

รายการอ้างอิง



ภาษาไทย

การบริหารปัญหาการจราจรในเมืองหลวง. เอกสารประกอบการสัมมนา. กรุงเทพมหานคร, 2536.

บุญฤทธิ์ กิจเจริญโรจน์. “การวิเคราะห์กลยุทธ์ และการนำเสนอความรู้เรื่องยา ของรายการ “ยาน่ารู้” ทางโทรทัศน์”. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

ปัญหาโรคติด ต้องช่วยกันคิดช่วยกันแก้. เอกสารสรุปการสัมมนา. กรุงเทพมหานคร, 2535.

พีระ จิระ โสภณ. หลัก และทฤษฎีการสื่อสาร. เอกสารการสอนชุดวิชา หน่วยที่ 11 สาขานิเทศศาสตร์, กรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531.

เสรี วงษ์มณฑา. พี อาร์. ภัวัฒน์ ประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ ยุค Integration Marketing, กรุงเทพมหานคร, สำนักพิมพ์มติชน, 2538.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. การตลาด. คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี, กรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2519.

อุบัติเหตุจากการจราจร และมาตรการป้องกัน. เอกสารสรุปการสัมมนา. กรุงเทพมหานคร, 2536.

ภาษาอังกฤษ

Dallas. Business Publications. INC, 1975.

Hall, B. Tanzania's health Campaign, 1978.

MC Guire, W.J. Public Communication as a strategy for including health . promoting behavior change, 1984.

Paisley, W.J. Public Communication Campaigns, 1981.

Rogers, E.M. Communication Campaigns, 1976.



ภาคผนวก ก.

รายละเอียดของกิจกรรมหลัก ๆ ในโครงการ “ถนนสีขาว”

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กิจกรรมที่ 1 : การประกวดคำขวัญ

การประกวดคำขวัญเกี่ยวกับความปลอดภัยของผู้ใช้รถใช้ถนนได้ดำเนินการตามแผน โดยเริ่มต้นด้วยการประกวดคำขวัญซึ่งเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยบนท้องถนนนั้น ได้มีการจัดประชุมอย่างเป็นทางการ เพื่อหาข้อสรุปในการวางแผนงานครั้งนี้ โดยจัดให้มีขึ้นด้วยความร่วมมือของคณะกรรมการจัดงานและหน่วยงานที่เข้าร่วมในโครงการ อาทิ ตัวแทนจากบริษัท โตโยต้า ตัวแทนจากคณะกรรมการป้องกันอุบัติเหตุแห่งชาติ กปอ. ตัวแทนจากกองตำรวจทางหลวง นอกจากนี้ยังมีสื่อมวลชนให้ความสนใจเข้าร่วมประชุมในโครงการนี้ด้วย ด้านหนังสือพิมพ์ เช่น เดลินิวส์ แนวหน้า บ้านเมือง ฯลฯ ด้านหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ เช่น ประชาชาติธุรกิจและผู้จัดการ ด้านนิตยสารรถยนต์ เช่น กรังด์ปรีซ์ ฟอร์มูล่า ขานยนต์ เรซซิ่งฯ รวมทั้งบริษัท เดนทิสู (ประเทศไทย) จำกัด

การประกวดคำขวัญเกี่ยวกับความปลอดภัยของผู้ใช้รถใช้ถนนมีจุดประสงค์เพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนช่วยในการลดอุบัติเหตุและ เสริมสร้างความปลอดภัยบนท้องถนนให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งได้เชิญคณะกรรมการตัดสินจากหน่วยงานต่างๆ โดยได้ร่วมกันตัดสินเลือกคำขวัญรอบสุดท้ายทั้ง 3 ประเภทประกวดคือ กลุ่มประชาชนทั่วไป อุคมศึกษา และเด็ก, นักเรียน ในวันที่ 28 กันยายน 2531 ณ ห้องราชมณเฑียร โรงแรมมณเฑียร พร้อมทั้งประกาศผลและมอบรางวัลแก่ผู้ชนะการประกวด ในวันที่ 7 ตุลาคม 2531 ณ ห้องบอลรูม โรงแรมโอเรียนทัล รวมรางวัลเงินสดทั้งสิ้น 132,000 บาท

สำหรับกิจกรรมการประกวดคำขวัญนั้น ได้มีการกำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าประกวดและลักษณะของคำขวัญโดยแบ่งเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือประเภทประชาชนทั่วไป มีเนื้อหาเปิดกว้างไม่จำกัดแนวคิด, ประเภทอุคมศึกษาครอบคลุมความปลอดภัยของผู้ใช้รถใช้ถนนวัยหนุ่มสาวเป็นสำคัญ และประเภทเด็กและนักเรียนทั่วไป ตั้งแต่ ม6 ลงมา เป็นแนวคิดอันบริสุทธิ์ ห่วงใยในเรื่องคั่งกล่าวของเด็ก โดยมีหลักเกณฑ์ในการตัดสินภายใต้ดุลยพินิจของคณะกรรมการซึ่งเป็นผู้แทนจากคณะกรรมการป้องกันอุบัติเหตุแห่งชาติ กรมตำรวจ สื่อมวลชน และเจ้าหน้าที่บริษัทฯ โดยยึดหลักคือ คำขวัญจะต้องส่งในประเภทตามคุณสมบัติของตนเองแล้ว ยังต้องส่งตามเวลาที่กำหนด ในกรณีที่คำขวัญซ้ำ ให้ใช้วิธีจับฉลากเพื่อความยุติธรรม กำหนดความยาวและลักษณะของคำขวัญ จำนวนคำขวัญที่แต่ละคนจะส่งได้ สำหรับรางวัลที่ผู้ชนะเลิศการประกวดในแต่ละประเภทจะได้รับนั้นจะแบ่งเป็นผู้ชนะเลิศในแต่ละประเภทจะได้รับรางวัลด้วยเกียรติยศและรางวัลเงินสด

หลังจากที่มีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ขอเชิญประชาชนเข้าร่วมสร้างสรรค์สังคมไทยในโครงการ “ถนนสีขาว” ด้วยการส่งคำขวัญเข้าประกวดทำให้มีประชาชนจำนวนมากให้ความสนใจและส่งคำขวัญมาประกวดตามตัวอย่างใบประกาศเชิญชวนและใบสมัครที่แสดงไว้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 85,324 คน และมีผู้ส่งคำขวัญเข้าประกวดมากที่สุดต่อคนส่งเพียงคนเดียวมีจำนวนถึง 615 คำขวัญ มีผู้ที่อายุน้อยที่สุดในการส่งคำขวัญเข้าประกวดมีอายุเพียง 4ปี8เดือน และผู้ที่มีอายุมากที่สุดในการส่งคำขวัญเข้าประกวดมีอายุถึง 77 ปี รวมแม้กระทั่งพระภิกษุ สามเณร ชาวต่างชาติที่เขียนคำขวัญมาเป็นภาษาอังกฤษ และส่งคำขวัญมาจากต่างประเทศ หรือแม้แต่การส่งคำขวัญแบบแปลกๆ เช่น เขียนคำขวัญใส่ซองนุหรี ส่งคำขวัญมาเป็นภาษาอิสลาม (ภาษาพื้นเมือง) ส่งคำขวัญร่วมประกวดพร้อมสมัครงาน ส่งมาเป็นรูปเล่ม พร้อมสถิติการเกิดอุบัติเหตุในแต่ละปี ส่งมาเป็นเรียงความและส่งมาเป็นคำกลอน พร้อมภาพวาด และจากผลการตัดสินของคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานต่างๆ จึงทำให้สามารถคัดเลือกผู้ชนะเลิศการประกวดในประเภทต่าง ๆ ได้

กิจกรรมที่ 2 : ทำโปสเตอร์ และสติ๊กเกอร์

จัดทำโปสเตอร์ และสติ๊กเกอร์ เพื่อช่วยกระตุ้นให้ประชาชนผู้ใช้รถใช้ถนน เกิดการตื่นตัวให้ความสนใจต่อความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น บริษัทโตโยต้าจึงมีโครงการนำแนวความคิดจากคำขวัญที่ได้รับรางวัลจากการประกวดทั้ง 3 ประเภทคือ ประเภทประชาชนทั่วไป, อุคมศึกษา รวมทั้งเด็ก และนักเรียน มาทำโปสเตอร์ และสติ๊กเกอร์ แจกจ่ายเผยแพร่ทั่วไป เพื่อให้ติดตามติดใจประชาชนถึงความปลอดภัย จำนวน 5,000 แผ่น ในปี 2532 โดยมอบให้กับ

- องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ เพื่อติดหลังรถโดยสารประจำทางในเขตกรุงเทพฯ ในวันที่ 29 พฤษภาคม 2532

- องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย เพื่อติดรถขององค์การฯ ทั่วประเทศ

จากข้อความที่กินใจซึ่งได้รับรางวัลชนะเลิศจากการประกวดคำขวัญ สามารถกระตุ้นจิตสำนึกของประชาชน ได้ดีที่ถูกคัดเลือกมาแล้วนี้ก็จะถูกนำมาใช้ในการเผยแพร่ผ่านสื่อสติ๊กเกอร์ป้ายตามสี่แยก ฯลฯ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการรณรงค์ให้ผู้ใช้รถใช้ถนนมีการตระหนักถึงภัยอันตรายบนท้องถนน และปฏิบัติตามกฎจราจรตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เนื่องจากในยุคปัจจุบันภัยอันตรายอันเกิดจากการใช้รถใช้ถนนมีแนวโน้มว่าจะไม่ลดลง ซึ่งอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นในแต่ละครั้งนั้นย่อมก่อให้เกิดการสูญเสียทั้งเวลา ชีวิต และทรัพย์สิน ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้ออกเหนือจากสติ๊กเกอร์ที่ได้มาจากคำขวัญที่ชนะการประกวดแล้ว บริษัทยังได้จัดทำ “สติ๊กเกอร์” คำว่า “ถนนสีขาว”

ขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะย้ำเตือนให้ผู้พบเห็นได้เกิดจิตสำนึกในการที่จะสร้างความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน ต่อเนื่องจากการที่บริษัทได้มีการประชาสัมพันธ์โครงการ “ถนนสีขาว” ไปแล้ว ในช่วงเปิดโครงการ ดังนั้นประชาชนทั่วไปจึงมีความเข้าใจต่อโครงการถนนสีขาว ตลอดจนความหมายของคำว่า “ถนนสีขาว” ว่าเป็นถนนที่ปราศจากผู้ทำผิดกฎจราจร และเป็นถนนที่ผู้ใช้รถใช้ถนนมีความเอื้ออาทร และระมัดระวังอุบัติเหตุร่วมกัน ซึ่งคำว่า “ถนนสีขาว” ได้มาจากการสร้างสรรค์คำเพื่อใช้เป็นชื่อโครงการ จากฝ่ายสร้างสรรค์ ของบริษัท เอเจนซี่โฆษณา เพื่อสื่อให้เห็นว่าเป็นถนนที่ชาววิสุทธิไม่มีคนทำผิดกฎจราจร และทุกคนมีน้ำใจต่อกันบนท้องถนน ด้วยการสร้างความเข้าใจต่อผู้รับสารให้ตรงกันด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อเป็นการชักชวนให้ผู้รับสารมาร่วมกันปฏิบัติตามกฎจราจร และมีน้ำใจต่อกันในการใช้รถใช้ถนน เพื่อสร้างถนนให้เป็น “ถนนสีขาว”

โดยในขั้นต้น ทางบริษัทโตโยต้า ได้ขอความร่วมมือจากบุคคลภายในบริษัท (พนักงานภายในบริษัทโตโยต้า เอง) ในการนำสติ๊กเกอร์คำว่า “ถนนสีขาว” ไปติดที่รถยนต์ หรือในที่สาธารณะซึ่งสามารถมองเห็นได้โดยสะดวก ทั้งนี้เพื่อเป็นการช่วยกระตุ้นให้ผู้พบเห็นเกิดการตื่นตัว และให้ความสนใจต่อความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ซึ่งเชื่อว่าทุกคนจะได้มีส่วนช่วยเหลือสังคมไม่ทางตรงก็ทางอ้อม

ดังนั้นในกิจกรรมนี้จึงสรุปได้ว่ามีการใช้สติ๊กเกอร์ 2 ประเภท คือ

1. สติ๊กเกอร์คำขวัญที่ชนะเลิศในการประกวด
2. สติ๊กเกอร์ “ถนนสีขาว”

สำหรับสติ๊กเกอร์คำขวัญ ทางบริษัทได้มีการมอบสติ๊กเกอร์คำขวัญที่ชนะเลิศการประกวดตามโครงการถนนสีขาวให้กับนายอินทัย อุเทนสุด ผู้อำนวยการองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ (ขสมก) เพื่อนำไปติดกระจกด้านหลังรถโดยสารประจำทาง ขสมก. จำนวน 4,000 คัน และมอบให้กับองค์การโทรศัพท์เพื่อติดหลังรถองค์การฯ ซึ่งประชาชนทั่วไปจะสามารถเห็นคำขวัญที่ชนะเลิศทั้ง 3 คำขวัญ ซึ่งมีข้อความดังนี้

- | | |
|-------------------------|--|
| - ประชาชนทั่วไป | อย่าประมาทเมื่อใช้รถ อย่าฝ่าฝืนกฎเมื่อใช้ถนน |
| - ประเภทอุดมศึกษา | ขับรถอย่างใจร้อน เอื้ออาทรเพื่อนร่วมทาง |
| - ประเภทเด็กและนักเรียน | ขับรถระวังเด็ก หนูยังเล็ก โปรดเมตตา |

กิจกรรมในครั้งนี้เป็นความร่วมมือขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ(ขสมก.), องค์การโทรศัพท์ และโครงการถนนสีขาว ซึ่งตระหนักถึงความปลอดภัยของประชาชน โดยจะเป็นสื่อที่สามารถกระตุ้นเตือนให้ผู้พบเห็นตื่นตัว และให้ความร่วมมือในการใช้รถใช้ถนนด้วยความระมัดระวัง อันจะนำมาซึ่งความปลอดภัยของชีวิต และทรัพย์สินด้วย

กิจกรรมที่ 8 : ทำภาพยนตร์

เนื่องจากทางโครงการ มีความคิดว่าสื่อที่มีอิทธิพลและสามารถเผยแพร่ได้กว้างขวางที่สุดคือ โทรทัศน์ บริษัทจึงเลือกใช้สื่อนี้เพื่อการรณรงค์ ซึ่งได้วางแผน "การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์" ไว้อย่างต่อเนื่องดังนี้

ขั้นที่ 1 : การสร้างภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์จากคำขวัญที่ชนะเลิศการประกวดทั้ง 3 ประเภท เมื่อ พ.ศ. 2532 ประกอบด้วยภาพยนตร์ 4 เรื่อง ซึ่งได้รับรางวัลดีเด่นจากคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี โดยพลเอกมานะ รัตนโกเศศ รองนายกรัฐมนตรีในประเภทผลงานสื่อมวลชนดีเด่นเพื่อเยาวชน

ภาพยนตร์โฆษณาทั้ง 4 เรื่องของโครงการถนนสีขาวนี้ ได้แนวคิดมาจากการประกวดคำขวัญที่ชนะทั้ง 3 ประเภท ด้วยความยาวตอนละ 30 วินาที ดังนี้

ภาพยนตร์เรื่องแรก ชื่อเรื่อง "ถนนสีขาว" เป็นภาพยนตร์เรื่องแรกที่ทำขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ โดยเป็นการสร้างเนื้อเรื่องจากความฝันของเด็ก ๆ ที่ฝันอยากเห็นเมืองที่ผู้ใช้รถใช้ถนนปฏิบัติตามกฎจราจร และมีน้ำใจให้กัน อีกทั้งไม่มีอุบัติเหตุเกิดขึ้น

ภาพยนตร์เรื่องที่ 2 ชื่อเรื่อง "รอ" ซึ่งมีแนวคิดหลักว่า "เพียงเพราะความประมาทของผู้ใหญ่ เด็กบางคนอาจไม่มีโอกาสกลับบ้านอีกเลย" จากคำขวัญชนะเลิศประเภทเด็กและนักเรียน "ขับรถระวังเด็ก หนูยังเล็กโปรดเมตตา"

ภาพยนตร์เรื่องที่ 3 ชื่อเรื่อง "เวลา" ซึ่งมีแนวคิดหลักว่า "เวลาแค่ใจบนท้องถนน อาจจบชีวิตที่ต้องลงทุนลงแรงมานานับ 10 ปี" จากคำขวัญชนะเลิศประเภทอุดมศึกษา "ขับรถอย่าใจร้อน เอื้ออาทรผู้ร่วมทาง"

ภาพยนตร์เรื่องที่ 4 ชื่อเรื่อง "เมื่อไม่มีแม่" ซึ่งมีแนวคิดหลักว่า "แต่ละชีวิตที่จากไปเพราะอุบัติเหตุ จะมีผลต่อหลายชีวิตที่อยู่เบื้องหลัง" จากคำขวัญชนะเลิศประเภทประชาชนทั่วไป "อย่าประมาทเมื่อใช้รถ อย่าฝ่าฝืนกฎเมื่อใช้ถนน"

ขั้นที่ 2 : การสร้างภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์จากคำขวัญที่เข้ารอบสุดท้าย นอกจากคำขวัญที่ชนะเลิศ ซึ่งมีเพียง 3 ราย จากจำนวน 85,324 คน ที่ส่งเข้าประกวด ยังมีคำขวัญอีกหลายอันที่น่าสนใจ ดังนั้นจึงเลือกบางอันจากคำขวัญเข้ารอบสุดท้ายมาสร้างเป็นภาพยนตร์อีก 3 เรื่อง มีความยาวตอนละ 30 วินาทีเช่นกัน และได้เริ่มทำการรณรงค์ทางโทรทัศน์ทุกสถานี เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2534 เป็นต้นมา โดย

ภาพยนตร์เรื่องที่ 1 ชื่อเรื่อง "ชายประมาท" สร้างจากคำขวัญเข้าประกวดประเภทประชาชนทั่วไป คือ "เวลาขับอย่ามัวเพลิน เวลาเดินอย่าประมาท" จากแนวความคิดว่า "ความประมาทอยู่คู่กับความสูญเสีย"

เนื้อเรื่องของภาพยนตร์ เล่าถึงชายวัยประมาณ 26-30 ปี ที่มีจะทำกิจกรรมสองอย่างในเวลาเดียวกันเช่นในเวลาเช้าเมื่อเดินลงจากห้องนอนจะมารับประทานอาหารเช้า ในขณะที่เดินลงบันไดมาก็พยายามที่จะผูกเน็คไทและอ่านหนังสือไปพร้อม ๆ กัน เป็นผลให้สะดุดขาตัวเองเกือบตกบันไดมา เมื่อรับประทานอาหารเช้าก็จะอ่านหนังสือพิมพ์ควบคู่ไปกับบิบซ้อสมะเขือเทศเป็นผลให้ซ้อสมะเขือเทศนั้นหกเลอะเทอะ หรือการเอื้อมมือไปปรับโทรศัพท์ในขณะที่กำลังใส่ถุงเท้าอยู่เป็นผลให้เสียการทรงตัวศีรษะไปกระแทกกับผนังปูน

ภาพยนตร์เรื่องนี้พยายามสอดแทรกแง่คิดของความประมาทเล็ก ๆ น้อย ๆ อันเกิดจากการที่คนเราพยายามทำงานสองอย่างในเวลาเดียวกัน เพราะการทำงานสองอย่างพร้อมกันนั้นเป็นไปได้ยากที่จะทำให้ได้ดี หรือประณีตเรียบร้อยเทียบเท่ากับที่จะมุ่งทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว หากเป็นความผิดพลาดเล็ก ๆ น้อย ๆ เช่นการสะดุดหกล้มก็คงไม่กระไรนัก ดูเผิน ๆ อาจจะตกลงขบขันเสียดด้วยซ้ำ แต่สิ่งที่ฝ่ายสร้างสรรค์ของสป้า แอดเวอร์ไทซิ่ง ต้องการที่จะให้เห็นก็คืออย่ามองข้ามความประมาท เพราะถ้าเราไม่ตั้งสติหรือตั้งใจที่จะทำทุกอย่าง ๆ รอบคอบ ความประมาทนี้อาจคิดเป็นนิสัยได้ และเมื่อขึ้นนั่งจับพวงมาลัยรถแล้วก็อาจยังผลให้เกิดการสูญเสียถึงกับชีวิตได้เหมือนดังข้อคิดที่แทรกไว้ในภาพยนตร์โฆษณาที่ว่า "ความประมาทอยู่คู่กับความสูญเสีย"

เพื่อเป็นการกระตุ้นความรู้สึกของผู้ชม ฝ่ายสร้างสรรค์ ของสปา แอดเวอร์ไทซิ่ง จึงได้ใช้วิธีการสร้างภาพปิดประตูบ้านให้เกิดขึ้นพร้อม ๆ กับการปิดประตูรถยนต์ รวมทั้งเสียงกระหึ่มของการสตาร์ทรถยนต์ หลังจากนั้นก็จะเปลี่ยนเสียง "โครม" ตามมา... เพื่อที่จะสื่อให้เห็นว่าคนที่ประมาทจนเป็นนิสัยนั้น มีแนวโน้มสูงที่จะเป็นผู้ก่ออุบัติเหตุ ซึ่งจะนำไปเกิดความเสียหายแก่ทรัพย์สิน และแม้แต่กับชีวิตได้

ภาพยนตร์เรื่องที่ 2 ชื่อเรื่อง "เด็กกับทางม้าลาย" จากคำขวัญ "ทางม้าลายจะไร้ค่า ถ้าน้ำอาไม่หยุดรถ" แนวความคิด "บางคนเรียนรู้เรื่องกฎจราจรด้วยชีวิตทั้งชีวิต"

"ม้าลาย" ภาพยนตร์เรื่องแรกพัฒนาและได้ประกายความคิดมาจากคำขวัญที่ได้รับการคัดเลือกจากกลุ่มคำขวัญระดับเด็กและนักเรียน ซึ่งได้แก่ "ทางม้าลายจะไร้ค่า ถ้าน้ำอาไม่หยุดรถ" เนื้อเรื่องภาพยนตร์โครงการถนนสีขาวของโตโยต้าเรื่องนี้จะเล่าถึง เด็กหญิงน่ารัก ๆ 2 คน นัดมาพบกันที่ทางม้าลาย เพื่อที่จะเดินโตไปโรงเรียนด้วยกันทุกวัน แต่ละวันเด็กทั้ง 2 คนก็จะพูดคุยกันตามประสาเด็ก ๆ ด้วยความร่าเริงสดใส และก็ก้าวข้ามทางม้าลายไปอย่างปลอดภัย ด้วยความมีน้ำใจเอื้ออารีย์จากผู้ขับขี่ยวดยาน จนกระทั่งวันหนึ่ง เด็กหญิงคนหนึ่งก็จากไปด้วยอุบัติเหตุ สำหรับเด็กหญิงที่ยังเหลืออยู่นั้น ก็ยังคงต้องเดินมาที่ทางม้าลายเช่นเดิม แต่ไปครั้งนี้ เด็กคนนี้ไม่กล้าที่จะเดินข้ามถนนคนเดียวอีกแล้ว ด้วยความกลัวเมื่อมองเห็นภาพรถแล่นไปมาอย่างขวักไขว่

แนวความคิดของภาพยนตร์เรื่องนี้ จุดมุ่งหมายใหญ่ก็คือ การเน้นให้เห็นถึงความปลอดภัยของเด็กเล็ก ๆ ที่ยังต้องใช้ชีวิตอีกยาวไกล เพื่อเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ อีกมากมาย การที่ภาพยนตร์เรื่องนี้ นำเด็กเข้ามาเป็น PRESENTER ก็เพื่อให้ผู้ขับขี่ยวดยานได้คำนึงถึงเด็ก รักษาชีวิตเด็กไว้และให้ความสำคัญกับประโยชน์ของการหยุดรถตรงทางม้าลายที่สุด เพราะบ่อยครั้งที่เด็กเล็ก ๆ ต้องมาเสียชีวิตด้วยความไม่ระมัดระวังของผู้ใหญ่ ดังข้อคิดที่แทรกไว้ในภาพยนตร์ว่า "บางคนเรียนรู้เรื่องกฎจราจรด้วยชีวิตทั้งชีวิต"

จุดเด่นของภาพยนตร์เรื่องนี้อยู่ที่ตรงที่ว่า ฝ่ายสร้างสรรค์ของสปา แอดเวอร์ไทซิ่ง ได้สีขาวและสีคำมาใช้บรรยาย บรรยายกรอบข้างเพื่อแสดงความหมายที่แตกต่างจนเห็นได้ชัด โดยช่วงแรกของภาพยนตร์ จะเห็นได้ว่าบรรยากาศรอบตัวจะสว่างสดใส และรถยนต์จะเป็นสีขาวเพื่อสื่อความรู้สึกในสายตาของเด็กน้อยว่า โลกนี้อบอุ่นน่าอยู่และเต็มไปด้วยมิตรภาพ แต่เมื่อเด็กอีกคนหนึ่งได้ถูกพรากไปแล้ว โลกของเด็กหญิงที่เหลืออยู่ก็ดูเศร้าสร้อยมืดมน และโหดร้าย ซึ่งผู้ชมสามารถสัมผัสและรู้สึกคล้อยตามได้ จากการใช้สีดำเป็นสีหลักในฉาก

ภาพยนตร์เรื่อง "ม้าลาย" นี้ น่าจะเป็นอุทาหรณ์ให้เห็นว่า ความไม่พึงพิถันในการใช้กฎจราจรนอกจากสร้างความสูญเสียของชีวิตแล้วยังจะสร้างความเศร้าและทำลายความเชื่อมั่นให้กับผู้ใกล้ชิดที่ยังมีชีวิตอยู่อีกด้วย

ภาพยนตร์เรื่องที่ 3 ชื่อเรื่อง "ตุ๊กตากระดาษ" จากคำขวัญ "มือถือพวงมาลัย ใจถือกฎจราจร" แนวความคิด "ถ้าเอาชีวิตคืนมาได้ ความประมาทก็ไม่ใช่เรื่องสำคัญ"

ภาพยนตร์เรื่องที่ 3 สร้างขึ้นมาจากคำขวัญที่ได้จากกลุ่มประชาชนทั่วไป ที่ว่า "มือถือพวงมาลัย ใจถือกฎจราจร"

เนื้อเรื่องของภาพยนตร์เรื่องนี้มีอยู่ว่า วัยรุ่นหนุ่มคนหนึ่งขับรถไปในความมืดด้วยความเร็วและศึกะนองบนถนนที่มีแสงไฟแต่เพียงริบหรี่ พร้อมกับเปิดวิทยุเสียงดังลั่น ทันใดนั้นก็ มีคุณชายคนหนึ่งพยายามที่จะข้ามถนนมา ชายหนุ่มคนนั้นพยายามหักหลบได้ทัน เมื่อขับต่อไปก็เกือบจะชนคนข้ามถนน และรถเมล์ที่ขับสวนทางมา แต่เขาก็สามารถหลีกเลี่ยงได้ทุกครั้ง เพราะเหตุนี้เองทำให้ชายหนุ่มศึกะนองมากยิ่งขึ้น จนกระทั่งเมื่อเขาขับมาถึงหัวมุมถนนจึงชนถูกคนล้มลง จากนั้นเขาจึงจออกรถ เปิดประตูรถลงไป พบว่าเด็กชายที่วิ่งมาเกือบถูกฟุตบอลเป็นเพียงกระดาษ cut out รูปเด็กเท่านั้น เขาจึงหยิบกระดาษขึ้นตั้งวางไว้ดังเดิม แล้วขับหายไปในความมืด

แนวความคิดของภาพยนตร์เรื่องนี้ ต้องการชี้ให้เห็นว่า วัยรุ่นทั้งหลายมักจะมีศึกะนอง เมื่อทำอะไรลงไป ก็จะคิดถึงสนุกสนานและมองข้ามความปลอดภัยไปจนถึงถึงอันตรายที่จะมาถึงทั้งตนเองและผู้อื่น ข้อคิดที่ได้จากการทำภาพยนตร์ชุดนี้ก็คือ ถ้าชีวิตของคนเราเป็นเหมือนกระดาษที่สามารถนำมาประดิษฐ์ประต้อได้ ถ้าฉีกขาดไป ยังมีโอกาสติดกาวต่อให้ใช้การเหมือนเดิมได้ เราคงไม่ต้องระมัดระวังเรื่องความปลอดภัยความประมาทกันนัก ... แต่ในความจริงแล้ว ชีวิตของเราไม่สามารถนำมาติดต่อด้วยกาวได้เหมือนกระดาษ ดังแง่คิดที่แทรกไว้ในภาพยนตร์เรื่องนี้ที่ว่า "ถ้าเอาชีวิตคืนมาได้ ความประมาทก็ไม่ใช่เรื่องใหญ่"

ความโดดเด่นของภาพยนตร์เรื่องนี้มีอยู่ตรงที่ว่า การสร้างเรื่องคล้ายกับการเล่นวิดีโอเกมส์ คือ เมื่อชายหนุ่มสามารถหักหลบคนหรือสิ่งของได้ ก็จะมีเสียงดัง "กริ่ง" คล้าย ๆ กับได้คะแนนเพิ่ม แต่ในชีวิตจริงนั้น หากพลาดพลั้งเกิดอุบัติเหตุขึ้นแล้ว เราก็ไม่สามารถจะลบเหตุการณ์นั้น ๆ ทิ้งได้ เหมือนกับการลบคะแนนเมื่อเกมส์จบลง แต่กลับจะเป็นการเริ่มต้นของความทุกข์และการสูญเสีย ทั้งกับตนเองและผู้อื่นด้วย

ซึ่งภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่องนี้ จะสามารถสะท้อนให้ผู้ชมได้เห็นว่าทุกวันนี้หลายเกิดความรู้สึกถึงความสูญเสียและความรับผิดชอบมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นความภูมิใจของโตโยต้าที่จะสามารถดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ขั้นที่ 3 : การสร้างภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์สำหรับเด็ก

เนื่องในโอกาสที่บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ได้มาถึงช่วงเวลา ในวาระโอกาสครบรอบ 30 ปี ในปี 2535 และทางโครงการ "ถนนสีขาว" ซึ่งได้นำเสนอภาพยนตร์ต่อเนื่องชุดถนนสีขาวมาติดต่อกันทุกปี เพื่อกระตุ้นเตือนให้ประชาชน ได้ตระหนักถึงการใช้รถใช้ถนนอย่างมีมารยาทและไม่ประมาท และโดยเฉพาะอย่างยิ่งปี 2535 นี้เป็นปีที่ โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ครบรอบ 30 ปี ถนนสีขาวก็ได้้นำเสนอภาพยนตร์ชุดใหม่อีก 1 ชุด ซึ่งคราวนี้จะนำเสนอในเชิงการ์ตูน เพื่อให้แปลกตาออกไป โดยเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก ซึ่งในขณะที่ภาพยนตร์ 2 ช่วงแรก อาจจะส่งสารให้กับผู้ใหญ่ และคนทั่วไปที่เป็นผู้ขับรถ และพร้อมกันนี้ได้แนะนำ PRESENTER ใหม่ของถนนสีขาว นั่นคือ หนูน้อยมิลค์กี้เวย์ และสโลแกนใหม่ของถนนสีขาว ที่ว่า ขาวด้วยฝีมือคุณ มิลค์กี้เวย์เป็นภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ที่มีการเน้นการปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีให้แก่เด็กซึ่งต่างจากภาพยนตร์ในชุดก่อน ๆ ที่เน้นที่ผู้ใช้รถใช้ถนนทั่ว ๆ ไป ทั้งนี้เพราะเป็นการเปลี่ยนกลยุทธ์ในกลุ่มเป้าหมายเนื่องจากเด็กเป็นผู้รับสารที่น่าจะปลูกฝังได้ง่ายกว่ากลุ่มผู้ใหญ่

แนวความคิด ภาพยนตร์เรื่องแรก ซึ่งเป็นการแนะนำที่มาของหนูน้อยมิลค์กี้เวย์ จึงนำเสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นท่ามกลางเมืองใหญ่ที่ไร้ระเบียบแห่งหนึ่ง หนูน้อยมิลค์ เป็นเด็กชายธรรมดา ๆ คนหนึ่ง ได้พยายามที่จะข้ามถนน แต่ไม่สามารถข้ามได้ เพราะมีรถอยู่บนถนนมากมายแต่ไม่มีใครสักคนที่จะหยุดรถให้หนูน้อยมิลค์ข้าม แต่แล้วก็มีลำแสงปรากฏขึ้น พาหนูน้อยเหาะขึ้นไปบนอากาศถึงอาณาจักร ๆ หนึ่งและยังได้รับการต้อนรับอย่างดีจากท่านจุดของอาณาจักร ที่ใจดีมากพาชมเมืองแล้วยังสอนให้หนูน้อยรู้จักระเบียบอีกด้วย ในที่สุดก็มอบหมวกวิเศษที่มีปีกบินได้ให้หนูน้อยมิลค์ ซึ่งเมื่อใส่แล้วหนูน้อยมิลค์ก็กลายเป็นหนูน้อยมิลค์กี้เวย์เหาะกลับมาขังเมืองมนุษย์ ช่วยเด็ก ๆ ให้ปลอดภัยจากภัยบนท้องถนน รวมทั้งเตือนทุก ๆ คนให้รักษากฎและระเบียบ เพื่อจะไม่มีการเกิดอุบัติเหตุอีกต่อไป

ทุก ๆ ครั้งที่มีมิลค์กี้เวย์ พบเด็ก ๆ ก็จะมอบหมวกบินให้ แต่หมวกเหล่านี้เป็นหมวกสัญลักษณ์เท่านั้น ไม่ใช่หมวกวิเศษเหมือนกับที่ท่านจุดให้มา

เมื่อได้แนะนำหนูน้อยมิลค์กี้เวย์แล้ว ต่อมาก็มีการนำ Character ของมิลค์กี้มาเป็น Presenter ในภาพยนตร์เรื่องอื่น ๆ เพื่อเตือนและสอนเด็ก ๆ ในเรื่องกฎระเบียบและความรู้ต่าง ๆ โดยมีภาพยนตร์โทรทัศน์ต่อเนื่องกันอีก 4 เรื่อง เรื่องละ 15 วินาที นั่นคือ

1. Bus (รถเมล์)
2. Baby (เด็ก)
3. UFO (จานบิน)
4. Speed (ความเร็ว)

เนื้อเรื่องของ Bus มีอยู่ว่า ผู้ชายคนหนึ่งต้องการจะลงรถเมล์นอกป้ายทั้ง ๆ ที่คิดว่าตัวเองดูดีแล้วก็ตาม ก็ดันชนกับแม่มดขี่ไม้กวาด ซึ่งขับขึ้นมาด้วยความเร็วสูงจนได้ นี่แหละหาความมักง่ายของคนที่ขึ้น-ลงรถเมล์ไม่ตรงตามป้ายที่เขาจัดไว้ ทำให้เกิดอุบัติเหตุขึ้นอย่างไม่คาดฝัน

ส่วนเรื่อง Baby มีอยู่ว่า มีจุดประสงค์ต้องการเตือนให้ทุกคนใช้เข็มขัดนิรภัย เพราะอาจจะช่วยชีวิตคุณและคนที่คุณรักได้ เพียงแค่ “คลิก” เดียวเท่านั้น

เรื่อง UFO นี้ เนื้อเรื่องมีอยู่ว่า มีรถเข้าคิวเตรียมเลี้ยวขวาอยู่หลายคัน ทันใดนั้นก็มียานบิน UFO ทรงประหลาดมาแข่งตัดหน้าคนอื่นเขา หนูน้อยมิลค์กี้เวย์ก็ต้องเคาะส่งสอนชะง่อนยอให้ไปเข้าแถวอย่างมีมารยาท ซึ่งหากมีการแทรกแซงหรือตัดหน้ากันในท้องถนนจริงๆ แล้วอาจทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย และถ้าเลี้ยวก็ควรที่จะเข้าเลนเสียแต่เนิ่นๆ เปิดสัญญาณไว้จะได้ไม่ต้องตัดหน้าใครให้เขาอารมณ์เสีย

ส่วนเรื่องสุดท้ายคือ Speed เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับเด็ก ๆ ถึงการสาธิตว่า ถ้าหากขับรถเร็วเกิน 80 กิโลเมตรต่อชั่วโมง หากชนกันแบบประสานงานขึ้น ความแรงจะเทียบเท่ากับการตกตึก 3 ชั้น ลงมาโดยไม่มีหมวกวิเศษแน่ะ ผลลัพธ์ที่ได้ทั้งเป็นอันตรายถึงชีวิตและเสียหายหลายแสน (ล้าน) กับทรัพย์สิน ดังนั้นจึงพยายามสอนไม่ให้คนขับรถเร็วจนเกินไปและอย่าประมาท

ภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่องใช้เวลาสร้างประมาณ 1 เดือน โดยทีมงานของ Quantum Studio ที่ฮ่องกง ซึ่งเป็นทีม 8 คน มี Mr. John Sanavi เป็นหัวหน้าทีมงานนี้ ซึ่งประกอบไปด้วยคนหลายเชื้อชาติมีทั้งอังกฤษ ฮ่องกง และชาติอื่นๆ ทีมนี้เคยเข้าร่วมกับกลุ่มที่ทำภาพยนตร์เรื่อง โรเจอร์ แรบบิท ด้วย ส่วนการมิกซ์เสียงนั้นทำในประเทศไทย

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ในปี 2535นี้ทางโคโยต้า ได้มุ่งเน้นสอนเด็กๆ ซึ่งเป็นเยาวชนของชาติ ให้ตระหนักถึงพิษภัย และอันตรายของอุบัติเหตุบนท้องถนน ดังนั้นภาพยนตร์ทุกเรื่องจึงนำเสนอในสไตล์ของการ์ตูนน่ารักทั้งหมด ในตอนสุดท้ายของทุกเรื่องจะมีหนูน้อยมิลค์กี้เวย์ออกมาพูดเตือนสั้นๆ สรุปทุกๆ เรื่องและลงท้ายทุกครั้งว่า “..เชื่อมิลค์กี้เวย์เถอะครับ” ซึ่งก็หวังว่าเด็กๆ ได้รับรู้สิ่งเหล่านี้ก็อาจจะเอาไปพูดต่อๆ ไปเตือนสติผู้ใหญ่อย่างเราๆ โดยทางอ้อมก็ได้ และเพื่อปลูกฝัง ให้เด็กมีระเบียบวินัย มีมารยาทและไม่ประมาทในอนาคต ก็ “เด็กวันนี้ คือผู้ใหญ่ในวันหน้า” โดยภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่อง มีความยาว 30 วินาที และ 15 วินาที

นอกจากนี้ยังได้มีการนำภาพยนตร์วีดีโอเทปเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน จากประเทศญี่ปุ่นมาทำการดัดแปลงใหม่ให้เหมาะสม และใส่เสียงภาษาไทย โดยใช้เป็นสื่อการสอนวิธีขับรถอย่างปลอดภัย ซึ่งจากภาพยนตร์ชุดนี้ แสดงให้เห็นว่านอกจากเตือนว่า”อย่า”ทำอะไรแล้วในภาพยนตร์ชุดต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้วภาพยนตร์ชุดนี้จะเป็นการสอนว่า “ควรทำอะไร” นั่นเอง โดยมอบให้กับหน่วยงานทั้งภาครัฐบาล และเอกชน ซึ่งสามารถเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ต่อได้ โดยในระยะแรกนี้เริ่มเมื่อ เดือน กรกฎาคม - ธันวาคม ปี พ.ศ. 2531

กิจกรรมที่ 4 : การจัดทำคู่มือขับขี่อย่างปลอดภัย

ซึ่งเป็นการนำหนังสือวิธีการขับขี่รถอย่างปลอดภัย จากประเทศญี่ปุ่นมาปรับให้เข้ากับกฎจราจรของประเทศไทย และแปลเป็นภาษาไทย โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้รถใช้ถนนที่ถูกต้องอันจะนำมาซึ่งความปลอดภัยของผู้ใช้รถใช้ถนน

โดยในปีแรกที่เริ่มกิจกรรมนี้คือ ปี 2533 โดยเมื่อจัดพิมพ์หนังสือฉบับนี้เสร็จชุดแรกโดยมีจำนวน ทั้งหมด 10,000 เล่ม ก็ได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางหนังสือพิมพ์, นิตยสารต่าง ๆ ให้ผู้ที่สนใจอยากได้หนังสือเล่มนี้ ส่งซองติดแสตมป์มาที่บริษัท แล้วทางบริษัทจะดำเนินการจัดส่งไปให้

ต่อมาเพื่อเป็นการสะดวกในการจ่ายแจก เนื่องจากปริมาณผู้สนใจมีมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ปัญหา รวมทั้งต้องการให้ผู้ที่ได้รับหนังสือเป็นกลุ่มผู้ที่มีความจำเป็นและเหมาะสม เช่นกลุ่มผู้ขับรถเป็นใหม่ ๆ จึงมอบหมายให้กรมการขนส่งทางบกเป็นผู้ทำหน้าที่ประสานงานในการแจกจ่ายหนังสือ ฉบับนี้แก่ผู้เริ่มขอมิใบอนุญาตขับขี่รถยนต์ใหม่ที่มาดำเนินการเรื่องที่กรมการขนส่ง

ส่งทางบก ซึ่งได้ดำเนินต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน(ปี 2538) รวมทั้งสิ้นที่พิมพ์แจกไปรวมทั้งสิ้น 350,000 เล่ม



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข.

ตัวอย่างภาพกิจกรรมต่าง ๆ และวัสดุที่ใช้ ในโครงการ "ถนนสีขาว"

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตัวอย่างกิจกรรมในโครงการ "ถนนสีขาว" ของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด



บริจากรถโตโยต้า เพื่อใช้ในกิจกรรมของ
คณะกรรมการป้องกันอุบัติเหตุแห่งชาติ



พิธีประกาศผลและมอบรางวัล
การประกวดค่าขวัญ



ความร่วมมือกับ ชสมก.
ติดตั้งเกอร์หลังรถโดยสารประจำทาง



ถนนสีขาว มร.วาชนันท์ ประธาน บ.โตโยต้ามอเตอร์ ประเทศไทยจำกัด ร่วมกับ ศจ.นพ.วิจิตร บุญยะโทตระ เลขาธิการคณะกรรมการป้องกันอุบัติเหตุแห่งชาติ แถลงข่าว "การตรวจเช็คความปลอดภัยของผู้ใช้รถใช้ถนน" ตามโครงการ "ถนนสีขาว" ที่โรงแรม ควีนิน ธรรมมาศ

Tong Hua P.13
On 20/7/88

TOYOTA
โครงการถนนสีขาว
18 กรกฎาคม 2531

โดยความร่วมมือของ

- บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด
- คณะกรรมการป้องกันอุบัติเหตุแห่งชาติ
- กรมตำรวจ
- สื่อมวลชน

獲得警察廳及「國家防止發生意外事件」委員會的合作，泰國豐田（多摩打）與豐田有限公司銷售處，有鑒於現時的交通頻繁，時常發生車禍，導致人命財產損失日眾，故該公司董事長藤田武夫（譯音：中坐者），特于十八日下午二時假泰國鐵路查控處，連同各大酒店，舉行記者招待會，報告將推行進行確保行人安全的「白色公路計劃」，俾使民眾能獲益無窮，及對社會作出更大貢獻。

13
（美聯社芝加哥）此間穀物期貨市場，相繼下跌（單位英鎊十八日即）週一，穀物與大豆期貨，美元）：

各穀物與大豆
期貨價均下跌

กิจกรรมในการมอบ "เฮลิคอปเตอร์ และรถตู้พยาบาล" ให้กับ จส. 100



พิธีมอบ เฮลิคอปเตอร์ และ รถตู้พยาบาล

โดย บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด แก่ จส. 100

TOYOTA

1 เมษายน 2537



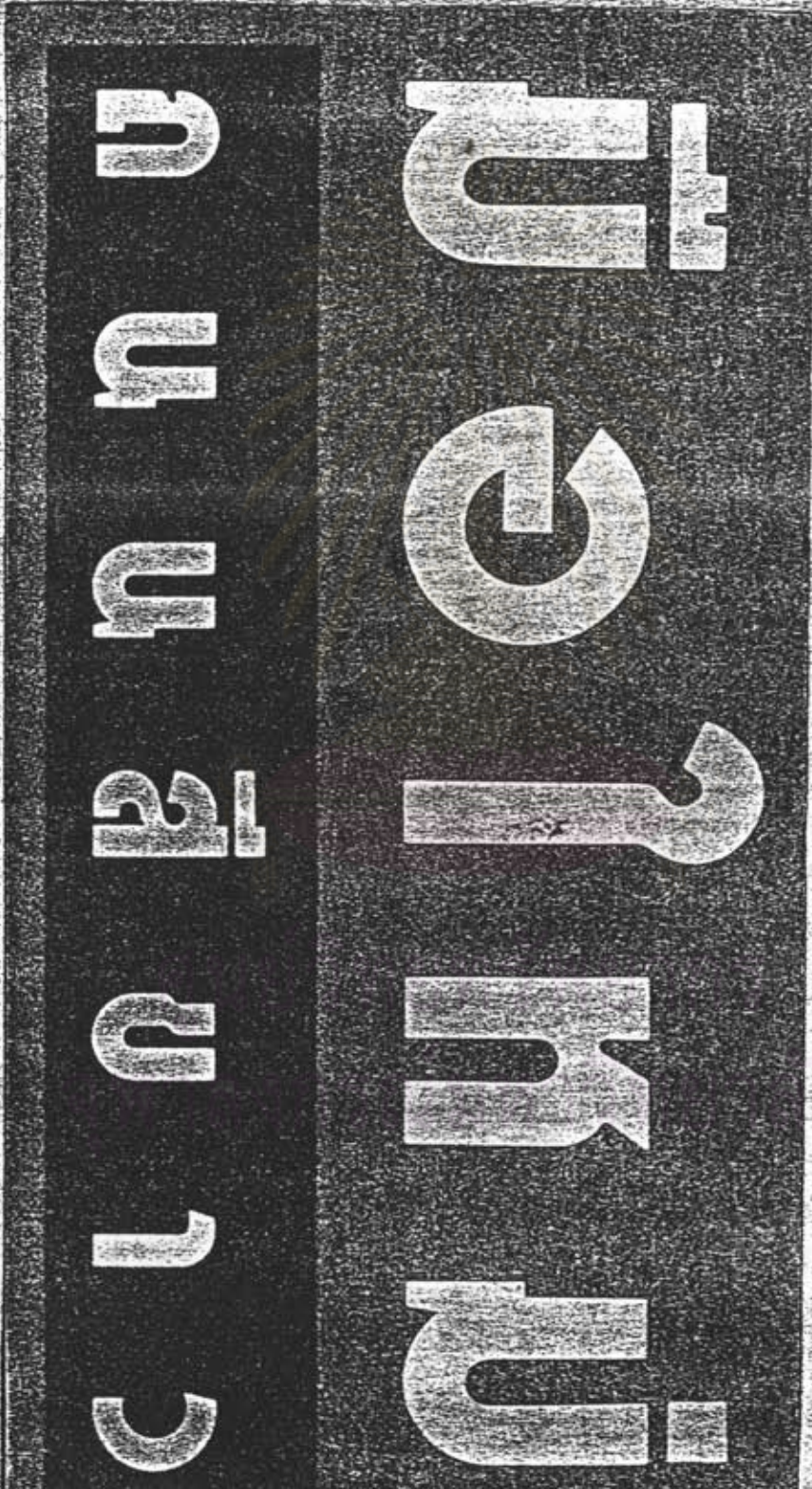
ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชดิกเกอร์ "ถนนสีข้าว" สำหรับติดกระจกท้ายรถยนต์

ถนนสีข้าว

ถนนสีข้าว

สติ๊กเกอร์ "มือใหม่ ฉนวนสีขาว" สำหรับติดกระจกท้ายรถยนต์



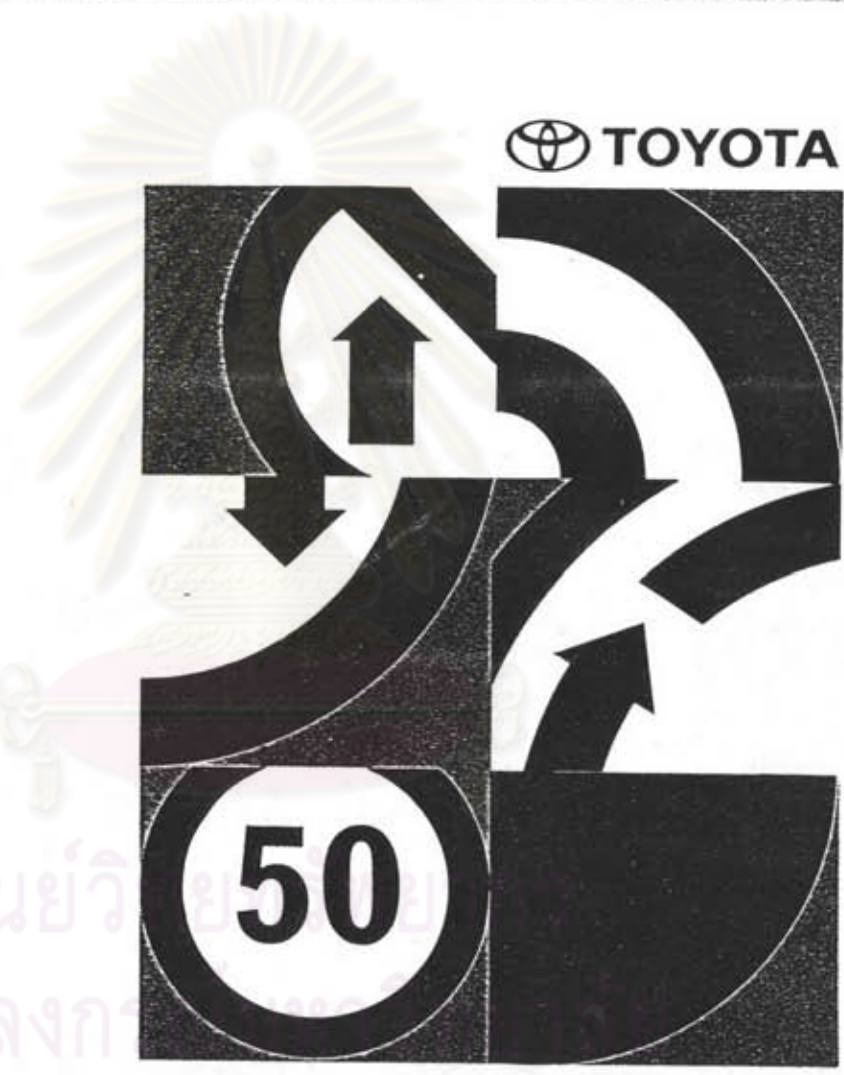
แผ่นพับ "จราจร" แสดงเครื่องหมายจราจรที่สำคัญ



ศูนย์วิทยุ
จุฬาลงกรณ์

โตโยต้า ภูมิใจที่ได้เติบโตร่วมกับคนไทย

“คู่มือขับเคลื่อนให้ปลอดภัย” ที่มอบให้ผู้ทำใบขับขี่ใหม่ ผ่านกรมการขนส่งทางบก



TOYOTA

50

คู่มือขับเคลื่อนให้ปลอดภัย

โครงการ

พานงส์

หนังสือสรุปการสัมมนาทางวิชาการ ครั้งที่ 1



สัมมนา

"ปัญหาการติดขัด...ต้องช่วยกันคิดช่วยกันแก้"

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดย วิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย

ในพระบรมราชูปถัมภ์

และ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สนับสนุนโดย สถาบันใจกล้า

และ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

 TOYOTA

หนังสือสรุปการสัมมนาทางวิชาการ ครั้งที่ 2

โครงการ

งานเสวนา

การสัมมนาทางวิชาการ

เรื่อง

"อุบัติเหตุจากการจราจร และมาตรการป้องกัน"

7 มิถุนายน 2536

แกรนด์ บอลรูม

โรงแรม แกรนด์ไฮแอท เอราวัณ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

 TOYOTA

สมุด "โครงการ ถนนสีขาว" สำหรับมอบให้เด็กนักเรียน

โครงการ

ถนนสีขาว



โรงเรียน
ชื่อ
ชั้น.....
วิชา

แบบสอบถาม ในการศึกษาของโฆษณา "ถนนสีขาว"

ชุดแรก ปี พ.ศ.2532

POST COMMERCIAL TEST FOR "White Road Project"

Research Proj #

งานสนาม :

สถานที่สัมภาษณ์ _____
 ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ _____ นามสกุล _____ อายุ _____ ปี
 ที่อยู่ : บ้าน _____ โทร _____
 ที่ทำงาน _____ โทร _____
 ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ _____ วันที่ _____ เวลา _____ น.

เริ่มสัมภาษณ์ เวลา	
สัมภาษณ์เสร็จ เวลา	
รวมเวลาสัมภาษณ์	

รายได้ต่อเดือน (บาท)	ส่วนตัว	ครอบครัว
ต่ำกว่า 2,000	1	1
2,000 - 3,999	2	2
4,000 - 5,999	3	3
6,000 - 7,999	4	4
8,000 - 9,999	5	5
10,000 - 19,999	6	6
20,000 - 29,999	7	7
30,000 - 39,999	8	8
40,000 - 49,999	9	9
50,000 หรือมากกว่า	10	10
ไม่มีรายได้	11	11
ไม่ทราบ/ไม่เปิดเผย/ไม่แน่นอน	12	12

CONTROL		
เพศ	ชาย	1
	หญิง	2
อายุ	15-25 ปี	1
	26-35 ปี	2
	36-45 ปี	3
ผู้ใช้รถใช้ถนน		
	- ผู้ใช้รถแท็กซี่	1
	- ผู้ใช้รถกระบะ	2
	- คนเดินถนน	3
รายละเอียดครั้งที่ใช้ :		
	ยี่ห้อ _____	
	รุ่น _____	
	ทะเบียนรถ _____	

คุณหรือคนในครอบครัวมีใครทำงานในบริษัทหรือธุรกิจต่อไปนี้หรือไม่คะ ?

	มี	ไม่มี
1. บริษัท/ธุรกิจผลิตหรือจำหน่ายรถยนต์	1	2
2. บริษัท/ธุรกิจวิจัย	1	2
3. บริษัทโฆษณา	1	2
4. หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	1	2

*หมายเหตุ : ถ้าตอบ มี ในข้อใดข้อหนึ่ง หยุดสัมภาษณ์

ถ้าตอบ ไม่มี ทั้ง 4 ข้อ สัมภาษณ์ต่อ

1 ก. เมื่อพูดถึงโครงการรณรงค์ให้เกิดความปลอดภัยจากการใช้รถใช้ถนน หรือการป้องกันอุบัติเหตุ คุณรู้จักโครงการอะไรบ้างคะ ?

ข. นอกจากโครงการ.....คุณรู้จักโครงการอะไรอีกบ้างคะ ?

ค. คุณรู้จักโครงการ.....(ที่มีได้เอ่ยถึงในข้อ ก. และ ข.) หรือไม่คะ ?

ง. คุณทราบหรือไม่คะว่า แต่ละโครงการนั้น บริษัทใด หรือใครเป็นผู้จัดทำขึ้น ?

โครงการ	ก. เองเอง		ข. ย้ำ		บริษัทผู้จัดทำ
	โครงการแรก	โครงการต่อมา	เคย	ไม่เคย	
ถนนสีขาว	1	1	1	0	_____
ถนนน้ำใจ	2	2	1	0	_____
ปลอดภัยไว้ก่อน	3	3	1	0	_____
อื่น ๆ (ระบุ) _____	4	4	1	0	_____

2 ก. ในช่วงระยะ 3 เดือนที่ผ่านมา คุณเคยเห็นโฆษณาของโครงการรณรงค์ให้เกิดความปลอดภัยจากการใช้รถใช้ถนน หรือการป้องกันอุบัติเหตุ โครงการใดบ้างคะ ?

ข. นอกจากโครงการ.....คุณเคยเห็นโฆษณาของโครงการอะไรอีกบ้างคะ ?

ค. คุณเคยเห็นโฆษณาของโครงการ.....(ที่มีได้เอ่ยถึงในข้อ ก. และ ข.) หรือไม่คะ ?

ง. คุณเคยเห็นโฆษณาของโครงการดังกล่าว จากสื่อโฆษณาประเภทใดบ้างคะ ?

โครงการ	ก. เองเอง		ข. ย้ำ		สื่อโฆษณา				
	โครงการแรก	โครงการต่อมา	เคย	ไม่เคย	ทีวี.	วิทยุ.	นสพ.	นิตยสาร	อื่น ๆ (ระบุ)
ถนนสีขาว	1	1	1	0	1	2	3	4	5
ถนนน้ำใจ	2	2	1	0	1	2	3	4	5
ปลอดภัยไว้ก่อน	3	3	1	0	1	2	3	4	5
อื่น ๆ (ระบุ) _____	4	4	1	0	1	2	3	4	5

(ข้อ 3-12 ให้ตอบเฉพาะผู้ที่เคยเห็นโฆษณาโครงการ "ถนนสีขาว" ทางโทรทัศน์)

3. โฆษณาของโครงการ "ถนนสีขาว" ที่คุณเคยเห็นทางโทรทัศน์นั้น มีทั้งหมดกี่เรื่องคะ ?

ระบุ _____ เรื่อง

4. โฆษณาของโครงการ "ถนนสีขาว" แต่ละเรื่อง ที่คุณเห็นทางโทรทัศน์นั้น คุณพอจะจำอะไรได้บ้างคะ ?

	เรื่องที่ 1	เรื่องที่ 2	เรื่องที่ 3	เรื่องที่ 4
เนื้อเรื่อง	_____	_____	_____	_____
	_____	_____	_____	_____
	_____	_____	_____	_____
ภาพ	_____	_____	_____	_____
	_____	_____	_____	_____
	_____	_____	_____	_____
คำพูด/ ข้อความ	_____	_____	_____	_____
	_____	_____	_____	_____

5. จากภาพยนตร์โฆษณาเรื่องี่.....คุณจำภาพ/คำพูด หรือข้อความโฆษณาใดได้ดีที่สุดคะ ?

	เรื่องที่ 1	เรื่องที่ 2	เรื่องที่ 3	เรื่องที่ 4
ระบุ	_____	_____	_____	_____
	_____	_____	_____	_____

6. หลังจากคุณได้ชมภาพยนตร์โฆษณา โครงการ "ถนนสีขาว" เรื่องี่..... แล้วคุณเข้าใจว่าอย่างไรบ้างคะ และ/หรือ บิดคอคหรือจุดคอคของโฆษณาทำให้คุณไม่เข้าใจบ้างไหมคะ ? (โปรดระบุ)

	เรื่องที่ 1	เรื่องที่ 2	เรื่องที่ 3	เรื่องที่ 4
ความเข้าใจ	_____	_____	_____	_____
(อธิบาย)	_____	_____	_____	_____
	_____	_____	_____	_____
จาก/สิ่งที่ไม่	_____	_____	_____	_____
เข้าใจ(ระบุ)	_____	_____	_____	_____
	_____	_____	_____	_____

7. จากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง.....มีสิ่งใดที่คุณชอบหรือไม่ชอบบ้างคะ ?

สิ่งที่ชอบ

สิ่งที่ไม่ชอบ

เรื่องที่ 1	_____	_____
_____	_____	_____
เรื่องที่ 2	_____	_____
_____	_____	_____
เรื่องที่ 3	_____	_____
_____	_____	_____
เรื่องที่ 4	_____	_____
_____	_____	_____

8. ในแต่ละจุดสมมติต่อไปนี้คุณคิดว่าภาพยนตร์โฆษณาโครงการ "ถนนสีขาว" เรื่อง..... เป็นอย่างไรบ้างคะ ?
(5 = มากที่สุด, 4 = ค่อนข้างมาก, 3 = ปานกลาง, 2 = ค่อนข้างน้อย, 1 = น้อยมาก)

	เรื่องที่ 1	เรื่องที่ 2	เรื่องที่ 3	เรื่องที่ 4
ความแปลกใหม่	_____	_____	_____	_____
ความน่าสนใจ	_____	_____	_____	_____
ความเข้าใจง่าย	_____	_____	_____	_____
ความจดจำง่าย	_____	_____	_____	_____
ความน่าเชื่อถือ	_____	_____	_____	_____
ความประทับใจ	_____	_____	_____	_____
การกระตุ้นให้เกิดความระมัดระวัง	_____	_____	_____	_____
ในการใช้รถใช้ถนน	_____	_____	_____	_____
ความชอบโดยรวม	_____	_____	_____	_____

9. คุณคิดว่าภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง.....สามารถแสดงถึงเจตนาในการรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทผู้จัดทำได้ดีเพียงใดคะ ? (5 = ดี, 4 = ค่อนข้างดี, 3 = ปานกลาง, 2 = ไม่ค่อยดี, 1 = ไม่ดีเลย)

เรื่องที่ 1 _____ เรื่องที่ 2 _____ เรื่องที่ 3 _____ เรื่องที่ 4 _____

10. คุณคิดว่าภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง.....สามารถกระตุ้นให้คนทั่วไปเกิดความสำนึกในการรับผิดชอบต่อสังคมได้ดีเพียงใดคะ ?
(5 = ดี, 4 = ค่อนข้างดี, 3 = ปานกลาง, 2 = ไม่ค่อยดี, 1 = ไม่ดีเลย)

เรื่องที่ 1 _____ เรื่องที่ 2 _____ เรื่องที่ 3 _____ เรื่องที่ 4 _____

11. คุณคิดว่าภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง.....จะมีผลให้ผู้ใช้รถใช้ถนนเกิดความระมัดระวังในเรื่องการป้องกันอุบัติเหตุบนท้องถนนได้มากน้อยเพียงใดคะ ?
(5 = มาก, 4 = ค่อนข้างมาก, 3 = ปานกลาง, 2 = ค่อนข้างน้อย, 1 = น้อยมาก)

เรื่องที่ 1 _____ เรื่องที่ 2 _____ เรื่องที่ 3 _____ เรื่องที่ 4 _____

12. คุณคิดว่าแนวทางโฆษณาที่เหมาะสมสำหรับ โครงการ "ถนนสีขาว" ควรเป็นอย่างไรคะ ?



ภาคผนวก ก.

ชุดภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ และข่าวประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพยนตร์โฆษณา 7 ชุดที่สร้างจากคำขวัญที่ชนะการประกวด



ภาพยนตร์โฆษณาชุด "ถนนสีขาว" ได้รับรางวัล
ส่งเสริมสังคมยอดเยี่ยมในงาน TACT AWARDS 1988



ภาพยนตร์โฆษณาชุด "เมื่อไม่มีแม่" จากคำขวัญชนะเลิศการประกวด
ประเภทประชาชนทั่วไป "อย่าประมาทเมื่อใช้รถ อย่าฝืนกฎเมื่อใช้ถนน"



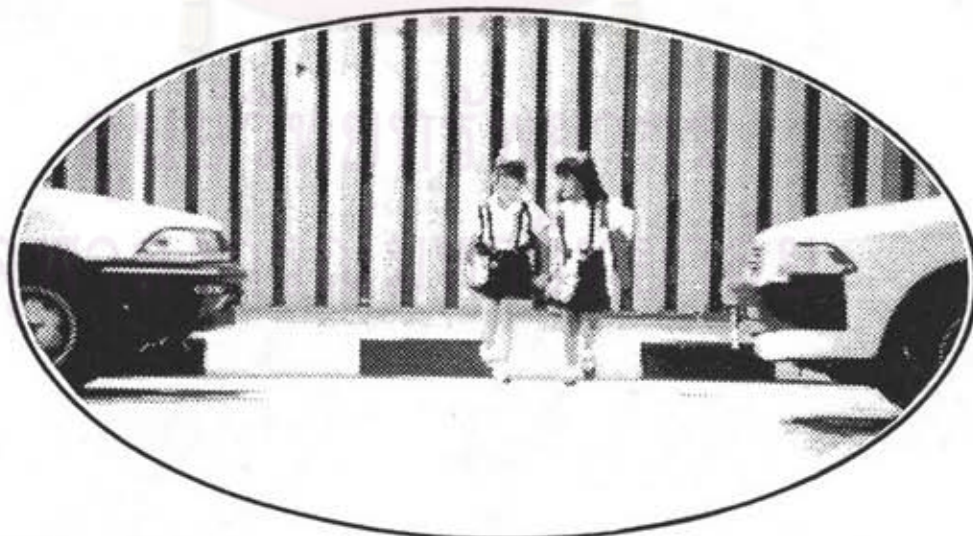
ภาพยนตร์โฆษณาชุด “เวลา” จากคำขวัญชนะเลิศการประกวด
ประเภทอุดมศึกษา “ขับรถอย่าใจร้อน เอื้ออาทรเพื่อนร่วมทาง”



ภาพยนตร์โฆษณาชุด “รอ” จากคำขวัญชนะเลิศการประกวด
ประเภทเด็กและนักเรียน “ขับรถระวังเด็ก หนูยังเล็กโปรดเมตตา”



ภาพยนตร์โฆษณาชุด "ความประมาท"
จากคำขวัญ "เวลาขับอย่ามัวเพลิน เวลาเดินอย่าประมาท"



ภาพยนตร์โฆษณาชุด "มัลลาย"
จากคำขวัญ "ทางมัลลายจะไร้ค่า ถ้าน้ำอาไม่หยุดรถ"



ภาพยนตร์โฆษณาชุด “กระตาศ”
จากคำขวัญ “มือถือพวงมาลัย ใจถือกฎจราจร”

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศูนย์วิทยบริการ
MILKY WAY
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพยนตร์โฆษณา ชุดต่าง ๆ ของ หนูน้อย "มิลค์กี้เวย์" ที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์

เรื่อง "มิลค์เวย์"



①



③

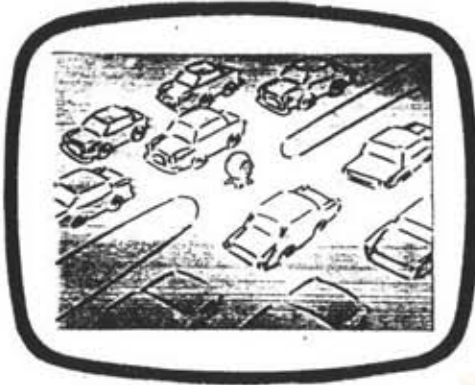


②

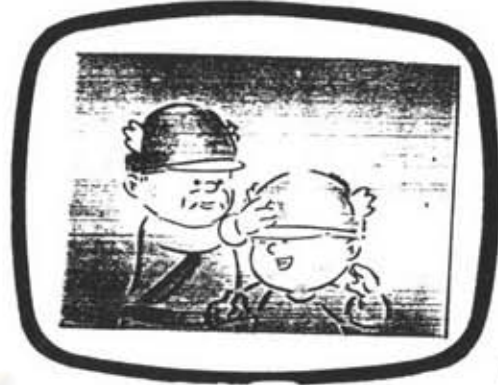


④

มิลค์ก๊วย



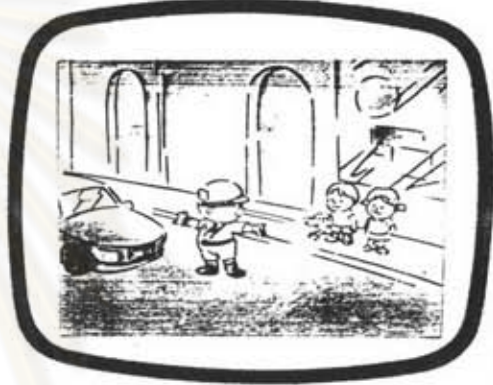
1



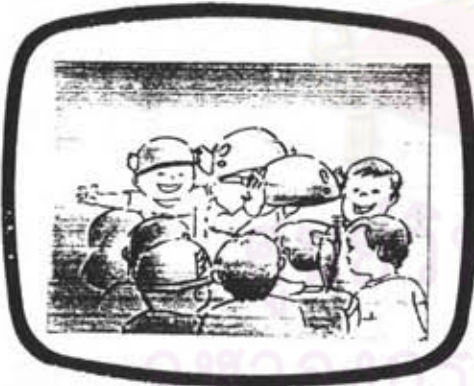
5



2



6



3



7



4



8



1

เด็ก
Baby



2

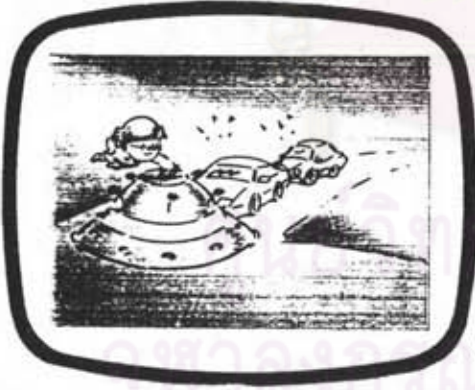


1

รถเมล์
Bus

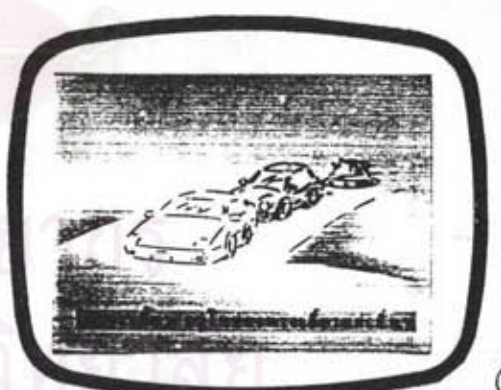


2



1

จานบิน
UFO

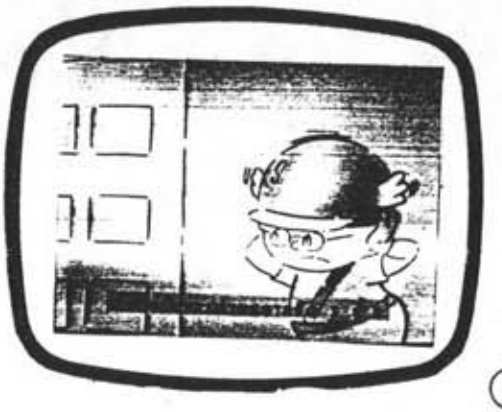


2



1

ความเร็ว
Speed



2

ข่าวประชาสัมพันธ์ โครงการ "ถนนสีขาว" ทางสื่อหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ

Daily News P.9
On 16/8/88



โครงการ "ถนนสีขาว"

คุณมิ่งขวัญ แสงสุวรรณ เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท โตโยต้ามอเตอร์ประเทศไทย ส่งข่าวและรายละเอียดของโครงการที่ทางบริษัทกำลังจัดทำขึ้นในขณะนี้มาให้ไม่ได้เกี่ยวข้องกับรถยนต์รุ่นใหม่ของโตโยต้าที่จะออกมาออกตลาด

แต่เป็นรายการส่งเสริมกิจกรรมที่ทางผู้ผลิตรถยนต์คิดว่าน่าทำเพราะมีประโยชน์กับผู้บริโภค นั่นคือโครงการนี้ แต่ต้องควักเงินออกมาจ่ายโดยถือเป็นกิจกรรมที่ทำเพื่อสังคม

โครงการที่ว่าก็คือ โครงการถนนสีขาว เป้าหมายสำคัญก็คือพยายามรณรงค์เพื่อให้อันตรายจากการใช้รถใช้ถนนลดลง กิจกรรมที่ทำนั้นทำกันในหลายรูปแบบแต่เป้าหมายเหมือนกันคือลดอุบัติเหตุจากรถ

เป็นโครงการตลอดปี 2531 ซึ่งมีทั้งการประกวดคำขวัญเกี่ยวกับการใช้รถใช้ถนนให้ปลอดภัย จัดทำสติ๊กเกอร์และโปสเตอร์ มีภาพยนตร์วิดีโอ แสดงการขับอย่างปลอดภัยออกเผยแพร่ และจัดทำคู่มือการขับขี่รถยนต์

หน่วยงานที่มาร่วมกันก็เกี่ยวกับโดยตรงกับกรมตำรวจ คณะกรรมการป้องกันอุบัติเหตุแห่งชาติ ทางบริษัทเคมทีสุประเทศไทย ซึ่งเป็นบริษัทรับทำโฆษณาให้กับโตโยต้า และทางบริษัทโตโยต้าเอง

ในช่วงเริ่มต้นกิจกรรมคือในช่วงนี้เป็นช่วงที่เปิดให้มีการประกวดคำขวัญเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้รถใช้

ถนน ซึ่งก็จัดแบ่งออกเป็นหมวดหมู่สำหรับผู้ที่จะส่งคำขวัญเข้าประกวด บ.9 16/8 ระดับประชาชนทั่วไป ระดับอุดมศึกษา และ ระดับเด็ก และนักเรียนทั่วไป รางวัลชนะเลิศสำหรับคำขวัญที่มาประกวดกันนั้น นอกจากด้วยเงินรางวัลประเภทละ 2 หมื่นบาท ส่วนรองอันดับ 1 ก็ 1 หมื่นบาท และรองอันดับ 2 คนละ 7,000 บาท แถมมีรางวัลชมเชยอีกรายละ 1,000 บาท อีก 7 รางวัล

รวมรางวัลที่แจกจ่ายให้ก็ตกประมาณแสนเศษ อันนี้ไม่รวมกิจกรรมอื่นที่จะตามมา

ผมเข้าใจว่าในขณะที่มีผู้สนใจส่งคำขวัญไปประกวดกันไม่น้อย แต่อาจจะยังไม่รู้จักกันทั่วถึงจึงถือโอกาสมาบอกข่าวกันอีกต่อหนึ่ง

ใครที่มีฝีมือในการคิดคำขวัญประกวดก็เรียนเชิญได้ไปว่าจะเป็นที่รู้กันใหญ่ประเภทประชาชนหรือรุ่นกลางระดับอุดมศึกษา หรือรุ่นเล็กเป็นนักเรียน

กติกาก็ไม่ค่อยโหดเกินไปที่ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ของโตโยต้าทั่วประเทศแล้วขอรับแบบฟอร์มสำหรับกรอกคำขวัญที่คิดขึ้นมาแล้วส่งคำขวัญไปที่แผนกประชาสัมพันธ์ บริษัทโตโยต้ามอเตอร์ประเทศไทย รายละเอียดอยู่ในแบบฟอร์มส่งคำประกวดทั้งหมด เหยงแต่ไปติดต่อกับเรอหรือ

เขาปิดเขตรับคำขวัญที่ส่งเข้าประกวดภายในวันที่ 31 สิงหาคมที่จะถึงนี้

ก็เรียกว่ายังมีเวลาเหลือประมาณ 2 สัปดาห์พอคิดทอส่งได้ทัน

ส่วนจะตัดสินใจว่าจะให้คำขวัญของใครชนะนั้นผมเข้าใจว่าจะมีการประกาศผลและแจกรางวัลในราวปลายเดือนกันยายนที่จะถึงนี้

สำหรับผู้สนใจผมคิดว่าถ้าหากยังไม่ทราบรายละเอียดลองโทรศัพท์ไปคุยกับทางบริษัทโตโยต้าเขาคุยก็ได้

เบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อก็คือ 2354640, 2355065 และ 2331845

อยู่ที่ ๆ อาจจะมีเงินใช้ก็ได้ครับ.
วิระ ธีรภัทร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ไม่แน่ว่าคำขวัญของคุณ อาจติดปากคนทั่วเมือง



โครงการ "ถนนสีขาว"

เชิญส่งคำขวัญเข้าประกวดในโครงการรณรงค์
เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้รถใช้ถนน
วันที่ - 31 สิงหาคม 2531

เพื่อให้ท่านได้มีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความปลอดภัย บนท้องถนนให้เพิ่มมากขึ้น บริษัท
โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จึงขอเชิญทุกท่านร่วมส่งคำขวัญ ซึ่งมีความแตกต่าง
กันไปตามลักษณะและประเภทที่ส่งเข้าประกวด ดังนี้

1. ประเภทประชาชนทั่วไป มีเนื้อหาเกี่ยวกับไม่จำกัดแนวความคิด ครอบคลุมทั่วความปลอดภัย
ทั้งของผู้ใช้รถ ใช้ถนน โดยส่วนรวม
2. ประเภทบุคลากร สถาบันการศึกษาสูงเท่า ม.6 ขึ้นไป มีเนื้อหาที่ส่งเสริมความปลอดภัย
ในการใช้รถใช้ถนนของวัยหนุ่มสาวเป็นสำคัญ
3. ประเภทเด็กและนักเรียนทั่วไป การศึกษาตั้งแต่ ม.6 ลงมา เป็นแนวความคิดอันบริสุทธิ์
ห่างไกลในเรื่องดังกล่าวจากทัศนคติของเด็ก

รางวัล	ประชาชนทั่วไป	อุดมศึกษา	เด็กและนักเรียน
ชนะเลิศ	ถ้วยเกียรติยศ ของ ทพอ. นายกรัฐมนตรี พร้อมเงินสด 20,000.-	ถ้วยเกียรติยศ ของ อธิบดีกรมตำรวจ พร้อมเงินสด 20,000.-	ถ้วยเกียรติยศ ของ ประธานบริษัทโตโยต้า พร้อมเงินสด 20,000.-
รองอันดับ 1	เงินสด 10,000.-	เงินสด 10,000.-	เงินสด 10,000.-
รองอันดับ 2	เงินสด 7,000.-	เงินสด 7,000.-	เงินสด 7,000.-
รางวัลชมเชย			
ประเภทละ 7 รางวัล	เงินสด 1,000.-	เงินสด 1,000.-	เงินสด 1,000.-



ชีวิตไม่ได้อยู่บนเส้นด้ายเสมอไป



ขับรถปลอดภัยด้วย
คู่มือขับชี้จากถนนสีขาว
โครงการถนนสีขาวร่วมกับกรมการขนส่ง
ทางบกมอบหนังสือ คู่มือขับชี้รถให้
ปลอดภัย และ สติกเกอร์มือใหม่ เพื่อ
สร้างความรู้ความเข้าใจในการใช้รถใช้ถนน
อย่างถูกต้องและปลอดภัย สำหรับทุกท่าน
เมื่อรับใบอนุญาตขับขี่ยานยนต์ใหม่ ตั้งแต่
15 พฤษภาคม ถึง 31 กรกฎาคม 2536

**มือใหม่
ถนนสีขาว**

รับฟรีได้ที่
สำนักงานทะเบียนรถยนต์ กรมการ
ขนส่งทางบกทุกแห่ง และสำนักงาน
ขนส่งจังหวัดทั่วประเทศ

ศูนย์ฝึกอบรมวิทยากร
กำลังกรมตำรวจวิทยาลัย

เกาะสีขาว

โตโยต้ามุ่งใจ ที่โตเติบโตร่วมกับคนไทย

โครงการ

เกาะสีขาว

สถาบันส่งเสริมความปลอดภัยแห่งชาติ
กรมการขนส่งทางบก • สอ.มว.ลข.น • TOYOTA

ตัวอย่างสื่อมวลชนที่แสดงผลการประเมินจากภายนอก ที่ทำให้รู้ผลตอบสนองจากกลุ่มเป้าหมายได้ทาง
หนึ่ง

KHAO SOD, MARCH 112, 11996 P. 7

ผลวิจัยจุฬาฯ 'โตโยต้า-ซีเมนต์ไทย' ชนะใจคนสยาม

รายงานข่าวจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแจ้งว่า โครงการเผยแพร่ผลงานวิจัย ฝ่ายวิจัย จุฬาฯ โดยดร.อรรถวรา จันทร์ฉาย และคณะ จากภาควิชาพาณิชยศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาฯ ได้ทำ "การศึกษาภาพลักษณ์ของกิจการของประเทศไทยและต่างประเทศ" เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์และความรู้สึกโดยรวมของบริษัทไทย-ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และแคนาดา พร้อมศึกษาทัศนคติคนไทยต่อการลงทุนของต่างชาติ โดยศึกษาจากแบบสอบถาม 481 ราย และจากการสัมภาษณ์คนใน 4 สาขาอาชีพ ได้แก่ นักศึกษา อาจารย์ ข้าราชการ พนักงาน และผู้บริหารธุรกิจเอกชน

ผลจากการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์โดยรวมคือการนำวิชาการใหม่ๆ และเทคโนโลยีทันสมัยเข้าตลาด การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ การมีส่วนสำคัญต่ออนาคตของประเทศและความก้าวหน้า การมีการจัดการที่ทันสมัย การมีความสามารถที่จะดึงดูดพัฒนา รักษาบุคคลที่มีความสามารถ การทำวิจัยและพัฒนาที่สำคัญต่อประเทศ การคำนึงถึงประโยชน์ต่อประเทศชาติ การเปิดเผยและซื่อสัตย์ การปฏิบัติและยุติธรรมต่อคู่แข่ง การรักษาวินัยธรรมอย่างสูงในการดำเนินธุรกิจ

ผลจากการศึกษาความประทับใจในภาพรวม บริษัทญี่ปุ่น คือ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทที่ได้รับความประทับใจสูงสุด รองลงมาเป็นบริษัทไทย คือ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และบริษัท การบินไทย จำกัด ตามลำดับ ในส่วนของความชื่นชม

ในสินค้าและบริการ บริษัทที่ได้รับการประเมินสูงสุด คือ บริษัท การบินไทย จำกัด รองลงมาได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด และการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย

ในการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทไทยและต่างชาติ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทไทย ได้แก่ การมีสินค้าและบริการที่ง่ายต่อการใช้ การมีสินค้าหลากหลาย การมีส่วนช่วยความก้าวหน้าของประเทศ การเสนอบริการและการสนับสนุนที่ดี การกำหนดราคาที่เหมาะสมคู่แข่ง ในส่วนของบริษัทญี่ปุ่น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ ได้แก่ การเป็นผู้นำทางเทคโนโลยี การมีสินค้าหลากหลาย การเป็นบริษัทใหญ่ การมีบริการที่ดี การมีสินค้าและบริการที่ง่ายต่อการใช้ และการมีความริเริ่มสร้างสรรค์ ในส่วนของบริษัทแคนาดา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ได้แก่ การมีบริการที่ดี การเป็นบริษัทใหญ่ การมีความริเริ่มสร้างสรรค์ การมีสินค้าและบริการที่มีคุณค่า คุณภาพสูง และการช่วยให้ลูกค้าบรรลุวัตถุประสงค์

รายงานข่าวแจ้งว่า ผู้วิจัยกล่าวสรุปว่าคนไทยส่วนใหญ่ที่มีทัศนคติต่อบริษัทต่างชาติในทางบวกคือ มีทัศนคติว่า บริษัทต่างชาติสร้างประโยชน์ให้แก่กับบริษัทในประเทศ เป็นแหล่งจ้างงาน ช่วยเศรษฐกิจของประเทศ และเห็นด้วยว่าควรชักจูงมาลงทุน และทุกกลุ่มอาชีพมีความเห็นว่าประเทศที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและความเจริญของประเทศ คือ สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น พร้อมต้องการให้คิดต่อสัมพันธ์มากขึ้นในอนาคต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียน



นายชาญชัย เจริญลาภคติก ลำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี จากคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2532 และได้เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ภาควิชาการสื่อสารมวลชน ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2534



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย