

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาเอกลักษณ์ขององค์กรเพื่อหาแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ 1). เพื่อศึกษาการดำเนินงานขององค์กรเพื่อหาเอกลักษณ์ขององค์กร 2).เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ของบุคคลทั่วไปที่มีต่อองค์กร 3).เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของเอกลักษณ์ขององค์กรในธุรกิจประเภทเดียวกัน 4).เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่สื่อถึงเอกลักษณ์และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร

จากระเบียบการวิจัยสามารถแบ่งขั้นตอนการวิจัยได้ดังนี้

1.ข้อมูลขององค์กร บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)

1.1 ข้อมูลขององค์กร ซึ่งได้มาจาก www.pttplc.com ประกอบด้วย ประวัติความเป็นมา, นโยบาย, วิสัยทัศน์, รูปแบบการจัดการภายในองค์กร,ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ

1.2 แบบสัมภาษณ์ ผู้จัดการฝ่ายสถานที่และรักษาความปลอดภัย ซึ่งข้อมูลที่ได้ประกอบด้วยผังของสำนักงานใหญ่ , โครงสร้างภายในองค์กรอย่างละเอียด, ปัญหาความคับแคบของพื้นที่

1.3 แบบสังเกตการณ์ การจัดสภาพแวดล้อมในปัจจุบันภายในสำนักงานใหญ่ พฤติกรรมภายในองค์กร

2. บุคคลทั่วไป

เพื่อหาข้อมูลของบุคคลทั่วไปที่รับรู้ถึงภาพลักษณ์ของ บริษัท ปตท. จำนวน 80 คน

2.1 การหา ข้อมูลทั่วไป และทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์โดยรวมในปัจจุบันขององค์กร โดยใช้แบบสอบถามบุคคลทั่วไป 60 ชุด

2.2 การศึกษาภาพลักษณ์ขององค์กรโดยใช้ คำสำคัญ (Keyword) ถามบุคคลทั่วไป ว่า “ผู้นำที่เป็นมิตร” ในความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้องค์ประกอบทางศิลปะเช่น เส้น, รูปร่าง,

รูปทรง, สี, และ Style โดยใช้แบบสอบถามความรู้สึกที่มีต่อภาพลักษณ์โดยใช้รูปภาพ(Collage) จำนวน 20 ชุด

2.3 สํารวจลำดับความนิยมของผู้บริโภคต่อสถานีบริการน้ำมัน และเหตุผลของความนิยมจากแบบสอบถามจำนวน 60 ตัวอย่าง เพื่อทราบถึงเหตุผลที่เข้ามาใช้บริการ และนำความนิยมแต่ละลำดับไปทำเป็นกรณีศึกษาเปรียบเทียบ

3. ข้อมูลของคู่แข่ง

ศึกษาข้อมูลของสถานีบริการน้ำมันต่าง ๆ ในเบื้องต้นจะทำการศึกษาภาพรวมของสถานีบริการน้ำมันเช่น คาล์เท็กซ์,เชลล์, บางจาก เพื่อทำตารางเปรียบเทียบเอกลักษณ์ขององค์กร

จากการทำวิจัยสรุปว่า บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) มีเอกลักษณ์คือ เป็นองค์กรแห่งความเป็นเลิศเป็นผู้นำด้านพลังงานในภูมิภาคนี้ด้วยความรับผิดชอบและเป็นธรรมให้ผลตอบแทนแก่คนไทยที่เหมาะสมโปร่งใส ตรวจสอบได้เป็นบริษัทของคนไทยที่ก้าวสู่ความเป็นสากล ภายใต้คำขวัญที่ว่า "กล้าคิดไกล เพื่อไทย" และมีภาพลักษณ์จากบุคคลทั่วไป คือ เป็นบริษัทของคนไทยอย่างแท้จริงส่งเสริมการใช้สินค้าไทย และเป็นความภาคภูมิใจของคนไทย ดังนั้นจากการวิเคราะห์ข้อมูลของภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ของบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน)ที่สอดคล้องกันคือ "ผู้นำที่เป็นมิตร"

แนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่สื่อถึงเอกลักษณ์และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร คือ การใช้คำว่า "ผู้นำที่เป็นมิตร" เป็น Keyword ที่จะนำไปสู่การออกแบบสภาพแวดล้อมภายใน และแนวคิดในการออกแบบ(Concept Design) คือ "ผู้นำพลังงานจากแหล่งกำเนิดใหม่" และใช้ ธีม(Theme) ในการออกแบบคือ "Space Station of Power" (สถานีอวกาศแห่งพลังงาน) บรรยายภาพจะเป็นสถานีอวกาศแห่งการค้นหาแหล่งกำเนิดพลังงานใหม่ แนวที่ทันสมัยเหมือนเข้ามาสู่สถานีอวกาศที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และมีความเป็นมิตรแบบคนไทย

This research investigates guideline for corporate identity and interior environmental design of PTT Public Company Limited (Head Quarter). The Purposes of this research are 1) To study identity of the Company(PTT) 2) To study image perception and customer behavior 3) To compare between the different types of competitive environment 4) To suggest guideline for physical environmental design, which suitable for the studying company(PTT).

All research method have been carried out as follows

1. To study corporation information of PTT
 - 1.1 Searching the information of PTT form web-site www.pttplc.com . The information is include of history-background, general marketing policies, and organizing structure of the company.
 - 1.2 Interview with executive civil engineer of PTT for getting the information about floor-plan of PTT-Building, structure of organizing system of the company, and problem about the Building and building users.
 - 1.3 Observation of environmental interior design and behavior of staff in the company.
2. To search for customer information
 - 2.1 Gather basic customer information such as behavior and attitude. By using 60 questionnaire samples.

- 2.2 Find image of PTT form customer by using keyword " friendly Leadership" for asking them, how do they feel about this keyword.
- 2.3 Research the rank of favorite gas station form the customers in moment by using 60 questionnaire samples. Search the most favorite gas station and gas company and find factors, which make the customer like the chosen gas station.
3. To study identity information of other competitive companies such. As Shell, Caltex, Bangchak, for comparison with PTT.

From all of research process it has been found, that PTT is the most strongest and biggest fuel company in Southeast Asia Pacific. So, under this words " He leader of energies in Southeast Asia Pacific, who gives the best things for his country and Thai people" It is perceptible and understandable as description to identity of PTT.

In conclusion, the guideline for interior environment design is transforming corporate identity by using a theme design. The first step is creating a keyword "friendly leadership", then use this keyword for creating " Concept Design" . The created concept design of this research is " The leader of energies from new sources". After that theme of interior was created by concept design. The theme of interior design is " Space Station". So the atmosphere in PTT- Building will be like in space station, in which it is full of new energy sources and high technology equipments, and where man can find Thai-friendship.