

บทที่ 1

บทนำ



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสภาวะเศรษฐกิจของประเทศอยู่ในช่วงวิกฤต และเป็นที่น่าท้อใจที่ถือว่าเป็นยุคของเงินบาทลอยตัวจนทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ ตลอดจนประชาชนผู้บริโภคได้รับผลกระทบกันทั่วหน้า ในยุคเศรษฐกิจค่าเงินบาทลอยตัวเป็นที่ตระหนักกันดีอยู่แล้วว่าเราต้องรัดเข็มขัด ประหยัด และอดออม

ในขณะที่พฤติกรรมการใช้จ่ายของคนภายในประเทศยังคงฟุ่มเฟือย ไม่ว่าจะเป็นการนิยมท่องเที่ยวในต่างประเทศ การบริโภค และซื้อสินค้าราคาแพง Brand Name จากต่างประเทศ การซื้อเครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จนเป็นสาเหตุให้เงินตราไหลออกนอกประเทศเป็นอย่างมาก ทำให้สถานะการเงินของประเทศเกิดสภาวะวิกฤตขึ้นในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งเป็นปีที่ประเทศไทยเผชิญกับปัญหาเศรษฐกิจอย่างไม่เคยปรากฏในประวัติศาสตร์ของชาติ กล่าวคือประเทศไทยโดยรวมมีหนี้สินล้นพ้นตัว ไม่สามารถใช้น้ำชำระได้ในระยะเวลาอันสั้น ต้องปรับค่าของเงินบาทลดลง อย่างมาก สถาบันการเงินและธุรกิจจำนวนมากได้รับความเสียหาย บางแห่งถึงกับปิดกิจการและล้มละลายไปในที่สุด ขณะเดียวกันประชาชนทั่วไปก็ได้รับความเดือดร้อนทางเศรษฐกิจได้แผ่ขยายไปอย่างรวดเร็ว ถ้ามิได้รับการแก้ไขที่ถูกต้องและรวดเร็วก็อาจจะทำให้ประเทศชาติล้มละลายได้ รัฐบาลจึงแก้ปัญหาโดยการอนุมัติให้จัดตั้งกิจการวิเทศธนกิจไทย (BIBFS : Bangkok International Banking Facilities) ส่งผลทำให้มีเงินทุนจากต่างประเทศไหลเข้ามาเพิ่มขึ้น แต่ภาครัฐไม่มีประสิทธิภาพในการบริหาร ควบคุม เงินกู้จากต่างประเทศกว่า 2 ล้านล้านบาท จึงนำไปใช้ในการเก็งกำไรในตลาดหลักทรัพย์ และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ส่งผลทำให้เกิดสภาวะเศรษฐกิจแบบฟองสบู่ (bubble economy) ซึ่งเป็นการขยายตัวของเศรษฐกิจลักษณะสร้างภาพลวงตา และให้ผลตอบแทนได้ในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ (ข้อมูลจากบทความ "ย้อนรอยปัญหาวิกฤตการเงินไทย" โดย ดร. สมภพ มานะรังสรรค์ ตีพิมพ์ในมติชนสุดสัปดาห์ ฉบับประจำวันอังคารที่ 19 สิงหาคม 2541) ในขณะที่ภาคการผลิตซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของระบบเศรษฐกิจกลับไม่ได้รับการลงทุนอย่างเพียงพอต่อการสร้างฐานการผลิตให้เข้มแข็ง เพื่อนำไปสู่การแข่งขันเพื่อการส่งออกที่สามารถนำเงินจากต่างประเทศเข้ามาได้

ผลพวงจากการบริหารการเงินที่ขาดประสิทธิภาพนั้น ทำให้เศรษฐกิจของประเทศตกอยู่ในสภาวะวิกฤติ ความรุนแรงของเศรษฐกิจ ปัญหา ความผิดพลาด ในการบริหารของรัฐบาล ทำให้การขาดดุลบัญชีเดินสะพัดขาดดุลมากขึ้นเป็นเวลาดูติดต่อกันนาน ก็ทำให้หนี้ต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เช่น ในปี พ.ศ. 2534 ประเทศไทยมีหนี้ต่างประเทศประมาณ 37.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ จำนวนหนี้ต่างประเทศดังกล่าวในปี พ.ศ. 2538 ได้เพิ่มเป็น 82.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และเพิ่มขึ้นเป็น 92.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในต้นปี 2540 (ข้อมูลจากวิกฤตเศรษฐกิจไทย โดย ศาสตราจารย์ เกริกเกียรติ พิพัฒน์ศรีธรรม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เอกสารประกอบการประชุม สัมมนา ผู้นำนิสิต นักศึกษา ในภาวะวิกฤต) ประกอบกับเงินทุนสำรองระหว่างประเทศอยู่ในระดับ 32,400 ล้านบาท โดยเงินทุนสำรองนี้มีแนวโน้มลดลงทุกเดือน รัฐบาลจึงต้องแก้ไขปัญหาโดยการยินยอมให้สถาบันกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Money Foundation, IMF) เข้ามาดูแลเศรษฐกิจของประเทศภายใต้เงื่อนไขของ ไอ เอ็ม เอฟ โดยเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2540 คณะรัฐมนตรีอนุมัติให้กระทรวงการคลังและธนาคารแห่งประเทศไทยกู้เงินจากสถาบันการเงินระหว่างประเทศ และรัฐบาลต่างในวงเงิน 16,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นั้นหมายความว่าคนไทยทุกคนต้องร่วมกันแบกภาระหนี้สินของชาติกันถ้วนหน้า

สาเหตุที่ทำให้เกิดการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดมากขึ้น ปัญหาส่วนใหญ่มาจากการที่ประชาชนและคนส่วนใหญ่ขาดวินัยในตนเอง (Self discipline ซึ่งการมีวินัยหมายถึงการทำในสิ่งที่ควรทำ) หรือมีความต้องการในสิ่งที่ไม่ถูกต้องและเหมาะสม และสินค้าที่บริโภคส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ฟุ่มเฟือยและมีราคาแพงมาก ขาดความจำเป็นในการดำรงชีวิตประจำวัน จากการวิจัยของบริษัท แมคแคน-อิริคสัน จำกัด พบว่า การที่ประชาชนในประเทศให้ความสนใจกับสินค้าแฟชั่น Brand Name ของฟุ่มเฟือยต่าง ๆ และเครื่องอุปโภค บริโภค ที่ไม่จำเป็นจากต่างประเทศมากขึ้นเรื่อย ๆ จึงทำให้เกิดปัญหาการขาดดุลบัญชีเดินสะพัด ซึ่งแสดงว่าเศรษฐกิจไทยมีเสถียรภาพลดลง ภาวะการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดในอัตราที่พุ่งสูงขึ้นถึง 8.1% ของ GDP เมื่อปีที่ผ่านมาเกิดขึ้นพร้อมกับภาวะเงินเฟ้อสูงขึ้นในระดับ 5.8% (เศรษฐกิจวิเคราะห์ ธนาคารศรีอยุธยา : กรกฎาคม 2541) บ่งชี้เสถียรภาพของระบบเศรษฐกิจไทยก้าวสู่สภาวะวิกฤตเนื่องจากสาเหตุดังกล่าวคือการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือย (Brand Name) จากต่างประเทศ

รายการมูลค่านำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยจากต่างประเทศ ปี 2539
ข้อมูลจาก กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ปี 2540

หมวดที่ 1	รายการ	มูลค่านำเข้าปี 2539 (ล้านบาท)
1	น้ำหอมและเครื่องสำอาง	1,194
2	กระเป๋าหนัง เข็มขัด	458
3	ผ้าทอด้วยขนสัตว์	909
4	เสื้อ กระโปรง กางเกง เนคไท สูท	193
5	รองเท้า	337
6	เครื่องแก้ว	30
7	เครื่องประดับทำด้วยคริสตัล	193
8	เลนส์	773
9	แว่นตา	137
10	กล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์	1,392
11	นาฬิกาและอุปกรณ์	2,160
12	ปากกาและอุปกรณ์	739
13	ไฟแช็คและอุปกรณ์	74

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้เห็นถึงสภาพปัญหาเศรษฐกิจที่ตกต่ำเนื่องจากสาเหตุหลักคือ การบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือย ขาดความจำเป็นในการยังชีพ การที่ประชาชนมีพฤติกรรมบริโภคที่มีลักษณะฟุ่มเฟือย สูญสว่ส่าย เน้นวัตถุนิยมเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดผลกระทบโดยตรงต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน และความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง

นอกจากนี้ยังมีการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เพื่อแสดงทัศนคติทางเศรษฐกิจด้านต่าง ๆ ภายหลังจากที่กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ได้ให้ความช่วยเหลือแก่รัฐบาลในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ โดยทำการสำรวจแบบเชิงคุณภาพ จำนวน 100 ตัวอย่าง ผลการสำรวจความคิดเห็นต่อทางออกในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจไทยที่ทรุดตัวอย่างรุนแรงในปัจจุบัน สามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้ (กระแสทัศน์ บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด : สิงหาคม 2540)

1. ตัดทอนงบประมาณรายจ่าย และการประหยัดการใช้จ่ายอย่างจริงจัง
2. เร่งกระตุ้นการส่งออก/ลดการนำเข้า
3. เร่งปรับโครงสร้างการผลิต/เร่งพัฒนาคุณภาพสินค้า
4. เร่งสร้างความเชื่อมั่น และศรัทธากลับคืนมาโดยเร็ว
5. เร่งสะสมเงินออม
6. เร่งจัดการข้อราชการรั้งหลวง
7. รักษาวินัยการเงิน-การคลังอย่างเคร่งครัด
8. ขึ้นภาษีสินค้าฟุ่มเฟือย
9. รัฐบาลต้องมีความตั้งใจจริงในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ
10. รัฐบาลต้องให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนอย่างตรงไปตรงมา

จะเห็นได้ว่าทั้งนโยบายของภาครัฐและภาคเอกชนก็ดี หรือผลการสำรวจความคิดเห็นประชาชนก็ดี ล้วนมีความเห็นพ้องต้องกันว่าควรมีการร่วมและเร่งรณรงค์ให้คนไทยหันมาประหยัด และลดการใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยจากต่างประเทศ ซึ่งนอกจากจะเป็นการสูญเสียเงินตราต่างประเทศแล้ว ยังทำให้เป็นการเพิ่มภาวะการขาดดุลบัญชีเดินสะพัด ซึ่งจะเป็นผลเสียโดยตรงต่อเศรษฐกิจของประเทศ

ดังนั้น ในยุคที่ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยกำลังวิกฤตและย่ำแย่ ราคาสินค้าปรับตัวเพิ่มขึ้น ในขณะที่รายได้ถดถอยลง ทำให้ทุกคนต้องร่วมใจประหยัด รู้จักเลือกใช้สินค้า และเลือกใช้จ่ายอย่างมีเหตุผล ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดของทุกคนในประเทศ อย่างไรก็ตามรัฐบาลซึ่งถือว่าเป็นหัวเรือใหญ่จะต้องเป็นผู้นำในการประหยัดและหันมาส่งเสริมการใช้สินค้าไทยอย่างจริงจัง ซึ่งจะเห็นได้ว่าภาครัฐได้มีการออกสื่อต่าง ๆ เพื่อการรณรงค์ในเรื่องความประหยัด โครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" โดยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่าง ๆ ร่วมสนับสนุนแนวนโยบายนี้ เช่น กระทรวงศึกษาธิการได้จัดทำแผนอบรมครูให้สอดคล้องกับแผนหลักในการปฏิรูปครู เพื่อลดการอบรมที่ซ้ำซ้อน รวมทั้งการให้รางวัล การจัดเลี้ยงครูใกล้เกษียณ เพื่อเป็นการประหยัดงบประมาณ นอกจากนี้ยังได้จัดประกวดเขียนเรียงความในหัวข้อเรื่อง "รักไทยให้ถูกทาง" สำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษา โดยมอบหมายให้กรมที่มีสถานศึกษาทุกกรมดำเนินการ และให้สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ จัดประกวดในระดับชาติ (ไทยรัฐ, 5 สิงหาคม 2540) นอกจากนี้ทบวงมหาวิทยาลัยได้ขอความร่วมมือให้สถาบันอุดมศึกษาทั้งรัฐและเอกชนทุกแห่งรณรงค์เรื่องคุณธรรม จริยธรรม การนิยมสินค้าไทย และการอดออม (ไทยรัฐ, 5 สิงหาคม 2540) สำหรับสำนักกำกับและอนุรักษ์พลังงาน

การพัฒนาและส่งเสริมพลังงาน ได้ลงโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ด้วยคำขวัญเชิญชวนว่า "ไทยช่วยไทยกำไรเพิ่ม" (ไทยรัฐ, 9 กันยายน 2540) ร้านค้าเคเฟซีได้ลงโฆษณา 1 หน้ากระดาษ หนังสือพิมพ์ด้วยข้อความว่า "ลงประชามติ ประหยัดทุกวัน" (ไทยรัฐ, 7 สิงหาคม 2540) และรถปรับอากาศ (ปอ) ได้ติดป้ายผ้าประกาศเชิญชวนด้วยข้อความว่า "รักไทยให้ถูกทาง"

ดังนั้น วิถีชีวิตในสังคมยุคเศรษฐกิจเผชิญวิกฤตการณ์ครั้งใหญ่ที่บังคับให้ผู้คนต้องปรับตัวในการดำเนินชีวิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ภายใต้ความประหยัด (วิรัตน์ แสงทองคำ, ผู้จัดการรายวัน 30 กันยายน 2540) และคงเป็นเรื่องที่น่ากลัวไม่น้อยหากปรากฏเป็นความจริงว่า ความไม่ประหยัด ส่วนหนึ่งเกิดจากการใช้เงินอย่างไม่ถูกต้อง และหมดสิ้นไปกับสิ่งไร้สาระ การที่จะให้คนไทยเป็นคนที่ประหยัดได้จึงเป็นเรื่องของการเปลี่ยนลักษณะนิสัยพฤติกรรม การดำเนินชีวิต ค่านิยม การวัดคุณค่าของคนในสังคม เป็นสิ่งที่ต้องสอนให้เกิดขึ้นในสังคม (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2540)

อย่างไรก็ตาม ปรากฏว่ายังมีคนไทยบางกลุ่มที่ยังใช้จ่ายฟุ่มเฟือย มีค่านิยมสินค้ามาก Brand Name และส่วนหนึ่งก็คือวัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มนิสิต-นักศึกษา มหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐ และเอกชน จะเห็นได้จากข้อมูล การสำรวจของสำนักวิจัยเอแบคโพล เรื่องพฤติกรรมการใช้จ่าย ใช้จ่ายของพวกนิสิต นักศึกษา ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในยุคค่าเงินบาทลอยตัว โดยสุ่มจากนิสิต นักศึกษา 1,009 คน ส่วนใหญ่ครอบครัวมีรายได้ 25,000 - 50,000 บาท พบว่า นิสิต-นักศึกษา นิยมซื้อเสื้อผ้าจากต่างประเทศ ร้อยละ 90 นิยมซื้อเสื้อผ้าจากห้างสรรพสินค้า ชี้นำร้อยละ 98.5 ชอบรับประทานอาหารในสวนอาหารหรู ๆ ร้อยละ 92 ส่วนกิจกรรมหลังเลิกเรียนที่ชอบทำคือการพบปะสังสรรค์กับเพื่อน ร้อยละ 73 ชื่อของร้อยละ 36.5 และดูภาพยนตร์ ร้อยละ 31.6 จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นเด่นชัดถึงพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มนิสิต-นักศึกษา ซึ่งเป็นอนาคตของชาติ หากทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคของเยาวชนกลุ่มนี้ยังคงเป็นเช่นนี้ นอกจากจะบั่นทอนเศรษฐกิจในระดับครอบครัวแล้วยังส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย

รัฐบาลโดยสำนักนายกรัฐมนตรีจำเป็นต้องเข้าไปดำเนินการและประสานงานโดยเร่งฟื้นฟู เศรษฐกิจภายในประเทศ โดยมีการจัดโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" โดยขอความร่วมมือจากกระทรวง ทบวง และหน่วยงานราชการ และภาคเอกชนต่าง ๆ มาช่วยกันรณรงค์ เผยแพร่และช่วยกันแก้ไขกอบกู้วิกฤตการณ์เศรษฐกิจในขณะนี้ โดยโครงการดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนภายในประเทศตระหนัก และปลูกจิตสำนึกให้ร่วมมือกัน ช่วยกันประหยัดและอดออม นิยมไทย รวมทั้งปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สินค้าที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ

ซึ่งเป้าหมายหลักให้แต่ละหน่วยงานของราชการและภาคเอกชนต่าง ๆ เข้ามาร่วมมือช่วยเหลือในการแก้ไขให้สภาวะวิกฤตการณ์ในการใช้สินค้าอุปโภคและบริโภคอย่างฟุ่มเฟือยหมดสิ้นไป และหันมาบริโภคสินค้าที่ทำขึ้นด้วยคนไทย การดำเนินโครงการรณรงค์ "รักไทยให้ถูกทาง" โดยสำนักนายกรัฐมนตรีมีรายละเอียดของโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ดังนี้

โครงการ "รักไทยให้ถูกทาง"

วัตถุประสงค์

1. ปลุกจิตสำนึกให้ประชาชนเห็นปัญหาที่แท้จริงของประเทศชาติว่าในขณะนี้เศรษฐกิจของชาติกำลังวิกฤต ในฐานะที่ท่านเป็นประชาชนคนไทยควรตระหนักถึงพิษภัยเศรษฐกิจว่ามีผลกระทบต่อประเทศ
2. ร่วมเป็นหนึ่งเดียวกันว่าเศรษฐกิจของไทยจะพ้นภัยถ้าร่วมมือกันด้วยขวัญและกำลังใจในการดำเนินชีวิตที่คิดถึงประโยชน์ของประเทศชาติมากกว่าส่วนตน
3. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เป็นรูปธรรมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมที่ดีขึ้นอย่างถาวร

รูปแบบและกิจกรรมของสังคม โครงการ "รักไทยให้ถูกทาง"

เพื่อสร้างจิตสำนึกให้ตระหนักว่าเป็นหน้าที่ของทุกคนที่ต้องร่วมมือในการช่วยแก้ปัญหาของชาติ โครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" มีผลการรณรงค์ ดังนี้

1. เป็นการรณรงค์โดยไม่ใช้งบประมาณของรัฐบาล แต่เน้นการสนับสนุนและน้ำใจขององค์กรธุรกิจ นำความชำนาญ ความพร้อม และกำลังทรัพย์เข้าร่วมโครงการ
2. เน้นในการแนะแนวทางแก้ไข ปัญหาที่ทุกคนนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้ทันที
3. เน้นวิธีการที่มีผลในเชิงบวกทางเศรษฐกิจเร็วและแรง นั่นคือช่วยกันประหยัดเงินตราต่างประเทศมิให้รั่วไปออกนอกประเทศ ชื้อของใช้ที่ผลิตขึ้นในเมืองไทย สนับสนุนมาตรการนำเงินตราต่างประเทศเข้าเมืองไทย

4. ขอความร่วมมือจากสื่อที่เข้าถึงกลุ่มประชาชนส่วนใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเร็วที่สุด เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ โดยรณรงค์สนับสนุนแนวคิดของโครงการผ่านรายการสารบันเทิงของสื่อต่าง ๆ

5. รณรงค์ไทยใช้วิธีการและคำพูดที่เข้าใจง่าย จดจำได้ มีความรู้สึกกินใจ

6. ประสานงานผ่านหน่วยงานราชการให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อรณรงค์รักไทยให้ถูกทาง อาทิเช่น จัดกิจกรรมต่าง ๆ ในจังหวัด โรงเรียน และขอการสนับสนุนจากชุมชนหรือกลุ่มคนต่าง ๆ ในแต่ละพื้นที่

7. ประสานงานกับองค์การเพื่อจัดทำสัญลักษณ์หรือคำขวัญเผยแพร่ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สติกเกอร์ เสื้อยืด เข็มกลัด เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมและใช้เครื่องหมายแสดงการเข้าร่วมโครงการ

ลักษณะการเข้าร่วมโครงการ

1. สนับสนุนโดยการจัดสรรงบประมาณเพื่อผลิตวัสดุรณรงค์และเผยแพร่ทางสื่อต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ รณรงค์ทางโทรทัศน์ โรงภาพยนตร์ สื่อรณรงค์ทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บิลบอร์ด บัสบอร์ด และอื่น ๆ จะเป็นการสื่อสารข้อความการรณรงค์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ร่วมรณรงค์โดยการร่วมจัดพิมพ์และช่วยเผยแพร่วัสดุรณรงค์ ได้แก่ โปสเตอร์ สติกเกอร์ เสื้อยืด

กลุ่มเป้าหมาย

โครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" มีความประสงค์จะสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มนิสิต-นักศึกษา ข้าราชการ ประชาชนทั่วไป

ระยะเวลาของโครงการ

ปี พ.ศ. 2541 เป็นต้นไป โดยเริ่มเปิดตัวโครงการวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2541

กิจกรรมการรณรงค์

จากวัตถุประสงค์หลักอันหนึ่งของโครงการ คือ การปลูกจิตสำนึกให้คนไทยทุกคนถือเป็นหน้าที่ที่จะต้องร่วมมือกันในการช่วยแก้ไขปัญหาของชาติ คณะอนุกรรมการดำเนินการตามโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" จึงได้กำหนดแนวทางหลักในการจัดกิจกรรมเพื่อการรณรงค์ได้ดังนี้

1. เป็นการรณรงค์โดยไม่ใช้งบประมาณของรัฐบาล แต่เน้นการสนับสนุนและน้ำใจขององค์กรธุรกิจด้วยการนำความชำนาญ ความพร้อม และกำลังทรัพย์เข้าร่วมโครงการ
2. เน้นวิธีที่มีผลในเชิงบวก ให้ผลทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว นั่นคือ ให้คนไทยช่วยกันซื้อสินค้าที่ผลิตขึ้นในเมืองไทย ช่วยกันประหยัดเงินตราต่างประเทศ มิให้รั่วไหลออกนอกประเทศ และสนับสนุนมาตรการนำเงินตราจากต่างประเทศเข้าประเทศให้มากขึ้น
3. เน้นการแนะนำมาตรการแก้ไขปัญหาที่ทุกคนสามารถนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้ทันที
4. รณรงค์โดยใช้วิธีการและคำพูดที่เข้าใจง่าย จดจำได้ และให้ความรู้สึกที่กินใจ

นอกจากหลักในการรณรงค์ของโครงการแล้ว ทางคณะอนุกรรมการยังได้กำหนดกิจกรรมเบื้องต้นเพื่อรองรับการดำเนินงานของโครงการได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายไว้ดังนี้

1. ขอความร่วมมือจากสื่อที่เข้าถึงกลุ่มประชาชนส่วนใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรวดเร็วที่สุด เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ โครงการรณรงค์สนับสนุนแนวคิดของโครงการผ่านรายการสาระบันเทิงของสื่อต่าง ๆ
2. ประสานงานกับกลุ่มองค์กรธุรกิจเยาวชนทั้ง 8 บริษัท เพื่อจัดทำสัญลักษณ์หรือคำขวัญเผยแพร่ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สติกเกอร์ เสื้อยืด เข็มกลัด เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมและใช้เป็นเครื่องหมายแสดงการเข้าร่วมโครงการ
3. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ ให้กับองค์กรที่สนใจจะเข้าร่วมสนับสนุนโครงการ โดยกำหนดรูปแบบของการเข้าร่วมไว้ดังนี้

- สนับสนุนโดยการจัดสรรงบประมาณ เพื่อผลิตวัสดุรณรงค์และเผยแพร่ทางสื่อต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์รณรงค์ทางโทรทัศน์ โรงภาพยนตร์ สื่อรณรงค์ทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บิลบอร์ด (Bill Board) โฆษณาข้างรถเมล์ (Bus body) และอื่น ๆ อันจะเป็นการสื่อสารข้อความการรณรงค์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- ร่วมรณรงค์โดยใช้ความเชี่ยวชาญของแต่ละองค์กรในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ

- ร่วมรณรงค์โครงการโดยการร่วมจัดพิมพ์และช่วยเผยแพร่วัสดุรณรงค์ ได้แก่ สติกเกอร์ โปสเตอร์ เลื่อยืด ฯลฯ

รูปแบบของสื่อที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ "รักไทยให้ถูกทาง"

ดังได้กล่าวแล้วว่า โครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" เป็นโครงการรณรงค์ของรัฐบาล โดยได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มองค์กรธุรกิจเอกชน จำนวน 8 บริษัท การวางแผนและสร้างสรรค์สื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในโครงการนี้จึงเป็นหน้าที่ของกลุ่มองค์กรธุรกิจเอกชนซึ่งมี 3 บริษัท เป็นแกนหลักในการรับผิดชอบงานด้านสื่อ ดังนี้

- บริษัท ยูนิลีเวอร์ไทย โฮลดิ้งส์ จำกัด เป็นผู้ให้การสนับสนุนหลักและเป็นผู้วางแผนด้านการเผยแพร่วัสดุการรณรงค์

- บริษัท โอกลีวี แอนด์ เมเธอร์ พับลิเลชันส์ จำกัด เป็นผู้ดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์

- บริษัท รีซัลท์ส แอดเวอร์ไทยซิง จำกัด เป็นผู้ออกแบบชิ้นงานการรณรงค์และวัสดุต่าง ๆ ที่ใช้ในการรณรงค์โครงการฯ

สื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการรณรงค์เผยแพร่โครงการนี้ ประกอบด้วย

1. ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ แบ่งเป็น 2 ชุด ได้แก่

ชุดแรก เป็นภาพยนตร์เพื่อปลุกจิตสำนึกและแนะนำโครงการ จำนวน 1 เรื่อง ชื่อเรื่อง ธงชาติ ความยาว 30 วินาที

ชุดที่สอง เป็นภาพยนตร์เพื่อเผยแพร่ค่านิยมและแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้อง จำนวน 5 เรื่อง คือเรื่อง หลอดไฟ เรื่องหัวจ่ายน้ำมัน เรื่องแอปเปิล เรื่องไวน์ และเรื่องเนคไท แต่ละเรื่องมีความยาว 15 วินาที

2. ชิ้นงานรณรงค์ทางวิทยุหรือสโปตวิทยุ จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ เรื่องผลไม้นอกเรื่องแพชั่น และเรื่องเหล้านอก แต่ละเรื่องมีความยาว 30 วินาที
3. ชิ้นงานรณรงค์ทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร จำนวน 6 เรื่อง รูปแบบถ่ายทอดจากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ทุกเรื่อง
4. อินเทอร์เน็ต มี 2 เว็บไซต์ คือ เว็บไซต์ชื่อ <http://www.idea.thai> จะบอกรายละเอียดที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการฯ ไว้ทั้งหมด
5. โปสเตอร์ มีจำนวน 5 เรื่อง รูปแบบถ่ายทอดจากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ทุกเรื่อง ยกเว้นเรื่องธงชาติ
6. ชิ้นงานรณรงค์ทางรถประจำทาง (bus body) รูปแบบมีลักษณะใกล้เคียงกับโปสเตอร์
7. สติกเกอร์ เป็นรูปแบบของการเผยแพร่สัญลักษณ์หรือโลโก้ และคำขวัญเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมและใช้เป็นเครื่องหมายแสดงการเข้าร่วมโครงการ มี 2 รูปแบบ คือ
 - รูปแบบแรก มี 2 ขนาด คือ ขนาด 2.5 x 2.5 ซม. และ 10 x 10 ซม. สกรีนโลโก้ของโครงการฯ เป็นรูปหัวใจสีธงชาติ มีเครื่องหมายถูกอยู่ตรงกลางรูปหัวใจ และล้อมกรอบสีแดง
 - รูปแบบที่สอง ขนาด 35 x 35 ซม. สกรีนภาพโปสเตอร์รวมเรื่องทั้ง 5 เรื่องพร้อมกับคำขวัญและโลโก้ของโครงการ
8. วัสดุรณรงค์ ได้แก่
 - เสื้อแจ็คเก็ตสีขาวปกสีแดงและสีน้ำเงิน มี 3 ขนาด คือ M L XL ด้านหน้าปักโลโก้ "รักไทยให้ถูกทาง" ชนิดมีกรอบไว้ตรงอกเสื้อด้านซ้าย ส่วนด้านหลังปักโลโก้ "รักไทยให้ถูกทาง" ชนิดไม่มีกรอบไว้ตรงกลางของเสื้อ และมีขนาดใหญ่เต็มเนื้อที่
 - เสื้อยืด สีขาวมี 2 แบบ 4 ขนาด คือ S M L XL แบบแรกมีสกรีนโลโก้ "รักไทยให้ถูกทาง" ชนิดไม่มีกรอบไว้ตรงอกของเสื้อ และแบบที่สองมีสกรีน "เรื่องการรณรงค์" ซึ่งมี 2 ประเภท
 - ประเภทรวมเรื่อง 1 แบบ เรื่อง หลอดไฟ หัวจ่ายน้ำมัน แอปเปิล ไวน์
 - ประเภทแยกเรื่อง 5 แบบ เรื่อง หลอดไฟ หัวจ่ายน้ำมัน แอปเปิล ไวน์ เน็ดโท
 - กระเป๋าผ้าสีครีม ขนาด 34 x 32 ซม. ทำจากผ้าใช้วัสดุธรรมชาติสามารถรีไซเคิลได้ โดยทั้งสองด้าน สกรีนโลโก้ "รักไทยให้ถูกทาง" ชนิดมีกรอบไว้ตรงกลางขนาดใหญ่

- หมวก สีครีม ใช้วัสดุ เช่นเดียวกับกระเป๋า ด้านหน้าสกรีนโลโก้ "รักไทยให้ถูกทาง" ชนิดไม่มีกรอบ

- เข็มกลัด เป็นรูปวงกลมสีดำ เส้นผ่านศูนย์กลาง 2.5 ซม. สกรีนโลโก้ของโครงการ แต่ไม่มีคำว่า "รักไทยให้ถูกทาง"

การผลิตสื่อเพื่อใช้ในการรณรงค์โครงการฯ เหล่านี้จะมีค่าใช้จ่ายเฉพาะการผลิตสื่อบางประเภท ได้แก่ สติกเกอร์ และวัสดุรณรงค์ต่าง ๆ เท่านั้น ซึ่ง บริษัท ยูนิลีเวอร์ไทย โฮลดิ้ง จำกัด เป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการผลิตประมาณ 10 ล้านบาท

นอกจากสื่อต่าง ๆ เหล่านี้แล้ว บริษัท เอกชนที่เข้าร่วมโครงการฯ ก็มีส่วนร่วมในการเผยแพร่โครงการฯ โดยใช้สื่อที่ตัวเองมีอยู่ เช่น บริษัท ฟรีโต-เลย์ (ประเทศไทย) จำกัด พิมพ์โลโก้ "รักไทยให้ถูกทาง" ไว้บนถุงขนมต่าง ๆ ของบริษัท บริษัท เคเอฟซี อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด ก็ได้นำเอาภาพยนตร์โฆษณาทุกชุดเปิดเผยแพร่ภายในร้านเคเอฟซีทุกสาขา และยังมีบริษัท เอกชนรายอื่นที่เห็นถึงความสำคัญของการรณรงค์เรื่องนี้ ก็ให้การสนับสนุนทำสื่อที่ผลิตขึ้นไปเผยแพร่ ต่อต้าน เช่น การทำอากาศยานแห่งประเทศไทย ก็นำภาพยนตร์โฆษณาทุกชุดไปเผยแพร่ทางจอทีวีขนาดยักษ์ของสนามบินใหญ่ 4 แห่งของประเทศ ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น และอุดรใหญ่ หรือบริษัท ไฟว์สตาร์ จำกัด ก็นำภาพยนตร์โฆษณาทุกชุดไปฉายในโรงภาพยนตร์ก่อนฉายภาพยนตร์ทุกรอบ

ผู้วิจัยเล็งเห็นว่า โครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" เป็นโครงการที่มีความสำคัญในการเสริมสร้างความรู้ ทักษะ และมีส่วนร่วม ในการประหยัดและอดออม แก่ประชาชน หลายกลุ่ม อาทิ นิสิต นักศึกษาในมหาวิทยาลัย เพราะนิสิต-นักศึกษามหาวิทยาลัยเป็นพลังสำคัญ และมีบทบาทอย่างสำคัญในการชี้นำและเป็นแบบอย่างให้สังคม และช่วยพัฒนาประเทศชาติ บ้านเมืองให้อยู่รอดได้ในภาวะเศรษฐกิจที่วิกฤตขณะนี้ การปลูกฝังและหล่อหลอมสร้างทัศนคติ และค่านิยมในการประหยัดนั้น ก่อให้เกิดผลดีต่อประเทศ เพราะเยาวชนเหล่านี้มีความคิด มีสติ และมีวิสัยทัศน์ที่สามารถปรับเปลี่ยนทัศนคติของคนรุ่นใหม่ให้มีความรู้สึก รัก และหวงแหนชาติ บ้านเมือง ซึ่งกำลังย่ำแย่อยู่ในขณะนี้ และการปลูกจิตสำนึกให้มีการประหยัด ตลอดจนหันมาใช้สินค้าที่ผลิตขึ้นในประเทศ มากขึ้น และในระยะยาวก็จะส่งผลให้เป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพต่อไปในอนาคต สำหรับสภาพปัญหาทางด้านวิกฤติเศรษฐกิจนั้นในปัจจุบันการแก้ไขปัญหาระยะยาวคือการมองทัศนคติและปรับเปลี่ยนทัศนคติ และการเข้าไปมีส่วนร่วมในการประหยัดของนิสิต-นักศึกษา ซึ่งได้กล่าวมาแล้วว่าเป็นกลุ่มที่มีบทบาทในสังคมไทยปัจจุบัน เพื่อให้มีทัศนคติและพฤติกรรม

เกี่ยวกับการประหยัด อันจะเป็นประโยชน์ต่อการฟื้นฟูและช่วยเหลือวิกฤตการณ์เศรษฐกิจของประเทศให้ดีขึ้นต่อไป ดังนั้น จึงเป็นที่น่าศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดของนิสิต-นักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ว่าเป็นอย่างไร มีความรู้ ทักษะ และมีส่วนร่วมในการประหยัด อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องการประหยัดในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในการประหยัดในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารกับทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารกับการมีส่วนร่วมในการประหยัดในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในการประหยัดในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัญหานำวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องการประหยัดในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันหรือไม่
2. ความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วม เรื่องการประหยัดในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันหรือไม่
3. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่
4. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่
5. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการประหยัดของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่
6. นิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะประชากรต่างกัน มีความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ต่างกันหรือไม่

สมมติฐานของการวิจัย

1. นิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีการเปิดรับข่าวสารในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" แตกต่างกัน
2. นิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความรู้ ทักษะ และมีส่วนร่วมในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" แตกต่างกัน

3. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง"

4. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง"

5. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมส่งเสริมการประหยัดในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง"

6. นิสิต นักศึกษา ที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ของนิสิต-นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อจำกัดของการวิจัย

จากขอบเขตดังกล่าว การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดเนื่องจากมุ่งศึกษาในกลุ่ม นิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นจึงไม่สามารถนำผลของการวิจัยในครั้งนี้ไปอธิบายพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมการประหยัดในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ได้อย่างครอบคลุมทั่วประเทศ

นิยามศัพท์

พฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสาร หมายถึง การเปิดรับข่าวสารในเรื่องทั่ว ๆ ไปจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ และการเข้าถึงสื่อมวลชน

พฤติกรรมกาารเปิดรับสารในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" หมายถึง การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการประหยัดและอดออมตลอดจนนิยมไทย

การเปิดรับสื่อมวลชน หมายถึง ความสนใจ ความบ่อยครั้ง ระยะเวลาแต่ละครั้ง ในการรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ในเรื่อง "รักไทยให้ถูกทาง"

ความรู้ในเรื่องการประหยัดและอดออม หมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับทราบถึงแนวทาง มาตรการ และนโยบายต่าง ๆ ที่มีต่อโครงการประหยัด อดออม และนิยมไทย

ความประหยัด หมายถึง การลดความฟุ่มเฟือย การใช้จ่าย ในชีวิตประจำวัน

ทัศนคติต่อการประหยัด หมายถึง ความรู้สึก ความเชื่อ ความคิดเห็น ที่มีต่อการประหยัดที่ได้รับรู้มาจากสื่อมวลชนและหรือบุคคล

การมีส่วนร่วมในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" หมายถึง การปฏิบัติตน การให้ความร่วมมือ เข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" และการรู้จักการประหยัดและอดออม ในการกินของไทย ใช้ของไทย

ลักษณะทางประชากร หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของสถานศึกษา เงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน รายได้เฉลี่ยของครอบครัว และการเป็นเจ้าของทรัพย์สินประเภทรถยนต์

นิสิต-นักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร หมายถึง บุคคลที่มีอายุระหว่าง 16-25 ปี ที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษา ในมหาวิทยาลัยของรัฐบาลและเอกชนสังกัดทบวงมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ของนิสิต นักศึกษา ในกรุงเทพมหานคร อันจะเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการวางแผน นโยบาย และกลยุทธ์ในการรณรงค์โครงการต่าง ๆ ต่อไป

2. นำผลการวิจัยที่ได้ใช้เป็นประโยชน์และเป็นข้อมูลพื้นฐานทางวิชาการสำหรับผู้ที่ต้องการทำโครงการรณรงค์เพื่อให้คนไทยรู้จักประหยัด อดออม และนิยมไทยต่อไป