

## บทคัดย่อ

ชื่อการค้นคว้าอิสระ	กลยุทธ์การสื่อสารในการขับเคลื่อนและตอบรับนวัตกรรมยานยนต์ไฟฟ้าที่สอดคล้องตามนโยบาย 30@30 ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
ชื่อผู้เขียน	อาริษา ชื่นคลัง
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2564

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมาในการขับเคลื่อนและตอบรับนวัตกรรมยานยนต์ไฟฟ้า และวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์และกระบวนการสื่อสารในการขับเคลื่อนและตอบรับนวัตกรรมยานยนต์ไฟฟ้าที่สอดคล้องตามนโยบาย 30@30 ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 4 ท่าน ประกอบกับการวิเคราะห์จากเอกสาร

### ผลการวิจัยพบว่า

- ความเป็นมาในการขับเคลื่อนและตอบรับนวัตกรรมยานยนต์ไฟฟ้าที่สอดคล้องตามนโยบาย 30@30 ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) นั้นมีความเป็นมาจากวิฤตสถานการณ์หลายปัจจัย ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 วิฤตทางเศรษฐกิจ สถานการณ์ทางสงคราม ในปัจจุบัน ไปจนถึงการเกิดการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งสถานการณ์เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อภาคพลังงาน นำไปสู่การเปลี่ยนผ่านครั้งใหญ่และเป็นตัวเร่งการใช้พลังงานสะอาดเพื่อสร้างความมั่นคงทางพลังงานอย่างยั่งยืน ในหลายประเทศต่างตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ หรือ Carbon Neutrality ทั้งนี้ประเทศไทยพร้อมเดินหน้ายกระดับการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยมีเป้าหมายการลดและการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2050 โดยภาครัฐได้ออกแนวทางการส่งเสริมยานยนต์ไฟฟ้า (EV) ตามนโยบาย 30@30 ซึ่งเป็นนโยบายहनุรยนต์ไฟฟ้าที่มุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำ ทำให้ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมหลายกลุ่มเร่งปรับตัวตั้งแต่วันนี้ โดยบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการปรับวิสัยทัศน์และทิศทางกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อมุ่งสู่การเป็นธุรกิจพลังงานในอนาคตและเติบโตในธุรกิจที่ไกลกว่าพลังงาน พร้อมทั้งจัดตั้งบริษัท อรุณพลัส จำกัด (Arun Plus) สำหรับดำเนินธุรกิจในด้าน EV Value Chain เพื่อดำเนินการธุรกิจยานยนต์ไฟฟ้า ผ่านการให้บริการ

ด้านดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อส่งเสริมและสร้างระบบนิเวศธุรกิจให้เกิดการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าอย่างแพร่หลายในประเทศไทยและสอดคล้องตามนโยบายของภาครัฐ

2. กลยุทธ์และกระบวนการสื่อสารที่บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ใช้ในการขับเคลื่อนและตอรับนวัตกรรมด้านยานยนต์ไฟฟ้าที่สอดคล้องตามนโยบาย 30@30 ประกอบด้วย (1) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างความตระหนักรู้ ความเข้าใจ การสนับสนุน การมีส่วนร่วม และความผูกมัด (2) กลยุทธ์การนำเสนอสาร มีกลยุทธ์การนำเสนอสารเชิงรุกวิธีเดียว ได้แก่ การให้ข้อเท็จจริง และเพิ่มแรงสนับสนุนด้วยข้อคิดเห็น (3) กลยุทธ์ด้านสื่อ สำหรับกลยุทธ์สื่อเชิงรุก ประกอบด้วย สื่อใหม่ ได้แก่ การใช้สื่อในช่องทางอินเทอร์เน็ตผ่านผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมบนโลกออนไลน์เป็นหลัก สื่อมวลชน ได้แก่ การเผยแพร่ความรู้ผ่านช่องทางออฟไลน์ สื่อกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมเชิงวิชาการ เช่น การจัดงานประชุมงานสัมมนา และกิจกรรมเชิงธุรกิจ เช่น งานแสดงเปิดตัวสินค้า และจัดทริปดูงาน สื่อนอกบ้าน ได้แก่ การสื่อสารผ่านยานพาหนะ เพื่อเปิดเผยสู่สาธารณะ และเข้าถึงต่อผู้ใช้บริการได้เห็นเป็นรูปธรรมที่จับต้องได้มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: กระบวนการสื่อสาร, กลยุทธ์การสื่อสาร, นวัตกรรมยานยนต์ไฟฟ้า



คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

## ABSTRACT

<b>Title of Independent Study</b>	Strategic communication for escalation and adaptation of electrical vehicle innovation complying with PTT Public Company Limited's 30@30 policy
<b>Author</b>	Arisa Chuenklang
<b>Degree</b>	Master of Arts (Communication and Innovation)
<b>Year</b>	2021

---

The proposal of this research was about studying the history of the mass communication process and adaptation of electrical vehicle innovation including analyzing strategic and process of communication for escalation and adaptation of electrical vehicle innovation complying with PTT Public Company Limited's 30@30 policy. The methodological approach of this research was qualitative research for collecting data by deeply interviewing 4 interviewees and analyzing documents.

The result of the research identified

1. Mass media communication process and adaptation of electrical vehicle innovation complied with PTT Public Company Limited's 30@30 policy; there were many crisis factors for example environment, the outbreak of covid-19, financial crisis, recent political wars, and the disruption of technology which effected to power dimension leading to the great transaction and the escalation to the usage of clean energy in order to build up sustainable energy. In many countries, it's aimed to emit less carbon dioxide at zero degrees (Carbon Neutrality). Thailand was ready to implement this policy in order to reduce emissions of carbon dioxide to zero degrees within 2050 BC with the government's policy to encourage electrical vehicles with PTT Public Company Limited's 30@30 policy which let the entrepreneurs in relevant industries strive to adapt for

this policy since then. PTT Public Company Limited implemented to revise vision and business strategy for being the potential power business in the future including establishing Arun Plus Company Limited for running EV Value Chain Business to implement electrical vehicles via a digital service platform in order to encourage and establish business cycle for widely electric vehicle consumption in Thailand according to the government's policy.

2. PTT Public Company Limited 's strategic communication to implement and response to electrical vehicle innovation complied with PTT Public Company Limited's 30@30 policy was composed of (1) strategic communication for change, raising awareness, understanding, engagement, support and commitment. (2) active strategic presentation was empirical data and affiliate marketing data. (3) active strategic communication for example new media was composed of **strategic communication**; the internet usage platform by the online influencers, **media** for example digital public relations and offline strategic activities, media activities; academic activities for example meetings or seminars, business activities for example events for the opening ceremony, working trip, **offline communication** for example mass communication via vehicle in public and reaching to users apparently.

Keywords: mass communication process, strategic communication, electric vehicle innovation



คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ