

ภาคผนวก

ตัวอย่างแบบสอบถาม

“ การศึกษาการรับรู้ และทัศนคติ ของผู้บริหารต่อสื่อกิจกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืน
ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) หรือ เอสซีจี ”

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาสื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยข้อมูลที่จะได้รับจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการ ศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ในสื่อกิจกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) หรือ เอสซีจี

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อสื่อกิจกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) หรือ เอสซีจี

คำแนะนำ กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง หน้าคำที่ท่านเลือก

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

1.เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2.อายุ

- 1) 20-25 ปี 2) 26-30 ปี 3) 31-35 ปี
 4) 36-40 ปี 5) มากกว่า 40 ปี

3.ระดับการศึกษา

- 1) น้อยกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษา 2) ปวช. ปวส./ อนุปริญญาตรี
 3) ปริญญาตรี 4) สูงกว่าปริญญาตรี

4.อาชีพ

- 1) นักเรียน/นักศึกษา 2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 3) พนักงานบริษัทเอกชน 4) ค้าขาย/รับจ้าง
 5) ทำธุรกิจส่วนตัว 6) อื่นๆ กรุณาระบุ _____

5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 15,000 บาท 2) 15,000 - 25,000 บาท
 3) 25,001 - 35,000 บาท 4) 35,001 - 45,000 บาท
 5) 45,001 - 55,000 บาท 6) 55,001 บาท ขึ้นไป

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ในสื่อกิจกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

2.1 ท่านเคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเอสซีจีใน โครงการเอสซีจีรักษ์น้ำเพื่ออนาคต สร้างฝายในใจคนผู้ชุมชนยั่งยืน จากสื่อใด บ่อยครั้งเพียงใด

(กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด)

ชนิดของสื่อ	ความถี่ในการพบเห็น				
	มากกว่า 5 ครั้ง/ เดือน	2-4 ครั้ง/ เดือน	เดือน ละครั้ง	2 เดือน ขึ้นไปต่อ ครั้ง	ไม่พบ เห็น
	5	4	3	2	1
<p>2.1.1 เครื่องมือการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน (Above the-line Promotions)</p> <p>1. สื่อโฆษณาโทรทัศน์ เช่น โฆษณาชุด คนต้นน้ำสู่คนปลายน้ำเอสซีจีขอบคุณน้ำ น้ำหยดแรกและโฆษณาชุดญาติผู้ใหญ่ เป็นต้น</p> <p>2. สื่อหนังสือพิมพ์ เช่น ไทยโพสต์ และบ้านเมือง</p> <p>3. สื่อภายนอก (ป้ายโฆษณาโปสเตอร์โฆษณา) เช่น</p>  <p>4. สื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ของเอสซีจี และ คลิปวิดีโอในเว็บไซต์ต่างๆและYouTube</p> <p>5. สื่ออื่นๆเช่น สารคดีดนตรีเล่าเรื่องน้ำคือชีวิต</p>					
<p>2.1.2 เครื่องมือการสื่อสารไม่ผ่านสื่อมวลชน (Below-the-line Promotions)</p> <p>1. สื่อกิจกรรมเช่น กิจกรรม “สร้างฝายในใจคนผู้ชุมชนยั่งยืน” ตั้งเป้าสร้างฝายชะลอน้ำ 50,000 ฝายตลอดครบรอบ 100ปี เอสซีจี ในปี 2556</p> <p>2. สื่อบุคคล (พนักงานของเอสซีจี)</p>					

2.2 ท่านเคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเอสซีจีใน โครงการซ่อมบ้านสร้างสุขกับเอสซีจี จากสื่อใด บ่อยครั้งเพียงใด

(กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด)

ชนิดของสื่อ	ความถี่ในการพบเห็น				
	มากกว่า 5 ครั้ง/ เดือน	2-4 ครั้ง/ เดือน	เดือน ละครั้ง	2 เดือน ขึ้นไปต่อ ครั้ง	ไม่พบ เห็น
	5	4	3	2	1
<p>2.2.1 เครื่องมือการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน (Above the-line Promotions)</p> <p>1. สื่อโฆษณาโทรทัศน์ เช่น เอสซีจี เชื่อมั่นในอนาคตของประเทศไทย</p> <p>2. สื่อหนังสือพิมพ์ เช่น มติชนและไทยรัฐ</p> <p>3. หนังสือ คู่มือฟื้นฟูบ้านหลังน้ำลด</p> <p>4. สื่อภายนอกเช่น (ป้ายโฆษณาโปสเตอร์โฆษณา) เช่น</p>  <p>5. สื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ของเอสซีจี, คลิป 10 วิธีซ่อมบ้านสร้างสุขด้วยตัวคุณเองกับเอสซีจี และ เว็บไซต์ YouTube เป็นต้น</p>					
<p>2.2.2 เครื่องมือการสื่อสารไม่ผ่านสื่อมวลชน (Below-the-line Promotions)</p> <p>1. สื่อกิจกรรมเช่น งานเปิดตัวโครงการ “ซ่อมบ้าน สร้างสุข กับเอสซีจี”</p> <p>2. สื่อเฉพาะกิจ เช่น จัดงานสัมมนาและตอบทุกปัญหาเรื่องการซ่อมปรับปรุงบ้าน ในหัวข้อ “ซ่อมบ้านสร้างสุข” โดยทีมวิทยากรผู้เชี่ยวชาญของเอสซีจี</p> <p>3. สื่อบุคคล (พนักงานของเอสซีจี)</p>					

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อสื่อกิจกรรมการพัฒนายั่งยืนของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
(กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด)

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
<p>3.1 ทัศนคติต่อองค์กรเอสซีจี</p> <p>3.1.1 บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)หรือเอสซีจีดำเนินธุรกิจด้วยการพัฒนายั่งยืน</p> <p>3.1.2 เอสซีจี ปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาลอย่างเคร่งครัด นั่นก็คือการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสเปิดเผย ตรวจสอบได้ และเป็นธรรม</p> <p>3.1.3 อุดมการณ์ที่ เอสซีจี ถือปฏิบัติสืบเนื่องกันมาจากรุ่นสู่รุ่น คือ“ถ้อยมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม”</p> <p>3.1.4เอสซีจีเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>3.1.5 เอสซีจี ให้ความสำคัญกับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม</p> <p>3.2 ทัศนคติต่อกิจกรรมการพัฒนายั่งยืน</p> <p>3.2.1 เอสซีจี ได้ดำเนินกิจกรรมการพัฒนายั่งยืนอย่างต่อเนื่อง และมีหลากหลายโครงการทั้ง โครงการระยะสั้นและระยะยาว</p> <p>3.2.2 เอสซีจี ให้ความสำคัญกับกิจกรรมการพัฒนายั่งยืน.ในด้านสิ่งแวดล้อม</p> <p>3.2.3 เอสซีจี ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินงานเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>3.2.4 เอสซีจี ได้มีการพัฒนากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมาโดยตลอด</p> <p>3.2.5 เอสซีจี เป็นผู้ นำ การรับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>3.3 ทัศนคติต่อสื่อกิจกรรมการพัฒนายั่งยืนของเอสซีจี</p> <p>3.3.1 เอสซีจี สื่อสารให้ผู้บริโภคและสังคมทราบถึงกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจี ที่ดำเนินงานมาโดยตลอด</p> <p>3.3.2 เอสซีจี มีการพัฒนาประสิทธิภาพในการสื่อสารกิจกรรมการรับผิดชอบต่อสังคมให้กับผู้บริโภคของเอสซีจีอยู่เสมอ</p> <p>3.3.3 เอสซีจี สื่อสารกิจกรรมการรับผิดชอบต่อสังคมโดยใช้หลากหลายสื่อเช่น โฆษณา ประชาสัมพันธ์ และ การเข้าไปมีส่วนร่วมของผู้บริโภคและคนในชุมชนในพื้นที่ต่างๆ</p>					

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อสื่อกิจกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
(กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด)

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
3.3.4 เอสซีจี สื่อสารกิจกรรมการรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ					
3.3.5 เอสซีจี สื่อสารให้ผู้บริโภคใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น					
3.4 ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ด้านสังคมของเอสซีจี					
3.4.1 ผู้บริโภคและสังคมไทยจดจำภาพลักษณ์ที่ดีในการรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจี					
3.4.2 ผู้บริโภครู้สึกดีกับแบรนด์ของเอสซีจี					
3.4.3 เอสซีจีเป็นองค์กรตัวอย่างในการดำเนินธุรกิจด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน					
3.4.4 เอสซีจีมีภาพลักษณ์ที่ดีในการรับผิดชอบต่อสังคม					
3.4.5 เอสซีจีสร้างการยอมรับจากผู้บริโภคและสังคม ว่า SCG เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและสังคม					

ข้อเสนอแนะ

โครงการเอสซีจีรักษาน้ำเพื่ออนาคต“สร้างฝายในใจคนสู่ชุมชนยั่งยืน”

เอสซีจีสร้างฝายน้ำ ปลูกฝายในใจคน สู่ชุมชนยั่งยืน

เอสซีจีจัดกิจกรรม SCG รักษาน้ำเพื่ออนาคต "สร้างฝายในใจคน...สู่ชุมชนยั่งยืน" รวมพลังเครือข่ายกัลยาณมิตร ทั้งพนักงาน อาสาสมัคร และชุมชนชาวลำปางกว่า 500 คน เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และเฉลิมฉลองในโอกาสที่เอสซีจีครบรอบ 96 ปี การสร้างฝายดังกล่าวมีเจตนามุ่ง "สร้างฝายในใจคน" ปลูกจิตสำนึกอนุรักษ์น้ำ ถ่ายทอดกระบวนการเรียนรู้เพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน โดยฝายชะลอน้ำที่เอสซีจีตั้งเป้าสร้างมีจำนวน 50,000 ฝาย ทั้งนี้ เพื่อเป็นการฉลองครบรอบการก่อตั้ง 100 ปี เอสซีจีในปี 2556

นายกานต์ ตระกูลสุน กรรมการผู้จัดการใหญ่ เอสซีจี กล่าวว่า เอสซีจีได้น้อมนำแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำมาปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ภายใต้โครงการ "SCG รักษาน้ำเพื่ออนาคต" เพื่อแก้ปัญหาหน้าขาด น้ำกิน น้ำเสีย ช่วยสร้างสมดุลให้กับระบบนิเวศ บรรเทาภาวะโลกร้อน คืนคุณภาพชีวิตที่ดีสู่สังคมอย่างยั่งยืน โดยร่วมกับชุมชนสร้างฝายชะลอน้ำมาตั้งแต่ปี 2546 และมีเป้าหมายที่จะสร้างฝายชะลอน้ำให้ครบ 20,000 ฝายในปี 2553 จึงรวมพลังเครือข่ายกัลยาณมิตร ทั้งพนักงาน อาสาสมัคร และชุมชนชาวลำปางกว่า 500 คนร่วมสร้างฝายชะลอน้ำในกิจกรรม "สร้างฝายในใจคน...สู่ชุมชนยั่งยืน" กรรมการผู้จัดการใหญ่ เอสซีจี กล่าวว่า จากการสร้างฝายชะลอน้ำในหลายปีที่ผ่านมา ทำให้เห็นผลเชิงนิเวศหลากหลายรูปแบบ นอกจากจะช่วยชะลอน้ำ สร้างความชุ่มชื้นให้กับผืนป่า ช่วยให้ไฟป่าลดลง ชุมชนมีน้ำใช้อย่างพอเพียงในหน้าแล้งและน้ำไม่ท่วมในหน้าฝน โดยในช่วงที่ฝนตกหนักจนน้ำท่วม จ.ลำปาง เมื่อเดือนตุลาคมที่ผ่านมา ฝายชะลอน้ำได้ทำหน้าที่เป็นอย่างดี ช่วยไม่ให้น้ำท่วมในพื้นที่ที่สร้างฝายชะลอน้ำ เช่น ชุมชนบ้านสาสบหก ในอำเภอแจ้ห่ม และอีกหลายชุมชนในอำเภอแม่ทะ ได้แก่ ชุมชนบ้านสามขา บ้านนายาบ บ้านทุ่ง บ้านคอนไฟ บ้านเอียง เป็นต้น ในขณะที่หมู่บ้านอื่นๆ โดยรอบโดนน้ำท่วมหมด แต่ฝายชะลอน้ำได้ช่วยยืดระยะเวลาให้น้ำท่วมช้าลง และยังช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยใช้น้ำมาจัดทำเป็นประปาภูเขา ทำให้ สามารถเพาะปลูกได้ตลอดปี และยังสามารถผลิตจากป่า อาทิ เห็ดต่างๆ ผักหวาน น้ำผึ้ง สมุนไพร มาเป็นรายได้เสริมอีกทางหนึ่ง ทำให้หลายชุมชนมีวิถีชีวิตที่ดีขึ้น หลดหนี้สิน ลูกหลานกลับมาทำมาหากินใน บ้านเกิด บางแห่งกลายเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชนที่เปิดโอกาสให้ผู้สนใจมา ศึกษาเรียนรู้ เปิดเป็นโฮมสเตย์ ส่งผลให้ชุมชนสามารถใช้ชีวิตตามวิถีแห่งความพอเพียง และอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างยั่งยืนและเป็นสุข

ส่วนการสร้างฝายที่ถูกต้องและไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ จะต้องเลือกสร้าง ฝายในบริเวณร่องน้ำแห้งหรือลำธารที่แห้งขอด ไม่มีน้ำในหน้าแล้ง และเป็นร่องน้ำเดิมตามธรรมชาติ

ไม่ใช่เป็นการเปลี่ยนแปลงเส้นทางเดิมของน้ำตามธรรมชาติ เพื่อให้สามารถเก็บความชุ่มชื้นและน้ำบางส่วนไว้ได้ในหน้าฝน แก้ปัญหาขาดน้ำ ในหน้าแล้งและน้ำท่วมในหน้าฝน และฝายที่สร้างควรใช้วัสดุจากธรรมชาติ "ฝายชะลอน้ำยังก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมที่เรียกว่า "การสร้างฝายในใจคน" เกิดจิตสำนึกในชุมชน สร้างโอกาสให้คนในชุมชนหันมาพูดคุยกันมากขึ้น วิเคราะห์ปัญหา และหาทางแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง โดยที่เอสซีจีกับองค์กรภาคีร่วมเป็นเพียงพี่เลี้ยง ท้องถิ่น และวิถีชีวิตอย่างพอเพียงเป็นสิ่งที่เป็ผลพลอยได้ที่จะทำให้การพัฒนาของ ชุมชนและ สิ่งแวดล้อมยั่งยืนต่อไป แสดงให้เห็นว่าภาคอุตสาหกรรมสามารถอยู่ร่วมกับชุมชนและสังคมได้" กรรมการผู้จัดการใหญ่ เอสซีจี กล่าว.

ภาพยนตร์โฆษณาชุด “ขอบคุณน้ำ” ของ SCG ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 ประเภท ส่งเสริมสังคมและสิ่งแวดล้อม จาก สคบ. วันที่ 13 กรกฎาคม 2554



ตัวแทน SCG รับ มอบโล่รางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 1 ประเภท ส่งเสริมสังคมและสิ่งแวดล้อม ใน โครงการภาพยนตร์โฆษณาดีเด่นทางโทรทัศน์เพื่อ ผู้บริโภค ครั้งที่ 10 จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภค ร่วมกับสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย ภายใต้ ชื่องาน “สคบ อะวอร์ด” ณ เซ็นเตอร์พ้อยท์ เพลย์เฮาส์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ ในวันที่ 8 กรกฎาคม 2554 ที่ผ่านมา

เอสซีจีเล่าชีวิตจริง - กระตุ้นจิตสำนึกรักษ์น้ำ 4 กุมภาพันธ์ 2553 - สำหรับปี 2553 นี้ เอสซีจีมุ่งรณรงค์เรื่องการดูแลสิ่งแวดล้อมด้านอนุรักษ์น้ำอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการกระตุ้นสร้าง จิตสำนึกของคนในสังคม โดยเฉพาะเยาวชนคนรุ่นใหม่ให้ร่วมกันอนุรักษ์น้ำต่อไปในอนาคต จึงได้ ผลิตภาพยนตร์โฆษณา ในชื่อชุด “ขอบคุณน้ำ” โดยเริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2553

ตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณาชุด “ขอบคุณน้ำ”



ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง ‘ขอบคุณน้ำ’ เกิดจากแนวคิดที่ว่า “น้ำ” เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของทุกคน เมื่อมี “น้ำ” ก็สามารถทำมาหากินในชุมชนบ้านเกิดได้และยังทำให้ทุกชีวิตดำเนินไปได้อย่าง ยั่งยืนโดยถ่ายทอดผ่านชีวิตจริงของครอบครัวแม่แก้วดี และบุตรชาย คือ คุณถาวร ชะโล ซึ่งปัจจุบันกลับมาเป็นเกษตรกร และผู้นำเยาวชนอาสาสมัครน้ำที่บ้านสามขา จังหวัดลำปาง

ในอดีตก่อนที่คุณถาวรจะกลับมาเป็นเกษตรกร ที่บ้านเกิด ชุมชนบ้านสามขามีแต่ความแห้งแล้งไม่สามารถทำการเกษตรได้ ทำให้คุณถาวรต้องทิ้งบ้านเกิดเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ โดยแม่ต้องอยู่เพียงลำพัง และรอคอยวันที่ลูกจะได้กลับมาทำมาหากินที่บ้านเกิดอีกครั้ง ต่อมาเมื่อ SCG ดำเนินโครงการสร้างฝายชะลอน้ำที่บ้านสามขา จึงทำให้คุณถาวร ได้มีโอกาสกลับมาที่ชุมชนอีกครั้งเพื่อร่วมกับคนในชุมชน เรียนรู้การจะสร้างฝายชะลอน้ำด้วยวัสดุทางธรรมชาติ และทำให้เกิดความร่วมมือแรงร่วมใจช่วยกันอนุรักษ์น้ำอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งชุมชนค่อยๆ กลับมามีความสุขสมบูรณ์ และคนในชุมชนสามารถทำมาหากินที่บ้านเกิดได้อีกครั้ง นอกจากนี้จะช่วยอนุรักษ์ต้นน้ำ โดยการสร้างฝาย ชะลอน้ำให้กับชุมชนบ้านเกิดแล้ว คุณถาวรยังเป็นผู้นำเยาวชนอาสาจากกรุงเทพฯ ที่เข้ามาเรียนรู้และร่วมสร้างฝายชะลอน้ำในพื้นที่ต้นน้ำ โดยการช่วยถ่ายทอดความรู้ แนวคิด และประสบการณ์ให้กับกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พวกเขาเหล่านั้นเกิดจิตสำนึกและตระหนักเห็นคุณค่าในการอนุรักษ์น้ำ สืบต่อไปในอนาคต

เอสซีจี สร้างสรรค์ภาพยนตร์ณรงค์เพื่อการอนุรักษ์น้ำอย่างต่อเนื่อง หลังจากก่อนหน้านี้ได้เผยแพร่ไปแล้ว 4 ชุด คือ “คืนชีวิต” “Miracle” หรือความมหัศจรรย์ ของฝายชะลอน้ำ ที่พลิกฟื้นความสมบูรณ์ของธรรมชาติให้กลับคืนมา และ “น้ำหยดแรก” ซึ่งมีส่วนผลักดันให้คนตระหนักและร่วมดูแลรักษาทรัพยากรน้ำมากขึ้น และในปี 2551 ได้ขยายแนวคิดการสร้างจิตสำนึกของคนปลายน้ำ ในภาพยนตร์ชุด “คนต้นน้ำสู่คนปลายน้ำ”

ตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณาชุด “คนต้นน้ำสู่คนปลายน้ำ”

ชื่อเรื่อง	คนต้นน้ำสู่คนปลายน้ำ
ความยาว	60 วินาที
เจ้าของภาพยนตร์	เครือซิเมนต์ไทย (SCG)
บริษัทผู้ผลิต	Mucky – Muck
ผู้กำกับ	สวรศ เชื้อชาติ
เอเจนซี	TBWA\THAILAND
ครีเอทีฟ	อรรวรรณ ดิษฐ์โยธิน โศกชัย เกษมศรีพิทักษ์

เรื่อง : คนตื้นน้ำสู่คนปลายน้ำ
 ความยาว : 60 วินาที
 เริ่มออกอากาศ 21 เมษายน 2551



แนวคิด

“คนตื้นน้ำสู่คนปลายน้ำ” นำเสนอเรื่องราวชีวิตจริงของคนตื้นน้ำและคนปลายน้ำ โดยมี คุณสมชาย งามสม ตัวแทนจากชุมชนบ้านสาสบหก จ.ลำปาง ที่อนุรักษ์น้ำด้วยการสร้างฝายชะลอน้ำ เพื่อสร้างความชุ่มชื้นให้กับป่า พร้อมคืนสมดุลสู่ธรรมชาติ และมีคุณฉวย กะหว่านาค ตัวแทนคนปลายน้ำ จากชุมชนบางปรอก จ. ปทุมธานี ซึ่งเป็นผู้นำชุมชนฟื้นฟูแหล่งน้ำ เช่นการเก็บขยะในแม่น้ำลำคลอง การจัดทำถังดักไขมัน การทำน้ำหมักชีวภาพ ภาพยนตร์ชุดนี้นำเสนอด้วยการตัดสลับเรื่องราวของคนทั้งสอง ซึ่งไม่เพียงแต่สะท้อนกิจกรรมการอนุรักษ์น้ำของตัวแทนคนตื้นน้ำและปลายน้ำ เท่านั้น หากแต่ยัง สะท้อนถึงจิตวิญญาณและหัวใจของคนรักน้ำ อีกด้วย คำพูดของคุณสมชายและคุณฉวย ถ่ายทอดจิตสำนึกและตัวตนของคนรักน้ำ อย่างเป็นธรรมชาติและมีพลัง ทำให้คนดูมีความรู้สึกร่วม และกลับมาตั้งคำถามกับตัวเองว่า “ในเมื่อเรากินอยู่และใช้ประโยชน์จากน้ำทุกวัน แล้วเราได้ทำอะไรเพื่อคืนกลับให้น้ำได้บ้าง???”

เครือซิเมนต์ไทย (SCG) สร้างสรรค์ภาพยนตร์ณรงค์เพื่อการอนุรักษ์น้ำ ต่อเนื่องหลังจากก่อนหน้านี้ได้เผยแพร่ไปแล้ว 3 ชุด คือ “คืนชีวิต” “Miracle” หรือความมหัศจรรย์ของฝายชะลอน้ำ ที่พลิกฟื้นความสมบูรณ์ของธรรมชาติให้กลับคืนมา และ “น้ำหยดแรก” ซึ่ง มีส่วน

ผลักดันให้คนตระหนักและร่วมดูแลรักษาทรัพยากรน้ำมากขึ้น สำหรับในปี 2551 นี้ SCG มีความตั้งใจที่จะขยายแนวคิดของการอนุรักษ์น้ำออกไปในวงกว้างโดยเฉพาะการ สร้างจิตสำนึกของคนปลายน้ำ จึงได้ผลิตภาพยนตร์ ในชื่อชุด “คนต้นน้ำสู่คนปลายน้ำ”

ตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณาชุด “ญาติผู้ใหญ่”



ความยาว: 1:32 นาที จำนวนผู้เข้าชม: 26,009 ครั้ง

เรื่อง ราวการร่วมมือกันระหว่าง Scg และชุมชน เพื่อแก้ปัญหาเกี่ยวกับน้ำในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นน้ำท่วม น้ำแล้ง และน้ำเสีย โอแม่โยร้องให้พุ่มพวย ใจสลายน้ำไหลล้นบ่า ท่วมเจ็บนองดังสายน้ำตา ร่วมรักษาคุณแล แม่หก ก่อนเราเคยทะเลเลยหลงลิ้ม ปล่อยคุณยาย แห่งลง แห่งลง แต่วันนี้รู้แล้วก็คง ช่วยรักษาเยียวยา ขายดา โอแม่เจ้าแม่เคยทุกข์ตรม แม่ขึ้นขมไว้ร้างฝูงปลา แต่บัดนี้น้ำใสคืนมา คืนฝูงปลาให้น้ำ แม่กลอง ผูกพันกับสายน้ำ เหมือนญาติผู้ใหญ่

โครงการซ่อมบ้านสร้างสุข กับ เอสซีจี

ภาพยนตร์โฆษณาชุด “เชื่อมั่นประเทศไทย” ปลุกพลังบวก

ความยาว	60 วินาที
เจ้าของภาพยนตร์	เอสซีจี
บริษัทผู้ผลิต	Shihuahua (ชีวาา)
ผู้กำกับ	ชาญ รุ่งเรืองเดชวัฒนา
เอเจนซี่	บริษัท ทีบีดับบลิวเอ (ประเทศไทย) จำกัด
ครีเอทีฟ	ฤทธิ์ พร้อมพิชาญ

ตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณาชุด “เชื่อมั่นประเทศไทย” ปลุกพลังบวก



จุดมุ่งหมายของภาพยนตร์โฆษณา

สร้างความเชื่อมั่นในอนาคตที่ดีขึ้นของประเทศไทยหลังผ่านวิกฤตน้ำท่วม พร้อมทั้งเป็นกำลังใจให้คนไทยทุกคนไม่ท้อแท้หมดหวัง อดทนสู้และร่วมฝ่าฟันวิกฤตครั้งนี้ไปด้วยกัน

แนวคิดของภาพยนตร์โฆษณา

ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง ‘เชื่อมั่นประเทศไทย’ ต้องการสื่อให้เห็นว่า ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะเกิดวิกฤตน้ำท่วมครั้งใหญ่ขึ้น แต่ด้วยพื้นฐานที่ยังแข็งแรงอยู่ ประเทศของเรายังคงมีความหวัง เรายังมีอนาคตที่ดี ขอเพียงคนไทยทุกคนไม่ยอมแพ้ ลุกขึ้นสู้และร่วมมือกันช่วยฟื้นฟูประเทศ ก็มั่นใจได้ว่าเราจะสามารถผ่านพ้นไปได้และกลับมาแข็งแกร่งกว่าเดิม

ภาพยนตร์โฆษณาชุด ‘เชื่อมั่นประเทศไทย’ ทั้ง 2 ชุด ดำเนินเรื่องราวผ่านเด็กที่เปรียบเหมือนสัญลักษณ์แห่งอนาคตที่สดใส โดยเป็นเหตุการณ์หลังน้ำลดที่มีกลุ่มเด็กๆ ออกมาช่วยกันทำความสะอาด ฟื้นฟูบ้านเมืองเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการกลับมาเริ่มต้นประเทศอีกครั้งหลังจากที่ต้องหยุดนิ่งไปในช่วงวิกฤติที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็นการเก็บกวาดขยะตามถนนหนทาง ทาสีโรงเรียน ช่วยกันทำความสะอาดกำแพงวัด การร่วมกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเก็บผักตบชวา การสร้างฝายชะลอน้ำ รวมถึงการคิดค้นเรื่องของโครงสร้างชลประทานฝังกูลดลงที่จะช่วยป้องกันไม่ให้น้ำกลับมาท่วมในอนาคต จนในที่สุดทุกๆ ภาคส่วนของประเทศก็สามารถกลับมาเดินหน้าต่อไปได้เช่นเดิม ภาพยนตร์โฆษณาจึงได้สื่อให้เห็นถึงพลังและกำลังใจจากเด็กๆ ที่ส่งต่อให้ผู้ใหญ่กลับมามีความเข้มแข็งและมีพลังสู้ต่อไป เพื่อให้ประเทศไทยก้าวต่อไปสู่อุณหภูมิที่แข็งแกร่งยิ่งขึ้นกว่าเดิม

เอสซีจี เปิดตัวโครงการ “ซ่อมบ้าน สร้างสุข กับเอสซีจี” นำทีมผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ พร้อมแจกคู่มือฟื้นฟูบ้านหลังน้ำลด



เอส ซีจี เปิดตัวโครงการ “ซ่อมบ้าน สร้างสุข กับเอสซีจี” ส่งทีมผู้เชี่ยวชาญสร้างความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นในการฟื้นฟูสภาพบ้านหลัง น้ำลด พร้อมจัดทำคู่มือเผยแพร่แนวทางฟื้นฟูบ้าน 10 ประการ เพื่อการตรวจสอบและซ่อมแซมแบบง่ายๆ และปลอดภัย ก่อนเรียกช่างผู้มีประสบการณ์เข้ามาปรับปรุงแก้ไขในรายละเอียดต่อไป

วินัส อัสวสิทธิถาวร ผู้อำนวยการสำนักงานสื่อสารองค์กร เอสซีจี กล่าวถึงที่มาโครงการ “ซ่อมบ้าน สร้างสุข กับเอสซีจี” ว่า ปัญหาอุทกภัยที่เกิดขึ้น ไม่เพียงสร้างความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สินเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจด้วย สิ่งจำเป็นที่ต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน คือ การเร่งฟื้นฟูความเสียหายหลังน้ำลด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการฟื้นฟูสภาพที่พังกาอาศัยที่อาจได้รับความเสียหายจากน้ำ ที่ท่วมขัง ซึ่งไม่ใช่แค่ซ่อมแซมและปรับปรุงให้กลับมาอยู่เหมือนเดิม สิ่งที่สำคัญคือต้องคำนึงถึงความปลอดภัยจากอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นระหว่าง การกลับเข้าไปสำรวจและซ่อมแซมที่พังกาอาศัย

เอสซีจี จึงจัดทำโครงการ “ซ่อมบ้าน สร้างสุข กับเอสซีจี” เพื่อฟื้นฟูบ้านหลังน้ำลด โดยส่งทีมงานผู้เชี่ยวชาญด้านวัสดุก่อสร้างที่มากประสบการณ์ของเอสซีจี ลงพื้นที่บรรยายให้ความรู้ผู้ประสบภัยกลุ่มต่างๆ อาทิ ชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน และสื่อมวลชน เพื่อให้ผู้ประสบภัยสามารถตรวจสอบและประเมินความเสียหาย รวมทั้งดำเนินการปรับปรุงซ่อมแซมที่พังกาอาศัยในเบื้องต้นได้อย่างปลอดภัยและ ถูกต้องเหมาะสม ก่อนเรียกช่างผู้มีประสบการณ์เข้ามาปรับปรุงแก้ไขในรายละเอียดต่อไป

เอสซีจี ยังได้จัดทำคู่มือ “ซ่อมบ้าน สร้างสุข กับเอสซีจี” รวบรวมความรู้ที่เป็นประโยชน์จากทีมงานผู้เชี่ยวชาญของเอสซีจี อาทิ วิศวกร สถาปนิก จากตราช่างและคอตโต้ ตลอดจนช่างผู้ชำนาญการด้านการสร้างและซ่อมแซมที่พังกาอาศัยจากสถาบันช่างดี นำเสนอ

ความรู้ความเข้าใจการซ่อมบ้านหลังน้ำลดในรูปแบบที่เข้าใจง่าย และสามารถนำไปปฏิบัติได้ด้วยตนเอง สรุปเป็นแนวทางการฟื้นฟูบ้าน 10 ประการ ประกอบด้วยความรู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบต่างๆ ภายในที่พักอาศัย ได้แก่

1. การตรวจสอบสภาพก่อนเข้าบ้าน
2. ระบบไฟฟ้า
3. ระบบประปา
4. ระบบท่อน้ำและสุขภัณฑ์
5. การซ่อมแซมประตู หน้าต่าง
6. การบำรุงรักษาพื้น
7. การดูแลผนัง ฝ้า และฝ้าเพดาน
8. การตรวจสอบกำแพง รั้วบ้าน
9. การดูแลเฟอร์นิเจอร์
10. การดูแลตรวจสอบเรื่องอื่นๆ

ผู้ที่สนใจสามารถดาวน์โหลดคู่มือ “ซ่อมบ้าน สร้างสุข กับเอสซีจี” ฉบับพกพาได้ที่ www.scg.co.th และจะแจกฟรี ตั้งแต่ 1 ธ.ค. เป็นต้นไป ที่สำนักงานสื่อสารองค์กร เอสซีจี หรือร้านโฮมมาร์ทที่ร่วมโครงการ สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ติดต่อ โทร 02-586-4141 และ 02-586-2222 ที่ผ่านมา เอสซีจี ได้ให้ความช่วยเหลือหน่วยงานและชุมชนต่างๆ ที่ได้รับผลกระทบจากอุทกภัย รวมทั้งดูแลลูกค้า พนักงานและครอบครัว อย่างเต็มกำลังความสามารถ โดยวางแผนทางช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมอย่างเข้มแข็งและเป็นรูปธรรม 4 แนวทาง คือ

1. บรรเทาความเดือดร้อน
2. จัดหาวัสดุป้องกันน้ำท่วม
3. เร่งฟื้นฟูหลังน้ำลด
4. เตรียมความพร้อมเพื่อรับมือในอนาคต

ทั้งนี้ เอสซีจี ขอแสดงความเสียใจกับผู้ประสบอุทกภัยทุกคน และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า สถานการณ์จะดีขึ้นในเร็ววัน” วินัส กล่าวเพิ่มเติม

โปสเตอร์ของ โครงการ “ซ่อมบ้าน สร้างสุข กับเอสซีจี”

ตราช่าง COTTO

**หลังน้ำลด
ให้เราช่วยคุณ
เรื่องซ่อมบ้าน**

เราพร้อมให้คำปรึกษาอย่างเข้าใจ และช่วยเหลืออย่างจริงจัง
ด้วยคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

- ✓ คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญเรื่อง
 - หลังคา • ฝ้า เพดาน • ผนัง พื้น
 - ห้องน้ำ ห้องครัว • บริเวณรอบบ้าน
- ✓ บริการแนะนำช่างมืออาชีพ
- ✓ พบกับสินค้าราคาพิเศษ
- ✓ พร้อมรับข้อเสนอพิเศษจาก SCG

โทรหาเราได้ที่ **02-586-4141** และ **02-586-2222**
www.trachang.co.th หรือ www.cotto.co.th

หรือมาคุยกันที่

กรุงเทพฯ : โทรมาที่ บางนา 02-393-4155 นนทบุรี : โทรมาที่ รามพฤกษ์ 02-422-5991 นนทบุรี : โทรมาที่ นนทบุรี 034-336-888
สมุทรสาคร : โทรมาที่ สมุทรสาคร 034-711-888 นครราชสีมา : โทรมาที่ สมโภชอินทร์ 044-352-505

กรุงเทพฯ : โทรมาที่ ศูนย์นวัตกรรมช่าง 02-944-8205, โทรมาที่ แดงทอง 02-360-9444 ต่อ 136 นนทบุรี : โทรมาที่ สมุทรสาคร 02-951-3317
นนทบุรี : โทรมาที่ สมุทรสาคร 02-951-4470 ต่อ 136, โทรมาที่ สหะพรสวรรค์ 02-532-8888 นนทบุรี : โทรมาที่ เชียงใหม่ 056-313-864
สุโขทัย : โทรมาที่ แดงปทุมธานี 055-610-947 อุบลราชธานี : โทรมาที่ เขียววิเศษ 045-208-671-2 พระนครศรีอยุธยา : โทรมาที่ พงษ์ศักดิ์ไทย 036-331-137
สุพรรณบุรี : โทรมาที่ อ.แดงปทุมธานี 055-612-888, โทรมาที่ ไร่จันทน์นาสุธา 035-204-670 สิงห์บุรี : โทรมาที่ ศักดิ์ไพฑูริย์ 036-557-338

กรุงเทพฯ : COTTO STUDIO คอนเน็ค 02-521-7777, COTTO STUDIO อโศก 02-665-2000

กรุงเทพฯ : เอสซีจีอิเล็กทรอนิกส์ 02-101-9922

โครงการซ่อมบ้าน สร้างสุขกับเอสซีจี

SCG

ตราช่าง” จับมือ “คอตโต้” จัด โครงการ “ซ่อมบ้าน หลังน้ำลด



ตราช่าง จับมือ คอตโต้ เปิดตัวโครงการ “ซ่อมบ้าน หลังน้ำลด” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ “โครงการซ่อมบ้าน สร้างสุข กับเอสซีจี” เตรียมใช้ศูนย์บริการทั้ง โฮมโซลูชั่นเซ็นเตอร์ ตราช่างรูป ฟิงเซ็นเตอร์ คอตโต้สตูดิโอ และเอสซีจี เอ็กซีทีเรียนซ์ รวม 20 แห่ง ในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด เป็นศูนย์ให้คำแนะนำเกี่ยวกับงานหลังคา ฝ้า ผนัง พื้น ห้องน้ำ ห้องครัว และบริเวณรอบบ้านแก่ผู้ได้รับความเสียหายจากเหตุการณ์น้ำท่วมโดยช่างมืออาชีพ พร้อมกันนี้ ได้ร่วมมือกับสมาคมวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (วสท.) จัดทำคู่มือ “ซ่อมบ้าน หลัง

น้ำล้น” กว่า 100,000 เล่ม เพื่อแจกจ่ายให้กับผู้ประสบอุทกภัย ได้เตรียมตัวเข้าตรวจเช็คความเสียหายในบ้านหลังน้ำล้น

นายอนุวัตร เฉลิมไชย แบรินต์ไคเร็คเตอร์ สำนักงานบริหารแบรินต์ บริษัท เอสซีจีผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง จำกัด เปิดเผยว่า จากเหตุการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้น ประชาชนผู้ประสบภัยน้ำท่วมบ้าน มีความต้องการข้อมูลที่จะช่วยการตัดสินใจในการซ่อมแซมบ้านอย่างถูกต้องและ ตรงจุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องงาน โครงสร้าง ฝ้า ผนัง พื้น งานระบบไฟฟ้า และ ระบบประปา สุขภิบาลเพราะเป็นงานที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญ ดังนั้น แบรินต์ตราซัง และ คอตโต้ จึงร่วมมือกันในการที่จะให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัย ด้วยการจัดโครงการ “ซ่อมบ้าน หลังน้ำล้น” ซึ่งเป็นโครงการให้ช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับความเสียหายหลังน้ำล้นโดยเราได้นำทีมผู้เชี่ยวชาญของ SCG ทั้งจาก ตราซัง และ คอตโต้ มาช่วยกันบริการให้คำแนะนำเรื่องการซ่อมบ้าน หลังน้ำล้นที่ โสมโซลูชั่นเซ็นเตอร์ ตราซังรูปฟิงเซ็นเตอร์ คอตโต้สตูดิโอ และเอสซีจี เอ็กซ์พีเรียนซ์ รวม 20 แห่ง ทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และจังหวัดต่างๆที่ประสบอุทกภัย โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้น เพื่อให้การกระจายความช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมเป็นไปอย่างทั่วถึง ผู้สนใจสามารถรับคำปรึกษาและติดต่อขอรับคู่มือโดยตรงได้ที่ โสมโซลูชั่นเซ็นเตอร์ ตราซังรูปฟิงเซ็นเตอร์ คอตโต้ สตูดิโอ และเอสซีจี เอ็กซ์พีเรียนซ์ รวม 20 แห่ง สอบถามข้อมูลการให้บริการ โครงการ “ซ่อมบ้าน หลังน้ำล้น” รวมถึงช่องทางการติดต่อขอรับคู่มือฯ ได้ที่ Call Center 02-5864141, 02-586-2222 และ ดาวน์โหลดคู่มือ “ซ่อมบ้าน หลังน้ำล้น” ได้ที่เว็บตราซัง www.trachang.co.th หรือที่ลิงค์ <http://www.trachang.co.th/Flood/Default.html> และเว็บคอตโต้ www.cotto.co.th