

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กนกวรรณ มณฑิราช . พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมด้านป่าไม้กับความรู้ ความตระหนัก และ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชนในเขตจังหวัดกาญจนบุรี . วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539
- จริญญา เจริญสุกใส. กาเปิดรับข่าวสารทางการเมือง วัฒนธรรมทางการเมืองกับการไปใช้สิทธิเลือกตั้งของ เยาวชนในกรุงเทพมหานคร ปี 2538 . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539
- ธนินทร์ ธีรณานนท์ . กระแสโลกาภิวัตน์ : ศึกษากรณีผลของการสื่อสารต่อพฤติกรรมกาบริโภคสินค้า และบริการของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539
- นัดดา ทมมิต. ความตระหนักและทัศนคติของกลุ่มคนวัยทำงานถึงผลของโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540
- ประมะ สตะเวทิน . หลักนิเทศศาสตร์เบื้องต้น . พิมพ์ครั้งที่ 8 กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์ , 2538
- ประมะ สตะเวทิน . กาสื่อสารมวลชนกระบวนการและทฤษฎี .กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพ พิมพ์, 2541
- พิชัย นิรมานสกุล. ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์เนมจากต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. กาวิเคราะห์ผู้รับสาร. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534
- ลดาวลัย พอใจ. กาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ของประชาชนในเขตอำเภอพิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539
- ลัดดา ประเสริฐวิริยะกุล. กาเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์เศรษฐกิจ การรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกาบริโภคของชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540
- วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2537
- วิเชียร เกตุสิงห์. กาแปลผลกาวิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS .(ม.ป.ท) ,2541
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค (ฉบับสมบูรณ์) . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, 2538
- ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์, บริษัท. " พฤติกรรมผู้บริโภคกับสินค้าไทย" วารสารวิจัยการตลาด ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มีนาคม) , 2541

- สุวริย์ วงศ์วัฒนา. พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร กับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพจังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535
- อรวรรณ ปิลาธิโอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537

ภาษาอังกฤษ

- Adams, James R. Media Planning. Oxford : Aden Press . 1971.
- De Fleur, Melvin L. Theories of Mass Communication. New York : The Free Press . 1960.
- Fox. K.F.A and Kotler. P. The Marketing of Social Causes : The First Ten Years. Journal of Marketing. 1980.
- Good, Carter V. Dictionary of Education. New York : Mc Graw-Hill Book Company. 1973.
- Katz, Elihu and Lazarsfeld, Paul F. Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Communication. New York : The free Press, A Decision of Macmillian Publishing. 1995.
- Kotler, P and Andreason, A. Strategic Marketing for profit Organization. 4th Ed., New Jersey : The Prentice - Hall . 1991.
- Kotler, P. and Zaltman, G. " Social Marketing : an Approach to Planned Social Change ". Journal of Marketing. 1971.
- Lazarsfeld, Paul F. and Menzel, Herbert. Mass media and Personnal Influence in the Science of Human communication. Cd. Wilbur Schramm. New York : Basic Book, 1968.
- McCombs, Maxwell E. and Becker, Lee B. Using Mass Communication Theory. New Jersey : Prince - Hall. 1979.
- Roger, Everett M. and Shoemaker, Floued F. Communication of Innovation. New York : The Free Press. 1971.
- Roger, Everett M. " Communication Channels " Handbook of Communication. Chicago : Rand Mc. Nelly.1978.
- Runes, Dagobert D. Dictionary of Philosophy. New Jersey : Littlefield, Adams & Co.,1971.
- Schiffman, leon G. and Kanuk, Leslielazar. Consumer Behavior. 5th Ed. New Jersey : Prince-Hall, Inc. 1994.

Wallack, L. Social Marketing as Prevention : Uncovering Some Critical Assumption. In Kinnear, T.C. (ed.) Advances in Consumer Research V.XI Association for Consumer Research. 1984.

Wiebe, G.D " Merchandising Commodities and Citizenship on Television " Public Opinion Quarterly. 1967.

Wolman, Benjamin B. Dictionary of Behavioral Science. London : Educational Publishing Inc., 1973.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เรื่อง การเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์ให้นิยมไทย ความตระหนักถึงการร่วมกันแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ และพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดทำใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และขอขอบคุณในความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง	กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงบนข้อที่เป็นคำตอบของท่าน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้			สำหรับผู้วิจัย		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป			
1. เพศ	(1) ชาย	(2) หญิง			(4)
2. อายุ					(5)
(1) 20 - 25 ปี	(2) 26 - 30 ปี	(3) 31 - 35 ปี			(5)
(4) 36 - 40 ปี	(5) 41 - 45 ปี	(6) 46 - 50 ปี				
(7) 50 - 55 ปี						
3. สถานภาพ					(6)
(1) โสด	(2) สมรส				(6)
(3) หม้าย	(4) หย่า					
4. การศึกษา					(7)
(1) ประถมศึกษา	(2) มัธยมศึกษาตอนต้น	(3) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.				
(4) ปวส. / อนุปริญญา	(5) ปริญญาตรี	(6) สูงกว่าปริญญาตรี				
5. อาชีพ					(8)
(1) นิสิต / นักศึกษา	(2) ข้าราชการ	(3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ				
(4) ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	(5) พนักงานบริษัทเอกชน	(6) แม่บ้าน				
(7) ว่างงาน / กำลังหางาน	(8) อื่น ๆ (ระบุ)					
6. รายได้ส่วนตัว / เดือน					(9)
(1) ต่ำกว่า 5,000 บาท	(2) 5,001 - 15,000 บาท	(3) 15,001 - 25,000 บาท				
(4) 25,001 - 35,000 บาท	(5) 35,001 - 45,000 บาท	(6) 45,001 - 55,000 บาท				
(7) สูงกว่า 55,000 บาท						

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์ให้นิยมใช้สินค้าไทย

7. ปกติท่านเปิดรับสื่อต่าง ๆ ต่อไปนี้บ่อยครั้งเพียงใด

สื่อ	ทุกวัน	ทุกสัปดาห์	เดือนละ 1-2 ครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
โทรทัศน์					
วิทยุ					
หนังสือพิมพ์					
นิตยสาร / วารสาร					
อินเทอร์เน็ต					

..... (10)

..... (11)

..... (12)

..... (13)

..... (14)

8. ในการดู / ฟัง / อ่าน สื่อแต่ละครั้ง ท่านใช้เวลานานเท่าใด

สื่อ	มากกว่า 3 ชั่วโมง	3 ชั่วโมง	2 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง	ไม่เกิน 30 นาที
โทรทัศน์					
วิทยุ					
หนังสือพิมพ์					
นิตยสาร / วารสาร					
อินเทอร์เน็ต					

..... (15)

..... (16)

..... (17)

..... (18)

..... (19)

9. ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนท่านได้เห็น / ฟัง / อ่าน ข่าวสารโครงการรณรงค์ให้นิยมใช้สินค้าไทยบ่อยครั้งเพียงใด

สื่อ	ทุกครั้ง	เกือบทุกครั้ง	บางครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
โทรทัศน์					
วิทยุ					
หนังสือพิมพ์					
นิตยสาร / วารสาร					
อินเทอร์เน็ต					

..... (20)

..... (21)

..... (22)

..... (23)

..... (24)

10. ท่านได้เห็น / อ่าน สื่อเฉพาะกิจต่าง เหล่านี้ในการรณรงค์ให้นิยมใช้สินค้าไทยบ่อยครั้งเพียงใด

สื่อ	มากกว่า 6 ครั้ง / เดือน	5 ครั้ง / เดือน	4 ครั้ง / เดือน	น้อยกว่า 3 ครั้ง / เดือน	ไม่เคยเลย
ป้ายโฆษณา					
โปสเตอร์					
แผ่นพับ / โบปลิลา					

..... (25)

..... (26)

..... (27)

11. ท่านมีโอกาสดพบปะ พูดคุย เกี่ยวกับการนิยมใช้สินค้าไทย หรือการซื้อสินค้าไทยจากสื่อบุคคลเหล่านี้บ่อยครั้งเพียงใด

สื่อ	ทุกวัน	เกือบทุกวัน	บางวัน	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
พ่อแม่ /ญาติพี่น้อง					
เพื่อนร่วมงาน / เพื่อนบ้าน					
คนรู้จัก					
ได้ยินผู้อื่นพูดถึง					
พนักงานขาย					

..... (28)

..... (29)

..... (30)

..... (31)

..... (32)

12. ท่านเคยดู / ฟัง / อ่าน / มีผู้พูดถึงข่าวสารเรื่องต่อไปนี้หรือไม่ และจากสื่อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ข่าวสาร	ด้านเคย จากสื่อใดบ้าง										
	โทรทัศน์	วิทยุ	หนังสือพิมพ์	นิตยสาร/ วารสาร	อินเทอร์เน็ต	ป้ายโฆษณา/ โปสเตอร์	แผ่นพับ / โบปติว	พ่อแม่ / ญาติพี่น้อง	เพื่อนร่วมงาน / คนรู้จัก	ผู้สื่อข่าวถึง / พนักงานขาย	จากกิจกรรม ต่าง ๆ
1. * ไทยช่วยไทย กินของไทย ใช้ของไทย เที่ยวเมืองไทย ร่วมใจประหยัด *	(33)	(34)	(35)	(36)	(37)	(38)	(39)	(40)	(41)	(42)	(43)
2. รัฐบาลขอความร่วมมือให้ช่วยกันประหยัด และ สนับสนุนสินค้าไทย ลดการเดินทางไปต่าง ประเทศ	(44)	(45)	(46)	(47)	(48)	(49)	(50)	(51)	(52)	(53)	(54)
3. การลดความทุ้มเพื่อการใช้จ่ายในชีวิตประจำ วัน และการประหยัดพลังงาน	(55)	(56)	(57)	(58)	(59)	(60)	(61)	(62)	(63)	(64)	(65)
4. ปีกลาย..แฟชั่นนำเข้าทำคนไทยกระเป๋าก็ไป 15,000 กว่าล้านบาท ดัดกิเลสตัวเองลงบ้าง * รสนิยมเลิศหรู ฆ่าชาติอย่างเลือดเย็น *	(66)	(67)	(68)	(69)	(70)	(71)	(72)	(73)	(74)	(75)	(76)
5. การประหยัดตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงตาม พระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว	(77)	(78)	(79)	(80)	(81)	(82)	(83)	(84)	(85)	(86)	(87)
6. ให้ประชาชนหันมาบริโภคผลผลิตทางการเกษตร อาหารสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศไทยซึ่งมีประ- โยชน์และได้มาตรฐานเดียวกับของต่างประเทศ	(88)	(89)	(90)	(91)	(92)	(93)	(94)	(95)	(96)	(97)	(98)

12. ท่านเคยดู / ฟัง / อ่าน / มีผู้พูดถึงข่าวสารเรื่องต่อไปนี้หรือไม่ และจากสื่อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ข่าวสาร	ถ้าเคย จากสื่อใดบ้าง										
	โทรทัศน์	วิทยุ	หนังสือพิมพ์	นิตยสาร/ วารสาร	อินเตอร์เน็ต	ป้ายโฆษณา/ โปสเตอร์	แผ่นพับ / ใบปลิว	พ่อแม่ / ญาติพี่น้อง	เพื่อนร่วมงาน / คนรู้จัก	ผู้สื่อข่าว / พนักงานขาย	จากกิจกรรม ต่าง ๆ
7. การรณรงค์ให้คนไทยมีจิตสำนึกและนิยมในความ เป็นไทย โดยหันมาใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศไทย โดยคนไทย	(99)	(100)	(101)	(102)	(103)	(104)	(105)	(106)	(107)	(108)	(109)
8. "ไทยช่วยไทย เพิ่มค่าเงินบาท"	(110)	(111)	(112)	(113)	(114)	(115)	(116)	(117)	(118)	(119)	(120)
9. การชักชวนให้ใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศ เพื่อส่ง เสริมอุตสาหกรรมภายในประเทศ	(121)	(122)	(123)	(124)	(125)	(126)	(127)	(128)	(129)	(130)	(131)
10. การส่งเสริมให้มีความนิยมในวิถีชีวิต หรือความ เป็นอยู่อย่างไทย ประหยัด และมีความพอดี ในการอุปโภคบริโภค	(132)	(133)	(134)	(135)	(136)	(137)	(138)	(139)	(140)	(141)	(142)
11. ปีที่แล้วผลไม่ส่งออกเงินไทยไปกว่า 3,500 ล้านบาท ห้ามใจตัวเองซักหน่อย" ก็นองนอก ยิ่งบ่อย เวลาของชาติยิ่งเหลือน้อย"	(143)	(144)	(145)	(146)	(147)	(148)	(149)	(150)	(151)	(152)	(153)
12. "นิยมไทย หันภัยเศรษฐกิจ"	(154)	(155)	(156)	(157)	(158)	(159)	(160)	(161)	(162)	(163)	(164)
13. ของมันมาจากนอกชดเงินไทยปีละ 3,000 กว่า ล้านบาท เดือนตัวเองตอนยังมีสติ "ทุกครั้งที่ เปิดขวด เงินปูดทั้งชาติ"	(165)	(166)	(167)	(168)	(169)	(170)	(171)	(172)	(173)	(174)	(175)
14. "เศรษฐกิจจะทันสมัย...ถ้ารักไทยให้ถูกทาง"	(176)	(177)	(178)	(179)	(180)	(181)	(182)	(183)	(184)	(185)	(186)

ตอนที่ 3 ความตระหนักถึงการร่วมกันแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของชาติ

สำหรับผู้วิจัย

13. ท่านมีความรู้สึกต่อข้อความต่อไปนี้อย่างไร

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. ท่านอยากมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ					 (187)
2. นายคอลลาร์ฝากบาท ช่วยชาติทันภัย					 (188)
3. ประหยัดพลังงานคนละนิด ช่วยเศรษฐกิจพัฒนา					 (189)
4. เทียวต่างประเทศไม่ดี แต่นาน ๆ ไปทีคงไม่เป็นไร					 (190)
5. ช่วยกันใช้สินค้าไทย ป้องกันเงินตรารั่วไหลออกนอกประเทศ					 (191)
6. ถ้าคนไทยไม่ร่วมมือกันวันนี้ คงต้องรออีกหลายปีกว่าเศรษฐกิจจะฟื้นตัว					 (192)
7. ถ้าเราซื้อสินค้านำเข้าจากต่างประเทศมาก ๆ จะทำให้คนไทยว่างงาน					 (193)
8. ปัญหาเศรษฐกิจเป็นเรื่องที่ทุกคนต้องใส่ใจ					 (194)
9. ในสภาวะเศรษฐกิจจอย่างนี้ ทุกคนควรใช้จ่ายเท่าที่จำเป็น					 (195)
10. ท่านไม่จำเป็นต้องช่วยประหยัดพลังงาน เพราะคนอื่นก็ช่วยกันประหยัดอยู่แล้ว					 (196)
11. เราควรใช้แรงงานต่างประเทศ ถ้าถูกกว่า จะได้ช่วยลดต้นทุนการผลิต					 (197)
12. เราควรรักษารัฐธรรมนูญ / พิธีธง / เพื่อนฝูงให้หันมานิยมไทย					 (198)
13. เราควรเป็นเจ้าบ้านที่ดี สนับสนุนการท่องเที่ยว เพื่อนำเงินเข้าประเทศ					 (199)
14. ปัญหาเศรษฐกิจเป็นเรื่องของรัฐบาลไม่เกี่ยวกับประชาชน					 (200)

14. ท่านมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าดังต่อไปนี้อย่างไร

สำหรับผู้วิจัย

สินค้า	ชื่อของไทย เกือบทั้งหมด	ชื่อของไทย มากกว่าของนอก	พอ ๆ กัน	ชื่อของนอก มากกว่าของไทย	ชื่อของนอก เกือบทั้งหมด
1. เสื้อผ้า / เครื่องนุ่งห่ม*					
2. รองเท้า**					
3. กระเป๋า**					
4. เครื่องประดับ**					
5. เครื่องสำอาง**					
6. น้ำหอม**					
7. นาฬิกา **					
8. แว่นตา*					
9. ปากกา*					
10. ของใช้ส่วนตัว (สบู่, ยาสีฟัน, ฯลฯ)*					
11. ของใช้ภายในบ้าน (ผงซักฟอก, น้ำ ยาล้างจาน, ฯลฯ)*					
12. เฟอร์นิเจอร์ / ของแต่งบ้าน*					
13. เครื่องใช้ไฟฟ้า*					
14. เครื่องกีฬา*					
15. อาหาร ***					
16. ขนม***					
17. ผลไม้***					
18. สุรา***					
19. เบียร์***					
20. ไวน์***					

..... (201)

..... (202)

..... (203)

..... (204)

..... (205)

..... (206)

..... (207)

..... (208)

..... (209)

..... (210)

..... (211)

..... (212)

..... (213)

..... (214)

..... (215)

..... (216)

..... (217)

..... (218)

..... (219)

..... (220)

15. ท่านมีพฤติกรรมในกิจกรรมต่อไปนี้

15.1 ท่องเที่ยว

15.2 การดูภาพยนตร์

15.3 การฟังเพลง

(1) เที่ยวเฉพาะในประเทศ

(1) ดูเฉพาะภาพยนตร์ไทย

(1) ฟังเฉพาะเพลงไทย

(2) เที่ยวในประเทศมากกว่า

(2) ดูภาพยนตร์ไทยมากกว่า

(2) ฟังเพลงไทยมากกว่า

(3) พอ ๆ กัน

(3) พอ ๆ กัน

(3) พอ ๆ กัน

(4) เที่ยวต่างประเทศมากกว่า

(4) ดูภาพยนตร์ต่างประเทศมากกว่า

(4) ฟังเพลงต่างประเทศมากกว่า

(5) เที่ยวเฉพาะต่างประเทศ

(5) ดูเฉพาะภาพยนตร์ต่างประเทศ

(5) ฟังเฉพาะเพลงต่างประเทศ

..... (221)

..... (222)

..... (223)

ประเภทสินค้า * ของใช้ประจำวัน / ของใช้ในครัวเรือน ** สินค้าฟุ่มเฟือย *** อาหาร / เครื่องดื่ม



ภาคผนวก ข

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ด่วนที่สุด

ที่ นร 0205/ว.136



1308
2511ก.40
16.๕๖น.

132

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี

ทำเนียบรัฐบาล กท 10300

23 กรกฎาคม 2540

เรื่อง การรณรงค์ "ไทยช่วยไทย กินของไทย ใช้อของไทย เที่ยวเมืองไทย ร่วมใจประเทศไทย"

เรียน ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย สำเนาหนังสือสำนักงานรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายโภคิน พลกุล) ด่วนที่สุด ที่ นร 0114(สร.7)/ท 220 ลงวันที่ 14 กรกฎาคม 2540

ด้วยรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายโภคิน พลกุล) ได้เสนอเรื่อง การรณรงค์ "ไทยช่วยไทย กินของไทย ใช้อของไทย เที่ยวเมืองไทย ร่วมใจประเทศไทย" มาเพื่อคณะกรรมการความละเอียดปรากฏตามสำเนาหนังสือที่ส่งมาด้วยนี้

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีได้นำเสนอคณะกรรมการแล้ว เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2540

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และถือปฏิบัติต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายวิษณุ เครืองาม)

เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

สำนักบริหารการประชุมคณะรัฐมนตรี

โทร. 2822706

โทรสาร 2810627

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ส่วนราชการ สำนักงาน รมต.นร. (นายโกศลีน พลกุล) โทร.2829515.

ที่ นร 0114(สร.7)/พ.220

วันที่ 14 กรกฎาคม 2540

เรื่อง การรณรงค์ ไทยช่วยไทย กินของไทย ใช้ของไทย เที่ยวเมืองไทย ร่วมใจประหยั*



กราบเรียน นายกรัฐมนตรี

1. เรื่องเดิม

รัฐบาลได้ขอความร่วมมือจากทุกฝ่ายช่วยกันรณรงค์ให้มีการประหยัดและสนับสนุนให้มีการใช้สินค้าไทย ลดการเดินทางไปต่างประเทศ

2. ข้อเท็จจริง

2.1 เมื่อวันศุกร์ที่ 11 กรกฎาคม 2540 เวลา 16.00 น. ณ ห้องประชุม 301 ตึกบัญชาการ ทำเนียบรัฐบาล รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายโกศลีน พลกุล) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายเนรมักชัย อัครเศรณี) และรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายเฉลิมพล สนิทวงศ์ชัย) ได้ร่วมกันกำหนดแนวทางการรณรงค์ ไทยช่วยไทย กินของไทย ใช้ของไทย เที่ยวเมืองไทย ร่วมใจประหยั* โดยได้เชิญผู้แทนส่วนราชการ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง และภาคเอกชน ประกอบด้วยกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงมหาดไทย กรุงเทพมหานคร กรมตำรวจ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สถานีโทรทัศน์ของ ๖ ของ 5 ของ 7 ของ 9 และของ 11 สถานีโทรทัศน์ ไอทีวี บริษัทเอนเตอร์เทนเมนท์ (ค่ายเพลง) ได้แก่บริษัท นิธิทัศน์ โปรโมชั่น จำกัด บริษัทแกรมมี่เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด บริษัทเจเอสแอล จำกัด บริษัทมีเดีย ออฟ มีเดีย (มหาชน) จำกัด บริษัทวอร์เนอร์ มิวสิค ไทยแลนด์ บริษัทเบเกอรี่ มิวสิค จำกัด บริษัท อาร์เอส โปรโมชั่น จำกัด บริษัท 89 โฟเทจ เรดิโอ จำกัด สำนักข่าว ไอ เอ็น นอกจากนี้ประธานหอการค้าไทย-จีน (นายบุญทรง ศรีเพ็ญ) และสมาคมชาวไทยเชื้อสายจีน (นายอมร อภิสนาคุณ) ได้เข้าร่วมประชุมด้วย

ผลการประชุม

ทุกฝ่ายได้ให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมรณรงค์ฯ โดยที่ประชุมได้กำหนดแนวทางการรณรงค์ฯ ดังนี้

1. กำหนดวิธีการรณรงค์โดยใช้สื่อต่าง ๆ ให้นำหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคเอกชนรับไปดำเนินการพิจารณารายละเอียดขั้นตอนในการผลิตสื่อเพื่อการรณรงค์เผยแพร่ให้ความรู้แก่ประชาชน ด้วยการปลูกจิตสำนึกและกระตุ้นให้ตระหนักถึงประโยชน์ของการนิยมไทย และการ

ประหยัดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเกิดผลดีแก่ประเทศไทยโดยรวม การดำเนินการจะใช้สื่อทั้งทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ รายละเอียดตามเอกสารที่แนบ

2. จัดกิจกรรมเฉพาะ ควบคู่ไปกับการรณรงค์ด้วย เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติ ดังนี้

2.1 บริษัทเอนเตอร์เทนเมนท์ (ค่ายเพลง) ให้ความร่วมมือแต่งเพลงเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดค่านิยมไทย และรู้จักประหยัด ทั้งนี้ นายชินยง โอภากุล (แอ๊ด คาราบาว) หัวหน้าวงดนตรี 'คาราบาว' ได้มีหนังสือยินดีที่จะให้ความร่วมมือในทุก ๆ ด้าน เพื่อการรณรงค์ดังกล่าว

2.2 การจัดแสดงดนตรีคอนเสิร์ตของบริษัทเอนเตอร์เทนเมนท์ (ค่ายเพลง) เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนนิยมไทย เช่น กิ๊บบงไทย ไร่ของไทย เทียวเมืองไทย เป็นต้น และรู้จักประหยัดทั้งในกรุงเทพมหานคร เขตปริมณฑล และภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ

2.3 การจัดขายสินค้าราคาถูกโดยกระทรวงพาณิชย์ จะดำเนินการนำสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องอุปโภค บริโภค ผงซักฟอก สบู่ เนื้อหมูชำแหละ และอาหารทุกชนิด จำหน่ายให้แก่ประชาชนในวันอาทิตย์ทุกสัปดาห์ ทั้งในกรุงเทพมหานคร เขตปริมณฑลและทุกจังหวัดทั่วประเทศ ซึ่งจะได้อบรมประชาสัมพันธ์สถานที่จำหน่ายสินค้าให้ประชาชนทราบ ผ่านทางสื่อมวลชนทุกแขนง

2.2. ในวันอาทิตย์ที่ 13 กรกฎาคม 2540 ได้มีการจัดกิจกรรมรณรงค์ 'ไทยช่วยไทย กิ๊บบงไทย ไร่ของไทย เทียวเมืองไทย ร่วมใจประหยัด' โดยแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ภาค ดังนี้

2.2.1 ภาคเช้า การเดินรณรงค์ 'ไทยช่วยไทย'

เวลาประมาณ 10.00 น. นักธุรกิจชาวไทยเชื้อสายจีนทุกตระกูลเข้า ได้จัดริ้วขบวนเดินรณรงค์ จากบริเวณหน้าวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร เดินไปตามถนนเยาวราช จนถึงหน้าห้างสรรพสินค้าเมอริคิงส์ วัจบูรพา แล้วเลี้ยวกลับเข้าถนนเจริญกรุง ซึ่งริ้วขบวนมีทั้งวงดุริยางค์ ริ้วขบวนธงชาติไทย การถือแผ่นป้ายรณรงค์ ซึ่งมีศิลปินเข้าร่วมขบวนอย่างคับคั่งตลอดเส้นทางประชาชนได้ให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก มีผู้เข้าร่วมในการรณรงค์ครั้งนี้ประมาณ 3,500 - 4,000 คน โดยมีรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายโกศล พลกุล) เป็นประธานในพิธีและร่วมเดินนำในริ้วขบวนพร้อมด้วยครอบครัว

ภาคค่ำ การแสดงดนตรีคอนเสิร์ต 'ไทยช่วยไทย'

เวลาประมาณ 18.00 น. บริษัทนิทัศน์ โปรโมชั่น จำกัด ได้จัดแสดงดนตรีคอนเสิร์ต 'ไทยช่วยไทย' ณ บริเวณท้องสนามหลวง ท่ามกลางสายฝนที่โปรยปรายมาอย่างไม่ขาดสาย โดยมีรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายโกศล พลกุล) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายณรงค์ชัย อัครเศรณี) และโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายวราเทพ

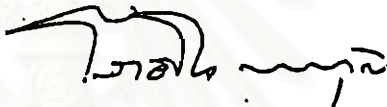
รัตนากร) ได้ไปร่วมงาน มีประชาชนให้ความสนใจประมาณ 7,000 คน การแสดงได้เสร็จสิ้นเมื่อเวลาประมาณ 23.30 น.

อนึ่ง เวลาประมาณ 19.30 น. สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ได้ทำการถ่ายทอดการแสดงผลดนตรีดังกล่าว ด้วยการสัมภาษณ์รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายโกศล พลกุล) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายณรงค์ชัย อัครเศรณี) และโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายวราเทพ รัตนากร) ซึ่งได้กล่าวเชิญชวนให้ประชาชนช่วยกันนิยมไทยและร่วมมือกันประคับประคอง

สำหรับแผนงานการดำเนินงานรณรงค์ฯ อยู่ระหว่างดำเนินการและจักได้มากราบเรียนท่านนายกรัฐมนตรีเพื่อทราบต่อไป

3. ข้อเสนอ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและขอได้กรุณานำเสนอคณะรัฐมนตรีทราบในวันอังคารที่ 15 กรกฎาคม 2540 ต่อไปด้วย จักขอบคุณยิ่ง



(นายโกศล พลกุล)

รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี

เส้น ๐ ต.บ. ท.บ.

พลเอก

(ชวลิต ยงใจยุทธ)

นายกรัฐมนตรี

๑๕ ก.ค. ๔๐

ท่านาถกค้อง



(นางสาวอ้อวดี สุนทรวิภาต)

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน ๓

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

7.1A

แนวทางการรณรงค์

"ไทยช่วยไทย กินของไทย ใชของไทย-เที่ยวเมืองไทย ร่วมใจประหยัด"

การกำหนดแนวทางการรณรงค์ มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ในเรื่อง

1. ถวียนไทย กล่าวคือ ปรับเปลี่ยนทัศนคติของคนไทยให้หันมากินของไทย ใชของไทย เที่ยวเมืองไทย
2. ถวียนประหยัด เน้นในเรื่องลดความฟุ่มเฟือยการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน และการประหยัดการใช้จ่ายพลังงาน

ทั้งนี้ จักต้องสร้างความสำเร็จในความหมายของเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

- ไทยช่วยไทย** - ให้ประชาชน ภาคเอกชน และหน่วยงานของรัฐ ตระหนักว่าการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของชาติในขณะนี้ เป็นเรื่องที่จะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่าย ในการแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงไป
- กินของไทย** - ให้ประชาชนหันมานิยมบริโภคผลผลิตการเกษตร อาหารสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศ ซึ่งเป็นอาหารที่มีประโยชน์และมีคุณค่าทางโภชนาการ ผลิตได้ตามมาตรฐานเช่นเดียวกับของต่างประเทศ
- ใชของไทย** - เผยแพร่สินค้าไทยที่มีคุณภาพดี เพื่อให้ประชาชน ผู้บริโภค ใ้แทนสินค้าต่างประเทศ
- เที่ยวเมืองไทย** - ให้ประชาชนตื่นตัวที่จะท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น และเกิดความภูมิใจในทรัพยากรการท่องเที่ยวของชาติ ทั้งทางด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการช่วยกันป้องกัน ทะนุ บำรุงฟื้นฟู ดูแลรักษาสภาพแวดล้อม เกิดการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นอย่างมีระบบและต่อเนื่อง
- ร่วมใจประหยัด** - ปลุกจิตสำนึกให้ประชาชน

1. ลดความฟุ่มเฟือยในชีวิตประจำวัน ,
2. ประหยัดการใช้จ่ายพลังงาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบประเทศไทยโดยรวม

การใช้สื่อ	การดำเนินการ	หน่วยงานรับผิดชอบ ภาครัฐ/เอกชน
วิทยุกระจายเสียง		
1. คำขวัญโฆษณา - ข้อความโฆษณา - บทความ - สารคดี	- กระตุ้นให้ประชาชนเกิดจิตสำนึกนิยมไทย - ให้รู้จักประหยัด ลดความฟุ่มเฟือย การใช้พลังงานเท่าที่จำเป็น ซึ่งจะส่งผลเป็นการประหยัดรายจ่ายของครอบครัว	- กรมประชาสัมพันธ์ - สถานีวิทยุของหน่วยงานรัฐและของเอกชน
2. นิตยสารทางอากาศ	- กระตุ้นให้ประชาชนตระหนักถึงประโยชน์ของการนิยมไทย และการประหยัด	- กรมประชาสัมพันธ์ - อส.ม.ท. - สถานีวิทยุของหน่วยงานรัฐ - วิทยุบนรถเมล์(bussound)
3. การใช้คำพูดแทรกในรายการวิทยุต่าง ๆ	- โหม่นำชักจูงให้ประชาชนช่วยกันแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจด้วยการนิยมไทยและการประหยัดในเรื่องต่าง ๆ	- ผู้ผลิตรายการและผู้จัดรายการ
วิทยุโทรทัศน์		
1. สไลด์โฆษณา	- กระตุ้นให้ประชาชนนิยมไทยและการประหยัด	- สถานีวิทยุโทรทัศน์ของหน่วยงานรัฐและของเอกชน
2. สปอตโฆษณา	- แสดงถึงประโยชน์ของการนิยมไทย และการรู้จักใช้อย่างประหยัด	- สถานีวิทยุโทรทัศน์ของหน่วยงานรัฐและของเอกชน
3. ใช้อักษรวิ่งเขียนข้อความหรือคำขวัญ	- เชิญชวนให้นิยมไทย รู้จักการประหยัด	- สถานีวิทยุโทรทัศน์ของหน่วยงานรัฐและของเอกชน

การใช้สื่อ	การดำเนินการ	หน่วยงานรับผิดชอบ ภาครัฐ/เอกชน
4. การใช้คำพูดแทรก ในรายการต่าง ๆ ทางโทรทัศน์	- โน้มน้าว ชักจูงให้ประชาชนช่วยกันนิยม ไทยและการประหยัด	- ผู้ผลิตรายการและพิธีกร
5. จัดรายการพิเศษ สิ่งพิมพ์	- ให้ข้อมูลความรู้ถึงการนิยมไทย และวิธี การประหยัด	- หน่วยงานของรัฐร่วมกับภาค เอกชน
1. เจดหมายถึงผู้รับ	- ประทับข้อความหรือคำขวัญบนของ เจดหมายถึงผู้รับ เชิญชวนให้นิยมไทย รู้จักการประหยัด	- หน่วยงานของรัฐและภาค เอกชน
2. - โปสเตอร์ - สติกเกอร์	- กระตุ้นความสนใจใช้คำขวัญหรือข้อ ความสั้นกระชับดึงดูดใจให้ปฏิบัติตาม	- หน่วยงานของรัฐ
3. บทความลงหน้า หนังสือ	- ควรมีรูปภาพประกอบ ข้อความง่าย ๆ สามารถปฏิบัติได้ทันที	- ขอความร่วมมือหนังสือพิมพ์
4. หนังสือพิมพ์และ นิตยสาร	- ขอความร่วมมือในการลงข่าว บทความ สารคดี โฆษณา	- หน่วยงานของรัฐ
การจัดกิจกรรมเฉพาะ		
1. การจัดแต่งเพลง	- ขอความร่วมมือบริษัทค่ายเพลง แต่ง เพลงเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดค่านิยมไทย และรู้จักประหยัด	- บริษัทค่ายเพลง
2. การจัดแสดงดนตรี	- จัดแสดงดนตรีเพื่อกระตุ้นให้ประชาชน นิยมไทยและรู้จักการประหยัดตาม ภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ รวมทั้งแหล่ง	- บริษัทค่ายเพลง

การใช้สื่อ	การดำเนินการ	หน่วยงานรับผิดชอบ ภาครัฐ/เอกชน
<p>3. การจัดขายสินค้า ราคาถูก</p>	<p>ชุมชน</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดขายสินค้าอุปโภค บริโภค เพื่อช่วยเหลือประชาชน มุ่งเน้นสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน โดยจัดขายสินค้าทั้งใน กทม. เขตปริมณฑล และทุกจังหวัดทั่วประเทศ - ประชาสัมพันธ์สถานที่จำหน่ายสินค้าราคาถูกให้ประชาชนทราบทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ใ้มากที่สุด 	<ul style="list-style-type: none"> - หน่วยงานของรัฐ - หน่วยงานของรัฐ - สื่อมวลชนทุกแขนง

วันที่ 11 กรกฎาคม 2540

เรื่อง ขอเข้าร่วมสังเกตการณ์การประชุม

เรียน คณะกรรมการพรรคใช้สินค้าไทย

ด้วยกระผม ได้รับแจ้งข่าวสารจากเจ้าหน้าที่กองงานโฆษก ทำเนียบรัฐบาล ท่านหนึ่งว่า รัฐบาลจะจัดการประชุมเรื่อง "การพรรคใช้สินค้าไทย" ขึ้นในวันนี้ และมีดำริที่จะนำเพลง "เมต อิน ไทยแลนด์" ผลงานของวง "คาราบาว" มาใช้เป็นแกนหลักในการ ประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าว

กระผมและวงคาราบาวรู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่ง และยินดีให้ความร่วมมือในทุกๆ ด้าน เจกเช่นเมื่อปี พ.ศ. 2527 ที่งานเพลงนี้ ได้มีโอกาสรับใช้ชาติในช่วงเศรษฐกิจประสบภาวะวิกฤตและรัฐบาลพรรคใช้คนในชาติช่วยกันประหยัดเพื่อแก้ไขปัญหาจนสำเร็จมาแล้ว

แต่เนื่องจากกระผมได้รับแจ้งอย่างเร่งด่วน ประกอบกับมีภารกิจสำคัญที่ต้องปฏิบัติในช่วงเวลาที่คณะกรรมการจัดประชุม จึงขอส่งผู้แทนของกระผม เข้าร่วมสังเกตการณ์การประชุม เพื่อนำเรื่องราวหรือข้อเสนอแนะที่คณะกรรมการฯ อาจพึงมีมาแจ้งให้กระผมดำเนินการต่อไปด้วย จักเป็นพระคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(แอ็ด คารามาว)

หัวหน้าวง 'คาราบาว'

ไทยช่วยไทย

ตื่นเถิดชาวไทย
ชาติไทยละม้ายคอง
ไทยทั่วไทยใจ
ประหัดเงินตรา

อย่ามัวหลับใหล
ช่วยกันรื้อฟื้น
ช่วยชาติไทยให้พัฒนา
ซื้อสินค้าของไทยเรา

ไทยช่วยไทย
ประเทศรานั้น
ของนอกทั้งทำลาย
ผู้คนพลเมือง

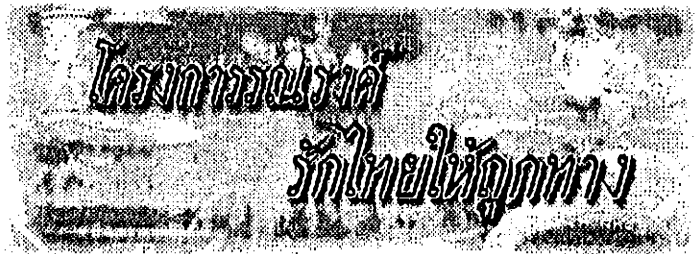
ซื้อของไทยเราไทยด้วยกัน
ละดูสินค้านำเข้า
ทำให้ไทยผิดเคือง
ควรหันมาใช้สินค้าไทย

เรื่อ้มในหนอ
หาถนินหาใจ
ประหัดช่วยรัฐทางอ้อม
ตื่นเถิดชาวไทย

เงินทองนั้นไม่ไปไหน
ของทำในประเทศเรา
อย่าไปยอมเป็นทาสเขา
จงรักภักดีเอื้อไทย

ความพึงแพ้
ไม่มีอันสุด
บ่อนเท่าไร
ประหัดเถิดเอ๋ย

คือปากทองที่ปิดไม่หยุด
ไม่มีอันหยุดเลย
หาเท่าไรไม่พอเสียเลย
รู้จักพอชาติก็เจริญ



ชื่อโครงการ : รักไทยให้ถูกทาง
ระยะเวลา : ปี พ.ศ. 2541 เป็นต้นไป
วันเริ่มต้นโครงการ : กุมภาพันธ์ 2541

- ความเป็นมา :**
- จากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2540 ส่งผลให้คนไทยเกิดความตื่นตัวที่จะมีส่วนร่วมแก้ไข ปัญหาของชาติ รัฐบาลจึงสนองตอบความต้องการของ ประชาชน โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการ ไทยช่วยไทย ขึ้นมาด้วยความเห็นชอบของ นายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2540 โดยมีรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี คุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์ เป็นประธานกรรมการ โครงการ "ไทยช่วยไทย" ประกอบด้วยด้วยกัน 3 ส่วนด้วยกันคือ 1) การรับบริจาคเงินในนามกองทุนไทยช่วยไทย 2) การระดม เงินออมในรูปแบบเงินฝากต่าง ๆ 3) การรณรงค์ปลูกจิตสำนึก คนไทยด้วยโครงการ "รักไทยให้ ถูกทาง"
 - รัฐบาลตระหนักดีว่า รัฐบาลเดียว โดยอาศัยความช่วยเหลือของต่างประเทศ อาจจะไม่สามารถแก้ปัญหาครั้งนี้ได้ ถ้าปราศจากความร่วมมือ จากประชาชนในชาติทุกหมู่เหล่า จึงต้องการเร่งระดมความคิดเห็นถึงความสำคัญ ของการปลูกจิตสำนึกผู้รักชาติ รัฐบาลปรารถนาที่จะเห็นคนไทย ร่วมมือกันในการสร้างค่านิยมที่ถูกต้อง โดยการทำตนเอง ซึ่งเป็นรากฐานที่แข็งแกร่งกับประเทศ ทั้งวันนี้และวันหน้า คณะกรรมการไทยช่วยไทย จึงมีมติคณะอนุกรรมการดำเนินงาน ตามโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" โดยมีโฆษกประจำ สำนักนายกรัฐมนตรี เป็นประธานอนุกรรมการ
 - ในชั้นเริ่มแรกนี้ กลุ่มองค์กรธุรกิจเอกชน ในประเทศไทยอัน ประกอบด้วย บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทยโซลคิง จำกัด, บริษัท แมกนัสทริม จำกัด, บริษัท วัชรวิทย์ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด และบริษัท โอทีอีเอ็มแอนด์แมเจอร์ พลัสลิก ริเคชั่นส์ (ประเทศไทย) จำกัดได้ร่วมมือกัน ขนรับเงินโฆษณา ของรัฐบาลโดยร่วมแรง ร่วมใจระดมความคิดดำเนินการ รณรงค์ ประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมพิเศษในโครงการ รณรงค์ "รักไทยให้ถูกทาง" เพื่อเร่งปลูกจิตสำนึกคนไทยให้ตระหนักถึงปัญหาของชาติ และแนะแนวทางการแก้ไขที่ ประชาชนสามารถนำไปปฏิบัติ ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยเป็นหน้าที่ของทุกคนที่จะร่วมมือกันช่วยกอบกู้วิกฤตเศรษฐกิจของชาติในครั้งนี้
 - โครงการรณรงค์ "รักไทยให้ถูกทาง" ยังต้องการแรงสนับสนุนจากทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานราชการภาคเอกชน สื่อมวลชน เพื่อร่วมดำเนินการรณรงค์ได้อย่างต่อเนื่อง และสัมฤทธิ์ผล

- วัตถุประสงค์ :**
- ปลูกจิตสำนึกให้ประชาชน เห็นปัญหาที่แท้จริงของประเทศ ชาติ
 - ร่วมเป็นหนึ่งเดียวกันว่าเศรษฐกิจของไทยจะฟื้นกลับ ดีร่วมใจ กันด้วยขวัญ และกำลังใจในการดำเนินชีวิตที่คิดถึง ประโยชน์ของประเทศชาติ มากกว่าตัวตน
 - ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมที่เป็นรูปธรรมอย่าง จริงจังและต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง ทางสังคมที่ดีขึ้นอย่างถาวร

1. เป็นการรณรงค์ โดยไม่ใช้งบประมาณของรัฐบาท แต่เน้นการ สนับสนุนและนำใจขององค์กรธุรกิจ นำความชำนาญ ความ พรีอัม และกำลังทรัพย์ เข้าร่วมโครงการ
2. เน้นในการแนะนำแนวทาง แก้ไขปัญหาที่ทุกคนนำไปปฏิบัติ ในชีวิตประจำวัน ได้ทันที
3. เน้นวิธีการที่มีผลในเชิงบวก ให้ผลทางเศรษฐกิจเร็วและแรง นั่นคือ ช่วยกันประหยัดเงินตราต่างประเทศ มิให้รั่วไหลออกนอกประเทศ ชื่อของใช้ที่ผลิตขึ้นในเมืองไทย สนับสนุน มาตรการปันเงินต่างประเทศเชิงเมืองไทย
4. ขอความร่วมมือจากสื่อ ที่เข้าถึงกลุ่มประชาชนส่วนใหญ่ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเร็วที่สุด เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ โดยรณรงค์สนับสนุนแนวคิด ของโครงการ ผ่านรายการสาระบันเทิงของสื่อต่างๆ
5. รณรงค์โดยใช้วิธีการ และคำพูดที่เข้าใจง่ายจดจำได้ มีความรู้สึกกินใจ
6. ประสานงานผ่านหน่วยงานราชการ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการชักจูงกรมพิเศษเพื่อรณรงค์ "รักไทยให้ถูกทาง" อาทิเช่น ชักจูงกรมต่างๆ ในจังหวัด, โรงเรียน และขอสนับสนุน จากชุมชน หรือกลุ่มคนต่างๆ ในแต่ละพื้นที่
7. ประสานงานกับองค์กรเพื่อ จัดทำสัญลักษณ์หรือ คำขวัญเผยแพร่ในรูปแบบต่างๆ เช่น สติกเกอร์ เสื้อยืด เข็มกลัด เพื่อสร้างความรู้สึกร่วม และใช้เป็นเครื่องหมาย แสดงการเข้าร่วมโครงการ

วิธีการเข้าร่วมโครงการ:

1. สนับสนุนโดยการจัดสรรงบประมาณ การใช้สื่อ เพื่อเผยแพร่ภาพยนต์โฆษณา หรือสื่อสิ่งพิมพ์ อันจะเป็นการสื่อสาร ข้อความการรณรงค์ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ร่วมรณรงค์ โดยการร่วมจัดพิมพ์ และช่วยเผยแพร่วัสดุรณรงค์ ได้แก่ ไปตเตอร์ สติกเกอร์ เสื้อยืด ร่วมรณรงค์ โดยใช้ความเชี่ยวชาญของ แต่ละองค์กรใน การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ความเป็นมา :

คำสั่งคณะกรรมการไทยช่วยไทย



คำสั่งคณะกรรมการไทยช่วยไทย ที่ 1/2541

เรื่อง แต่งตั้ง คณะอนุกรรมการดำเนินการตามโครงการรักไทยให้ถูกทาง

เพื่อให้การรณรงค์ ส่งเสริม

และเผยแพร่ให้ประชาชนทุกฝ่ายตระหนักถึงความสำคัญในการร่วมกันแก้ไขปัญหา

เศรษฐกิจของชาติโดยพร้อมเพรียงกัน อาศัยอำนาจตามความในข้อ 2.6 แห่งคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ 405/

2540 ลงวันที่ 22 ธันวาคม 2540 จึงให้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการดำเนินการตามโครงการรักไทยให้ถูกทาง โดยมี

องค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ ดังนี้

องค์ประกอบ

1. โฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นประธาน
2. รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ เป็นอนุกรรมการ
3. รองผู้อำนวยการองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย เป็นอนุกรรมการ
4. รองโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายสมชาย สหชัยรุ่งเรือง) เป็นอนุกรรมการ
5. รองโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายสาคร พรหมภักดี) เป็นอนุกรรมการ
6. รองโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายปาน พึ่งสุจริต) เป็นอนุกรรมการ
7. ผู้แทนรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (คุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์) เป็นอนุกรรมการ
8. เลขาธิการรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายชงยุทธ ทิยะไพรัช) เป็นอนุกรรมการ
9. ประจำสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี (นายวินัย เสนเนียม) เป็นอนุกรรมการ
10. ประจำสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี (นายไพโร พัทธโน) เป็นอนุกรรมการ
11. ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 หรือผู้แทน เป็นอนุกรรมการ
12. ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 หรือผู้แทน เป็นอนุกรรมการ
13. ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 หรือผู้แทน เป็นอนุกรรมการ
14. ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ ไอทีวี หรือผู้แทน เป็นอนุกรรมการ
15. ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ หรือผู้แทน เป็นอนุกรรมการ

16. นายกสภาคมนโฆษณารัฐกิจแห่งประเทศไทย เป็นอนุกรรมการ
17. นายกสภาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย เป็นอนุกรรมการ
18. นายกสภาคมนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย เป็นอนุกรรมการ
19. นางสาวมนัสนิคย์ เทียนโพธิ์ธีระมาตร เป็นอนุกรรมการ
20. ผู้อำนวยการสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี เป็นอนุกรรมการและเลขานุการ
21. ผู้อำนวยการส่วนประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนสัมพันธ์ เป็นอนุกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
22. เจ้าหน้าที่สำนักโฆษก เป็นอนุกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

อำนาจหน้าที่

1. พิจารณาหาแนวทางและวางรูปแบบกิจกรรม เพื่อรณรงค์ ส่งเสริม และเสนอแนะให้ประชาชนเกิดจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของชาติอย่างกว้างขวาง
2. ประสานงานและขอความร่วมมือจากภาคราชการและเอกชนในการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมเพื่อดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการรักไทยให้ถูกทาง
3. ดำเนินการจัดทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อนำเผยแพร่ทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ
4. รายงานผลการดำเนินงานให้คณะกรรมการไทยช่วยไทยทราบเป็นระยะๆ
5. ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ตามที่คณะกรรมการไทยช่วยไทยมอบหมาย

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ซึ่ง ณ วันที่ 27 มกราคม พ.ศ.2541

(ลงนาม)

คุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์

รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี





นโยบายรณรงค์โครงการ

"รักไทยให้ถูกทาง"

ชื่อโครงการ	รักไทยให้ถูกทาง
ระยะเวลา	ปี พ.ศ.2541 เป็นต้นไป
วันเริ่มโครงการ	14 กุมภาพันธ์ 2541
ความเป็นมา	1) จากวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ตั้งแต่ปลายปี 2540 ส่งผลให้คนไทยเกิดความตื่นตัวที่จะมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของชาติ จึงส่งผลให้รัฐบาลสนองตอบความต้องการของประชาชน โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการไทยช่วยไทย ด้วยความเห็นชอบของนายกรัฐมนตรี ณ วันที่ 22 ธันวาคม 2540 โดยมีรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (คุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์) เป็นประธาน โดยโครงการไทยช่วยไทย ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) การรับบริจาคในนามกองทุนไทยช่วยไทย 2) การระดมเงินออมในรูปแบบบัตรต่างๆ และ 3) การรณรงค์ปลูกจิตสำนึกคนไทย
วัตถุประสงค์	1) ปลูก จิตสำนึกให้ประชาชนเห็นปัญหาที่แท้จริงของประเทศชาติ 2) ร่วม เป็นหนึ่งเดียวกันว่าชาติจะพ้นภัยได้ ถ้าร่วมในกันด้วยขวัญและกำลังใจในการดำเนินชีวิตที่คิดถึงประโยชน์ของประเทศชาติมากกว่าส่วนตน 3) ก่อ ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เป็นรูปธรรมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยน โครงสร้างทางสังคมที่ถาวร
รูปแบบและกิจกรรม	เพื่อสร้างจิตสำนึกให้ตระหนักว่าเป็นหน้าที่ของทุกคนที่จะต้องร่วมมือในการช่วยแก้ปัญหาของชาติ โครงการรักไทยให้ถูกทางจึงมีหลักการรณรงค์ดังต่อไปนี้ 1) เน้นในการแนะแนวทางแก้ไขปัญหที่ทุกคนสามารถนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้ 2) เน้นวิธีการที่มีผลเชิงบวกให้เกิดผลทางเศรษฐกิจเร็วและแรง นั่นคือ ช่วยกันประหยัดเงินตราต่างประเทศ มิให้รั่วไหลออกนอกประเทศ ชื่อของไทยที่ผลิตขึ้นในเมืองไทย สนับสนุนมาตรการนำเงินตราต่างประเทศเข้าเมืองไทย 3) ขอความร่วมมือจากสื่อที่ถึงกลุ่มประชาชนส่วนใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเร็วที่สุด เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ โดยรณรงค์สนับสนุนแนวคิดของโครงการผ่านรายการสาระบันเทิงของสื่อต่างๆ 4) รณรงค์โดยวิธีการและคำพูดที่เข้าใจง่าย เจาะจำได้มีความรู้สึกกินใจ 5) ประสานงานผ่านงานราชการให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อรณรงค์โครงการ อาทิ เช่น การจัดกิจกรรมต่างๆ ในจังหวัด โรงเรียน

และขอการสนับสนุนจากชุมชนหรือกลุ่มคนต่างๆ ในแต่ละพื้นที่

6) เปิดโอกาสให้ทุกองค์กรธุรกิจเข้าร่วมการสนับสนุนรณรงค์โดยให้เป็นไปตาม
 กำถึงความพร้อมและความชำนาญ ซึ่งอาจเป็นการสนับสนุนในด้านต้นทุนการ
 ผลิตสื่อ หรือ งบประมาณสนับสนุนการรณรงค์อื่นๆ เพื่อให้บรรลุถึงจุดประสงค์
 โดยเร็วที่สุด เช่น องค์กรที่มีความชำนาญด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์และ
 สื่อมวลชนเป็นผู้ผลิตชิ้นงาน รณรงค์และเผยแพร่สู่สาธารณชน บริษัทที่มีเครือ
 ข่ายในการกระจายสินค้าและการบริการข่าวเผยแพร่ในระบบของบริษัทนั้น
 เป็นต้น

7) ประสานงานกับองค์กรเอกชนเพื่อจัดทำสัญลักษณ์หรือคำขวัญเผยแพร่
 ในรูปแบบต่างๆ เช่น สติกเกอร์ เสื้อยืด เข็มกลัด เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมและ
 ใช้เป็นเครื่องหมายแสดงการเข้าร่วมโครงการ



สถาบันวิทยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THAILAND BEST

ประเทศไทย

สถานการณ์ทางเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันเป็นวิกฤตปัญหาที่คนไทยทุกคนต้องร่วมมือช่วยเหลือนซึ่งกันและกันเพื่อแก้ไขและคลี่คลายปัญหา และแนวทางหนึ่งที่ภาครัฐได้เริ่มรณรงค์คือการปลูกกระแสนิยมไทยและสินค้าที่ผลิตในเมืองไทยโดยคนไทย ซึ่งจะเป็นการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งให้กับประเทศทั้งในวันนี้และวันหน้า

ผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคกับสินค้าไทยโดยบริษัท ศูนย์วิจัย ไทยพาณิชย์ จำกัด พบว่าปัญหาเศรษฐกิจในปัจจุบันมีผลทำให้ผู้บริโภคเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตนเองโดยหันมาเลือกบริโภคเฉพาะสินค้าที่ผลิตในประเทศไทย โดยสินค้าไทยที่ใช้ในชีวิตประจำวันจะเป็นกลุ่มสินค้าที่ผู้บริโภคหันมาใช้มากขึ้น ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าหากหันมาใช้สินค้าไทยจะเป็นวิธีการช่วยประเทศชาติคลี่คลายปัญหาเศรษฐกิจได้อีกทางหนึ่ง

เครือข่ายพัฒนา ในฐานะบริษัทคนไทยที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใหญ่ที่สุดของไทยตระหนักถึงปัญหาเศรษฐกิจของประเทศ และต้องการมีส่วนร่วมกับรัฐบาลในการรณรงค์ให้คนไทยมีจิตสำนึกและนิยมในความเป็นไทยโดยหันมาใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศไทยโดยคนไทย จึงได้ริเริ่มจัดทำโครงการ THAILAND BEST และจัดทำสัญลักษณ์ของโครงการ THAILAND BEST ขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงสินค้าที่มีสัญลักษณ์ดังกล่าวเป็นสินค้าคุณภาพดีที่ผลิตในประเทศไทยโดยคนไทย ช่วยให้ผู้บริโภคแยกแยะได้ว่าผลิตภัณฑ์ใดเป็นสินค้าไทย ผลิตภัณฑ์ใดเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ

โครงการ THAILAND BEST ได้จัดขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อปี 2540 ซึ่งผลการจัดงานในครั้งนั้นนับว่าประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพอใจของทุกฝ่ายเพราะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้ เครือข่ายพัฒนาจึงมีเจตนารมณ์ที่จะเชิญชวนให้บริษัทผู้ผลิตสินค้านำเข้าสัญลักษณ์ THAILAND BEST ไปใช้เพื่อร่วมรณรงค์ให้คนไทยหันมาเลือกซื้อสินค้าไทยมากขึ้น ซึ่งจะเป็นหนทางหนึ่งที่จะแก้ไขและคลี่คลายปัญหาเศรษฐกิจโดยเฉพาะการสงวนไม่ให้เงินตราไหลออกนอกประเทศ



วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในการปลูกจิตสำนึกให้คนไทยมีความรู้สึกรักชาตินิยม
2. สร้างการรับรู้และทำให้ผู้บริโภคภูมิใจที่ได้มีส่วนช่วยชาติทุกครั้งที่ใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศไทย
3. กระตุ้นให้คนไทยมีความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าของไทย

วัตถุประสงค์(บรรทัด)ของโครงการ THAILAND BEST

1. เป็นบริษัทผู้ผลิตสินค้าไทยที่มีภาพลักษณ์ดี
2. เป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศไทยโดยคนไทยและมีส่วนประกอบนำเข้าในปริมาณน้อย
3. คุณภาพสินค้าดี มีการนำวิธีการผลิตที่ได้มาตรฐาน
4. เป็นสินค้าที่ไม่ฟุ่มเฟือย
5. ราคาของสินค้าต้องไม่สูงเกินความเหมาะสม

ระเบียบการคัดเลือกของ THAILAND BEST

1. แจ้งประเภทและรายละเอียดของผลิตภัณฑ์พร้อมตัวอย่างที่จะใช้สัญลักษณ์ THAILAND BEST ต่อคณะกรรมการโครงการ
2. ระบุแหล่งที่ผลิตและการนำวิธีการผลิตที่ได้มาตรฐานรวมทั้งแจ้งสัดส่วนของส่วนประกอบนำเข้าที่มีในผลิตภัณฑ์นั้น เพื่อให้คณะกรรมการโครงการฯ ตรวจสอบ
3. การอนุมัติมีระยะเวลา 2 ปี และสามารถต่ออายุได้โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการโครงการฯ
4. ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์นั้นเกิดปัญหาในด้านคุณภาพสินค้าหรือภาพลักษณ์สินค้า คณะกรรมการโครงการฯ มีสิทธิในการระงับการใช้สัญลักษณ์ THAILAND BEST
5. ไม่ใช้สัญลักษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ (Design) นอกจากจะได้รับอนุญาตเป็นราย ๆ ไปจากคณะกรรมการโครงการฯ
6. ไม่ใช้สัญลักษณ์นี้ในการโฆษณาที่ผิดไปจากวัตถุประสงค์ของโครงการ



กิจกรรมที่ ๑

1. ร่วมกับกรุงเทพมหานครจัดงาน "ไทยช่วยไทย เพิ่มค่าเงินบาท" ระหว่างวันที่ 8-9 พฤศจิกายน 2540 บริเวณห้องสนามหลวง
2. ร่วมกับกรมส่งเสริมการส่งออก จัดงาน "SAHA GROUP EXPORT' 98" ระหว่างวันที่ 13-14 พฤศจิกายน 2540 ณ โรงแรม มณเฑียร ริเวอร์ไซด์ และจัดงาน "SAHA GROUP EXPORT & TRADE EXHIBITION' 99" ระหว่างวันที่ 13-15 กรกฎาคม 2541 ณ กรมส่งเสริมการส่งออก
3. ร่วมกับกองทัพบกในโครงการ "ตลาดนัดสัญจร เพื่อไทย หัวใจไทย"
4. ร่วมกับกรมส่งเสริมการส่งออกและโรงแรมอิมพีเรียล คิงส์ปาร์ค จัดงาน "THAILAND BEST GRAND SHOPPING PARTY" ระหว่างวันที่ 31 ธันวาคม 2540 - 1 มกราคม 2541

กิจกรรมที่ ๒

ใช้สัญลักษณ์ THAILAND BEST ในสื่อต่าง ๆ ได้แก่

1. หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์
2. ภาพยนตร์โฆษณา
3. สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ของสินค้าในเครือสหพัฒน์
4. ฉลากและบรรจุภัณฑ์ของสินค้าในเครือสหพัฒน์

กิจกรรมที่ ๓

1. ภาพยนตร์โฆษณา ความยาว 15 วินาที
2. สปอตวิทยุ
3. Point-of-purchase
4. สติกเกอร์



ลักษณะของสัญลักษณ์ THAI AND BEST

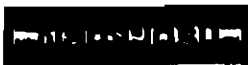


**Thailand
BEST**

ลักษณะของตราสัญลักษณ์ THAI AND BEST

1. เมื่อติดบนซองหรือภาชนะหีบห่อ: ขนาดของสัญลักษณ์ต้องไม่เกิน 1 ใน 10 ของพื้นที่ 1 ด้าน
 - เมื่อติดบนผลิตภัณฑ์: ขนาดของสัญลักษณ์ไม่เกิน 1 ใน 10 ของขนาดผลิตภัณฑ์
 - เมื่อติดบนป้ายบอกราคา ป้ายบอกยี่ห้อ หรือคุณภาพ: ขนาดของสัญลักษณ์ต้องไม่เกิน 1 ใน 10 ของพื้นที่
2. ถ้าต้องการให้สัญลักษณ์ปรากฏในสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์นั้น สัญลักษณ์จะต้องมีขนาดไม่เกิน 1 ใน 10 ของพื้นที่โฆษณา





1. คนไทยมีค่านิยมรักไทยและเชื่อมั่นในสินค้าไทยโดยหันมาอุปโภคบริโภคสินค้าไทยที่ผลิตในประเทศไทยโดยคนไทยมากขึ้น
2. สามารถช่วยไม่ให้เงินบาทไหลออกนอกประเทศและยังสามารถดึงเงินตราจากต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยได้มากขึ้น
3. แสดงให้ทั้งชาวไทยและต่างชาติได้เห็นถึงศักยภาพของสินค้าไทยที่มีคุณภาพไม่ด้อยกว่าสินค้าจากต่างชาติ
4. สามารถแยกแยะและหันมาใช้สินค้าไทยด้วยความมั่นใจและภูมิใจ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





สำนักงานเลขานุการ

150 ถนนราชบพิธ กรุงเทพฯ 10200
โทร. 2210555, 2211227, 4306728

สมาคมนิคมไทย

ประวัติและความเป็นมา

- พ.ศ. 2507 ช่วงไทยเริ่มฟื้นฟูเศรษฐกิจ สินค้าไทยไม่ได้รับความนิยมน ตรีภรณ์หนึ่ง ประกอบด้วยนักวิชาการนักสังคมสงเคราะห์ ข้าราชการ แม่บ้าน ได้ริเริ่มก่อตั้ง "ขบวนการนิคมไทย"
- 18 พ.ย. 2519 ขบวนการนิคมไทย ได้รวมตัวกันก่อตั้ง "ชมรมผู้นิยมนิคมไทย" ใจที่ตั้ง สำนักงานที่ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ถนนราชบพิธ กรุงเทพฯ
- 2 ธ.ค. 2514 คณะรัฐมนตรี ลงมติให้จัด "โครงการนิคมไทย" เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนหันมานิยมนิคมไทย
- 28 มี.ค. 2515 สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ทรงสักรเป็นองค์สมาชิกตลอดชีพ
- 30 ต.ค. 2515 สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา (พระยศขณะนั้น) ทรงสักรเป็นองค์สมาชิกตลอดชีพ
- 30 พ.ย. 2516 เปลี่ยนสภาพ "ชมรมผู้นิยมนิคมไทย" เป็น "สมาคมนิคมไทย"

วัตถุประสงค์

- ส่งเสริมและชักชวนเรื่องการนิยมนิคมสินค้าที่ผลิตในประเทศ ส่งเสริมและให้กำลังใจแก่ผู้ผลิตสินค้าในประเทศที่สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และถูกต้องตามมาตรฐานที่ดีของตนอย่างสม่ำเสมอ
- ส่งเสริมและปลูกเร้า ให้รวมกันสร้างวิจิตรวิถันธรรม อันดีงามของชาติ รักษาไว้พันเอกอันดรณ์ประจำชาติสืบไปชั่วกาลนาน
- ส่งเสริมและปลูกเร้าให้มีความนิยมนิคมวิถีชีวิต หรือ ความเป็นอยู่อย่างไทย มีความนิยมแนวคิดแบบไทย มีความประณีตอย่างผู้ที่ฉลาด และมี ความพอดีในการอุปโภคบริโภค



สำนักงานเลขาธิการ

150/2 ถนนราชบพิธ กรุงเทพฯ 10200

โทร. 2210856, 2211827

คณะกรรมการจัดงาน "นิมิตไทย หันภัยเศรษฐกิจ"

ประธานที่ปรึกษา ที่ปรึกษา	นายอุปมา	ขุนนาง	
1. คุณหญิงกฤตพรทิพย์	เกษแม่ณิก	2. นายโตโรจน์ เกษแม่ณิก	
3. นางจันทร์	ปิตรชาติ	4. นายเกียรติพงษ์ น้อยใจบุญ	
5. นางสุภัท	สวัสดิ์วิกรม	6. น.ส. ประภา กาญจนาคม	
ประธานจัดงาน	นางสาวสม	วงศายุทธกมล	
รองประธานจัดงาน	นายไพศาล	พิฑูทธิวัชรกุล	
ประธานฝ่ายบริหาร	นางแจ่มจรัส	เบญจามุริศ	
รองประธานฝ่ายบริหาร	นางเสงี่ยม	กะอองสุวรรณ	
ประธานฝ่ายประชาสัมพันธ์	นายเจนชาติ	ปริญญาอนุกรณ์ และ นางฉลว เกษาพันธ์	
รองประธานฝ่ายประชาสัมพันธ์	น.ส. สายน้ำผึ้ง	รัตนงาม	
ประธานฝ่ายกำกับเวที	น.ส. ปิยสุดา	จันทร์สุข	
ประธานฝ่ายการแต่ง	น.ส. กุศุมภ์	ปิณณิสรวิทย์	
รองประธานฝ่ายการแต่ง	นายธนัชบุรณ	สิทธิโชค	
ประธานฝ่ายประสานงาน	นายปรีชา	วงศายุทธกมล	
รองประธานฝ่ายประสานงาน	นางชลลดา	มงคลาณิช	
คณะกรรมการ			
1. นางเดือนฉาย	คอบันตร์	2. คร. ฤชา	จุฑาสมิต
3. นายจ่านงค์	พนัสจุฑาบุณย์	4. คร. วีระพงษ์	โพธิ์เมือง
5. นางงนิษฐศรี	สุวรรณนาค	6. คร. วิวัฒน์	แสงเทียน
7. นายศึลปชัย	ชาญเฉลิม	8. พ.อ. สุรินทร์	ชกประเสริฐ
9. นางนิตพร	นวมารค	10. นางจิดทวรรณ	ไทยเพชร
11. นางไฉไล	ชาญเฉลิม	12. น.ส. เทัญทวรรณ	คันติโชคเกียรติ
13. นายทิมค	กาญจน์ศิริ	14. น.ส. สุภาณี	ประสิทธิ์เกตุ
15. นางพิทพร	เทพทิศา	16. ทญ. รศ. เทวี	โพธิ์ผก
17. นางพรพรพิง	สารสิน	18. นายพิทวัฒน์	จกานันท์วงศ์
19. นายอรุณ	จันดี	20. น.ส. มาณิด	มงคล

2

คณะกรรมการ

1. คณะกรรมการอำนวยการ ๓๐ คน
2. คณะกรรมการบริหาร ๑๕ คน แต่งตั้งโดยคณะกรรมการอำนวยการ
3. คณะกรรมการฝ่าย แต่งตั้งโดยคณะกรรมการอำนวยการ
 - ฝ่ายวิชาการ
 - ฝ่ายประชาสัมพันธ์
 - ฝ่ายศิลปวัฒนธรรม
 - ฝ่ายสมาชิกสัมพันธ์
 - ฝ่ายจัดนิทรรศการ
 - ฝ่ายเผยแพร่คุณภาพผลิตภัณฑ์

อนุชาติ ปะภอธวัช

1. สมาชิกดีเด่นที่กล้า ได้แม่ บุคคลผู้มีเกียรติ หรืออุปถัมภ์สมาคม ฯลฯ
2. สมาชิกสามัญ ได้แม่ บุคคลทั่วไป (ค่าบำรุงตลอดชีพ ๕๐๐ บาท)
3. สมาชิกสหกรณ์ ได้แม่ นิตยบุคคล และมอบต่าง ๆ (ค่าบำรุง ๑,๐๐๐ บาท)

จนถึงกลางปี ๒๕๕๐ มีสมาชิกประมาณ ๑,๕๐๐ ราย

นายกสมาคม

1. ศาสตราจารย์ ดร. พูนภาค อธิบดีปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม
2. ท่านผู้หญิงนงนุช เสนาณรงค์ (๒๕๑๖ - ๒๕ ก.พ. ๒๕๕๐)
3. นายสุรานุภา พูนภาค (๓๑ มี.ค. ๒๕๕๐ - ปัจจุบัน)

ผลงานสำคัญในอดีต

- พ.ศ. ๒๕๑๕ สมาคมฯ เข้าร่วมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมนิคมไทยและ
สภาประทศ
- ๒๕๒๐ จัดงานวันสตรีนิคมไทย เป็นครั้งแรก
- ๒๕๒๑ ดำเนินการผลักดันของสมาคมฯ ตาม ในคณะรัฐมนตรีของ
 ราชการ พลเอกเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ ได้มีมติให้จัดตั้ง "คณะกรรมการ
 การส่งเสริมการค้าในสินค้าไทยและสภาประทศ" ซึ่งมีนายกสมาคมฯ
 เป็นกรรมการร่วมด้วย ทำให้หน่วยงานราชการ องค์การและรัฐวิสาหกิจ
 ต้องจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์จากผู้ผลิตภายในประเทศก่อน ถ้าหากสินค้า
 ไทยมีราคาสูงกว่าของอย่างเดียวกันที่นำเข้ามาจากต่างประเทศไม่เกิน
 ร้อยละ ๑๕
- ๒๕๒๑-๒๕๓๐ ริเริ่มให้มีการจัดประกวดและแจกรางวัลแก่ผู้ผลิตสินค้าไทยดีเด่น

3

เป็นครั้งแรกในประเทศไทย เพื่อเป็นการยกย่องเชิดชู และให้กำลังใจ
 แก่ผู้ผลิตสินค้าไทย ซึ่งมีส่วนบุกรุกสร้างความเจริญแก่เศรษฐกิจของ
 ชาติ โดยได้จัดทำต่อไปอย่างต่อเนื่องทุกปี จนมีผู้นำความคิดริเริ่ม
 ไปจัดทำภายหลัง สมาคมฯ จึงหยุดงานริเริ่ม เป็นตัวอย่างนี้
 สมาคมฯ ได้จัดประกวดเรื่องความเกี่ยวข้องเสริมการนิคมไทยและลด
 ความทุ้นเฟือ โดยได้รับความร่วมมือจากธนาคารออมสิน
 ๒๕๒๔
 ๒๕๒๕-๒๕๕๐
 สมาคมฯ เข้าร่วมในการจัดผลงานแสดงสินค้าไทย ในจุดต่าง ๆ
 เช่น ในงานที่จัดโดยศูนย์ศิลปาชีพ ภาครัฐไทย และอื่น ๆ แต่เนื่อง
 จากมีผู้ประสงค์จะจัดแสดงสินค้า ณ ศูนย์ส่งเสริมการค้าส่งออก
 กรมส่งเสริมการค้าส่งออกเป็นจำนวนมาก สมาคมฯ จึงยังมีได้รับความ
 ร่วมมือจากกรมส่งเสริมการค้าส่งออก ให้จัดงานดังกล่าวจนถึงปัจจุบัน

กิจกรรมที่จะจัดทำต่อไปปี ๒๕๕๑

- ร่วมารณรงค์นิคมไทยและอยู่อย่างประหยัดที่รัฐบาลดำเนินการสนับสนุน
- นำชมโรงงานผลิตสินค้าไทย
- ส่งวิชาการศึกษาอบรมและเชิญชวนให้มีการนิคมไทยและการอยู่อย่างประหยัด
- เข้าร่วมและจัดงานแสดงสินค้าไทยและวัฒนธรรมไทย
- แขนงที่ร่วมการค้าการนิคมไทยและการอยู่อย่างประหยัด ในสื่อต่าง ๆ รวมทั้งการสนับสนุนความ
 นิคมไทย การยื่นกษาขอในวิสัยที่เกี่ยวกับการนิคมไทย
- จัดทำเอกสารนิคมไทยและวารสารนิคมไทยออกเผยแพร่
- เชิญชวนเข้าร่วมเป็นสมาชิกและร่วมลดต้นทุนการนิคมไทยของสมาคมฯ
- ประสานกับส่วนราชการในการรณรงค์การค้าการนิคมไทยและอยู่อย่างไทยในหมู่ประชาชน การปลูก
 ความสำนึกและริเริ่มชนในความเป็นไทย

คณะกรรมการอำนวยการ สมาคมนิคมไทย ๒๕๕๐-๕๑

นายสุรานุภา	พูนภาค	นายกสมาคม
นายไพโรจน์	เกษมณีกิจ	สุปนาถ
นายจันทน์	พนัสสุหาบุษย์	สุปนาถ
นายเกียรติพงศ์	น้อใจบุญ	สุปนาถ
นางสาธิตประภา	กาญจนาคม	เธณีการ
ดร.วิวัฒน์	แสงเทียน	เพ็ญอุทัย
นางธนัชชุตี	สุวรรณา	นายนพธี
นางจิตพราวณ	โกศลพร	ปฏิคม

ประวัติผู้วิจัย

นางสาววราภรณ์ พงษ์ไพบูลย์ เกิดเมื่อวันที่ 2 ตุลาคม 2515 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปี 2536 และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2540 ปัจจุบันทำงานเป็นพนักงานระดับผู้ช่วยหัวหน้า แผนกวางแผนงานบริการ ส่วนงานบริการหลังการขาย บริษัท ฮอนด้าคาร์ส์ (ประเทศไทย) จำกัด



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย