

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา สถานการณ์การค้าโลกได้มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่การค้าเสรีอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ทำให้มีการแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรง มีการลงทุนข้ามชาติเพื่อผลิตสินค้าที่สามารถแข่งขันได้ทั้งด้านคุณภาพและราคา การเคลื่อนไหวของประเทศที่มีทุนขนาดใหญ่แผ่กระจายไปทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจประเภทต่างๆ ซึ่งหากองค์กรใดไม่มีการปรับตัวให้สามารถแข่งขันได้ ไม่สามารถดำเนินธุรกิจด้วยความรวดเร็ว ให้บริการที่ตรงใจ ผู้บริโภค สินค้ามีคุณภาพ ต้นทุนต่ำ และมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน อาจต้องปิดกิจการหรือขายกิจการให้กับผู้ที่มีความสามารถมากกว่า

สำหรับประเทศไทยที่ใช้นโยบายเศรษฐกิจการค้าแบบเสรี จำเป็นต้องมีการปรับตัวให้สามารถแข่งขันได้เพื่อความอยู่รอดเช่นกัน โดยในภาครัฐบาลต้องประสบปัญหาภาระหนี้ อันเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจถดถอย ทำให้ไม่สามารถที่จะค้ำประกันเงินกู้ให้แก่หน่วยงานของรัฐได้ทั้งหมด ดังนั้น จึงมีนโยบายที่จะฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจโดยการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ เพื่อระดมทุนจากภาค เอกชน และจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งนอกจากจะช่วยลดภาระการค้ำประกันของรัฐแล้ว ยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและนารายได้บางส่วนเข้ารัฐ รวมทั้งจะเป็นแนวทางสำคัญที่ทำให้เกิดความคล่องตัว และมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ภายใต้สถานการณ์แข่งขันเสรีทั้งภายในและนอกประเทศ

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย หรือ ปตท. นั้น แต่เดิมเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวง อุตสาหกรรมที่ได้รับการสถาปนาเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2521 จากการรวมองค์การก๊าซธรรมชาติแห่งประเทศไทย และองค์การเชื้อเพลิงภายใต้โลโก้ "สามทหาร" ตามพระราชบัญญัติการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2521 โดยมีภาระหน้าที่ในการดำเนินธุรกิจปิโตรเลียมและ อุตสาหกรรมต่อเนื่องกับปิโตรเลียมอย่างครบวงจร จากนโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของรัฐบาลดังกล่าว ปตท.จึงเตรียมดำเนินการแปรรูปมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 เมื่อคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบตามข้อเสนอของคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2539 ในเรื่องนโยบายการปรับปรุงโครงสร้างของ ปตท. และส่งเสริมการค้าเสรีในอุตสาหกรรมปิโตรเลียม โดยเห็นชอบแนวทางการปรับปรุงโครงสร้างของ ปตท.ให้แบ่งออกเป็นหน่วยธุรกิจต่างๆ ได้แก่ ธุรกิจน้ำมัน ธุรกิจอินเตอร์เนชั่นแนล (International) และธุรกิจก๊าซธรรมชาติ

ต่อมาในระหว่างปี พ.ศ. 2540 – 2543 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศเปลี่ยนแปลงไป ปตท.จึงได้ทบทวนแนวทางการแปรรูปใหม่อีกครั้ง โดยในที่สุด ก็มีการปรับปรุงโครงสร้างอีกครั้งในปี พ.ศ. 2544 ซึ่งถือเป็นการปรับโครงสร้างครั้งที่ 2 เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการแปรรูป โดยปรับการบริหารงานในระบบหน่วยธุรกิจ ไปเป็นระบบกลุ่มธุรกิจ ซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มธุรกิจน้ำมันและกลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ พร้อมกันนี้ คณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ ได้มีมติเห็นชอบแนวทางการแปรรูป ปตท. โดยจัดตั้ง ปตท.เป็นบริษัทจำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจน้ำมันและก๊าซธรรมชาติครบวงจร ในลักษณะเป็น Operating Holding Structure ในขณะเดียวกัน รัฐบาลก็ได้กำหนดเป้าหมายการแปรรูปของ ปตท.ให้แล้วเสร็จในปลายปี พ.ศ. 2544 พร้อมกำหนดให้ภาครัฐคงสัดส่วนการถือหุ้นใน ปตท.ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 และให้ ปตท.คงสถานะเป็นบริษัทน้ำมันแห่งชาติต่อไป

ดังนั้น ในวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2544 ปตท.ก็ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อไปเป็น บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่ประกอบกิจการก๊าซธรรมชาติแบบครบวงจร มีบทบาทในธุรกิจจัดจำหน่ายและการค้าสากลในผลิตภัณฑ์ น้ำมันและปิโตรเคมี และมีการลงทุนในธุรกิจการกลั่นและปิโตรเคมีในประเทศไทย โดยมีโครงสร้างการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1. ธุรกิจหลัก ประกอบด้วย

1.1 ธุรกิจก๊าซธรรมชาติ ประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติซึ่งทำหน้าที่จัดหาก๊าซธรรมชาติจากทั้งในและต่างประเทศ ขนส่งก๊าซผ่านระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติ แยกก๊าซธรรมชาติและจัดจำหน่าย ส่วนการสำรวจและผลิตก๊าซธรรมชาตินั้น ดำเนินการโดยบริษัทย่อยของ ปตท. คือ บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียมจำกัด (มหาชน) หรือ ปตท.สผ. และมีการลงทุนในบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับก๊าซธรรมชาติอีกด้วย

1.2 ธุรกิจน้ำมัน การดำเนินธุรกิจน้ำมันของ ปตท.สามารถแบ่งได้เป็น

1.2.1 การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมัน ดำเนินการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมัน เชื้อเพลิงและผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่น โดยครอบคลุมการตลาดค้าปลีก การตลาดพาณิชย์ และการตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังดำเนินการจัดหา ขนส่ง จัดเก็บ และขายส่งผลิตภัณฑ์น้ำมันให้แก่ผู้ค้าน้ำมันตามมาตรา 7 แห่งพระราชบัญญัติการค้าน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2543

1.2.2 การค้าสากล (Trading) ได้แก่ การนำเข้าและการส่งออกน้ำมันดิบ คอน-เดนเสท และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ซึ่งรวมถึงวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีด้วย

2. ธุรกิจการลงทุน เป็นการลงทุนในธุรกิจการกลั่นและปิโตรเคมี ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของกลุ่มธุรกิจการกลั่นและปิโตรเคมีของ ปตท. และมีการลงทุนในบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของสายการเงินและบัญชี

การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของ ปตท. จากรัฐวิสาหกิจที่มีอายุกว่า 20 ปี ซึ่งมีพนักงานกว่า 3,400 คน กระจายอยู่กว่า 10 จังหวัดทั่วประเทศ ไปเป็นบริษัทจำกัดนั้น ต้องใช้เวลากว่า 5 ปีในการเตรียมความพร้อมภายในองค์กร ถือได้ว่าเป็นการประสบความสำเร็จที่สามารถแปรรูปได้โดยไม่มีกระแสคัดค้านจากพนักงาน อีกทั้งยังมีกระแสการตอบรับอย่างดียิ่ง ในการเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ กล่าวคือ ประชาชนให้ความสนใจจองซื้อหุ้น ปตท. ในวันแรกของการเปิดจอง (วันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2544) อย่างล้นหลาม ทำให้หุ้นถูกจองหมดภายใน 1.17 นาที และมีการเรียกร้องให้เพิ่มจำนวนขายให้กับประชาชนอย่างต่อเนื่อง

ความสำเร็จของการปรับองค์กรเพื่อแปรรูปที่เกิดกับ ปตท. เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญต่อการบริหารงานภายในของ ปตท. เนื่องจากจะต้องเตรียมการปรับปรุงการดำเนินการ และการบริหารให้สอดคล้องกับระบบบริษัทจำกัด ซึ่ง คุณวิเศษ จูภิบาล กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้กล่าวถึงเป้าหมายของบริษัทได้ว่า "ทุกธุรกิจที่ ปตท. ทำ ต้องเน้นผลเชิงธุรกิจบนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยไม่เอาเปรียบสังคม และ ปตท. จะต้องเป็นบริษัทที่น่าเชื่อถือ สามารถแข่งขันได้ และมีการบริหารงานอย่างทั่วถึง"

ดังนั้น การเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านการบริหาร เทคโนโลยี และวัฒนธรรมองค์กร รวมถึงการประชาสัมพันธ์ซึ่งมีบทบาทอย่างยิ่งในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนความสัมพันธ์อันดี ทั้งระดับผู้บริหาร ระหว่างพนักงานด้วยกัน รวมทั้งระหว่างองค์กรโดยรวมกับประชาชนที่เป็นผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญ

ในการนี้ การศึกษาถึงแนวโน้ม และทิศทางการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ ในอนาคต จะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์อย่างยิ่งในการกำหนดนโยบาย และวางแผน ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เนื่องจากการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่ต้องอาศัยความพร้อมในหลายๆ ด้าน ซึ่งการกำหนดนโยบายที่แน่จะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการบริการ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างรวดเร็ว สม่าเสมอ

และต่อเนื่อง ซึ่งจะมีผลต่อการสร้างความเชื่อมั่น ความร่วมมือ การสนับสนุน รวมถึงภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในความคิดเห็นของประชาชน

การวิจัยเรื่อง แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2545 – 2555) เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR เพื่อวิเคราะห์ถึงแนวโน้มในอนาคตของรูปแบบและทิศทางของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาสถานภาพและแนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ในทศวรรษหน้า (พ.ศ.2545 – 2555) ซึ่งเป็นช่วงที่ได้แปรรูปจากรัฐวิสาหกิจ มาเป็นบริษัท จำกัด (มหาชน) เรียบร้อยแล้ว ตามทัศนะของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะสถานภาพและแนวโน้ม ตลอดจนข้อเสนอแนะในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) หรือ ปตท. ภายในช่วงทศวรรษหน้า หรือ พ.ศ.2545 – 2555 เพราะช่วงเวลาดังกล่าว เป็นช่วงเวลาที่สามารถคาดการณ์ได้โดยไม่เกินความเป็นจริง ทั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ ดังนี้

1. ประชากรเป้าหมาย

แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้เกี่ยวข้องและมีบทบาทในการกำหนดนโยบายด้านประชาสัมพันธ์ของ ปตท. กลุ่มนักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ กลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรง กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทที่ปรึกษาของ ปตท. และสื่อมวลชน รวมทั้งสิ้น 25 ท่าน

2. สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล

กำหนดเก็บข้อมูลในสถานที่ต่างๆ ได้แก่ หน่วยราชการ องค์กรรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานเอกชน สายงานสื่อมวลชน และสถาบันการศึกษาต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. กรอบที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ กำหนดใช้การสัมภาษณ์และสร้างแบบสอบถาม โดยมีกรอบ ดังนี้

- 3.1 ท่านคิดว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในปัจจุบันเป็นอย่างไร
- 3.2 ภาพลักษณ์ของ ปตท.ที่ท่านได้รับรู้ผ่านสื่อประเภทต่างๆ นั้นเป็นอย่างไร
- 3.3 ท่านคิดว่าอะไรคือจุดเด่น (Strength) จุดด้อย (Weakness) โอกาส (Opportunity) และภัยคุกคาม (Threat) ของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในปัจจุบัน
- 3.4 ท่านคิดว่าแนวโน้มของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในทศวรรษหน้า ซึ่งเป็นช่วงที่ ปตท.แปรรูปเป็นบริษัทแล้วนั้น ควรจะเป็นอย่างไร
- 3.5 บทบาทการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ตามอุดมการณ์ของท่าน เฉพาะในส่วนการเตรียมการ เพื่อการแปรรูป ควรเป็นอย่างไร
- 3.6 ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรบ้าง เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในส่วนการเตรียมการเพื่อการแปรรูปของ ปตท.

นิยามศัพท์

การประชาสัมพันธ์ของ ปตท. หมายถึง การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภทต่างๆ ซึ่งเผยแพร่โดยหน่วยงานที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ทั้งในส่วนของสำนักงานใหญ่ กลุ่มธุรกิจน้ำมัน กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติและกลุ่มธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่น

สถานภาพ หมายถึง ลักษณะที่เป็นอยู่ ความเป็นอยู่ และเหตุการณ์ที่กำลังเป็นไป

แนวโน้ม หมายถึง สิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้น การเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้น ตามการคาดการณ์ของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ หมายถึง ผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญ หรือมีประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์โดยตรง รวมถึงผู้บริหารขององค์กรที่กำลังดำเนินปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และนักวิชาการ

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของแต่ละบุคคลที่มีต่อ ปตท. ซึ่งเป็นผลมาจากการได้รับสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ ที่นำมาประมวลกับความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์ของตนเอง

การแปรรูป หมายถึง การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหาร จากการที่มีรัฐเป็นเจ้าของและมีอำนาจในการบริหารแต่เพียงผู้เดียว มาเป็นเปิดให้เอกชนและประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุนและเป็นเจ้าของ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นข้อมูลให้ผู้เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ได้ทราบถึงรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ในทศวรรษหน้า
2. เป็นประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ในทศวรรษหน้า ได้อย่างสอดคล้องกับแนวทางที่จะเกิดขึ้น
3. เป็นแนวทางสำหรับการประชาสัมพันธ์ในธุรกิจพลังงานด้านต่างๆ ในทศวรรษหน้า
4. เป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจศึกษาหรือค้นคว้าเกี่ยวกับการทำนายแนวโน้มของการประชาสัมพันธ์หน่วยงานอื่นๆ ต่อไป