เมื่อพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจดี ก็ย่อมมีทัศนคติที่ดี อันจะส่งผลต่อการยอมรับและทำให้พนักงานมีพฤติกรรมตามที่ฝ่ายบริหารต้องการได้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นฤมล โรหิตจันท์ (2534) ที่ศึกษาถึงประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้และ

ทัศนคติต่อโครงการเจ้าพระยากับตาวพิเศษซึ่งพบว่า พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความรู้ ทัศนคติเกี่ยวกับโครงการ และสื่อในการประชาสัมพันธ์ ต่างก็มีความสัมพันธ์กันทั้งสิ้น ดังนั้นการที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมจึงต้องใช้การเผยแพร่ ด้วยสื่อหลายๆประเภทให้เข้าถึงตัวพนักงานในทุกๆทางเพื่อตอกย้ำให้พนักงานคุ้นเคยและยอมรับ สิ่งที่จะเกิดขึ้นในที่สุด

การดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของทาง บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) นั้นได้อยู่ ในความคาดการณ์ของผู้บริหารระดับสูงมานานแล้วเพราะผู้บริหารได้เล็งเห็นว่าอย่างไรก็ตามใน อนาคตอันใกล้บริษัทจะต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอดในตลาดและสามารถแข่งขันกับ ผู้ผลิตรายอื่นๆที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจแข่งขันภายใต้นโยบายการเปิดเสรีทางการค้าของรัฐบาล ดังนั้นผู้บริหารของปตท.จึงมีนโยบายที่จะปรับเปลี่ยนองค์กรเพื่อให้เกิดความคล่องตัวและมี ประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินธุรกิจ จึงทำให้พนักงานในองค์กรส่วนใหญ่ตื่นตัวและค่อนข้างชิน กับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในองค์กร อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่เป็นระยะๆนั้นยัง ไม่ส่งผลกระทบต่อขวัญและกำลังใจของพนักงานมากนักเพราะส่วนใหญ่เป็นการปรับเปลี่ยน รูปแบบวิธีการทำงานหรือปรับโครงสร้างการบริหารภายในเท่านั้นซึ่งไม่ได้มีผลกระทบต่อตัว พนักงานมากนักและเมื่อทาง ปตท. ทราบแน่ชัดแล้วว่าจะต้องดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจซึ่งเป็นการ เปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ขององค์กรและมีผลกระทบต่อสถานะภาพการทำงานและผลประโยชน์ ของพนักงานทุกคนที่อยู่ในองค์กร ผู้บริหารของปตท.จึงต้องมีการเตรียมการวางแผนที่ดีที่จะ ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้ ชี้แจงถึงความจำเป็น ข้อดีของการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ และผลกระทบ ที่จะเกิดขึ้นหากปตท.ไม่ดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจให้พนักงานทราบ โดยใช้ระยะเวลาที่นาน พอสมควรเพื่อให้พนักงานได้มีเวลาที่จะรับรู้ เรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจที่กำลังจะ เกิดขึ้นกับองค์กรของตน ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับกับแนวคิดของNANCY E. SCHWARTZ ซึ่ง อรวรรณ ปิลาพันธ์โอวาท (2542 : 39) ได้อธิบายว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนมี ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ เมื่อพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับการแปรรูป รัฐวิสาหกิจที่ดีก็คืออะไร ทำไปทำไมและใครจะเป็นผู้ได้รับประโยชน์หรือเสียประโยชน์จากการ ดำเนินการในครั้งนี้ ย่อมทำให้พนักงานเกิดทัศนคติที่ดี (อันอาจเกิดจากการได้รับข่าวสารเพียงด้าน เดียวและแหล่งเดียวจากบริษัท เพราะขณะนั้นการแปรรูปรัฐวิสาหกิจยังเป็นเรื่องใหม่ในประเทศไทย และยังไม่มียุติวิสาหกิจใดดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจเลย ข้อมูลส่วนใหญ่จึงเป็นข้อมูลด้าน วิชาการและเป็นข้อมูลการศึกษาผลการดำเนินงานของต่างประเทศ ซึ่งทางฝ่ายบริหารและฝ่าย ประชาสัมพันธ์พร้อมทั้งผู้เกี่ยวข้องกับการแปรรูปของปตท.เองก็ไม่รอช้าที่จะรีบป้อนข้อมูลข่าวสาร ที่คัดเลือกแล้วเหล่านี้ให้กับพนักงานในปริมาณที่มากพอจนพนักงานรู้สึกว่ามีข้อมูลเพียงพอ

แล้วและไม่มีความจำเป็นที่จะต้องค้นคว้าเพิ่มเติมด้วยตนเองอีก อันตรงกับความต้องการของฝ่ายบริหารของปตท. ด้วยที่ไม่ต้องการให้พนักงานหาข้อมูลเพิ่มเติมมากมายนอกเหนือจากที่ฝ่ายบริหารป้อนให้ เพราะมีความเป็นไปได้ที่ข้อมูลที่พนักงานหาเองนั้นอาจจะขัดแย้งต่อนโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กรหรือชี้ถึงผลกระทบใดๆที่ตัวพนักงานเองอาจยังไม่นึกถึง ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดการขัดแย้งทางด้านความคิดและการต่อต้านจนอาจมีผลให้การดำเนินการแปรรูปเกิดปัญหาที่เป็นได้) และเกิดพฤติกรรมตามที่ฝ่ายบริหารต้องการได้ โดยทำการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้พนักงานเห็นว่าบริษัทนั้นจำเป็นจริงๆที่จะต้องทำ เป็นการชักจูงและสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจให้เกิดขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป เพื่อให้เกิดพฤติกรรมยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้นในองค์กร เมื่อพนักงานได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องทันท่วงทีและต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอจะทำให้พนักงานคล้อยตามการดำเนินการแปรรูปขององค์กรได้ไม่ยาก ถึงแม้ว่าเรื่องนี้จะเป็นเรื่องที่จะกระทบต่อตนเองมากก็ตาม เพราะเมื่อคนเราเกิดทัศนคติที่ดีกับสิ่งใดแล้วก็จะยอมทำตามได้โดยง่ายเพราะคิดว่าเมื่อทำไปแล้วก็จะเกิดสิ่งดีๆต่อตนเองตามมานั่นเอง เมื่อพนักงานส่วนใหญ่มีพฤติกรรมสนับสนุนอันเนื่องมาจากการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและการโน้มน้าวใจที่ได้ผลทำให้พนักงานมีพฤติกรรมเป็นไปตามที่ฝ่ายบริหารต้องการเพราะพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปดี มีทัศนคติที่ดี จึงทำให้การดำเนินแปรรูปของบริษัทปตท. จำกัด(มหาชน)สามารถผ่านไปพ้นไปอย่างราบรื่น

ในส่วนของการเปิดรับฟังความคิดเห็นของพนักงานซึ่งเป็นมีลักษณะเป็นการสื่อสารจากล่างขึ้นบนนั้นปตท.เองได้เปิดช่องทางไว้หลากหลายเพื่อให้พนักงานรู้สึกสะดวกใจในการแสดงความคิดเห็นมากที่สุด จากการวิจัยพบว่าพนักงานส่วนใหญ่จะเลือกใช้วิธีการแสดงความคิดเห็นผ่านทาง Webboard มากที่สุดเนื่องจากเป็นวิธีการที่สะดวก ง่ายตาย และถือว่าเป็นของเล่นใหม่ของคนทุกคนในขณะนั้นเลยทีเดียวเนื่องจากในช่วงที่ปตท.ดำเนินการแปรรูปนั้น การติดต่อสื่อสารกันผ่านทางระบบเครือข่าย Internet และ Intranet ภายในองค์กรของประเทศไทยยังไม่ได้เป็นที่นิยมแพร่หลายโดยทาง ปตท.เองก็ถือได้ว่าเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งแรกๆที่ได้นำเอาระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์มาใช้ในการทำงาน พนักงานจึงสนใจที่จะแสดงความคิดเห็นผ่านทางสื่อนี้มาก อีกทั้งทางปตท.ยังให้อิสระกับพนักงานในการเข้ามาตั้งกระทู้เพื่อสอบถามข้อสงสัยหรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายหรือติชมการทำงานของผู้มีส่วนรับผิดชอบเกี่ยวกับการแปรรูปได้โดยไม่ต้องมีการระบุชื่อผู้เข้ามาตั้งกระทู้หรือแสดงความคิดเห็นคือใครและไม่มี การตรวจสอบจากฝ่ายบริหาร ทำให้การสื่อสารผ่านทาง Webboard กลายเป็นสิ่งคมย้อยๆในหมู่พนักงาน เมื่อมีข่าวลือเรื่องอะไรหรือใครได้ยื่นอะไรมา ก็จะมาตั้งกระทู้เอาไว้ ให้ผู้รู้หรือผู้เกี่ยวข้องเข้ามาตอบคำถามเพื่อคลายข้อข้องใจของพนักงานได้ทันที ซึ่งวิธีการนี้จะทำให้ฝ่ายบริหาร

สามารถรับรู้ถึงความรู้สึก ความต้องการ ตลอดจนทัศนคติ และความคิดเห็นที่แท้จริงของพนักงาน ทำให้ฝ่ายบริหารสามารถเตรียมตัวรับสถานการณ์ได้อย่างทันท่วงที ดังนั้นเมื่อเกิดข่าวลืออะไรขึ้นในหมู่พนักงาน ฝ่ายบริหารก็สามารถที่จะชี้แจง ทำความเข้าใจกับพนักงานได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องรอเหมือนกับสื่อชนิดอื่นๆซึ่งปตท.ก็เปิดไว้เป็นช่องทางให้พนักงานแสดงความคิดเห็นได้เช่นกันไม่ว่าจะเป็นการถามผ่านทางวารสารPTT Privatization หรือ กล่องรับฟังความคิดเห็น

ในส่วนของการสื่อสารตามแผนอนที่มีลักษณะเป็นการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการนั้นพบว่าตัวพนักงานในปตท.มีความสนใจที่จะพูดคุยเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินแปรรูปรัฐวิสาหกิจกันอย่างมาก เพราะถือว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องที่สำคัญและใกล้ตัวมากโดยพนักงานส่วนใหญ่เห็นว่าตนได้รับข้อมูลข่าวสารจากการพูดคุยกับเพื่อนร่วมงานและคนในองค์กรมากและคิดว่าการสื่อสารลักษณะนี้มีประสิทธิภาพมาก แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าแม้พนักงานจะคิดว่าสื่อสารในลักษณะนี้มีประสิทธิภาพมากแต่กลับไม่มั่นใจว่าข้อมูลที่ได้รับจะถูกต้อง โดยหากมีข้อสงสัยก็จะเลือกที่จะสอบถามผ่านช่องทางต่างๆที่ปตท.จัดเอาไว้ให้อันเป็นการสะท้อนถึงความเชื่อมั่นและมั่นใจในองค์กรว่าอย่างไรเสียทางผู้ใหญคงจะไม่ดำเนินการใดๆให้พนักงานได้รับความเดือดร้อนแน่นอน

ในระหว่างช่วงที่บริษัทดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจนั้นบริษัทมีวิธีการสร้างการยอมรับและป้องกันการต่อต้านการแปรรูปจากพนักงานแบ่งได้เป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1. การมีส่วนร่วมของผู้บริหารและพนักงาน จากการศึกษาที่องค์กรปลูกฝังค่านิยมให้พนักงานมีความรักและผูกพันกับองค์กร คิดว่าองค์กรเปรียบเสมือนบ้านและคนในองค์กรก็คือคนในครอบครัวเดียวกันนั้น เมื่อองค์กรจะทำการเปลี่ยนแปลงใดๆผู้บริหารจึงให้สิทธิกับพนักงานในการมีส่วนร่วมตัดสินใจด้วยทุกครั้ง โดยในการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจในครั้งนี้ก็เช่นกันผู้บริหารได้เปิดโอกาสให้พนักงานได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเข้ามาเป็น “คณะทำงานดำเนินการแปรรูปการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย” ซึ่งมีสิทธิในการเข้าร่วมประชุมกับฝ่ายบริหาร เพื่อรับทราบนโยบาย แผนการทำงาน และมีสิทธิที่จะเสนอความเห็นหรือคัดค้านสิ่งใดที่เห็นว่าไม่เหมาะสมกับที่ประชุมได้ โดยคณะทำงานจะแบ่งออกเป็นหลายคณะ แต่ละคณะก็จะรับผิดชอบงานในส่วนที่ตนเองมีความรู้ความชำนาญ การที่ทางฝ่ายบริหารได้เปิดโอกาสให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจนี้เป็นการแสดงถึงความโปร่งใสและเจตนาดีของผู้บริหาร เพราะคณะทำงานประกอบด้วยบุคคลหลากหลายจากแต่ละหน่วยงานขององค์กรมาทำงานร่วมกัน ซึ่งคนเหล่านี้จะกลับไปเป็นกระบอกเสียงให้กับฝ่ายบริหารเมื่อพนักงานเกิดข้อสงสัยว่าทำไมข้อเสนอถึงผ่านหรือไม่ผ่านการพิจารณาจึงเป็นการสร้างการยอมรับและลดความขัดแย้งไปในตัวพร้อมๆ

กันซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง(Overcoming Resistance to Change) ของ Andzej Huczynski and David Buchanan (1991) ว่ามีวิธีการลดและป้องกันการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงดังนี้

1. การให้การศึกษาและติดต่อสื่อสาร (Education and Communication) การต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในองค์กรนั้น สาเหตุส่วนหนึ่งเกิดจากการขาดข้อมูลและความไม่รู้ การลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นขององค์กรจะสามารถทำได้ โดยการให้ความรู้แก่บุคคลที่เกี่ยวข้องถึงความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลง และผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง การให้ความรู้และการสร้างระบบการติดต่อสื่อสารในองค์กรนี้จะช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องต่อการเปลี่ยนแปลง

2. การสร้างการมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลง (Participation or Involve employees in the change efforts) เพราะพนักงานจะไม่ต่อต้านสิ่งที่เขาเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ

3. การดึงเข้ามาเป็นพวก (Cooptation) เป็นเรื่องของการจัดกระทำและการมีส่วนร่วม เป็นการนำผู้นำในการต่อต้าน การเปลี่ยนแปลงเข้ามามีส่วนร่วมและมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจ

4. การสร้างความเชื่อถือและการใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัว องค์กรจะพยายามสร้างความเชื่อถือให้เกิดขึ้นแก่องค์กร หรือผู้นำ กล่าวคือ ให้พนักงานเชื่อถือในวิสัยทัศน์ ความตั้งใจขององค์กร หรือผู้นำ ผู้นำและองค์กรจะมีภาพพจน์ที่ดีและเป็นที่เชื่อถือเมื่อผู้นำผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การต่อต้านก็จะลดลง เพราะคนส่วนใหญ่เชื่อถือผู้นำจะยอมทำตามผู้นำ

ส่วนที่ 2. ความต่อเนื่องสม่ำเสมอและถูกจังหวะเวลาในการสื่อสารเพื่อให้ความรู้
เกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กร

การที่ปตท.เริ่มมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปมาเรื่อยๆตั้งแต่ผู้บริหารเริ่มเห็นถึงแนวโน้มและความจำเป็นของปตท.ที่อาจจะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการดำเนินธุรกิจตามตลาดโลกทำให้พนักงานค่อยๆซึมซับและรับรู้ถึงสถานะการณ์ขององค์กรเรื่อยๆอย่างค่อยเป็นค่อยไป ทำให้การต่อต้านมีน้อยเพราะทางฝ่ายบริหารเองก็ปูทางเตรียมการมาตั้งแต่

ต้น ทำให้พนักงานไม่รู้สึกรู้สึกว่าถูกบังคับหรือกดดันให้เปลี่ยนแปลง อีกทั้งความสม่ำเสมอในการให้ข่าวสารก็ยังทำให้พนักงานรู้สึกคุ้นเคยและไม่รู้สึกว่ามีสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นเป็นเรื่องแปลกใหม่อะไร

ส่วนที่ 3. การสื่อสารแบบสองทาง(Two way Communication)

การที่ปตท.เปิดให้มีการสื่อสารแบบสองทางไม่ว่าจะเป็นการประชุมเพื่อรับฟังข้อคิดเห็นจากผู้แทนพนักงาน เช่น ตัวแทนจากสหภาพ หรือผู้แทนพนักงานที่ไม่ใช่สหภาพนั้น ล้วนเป็นการกระทำที่ช่วยลดแรงกดดันที่อาจเกิดขึ้นจากการต้องเปลี่ยนแปลงของพนักงานได้ การที่พนักงานสามารถออกมาแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆที่ทางปตท.จัดเตรียมไว้ให้นั้นย่อมทำให้พนักงานรู้สึกสบายใจขึ้นที่มีโอกาสได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพนักงานถามหรือแสดงความคิดเห็นแล้วมีผู้ใหญ่ฝ่ายบริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องนั้นๆออกมาตอบหรือพูดถึงประเด็นที่เสนอขึ้นมาจะยิ่งเพิ่มความพึงพอใจในการทำงานดำเนินการแปรรูปขององค์กรมากขึ้น ดังนั้นทางปตท.จึงมีนโยบายในการตอบคำถามทุกคำถามที่พนักงานถามหรือแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆที่จัดไว้ให้ โดยการเผยแพร่ข้อมูลหรือตอบคำถามจะกระทำอย่างมีเอกภาพ ออกจากศูนย์ข้อมูลเดียว ตอบอย่างเป็นทางการและจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษรโดยการให้ข่าวสารจากผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

การสื่อสารแบบสองทางที่ถือว่าเป็นหัวใจหลักของการสื่อสารเพื่อการแปรรูปในครั้งนี้จะอยู่ในส่วนของการที่ผู้บริหารสูงสุดออกไปพบปะพูดคุยกับพนักงานในองค์กรอย่างเป็นทางการเกี่ยวกับเรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กรด้วยตนเองเป็นระยะ อย่างสม่ำเสมอ โดยมีการเดินสายออกไปพบกับพนักงานในทุกๆภาคทั่วประเทศ เพื่อรับฟังปัญหา ข้อเสนอแนะรวมถึงการไปตอบคำถามข้อข้องใจให้พนักงาน ทำให้พนักงานทุกคนพอใจที่ได้รับความสำคัญเท่าๆกันไม่ว่าจะทำงานอยู่ส่วนไหนของประเทศ การสื่อสารกันโดยตรงแบบ face to face นี้สร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงานได้มากขึ้นและตอบข้อซักถามได้มากพอจนพนักงานพอใจ

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากทางบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้เริ่มดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจมานานตั้งแต่ปี 2541 และมีการกระจายหุ้นเข้าตลาดหลักทรัพย์ตั้งแต่ปี 2544 ดังนั้นพนักงานบางส่วนจึงเริ่มที่จะลืมเหตุการณ์ช่วงนั้นไปบ้างแล้ว อีกทั้งทั้งคณะทำงานที่ทำงานเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กรนั้นก็ได้แยกย้ายกันไปหมดแล้ว เพราะทุกคนต่างก็มารวมกันเฉพาะกิจเท่านั้นทำให้เอกสารที่เกี่ยวข้องอาจไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร ดังนั้นหากเลือกทำการวิจัยองค์กรที่กำลังดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจน่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วนกว่า
2. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรและวิธีการสร้างการยอมรับ และป้องกันการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงในภาพรวมพบว่า มีประเด็นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่น่าสนใจจากเอกสารที่ทางบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ส่งผ่านทางวารสาร PTT Privatization ให้กับพนักงานที่น่าจะทำการศึกษาต่อไป เช่น ผู้บริหารของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจพนักงานบริษัทผ่านทางวารสาร PTT Privatization อย่างไร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กมลวรรณ วงศ์วิสัย. แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในทศวรรษหน้า.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

กรีซ สืบสนธิ. การสื่อสารในองค์การ. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

กรีซ สืบสนธิ. วัฒนธรรมและพฤติกรรมกรสื่อสารในองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 2.กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

กัญชวลี จำนงค์วงศ์. ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดทัศนคติต่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ศึกษากรณีศึกษาภาพแรงงานการสื่อสารแห่งประเทศไทย.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย. วารสารบ้านเรา Privatization แปรรูปองค์กร วารสารภายใน. ปีที่ 3 ฉบับที่ 6 เดือนสิงหาคม 2543. กรุงเทพมหานคร, 2543.

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย. เอกสารประกอบการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในการแปลงสภาพการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยเป็น บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน). กรุงเทพมหานคร, 2544.

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย. รายงานการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในการแปลงสภาพการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยเป็น บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน). กรุงเทพมหานคร, 2544.

ไกรยุทธ ธีรตยาสินนท์. บทความประชุมวิชาการ เรื่องนโยบายรัฐวิสาหกิจไทยในปัจจุบันและอนาคต. สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

จินตนา มานิตยโชติพิสิฐ. การโน้มน้าวใจกลุ่มผู้ใช้บริการและผู้ที่ยังไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส. วิทยานิพนธ์ (นศ.ม.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

- ชานิชาต เจริญผล. การศึกษารูปแบบการสื่อสารการรับรู้ สภาพแวดล้อมในองค์การและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานการทำเรือแห่งประเทศไทยรัฐวิสาหกิจที่กำลังจะแปรรูป. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารศึกษาระดับปริญญาโท สาขาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- โชติรส ทิมพัฒน์พงษ์. การสื่อสารภายในองค์การ ศึกษาเฉพาะกรณี : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน(สกท.). วิทยานิพนธ์ หลักสูตรวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.
- ณัฐสุวิณี นิทฤษฎ. รูปแบบการสื่อสารกับความพึงพอใจในการสื่อสารและการทำงานของพนักงานในองค์การด้านไฟฟ้าในช่วงการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาระดับปริญญาโท สาขาศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ณัญญา ช่างเชื้อวงศ์. การสื่อสารในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาระดับปริญญาโท สาขาศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ดวงใจ ธรรมโชติโก. การวิเคราะห์วาทกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปให้กับพนักงานขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาระดับปริญญาโท สาขาศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ถวิล เกื้อกุลวงศ์. การจูงใจเพื่อผลงาน. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2538.
- ถาวร เขาวงษ์. การแปรรูปรัฐวิสาหกิจกับกิจการสื่อสารโทรคมนาคมของประเทศไทย. วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, 2535.
- นฤบาล โรหิตจันทร์. ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับโครงการรักเจ้าพระยากับตาวีเศษของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาระดับปริญญาโท สาขาศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- นันทา ชุนภักดี. การพูด. พิมพ์ครั้งที่ 2 .นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2529.
- นิพนธ์ ศศิธร. การจัดระเบียบองค์การปัจจุบันและอนาคต. กรุงเทพฯ: ประสานมิตร, 2520.

ประภัสสร เสวิกุล. ว่าด้วยการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ. สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ 30 (10-16 มกราคม 2542)

พนัส สิมะเสถียร. การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ. กรุงเทพมหานคร : สถาบันศึกษาและวิจัยรัฐวิสาหกิจ, 2529.

พัชรินทร์ ศรีอนันท์รักษา. ทัศนคติของกลุ่มผู้รับสัมปทานที่มีต่อนโยบายและทิศทางการแปรรูปองค์การขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มบริษัทชินวัตร บริษัทไทยเทเลโฟนแอนท์เทเลคอมมูนิเคชั่น จำกัด(มหาชน) บริษัทจัสมิน อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) บริษัท อควิเมนต์ จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

พิพัฒน์ ไทยอารี. ทิศทางการแปรรูปรัฐวิสาหกิจไทย. กรุงเทพมหานคร:สถาบันศึกษาและวิจัยรัฐวิสาหกิจ, 2530.

รังสรรค์ ณะพรพันธุ์. กระบวนการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจในประเทศไทย : บทวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์เศรษฐกิจการเมือง พ.ศ. 2475-2530. สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย กรุงเทพมหานคร, 2532.

วัชร วัชระเสถียร. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในองค์การรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2540.

วันชัย มีชาติ. พฤติกรรมกรรมการบริหารองค์การสาธารณะ.โครงการผลิตตำราและเอกสารการสอน คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2544.

วิรัช ลภีรัตนกุล. วาทนิเทศและวาทศิลป์ หลักทฤษฎี และวิถีปฏิบัติยุคสหวรรษใหม่.พิมพ์ครั้งที่3 กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2543.

ศรินยา เตชะไอสยะ. แนวทางการพัฒนากิจการโทรคมนาคมขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย เพื่อรองรับการเปิดเสรี ปี พ.ศ. 2549. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

สงวน สุทธิเลิศอรุณ. จิตวิทยาการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อักษรบัณฑิต ,2529.

สมยศ นาวิการ. การติดต่อสื่อสารขององค์กร. กรุงเทพมหานคร : คณะพาณิชยศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ. พฤติกรรมองค์กร:ทฤษฎีและการประยุกต์.พิมพ์ครั้งที่ 1.

กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2541.

สราวุธ เพชรสุภา. ศึกษาเรื่องผลกระทบของการแปรรูปรัฐวิสาหกิจต่อขบวนการแรงงาน ศึกษา

กรณีการแปรรูปองค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย,2541.

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2533

เสนาะ ตีเยาว์. การสื่อสารในองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 3 . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.

อรรธรณ ปิลันธน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

อรุณ รักธรรม. การพัฒนาองค์กรเพื่อการเปลี่ยนแปลง.กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช,2523.

อารีญา โรจนวิถึ. ทัศนคติของผู้นำสหภาพแรงงานต่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ.วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2533.

ภาษาอังกฤษ

Andress,Burton G.Experimental Psychology. 2nd ed.New York:John Wiley & Sons
Inc.,1970

Andzej Huczynski and David Buchanan.Organizational Behavior,2nd editon. Cambridge
:Prentice Hall International(UK),1991.

Guilford, Jonh S. and David E. Gray. Motivation and Modern Management. London:
Harper & Row, 1970.

Hilgard, Ernest R. Inroduction to Psychology. New York:Harcourt, Brace and World
Inc.,1962

O' Hair,Dan,Friedrich, Gustav W. and Shav,Lynda Dixon.Strategic Communication in
Business and the Profession.3rd ed.Houghton Mifflin,1998.

Richard L. Daft. Organization Theory and Design. 4th edition. Singapore: West Publishing Company, 1992.

Stephen P. Robbins. Essentials of Organizational Behavior. 4th edition. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, 1994.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เรื่อง

การสื่อสารภายในองค์กรกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ของ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้สำหรับใช้หาข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ แบบสอบถามนี้ใช้สำหรับสำรวจความคิดเห็นเฉพาะพนักงานประจำของ

บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) เท่านั้น

1. แบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 : ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ตอนที่ 3 : รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับ การแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)ในช่วงระหว่างการดำเนินการแปลงสภาพ

ตอนที่ 4 : ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)

ตอนที่ 5 : ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจที่ผ่านมาของบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)

2. การตอบแบบสอบถามจะไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานและชีวิตส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามใดๆทั้งสิ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**แบบสอบถาม เรื่องสื่อสารภายในองค์กรกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ของ
บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)**

146

สำหรับผู้วิจัย

ตอนที่ 1 : ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน () หรือเติมข้อความในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ

() 1.ชาย

() 2.หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

() 1. มัธยมศึกษา

() 2. ปวช.หรือเทียบเท่า ม.6

() 3. ปวส.หรือ อนุปริญญา

() 4.ปริญญาตรี

() 5.ปริญญาโท

4. ระยะเวลาในการทำงาน

() 1. 5-9 ปี () 2. 10-14 ปี () 3. 15 ปีขึ้นไป

5. สังกัด

() 1. กลุ่มธุรกิจน้ำมัน

() 2.กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ

() 3. กลุ่มธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่น

() 4. กลุ่มสำนักงานใหญ่

6. ระดับตำแหน่ง

() 1. ผู้จัดการฝ่าย

() 2. ผู้จัดการส่วน

() 3. ผู้จัดการแผนก

() 4. พนักงานปฏิบัติการ

ตอนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน ช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

7. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากสื่อต่างๆบ่อยแค่ไหน

สื่อ	ทุกวัน	2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	2-3 ครั้งต่อเดือน	นานๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
1. โทรทัศน์					
2. วิทยุ					
3. หนังสือพิมพ์					
4. นิตยสารทั่วไป					
5. อินเทอร์เน็ต					

8. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของปตท. จากสื่อต่างๆต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

สื่อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
8.1 โทรทัศน์					
8.2 วิทยุ					
8.3 หนังสือพิมพ์					
8.4 นิตยสารทั่วไป					
8.5 อินเทอร์เน็ต					
8.6 สื่อภายในองค์กร					
8.7 เพื่อนร่วมงาน และคนภายในองค์กร					

9. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของปตท.ภายในบริษัทจากสื่อต่างๆต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

สื่อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
9.1 ผู้บังคับบัญชา					
9.2 เพื่อนร่วมงาน					
9.3 ผู้ใต้บังคับบัญชา					
9.4วารสาร Ptt Privatization					
9.5 Intranet					
9.6 บอร์ดนิทรรศการ					
9.7 ประกาศอย่างเป็นทางการ					
9.8 E-Mail จากสหภาพ					
9.9 กิจกรรมต่างๆเช่น การจัด สัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับการ แปรรูปของบริษัท					
9.10 อื่นๆ(โปรดระบุ)					

10. ท่านคิดว่าการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปด้วยวิธีต่างๆต่อไปนี้ มีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

สื่อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
10.1 ผู้บังคับบัญชา					
10.2 เพื่อนร่วมงาน					
10.3 ผู้ใต้บังคับบัญชา					
10.4 วารสาร Ptt Privatization					
10.5 Intranet					
10.6 บอร์ดนิทรรศการ					
10.7 ประกาศอย่างเป็นทางการ					
10.8 E-Mail จากสหภาพ					
10.9 กิจกรรมต่างๆเช่น การจัด สัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับการ แปรรูปของบริษัท					
10.10 อื่นๆ(โปรดระบุ)					

ตอนที่ 3: รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) ในช่วงระหว่างการทำเนิการแปลงสภาพ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน () หรือเติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<u>การสื่อสารจากบนลงล่าง</u>					
1. ท่านคิดว่า ปตท. เปิดเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและแจ้งความก้าวหน้าผลการดำเนินการแปรรูปเป็นอย่างดี					
2. ท่านได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปจากผู้บังคับบัญชาในหน่วยงานอย่างสม่ำเสมอ					
3. ท่านทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปจากการอ่านรายงาน ประกาศหรือสิ่งพิมพ์เป็นลายลักษณ์อักษรจากส่วนงานที่รับผิดชอบโดยตรง					
4. ข้อมูลข่าวสารที่ท่านได้รับเกี่ยวกับการแปรรูปมักเกิดจากการพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการกับผู้บังคับบัญชา					
5. ท่านได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแปรรูปจากการประชุมอย่างเป็นทางการในหน่วยงานของท่าน					
6. ท่านได้รับทราบนโยบายและความจำเป็นในการแปรรูปจากผู้บังคับบัญชาของท่าน					
7. ผู้บังคับบัญชาทำให้ท่านมั่นใจว่าเมื่อองค์กรแปรรูปแล้วจะส่งผลดีแก่ตัวท่านและองค์กรโดยรวม					
<u>การสื่อสารจากล่างขึ้นบน</u>					
8. ท่านได้มีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการแปรรูปขององค์กรกับผู้บังคับบัญชาของท่าน					

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
9. ท่านได้มีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการ แปรรูปขององค์กรผ่านทางผู้แทนพนักงาน					
10. ท่านสามารถซักถามข้อสงสัยและแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับการแปรรูปกับ ผู้บังคับบัญชาของท่านได้โดยตรง ผ่านทางที่ประชุม					
11. ท่านมีโอกาสได้พูดคุยกับผู้บังคับบัญชาของท่านอย่างไม่ เป็นทางการเกี่ยวกับการแปรรูป					
12. เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการแปรรูป ท่านสามารถตั้ง คำถามผ่านทางสื่อต่างๆขององค์กรเพื่อให้คณะทำงาน รับทราบได้เช่น Web Board,กล่องรับความคิดเห็น, วาร สาร Ptt Privatization					
13. หากท่านมีข้อสงสัยท่านจะสอบถามข้อมูลข่าวสารผ่าน ทาง Web Board					
14. หากท่านมีข้อสงสัยท่านจะสอบถามข้อมูลข่าวสารผ่าน ทางกล่องรับความคิดเห็น					
15. หากท่านมีข้อสงสัยท่านจะสอบถามข้อมูลข่าวสารผ่าน ทางวารสาร Ptt Privatization					
16. คำถามที่ท่านตั้ง ได้รับความสนใจและชี้แจงกลับผ่านทาง สื่อต่างๆ					
17. ท่านมีอิสระที่จะแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยว กับการแปรรูป					
18. ท่านคิดว่า ปตท. มีนโยบายที่จะเปิดให้พนักงานแสดง ความคิดเห็นหรือร่วมตัดสินใจในการแปรรูป					

**ตอนที่ 4: ทศนคติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานบริษัท
ปตท. จำกัด(มหาชน)**

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน () หรือเติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. ในอดีตก่อนการแปรรูป ท่านคิดว่า ปตท.มีความจำเป็นที่จะต้องแปรรูปรัฐวิสาหกิจ					
2. ปัจจุบัน ท่านคิดว่า ปตท.ตัดสินใจถูกต้องที่ดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจเป็นบริษัทก่อนรัฐวิสาหกิจอื่นๆ					
3. ท่านได้รับทราบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ <u>ที่ถูกต้อง</u> ผ่านทางสื่อเฉพาะทางภายในบริษัท เช่น วารสาร Ptt Privatization เป็นต้น					
4. ท่านคิดว่าการได้รับความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานมีผลทำให้ ปตท. สามารถแปรรูปรัฐวิสาหกิจได้สำเร็จ					
5. ท่านคิดว่าพนักงานโดยส่วนใหญ่เท่าที่ท่านทราบเห็นด้วยกับการแปรรูปของ ปตท.					
6. ท่านคิดว่า บริษัท เปิดกว้างให้พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการแปรรูปในระหว่างที่กำลังดำเนินการได้เป็นอย่างดี					
7. ท่านคิดว่าบริษัทให้ข้อมูลที่เพียงพอกับพนักงานเกี่ยวกับนโยบาย ขั้นตอนการทำงานและความก้าวหน้าในช่วงตลอดระยะเวลาที่กำลังดำเนินการแปรรูป					

แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของ บริษัท ปตท. จำกัด
(มหาชน)

1. ท่านมีได้รับข่าวสารข้อมูลทั่วไปจากสื่อใดบ้าง บ่อยแค่ไหน
2. ท่านทราบเรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของบริษัทปตท. จำกัด(มหาชน)จากใคร
3. ก่อนที่จะมีการแปรรูปบริษัทท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการแปรรูป
4. หลังจากที่บริษัททำการแปรรูปเสร็จสิ้นแล้วท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของบริษัทปตท. จำกัด(มหาชน) ต่างไปจากเดิมหรือไม่ อย่างไร
5. ผู้ใหญ่ภายในองค์กรของท่านมีบทบาทเกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กรหรือไม่ อย่างไร
6. ท่านได้มีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็นหรือร่วมดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กรหรือไม่ อย่างไร
7. ท่านคิดว่าบริษัทมีนโยบายที่เปิดกว้างให้กับพนักงานในการออกความคิดเห็นหรือร่วมดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์กรหรือไม่ อย่างไร
8. ถ้าหากท่านและบริษัทปตท. จำกัด(มหาชน)สามารถย้วยเวลากลับไปเริ่มต้นดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจได้ใหม่อีกครั้งหนึ่งท่านคิดว่าทางบริษัทมีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบหรือวิธีการทำงานในการสื่อสารเพื่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจอย่างไร หรือไม่ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและประโยชน์สูงสุดต่อพนักงานและองค์กร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พนักงาน ปตท. ทุกท่านคือหัวใจ ของการรับฟังความคิดเห็น เพื่อการแปรรูป ปตท.

1 นครหลวงของรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ การดำเนินงานทุกอย่างของรัฐจะต้องผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อให้ทุกอย่างมีความโปร่งใส ซึ่งการแปรรูป ปตท. ก็อยู่ในนัยดังกล่าว เนื่องจาก ปตท. ถือเป็นสมบัติของรัฐ 100%

ตอนนี้คงเกิดคำถามว่า การมีส่วนร่วมต้องทำอะไร และประชาชนกลุ่มไหน จะเข้ามามีส่วนร่วมด้วยวิธีอะไร หลักของการมีส่วนร่วมคือ เขาต้องการให้ผู้ที่มิมีผลกระทบหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงต่อเรื่องนั้นๆ เข้ามาให้ความคิดเห็นและข้อกังวลต่างๆ เพื่อให้เจ้าของเรื่องหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ นำไปพิจารณาประกอบการตัดสินใจ แต่ทั้งนี้ต้องทำอย่างเป็นระบบ

สาระของการรับฟังความคิดเห็น

สำหรับการแปรรูป ปตท. ในขั้นตอนการแปลงสภาพ จาก ปตท. รัฐวิสาหกิจ เป็น บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) นั้น รัฐกำหนดให้เดินตามระเบียบ พ.ร.บ. ทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 ซึ่งสาระสำคัญข้อหนึ่ง ได้กำหนดให้ต้องมีการจัดรับฟังความคิดเห็นด้วย เพื่อให้ นำข้อคิดเห็นไปประกอบการพิจารณารายละเอียด การจัดตั้งบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ซึ่งเรื่องนี้จะ

ดำเนินการภายใต้การควบคุมดูแล โดยคณะกรรมการรับฟังความคิดเห็น ที่มีความเป็นกลาง (ไม่ใช่ โดย ปตท.) ซึ่งกรรมการชุดนี้ได้รับการแต่งตั้ง จากคณะกรรมการเตรียมการจัดตั้งบริษัท ซึ่งเป็นคณะกรรมการภายใต้ พ.ร.บ. ทุนฯ

อย่างไรก็ตาม การรับฟังความคิดเห็นดังกล่าว จะต้องเดินตาม “ระเบียบการรับฟังความคิดเห็น” ที่กระทรวงการคลังประกาศใช้ เมื่อ ปี 2543 โดยอาศัยอำนาจตาม พ.ร.บ. ทุนฯ ซึ่งกำหนดไว้ว่าจะต้องรับฟังความคิดเห็นใน 5 ประเด็น คือ

1. กิจการ สิทธิ หนี้ ความรับผิดชอบ และสินทรัพย์ของรัฐวิสาหกิจ ส่วนที่จะโอนให้แก่บริษัทที่จะจัดตั้งขึ้น และส่วนที่จะให้ตกเป็นของกระทรวงการคลัง
2. พนักงานของรัฐวิสาหกิจที่จะโอนไปเป็นลูกจ้างของบริษัท
3. ร่างพระราชกฤษฎีกา เพื่อกำหนดอำนาจหรือสิทธิของรัฐวิสาหกิจที่แปลงทุนเป็นหุ้น
4. ร่างพระราชกฤษฎีกา เพื่อกำหนดเงื่อนไขเวลาการยุบเลิกรัฐวิสาหกิจ
5. เรื่องอื่นๆ เกี่ยวกับการจัดตั้งบริษัทตามที่คณะกรรมการเตรียมการจัดตั้งบริษัทมอบหมาย

พนักงาน ปตท. ทุกคนคือหัวใจ ของการรับฟังความคิดเห็น เพื่อการแปรรูป ปตท.

หัวใจของการรับฟังความคิดเห็น

ใครจะต้องมีส่วนร่วมในการรับฟังความคิดเห็นบ้าง คณะกรรมการรับฟังฯ ได้กำหนดไว้ว่าอันดับแรกคือจะต้องให้สิทธิแก่ผู้มีส่วนได้เสียโดยตรงก่อน ซึ่งแน่นอนว่าหากในวันรับฟังความคิดเห็น มีผู้สนใจจำนวนมากจนไม่สามารถให้เข้าร่วมในห้องประชุมได้ทั้งหมด พนักงาน ปตท. ทั้ง 3,200 คน จะต้องได้รับสิทธินี้ก่อน หากในวันรับฟังความคิดเห็นมีผู้สนใจจำนวนมาก ซึ่งความคิดเห็นที่เสนอต่อคณะกรรมการรับฟังฯ นี้จะมีผลอย่างมากต่อการแปลงสภาพ ปตท. เป็น บริษัท จำกัด (มหาชน) เพื่อนำไปแปรรูปต่อไป

อยากร่วมแสดงความคิดเห็น ทำอย่างไร

จากภาพโดยรวมดังกล่าว ท่านคงพอนึกออกแล้วใช่หรือไม่ว่า ท่านมีความสำคัญอย่างไรต่อกระบวนการรับฟังความคิดเห็น ซึ่งขณะนี้ได้มีการกำหนดวันรับฟังความคิดเห็นในวันที่ 8 กันยายน 2544 โดยพนักงาน ปตท. ที่ประสงค์จะแสดงความคิดเห็นสามารถแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะมาเป็นลายลักษณ์อักษร ที่ส่วนบริหารการประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ชั้น 3 อาคารสำนักงานใหญ่ ปตท. ส่วนการเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นในวันจริง ท่านจะต้องมาลงทะเบียนก่อนตามวันที่คณะกรรมการรับฟังความคิดเห็นจะประกาศอีกครั้ง ซึ่งทีมงานจะอำนวยความสะดวกให้เป็นที่ดี ปตท. ในช่วงวันดังกล่าว

คณะกรรมการรับฟังความคิดเห็น

คณะกรรมการรับฟังความคิดเห็นที่ได้รับการแต่งตั้งเรียบร้อยแล้วโดยคณะกรรมการเตรียมการจัดตั้ง ประกอบด้วย

นายปริญญา นุตาลัย	ประธานกรรมการ
นายพงศา พรชัยวิเศษกุล	กรรมการ
นายอนุชาติ พวงสำลี	กรรมการ
นายอดนัย อดนัยโต	กรรมการ
นายกำแหง ภริตานนท์	กรรมการ

การเตรียมงานรับฟังความคิดเห็น

8 กันยายน : วันรับฟังความคิดเห็น

กลุ่มเป้าหมาย : ผู้มีส่วนได้เสียโดยตรงและโดยอ้อม

- พนักงาน เป็นผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง ที่จะต้องเข้ารับฟังความคิดเห็น
- พนักงาน มีความสำคัญมากที่จะทำให้การรับฟังความคิดเห็นครั้งนี้เป็นไปด้วยดี

10 กันยายน : สรุปเสนอคณะกรรมการเตรียมการจัดตั้งบริษัท

13 กันยายน : เผยแพร่ให้ประชาชนทราบ

ในช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงเชิงของการเตรียมการแปรรูป ปตท. ข้อมูลแก่พนักงานโดยตรงก่อนการเป็นเรื่องที่อยู่ภายใต้การ ปตท. และผู้บริหารทุกเป็นอย่างไร ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญประการแปรรูปของ ปตท. ประสบความสำเร็จก็เสียทุกคนมีบทบาทสำคัญในการสื่อความแก่ผู้เพื่อให้เขาเหล่านั้นเข้าใจแนวทางและเป้าหมาย ปตท. พร้อมทั้งให้การสนับสนุนการแปรรูปต่อตัวเขาเหล่านั้นเอง ต่อประชาชน และต่อที่ผ่านมานับตั้งแต่กลางเดือนกรกฎาคม 2544 ผู้บริหารออกชี้แจงพนักงานถึงสาระสำคัญ

เดิมพันของประเภท

ผู้ว่าการฯ กล่าวว่า ปตท. เป็นองค์กรเศรษฐกิจและกระตุกการลงทุนของรัฐบาลจไม่เพียงแต่การเป็นผู้นำหุ้นเข้าตลาดหลักทรัพย์เศรษฐกิจและการลงทุนของประเทศให้ประสบความสำเร็จในปีต่อไป

ดังนั้น การที่ ปตท. จะแปรรูปสำเร็จ ผู้บริหารและพนักงานที่ต้องช่วยกันโดยรัฐบาลในเรื่องต่างๆ เหล่านี้ เช่น นโยบายปิโตรเคมี การแยกบริษัททอก๊าซฯ ออกจาก ปตท. โอบรับระบบทอก๊าซฯ (Third Party Access หรือ ทอก๊าซธรรมชาติท่อเส้นประธานาธิบดี 3 และ แก๊สทอก๊าซฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยทำให้หุ้น ปตท. ทำให้สามารถระดมทุนจากนักลงทุนทั้งใน

เป้าหมายการแปรรูป ปตท. ของ

วัตถุประสงค์

- กระตุ้นสถานะของตลาดหลักทรัพย์ฯ
- สะท้อนราคาทรัพย์สินของรัฐ
- ลดภาระหนี้สาธารณะ
- เพิ่มบทบาทของภาคเอกชน
- เป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับรัฐวิสาหกิจอื่นฯ

ความสำคัญ

- เศรษฐกิจที่ดีขึ้น ย่อมทำให้ประชาชนมีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
- ได้รับเงินคืนแก่บริการที่มีคุณภาพ
- มีโอกาสเป็นเจ้าของโดยการถือหุ้น

ปลงเช่นนี้ โดยเฉพาะในช่วง
 ปตท. การสื่อความเพื่อให้
 อนุการได้ข้อมูลจากแหล่งอื่น
 บริหารทุกท่านให้ความสำคัญ
 ญุประการหนึ่งที่จะทำให้การ
 ึ่งที่เดียว เนื่องจากพนักงาน
 ามแก่ลูกค้าและครอบครัวข้าง
 และเป้าหมายการแปรรูปของ
 ารแปรรูป ซึ่งจะยังประโยชน์
 และต่อประเทศชาติโดยรวม ด้วยเหตุนี้ในระยะเวลา
 าคม 2544 คุณวิเศษ จูภิบาล ผู้ว่าการฯ จึงได้นำทีม
 สำคัญของการแปรรูป ปตท.



นายวิเศษ จูภิบาล
 ผู้ว่าการ ปตท.

องค์การรัฐวิสาหกิจ ที่ถูกจัดเป็นหมากสำคัญในการฟื้นฟู
 รัฐบาลจากต่างประเทศ ซึ่งการแปรรูปของ ปตท. ครั้งนี้
 ผลิตหลักทรัพย์ เท่านั้น แต่ยังมีส่วนกระตุ้นการพัฒนา
 ด้ให้พลิกฟื้นขึ้น หากทำสำเร็จก็จะเป็นหน่วยงานแรกที่
 ึ่งของรัฐบาลที่มอบนโยบายไว้กับรัฐวิสาหกิจอื่นประสบ
 ความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับภาครัฐ และ ปตท. ซึ่งหมายถึง
 วยรัฐบาลได้ทำหน้าที่อย่างดีในการออกนโยบายชัดเจน
 ภิโตรเลียม, สิทธิขายรัฐ, การเปิดเสรีก๊าซธรรมชาติ,
 ปตท. โดยให้ ปตท. ถือหุ้น 100%, การให้บุคคลอื่นใช้
 ss หรือ TPA) การให้ ปตท. มีแผนหลักในการพัฒนา
 3 และทยอยๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความชัดเจน
 ้หุ้น ปตท. มีมูลค่าที่ตีก่อนในตลาดหลักทรัพย์ และ
 ึ่งในประเทศและต่างประเทศได้มาก



ผู้ว่าการฯ กล่าวถึงเป้าหมายในการแปรรูปครั้งนี้ว่า “สิ่งที่เราต้องทำให้
 สำเร็จตามเป้าหมาย และก็ต้องช่วยกันรักษาภาพลักษณ์ของ ปตท. ไว้ ปัจจุบัน ปตท. เป็น
 รัฐวิสาหกิจแห่งเดียวขณะนี้ที่กำลังอยู่ในความสนใจจากคนทั่วประเทศ สถาบันการเงินและ
 นักลงทุนจากต่างประเทศ พบเจอใคร ก็ถูกถามว่าจะขายหุ้นอย่างไร จะแบ่งหุ้นอย่างไร
 ขณะนี้เรื่องงานแปรรูปถือเป็นเรื่องท้าทายที่จะต้องทำให้สำเร็จ โดยเฉพาะในเดือนธันวาคม
 2544 ที่จะต้องแปรรูปในตลาดหลักทรัพย์ ต้องพยายามให้มีแต่ข่าวดี ในเชิงสร้างสรรค์
 ข่าวเรื่องการลงทุนที่จะให้ผลประโยชน์สูง หรือเรื่องต่างๆ ที่รัฐบาลจะสนับสนุน ล้วนแต่จะ
 ทำให้หุ้นของ ปตท. มีราคาดี ถ้า ปตท. แปรรูปสำเร็จ ก็จะเป็นหน่วยงานตัวอย่างให้แก่
 รัฐวิสาหกิจอื่นๆ บทบาทนี้ถือว่าเป็นภาระมอบหมาย (Assignment) เพิ่มเติมจาก พ.ร.บ.
 ปตท. ที่กำหนดไว้ว่านอกจากดูแลในเรื่องพลังงานแล้ว ยังต้องช่วยในเรื่องการแปรรูป
 เพราะถ้าแปรรูปสำเร็จก็หมายความว่ารัฐบาลสามารถเข้ามาบริหารทรัพย์สินของชาติ
 คือ รัฐวิสาหกิจต่างๆ ได้ในราคาที่สูงขึ้น เมื่อได้สูงขึ้นเท่ากับว่ารัฐบาลมีหนี้สินสูงมากแต่
 ทรัพย์สินจริงๆ ในเบื้องต้นแล้วมีค่ามากกว่า ก็คงจะทำให้ภาพของประเทศดีขึ้น และเป็น
 เรื่องความมั่งคั่งของประเทศ”

ของภาครัฐ ให้แล้วเสร็จในปี 2544

ปตท.

- เสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเงิน
- ระดมเงินไปใช้ในโครงการ
 ชำระหนี้คืนก่อนกำหนด
- เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
- เพิ่มมูลค่าสูงสุดแก่ ปตท.

ปตท.

- พัฒนาประสิทธิภาพพนักงาน
- พนักงานได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม
- มีวัฒนธรรมเช่นเดียวกับเอกชน
- มีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของ
- มีความมั่นคงในการทำงาน

ก้าวเข้าสู่การแปรรูป

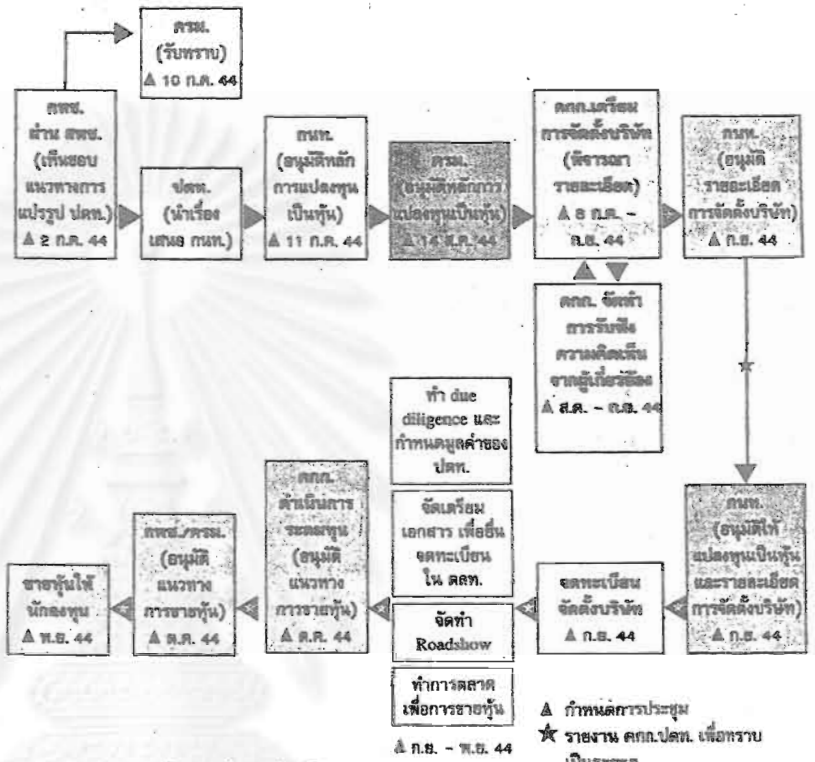
สำหรับขั้นตอนการแปรรูป ปตท. นั้น ผู้ว่าการฯ กล่าวว่า “ขณะนี้ คณะรัฐมนตรี
 ได้ยอมรับหลักการแปรรูปของ ปตท. เรียบร้อยแล้ว และอยู่ในช่วงคณะกรรมการเตรียมการ
 จัดตั้งบริษัท ซึ่งมีปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นประธาน มีผู้ว่าการฯ สภาพแรงงาน
 รัฐวิสาหกิจ ปตท. และผู้แทนหน่วยงานต่างๆ เข้ามาดูแลแล้วจะจัดตั้งอย่างไร ซึ่งเป็นการ
 ดำเนินการตามขั้นตอนของ พ.ร.บ. พุนฯ นอกจากนี้ ภายใต้ พ.ร.บ. พุนฯ ปตท. จะต้องจัด
 ให้มีการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งในช่วงนั้นก็จะเป็นอีกช่วงที่จะมีข่าวเกี่ยวกับ
 ปตท. ให้ประชาชนได้ทราบ

ตามโปรแกรมที่กำหนดไว้ กระทรวงการคลังจะอนุมัติให้แปลงหุ้นเป็นหุ้น แล้วจัดตั้ง
 เป็นบริษัท จำนวนหุ้นที่จะกระจายประมาณ 20-30 % คาดว่าน่าจะได้เงินเข้ามาประมาณ
 30,000 ล้านบาทขึ้นไป และวันที่จัดตั้งเป็นบริษัท ซึ่งคาดว่าจะเริ่มต้นเดือนตุลาคม 2544
 พ.ร.บ. ปตท. จะหายไป หมายความว่าไม่มี ปตท. อีก แต่จะโอนกิจการ สิทธิ หนี้ ความ-
 รับผิดชอบต่างๆ มายัง บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) หลังจากนั้นก็ต้องเตรียมเรื่อง



จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ทำไรด์โชว์ และให้ ครม.อนุมัติการขายหุ้น นี่เป็นโปรแกรมควรวาง ของแผนการแปรรูป ซึ่งอาจจะต้องมีการไรด์โชว์ให้พนักงานได้ทราบเรื่องนี้นักด้วย ฝอมอยากเห็นพนักงานทุกระดับสนับสนุนเรื่องการแปรรูปของ ปตท. ให้เรียบร้อย เพื่อองค์กรของเราจะได้เติบโตอย่างเข้มแข็งต่อไป”

ขั้นตอนการนำเสนอและขออนุมัติแผนการแปรรูป ปตท.



เป็นบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี

การเป็นบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี หรือ Good Corporate Governance เป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับบริษัทที่จะเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ การกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นสิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้การทำงานเกิดความโปร่งใสมากขึ้น สามารถตรวจสอบได้ ซึ่งเป็นมาตรฐานการทำงานที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ทั้งในประเทศและในทางสากล

(สรุปจากการบรรยายของ คุณวิเศษ อุภิชาย ผู้ว่าการฯ ในการประชุมชี้แจงพนักงานระดับส่วนชั้นขึ้นไป เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2544)



หากพนักงานท่านใดมีคำถามเกี่ยวกับการแปรรูปองค์กร หรือมีความประสงค์จะเปลี่ยนแปลงข้อมูลเพื่อการ จัดส่งวารสาร สามารถแจ้งได้ที่ ส่วนประชาสัมพันธ์ภายใน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ อาคารสำนักงานใหญ่ ปตท. ชั้น 3 หรือที่โทรศัพท์หมายเลข 2164, 2180 หรือโทรสารหมายเลข 2169, 2174

วารสารบ้านเราฉบับ PIT Privatization : แปรรูปองค์กร เป็นวารสารภายในเผยแพร่เป็นประจำทุกเดือน

ที่ปรึกษา : นายทีชื้อ ชูณหวิธ

กองบรรณาธิการ : คณะทำงานประชาสัมพันธ์การแปรรูป ปตท. นายสงเกียรติ ทานสัมฤทธิ์, นายพงศ์ศักดิ์ เสถียรปกรณ์กร, นางสิริมาศ จิฎกานูจน์, นายประเสริฐ สลิลอำไพ, นางสมหญิง มหาระจิตต์, นางโกสุ่ม เมฆมงคลชัย, นางภาวณา ปทุมศรีดำรงชัย, ผู้แทนสหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจ, ผู้แทนคณะกรรมการร่วมบริการทหารเรือ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ นางเรณูรัตน์ จุลวงศ์, นายสิทธิชัย แก้วจินดา ฝ่ายพัฒนาองค์กร - นางวันทนี จารึก, นางศศิธร สติจิต, นางสาวทรงประภา โรจนเสน, จัดทำโดย : ส่วนบริหารการประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ โทร. 2164, 2180 e-mail : ruencrat.c@ptt.or.th, somying.m@ptt.or.th

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวอุรษา กาญจนวิทย์ จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะวิทยาศาสตร์
ภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปี 2542 และเข้าศึกษาต่อระดับ
ปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ ภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดงในปี 2545



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย