

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการสังคมพอประมาณ และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย” ได้แบ่งการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการสังคมพอประมาณ โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องและศึกษาจากเอกสารของโครงการ ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาประสิทธิผลของโครงการ โดยการวิจัยเชิงสำรวจ การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่มีต่อโครงการสังคมพอประมาณ ผลการวิจัยได้นำเสนอเป็น 2 ส่วนดังนี้

#### ส่วนที่ 1 การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการสังคมพอประมาณ

การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการสังคมพอประมาณ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึกเจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องจำนวน 4 ท่าน ตามประเด็นต่างๆ (ดูแบบสัมภาษณ์ในภาคผนวก ก) ซึ่งรวบรวมไว้ดังนี้

#### แนวคิดโครงการสังคมพอประมาณ

จากปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำที่เกิดขึ้นทั่วโลกปัจจุบัน ได้แผ่ขยายส่งผลกระทบต่ออย่างกว้างขวาง ต่อประชาชนภายในประเทศ และอาจมีผลกระทบต่อเนื่องถึงความมั่นคงของชาติในมิติต่างๆ ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าว ยังมีแนวโน้มที่จะขยายตัวลุกลามไปในทุกพื้นที่ของประเทศ และจะดำรงอยู่ต่อไปอีกระยะหนึ่ง หนทางที่จะสร้างภูมิคุ้มกันและเยียวยาผลกระทบ ที่ส่อเค้าว่าจะรุนแรงและยืดเยื้อในคราวนี้ หน่วยงานในทุกภาคส่วนจะต้องร่วมกันบูรณาการรณรงค์ให้ชาวไทยทั่วทั้งประเทศ น้อมนำแนวพระราชดำริปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินชีวิตอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

“เศรษฐกิจโลกเปลี่ยนแปลงไป การบริโภคก็เปลี่ยนแปลง ภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้ประชาชนเดือดร้อน ในฐานะที่เราเป็นองค์กรภาครัฐ และมีความรับผิดชอบต่อประชาชน จึงมีแนวคิดที่จะน้อมนำแนวพระราชดำริปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมารณรงค์เผยแพร่เพื่อเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินชีวิตให้กับประชาชน” (พันธเอกหญิงเตือนใจ จิราภรณ์ , สัมภาษณ์ , 19 มีนาคม 2553)

กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร ได้แสดงออกถึงความจงรักภักดี และสนองงานตามโครงการพระราชดำริ โดยการร่วมน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ เพื่อเป็นแนวปฏิบัติตนในชีวิตประจำวัน พร้อมร่วมนุรณาการส่งเสริม สนับสนุน รณรงค์ขับเคลื่อน หลักคิดอันทรงคุณค่า สู่ภาคปฏิบัติของประชาชนอย่างจริงจัง ผ่านการจัดทำโครงการสังคม พอประมาณ โครงการสังคมพอประมาณหรือ MOSO ขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการร่วมผลักดัน รณรงค์ให้ คนไทยทั่วประเทศได้น้อมนำแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงหลักการมีสติ มี เหตุผล สร้างภูมิคุ้มกัน และกรอบแห่งความคิด ๘ ประการ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ทรง ใช้ในการดำเนินโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริอย่างต่อเนื่องมาตลอด อันได้แก่ พอเพียง-พอ อยู่-พอกิน, คุ่มค่ามากกว่าคุ่มทุน, ค่อยเป็นค่อยไป, การพึ่งพาตนเอง, การไม่ติดตำรา, ทำให้ง่าย, ความเป็นจริงตามธรรมชาติ, คิดแบบองค์รวม และ ความเพียร โดยหลักในการทรงงานเหล่านี้จะ เป็นเสมือนเข็มทิศในการดำเนินชีวิตตามแนวพระราชดำริ อันจะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ชุมชน เข้มแข็ง เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันทางเศรษฐกิจ สังคม และ เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ของการพัฒนาที่ ยั่งยืน

“โครงการสังคมพอประมาณหรือ MOSO ย่อมาจาก Moderation Society อยู่ภายใต้ โครงการคิดอย่างยั่งยืน โดยกองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร (กอ.รมน.) โครงการนี้จัดทำเพื่อปลูกจิตสำนึกให้คนไทยใช้ชีวิตแบบมีเหตุผล เข้าใจคำว่าพอประมาณ และรู้จัก สร้างภูมิคุ้มกันให้ตนเอง ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในการเป็นคนพอประมาณมีหลัก ง่ายๆ คือ มีสติ มีเหตุผล สร้างภูมิคุ้มกัน ยังไม่ต้องพูดถึงเรื่องเศรษฐกิจก็ได้ ขอแค่มีสติ มี วิจารณญาณมาประกอบความอยากมีอยากได้ รวมถึงสร้างภูมิคุ้มกันให้ตัวเองซึ่งไม่ใช่แค่ออก กำลั้งหรือทานอาหารเสริม แต่พยายามหาความรู้ให้ตัวเองได้เปิดกว้าง และเน้นเรื่องคุณธรรม หาก มีรูปแบบการใช้ชีวิตแบบนี้ก็ถือเป็นชาวโมโซไปโดยปริยาย” (พันเอกศิษฐ์รัฐ เอมโกษา , สัมภาษณ์ , 21 มีนาคม 2553)

“โครงการโมโซถือเป็นกระดุกขึ้นโตในการที่จะลบภาพเดิมๆ ของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่มักติดอยู่กับภาพเกษตรกรในชนบทอันห่างไกล ต้องไปทำไร่ไถนา เด็กในเมืองก็ไม่สนใจ เศรษฐกิจพอเพียง เพราะนี่กว่าเดี๋ยวต้องกลับไปปลูกข้าว แต่วันนี้เศรษฐกิจพอเพียง คือ การสร้าง ความพอเพียงขึ้นในใจ ทุกคนสามารถใช้แนวทางนี้ได้หมด ไม่ว่าจะเป็นข้าราชการ พ่อค้า นักธุรกิจ รวมทั้งเยาวชนด้วย ทางโครงการจึงหยิบคำว่า HI-SO กับ LO-SO มาเล่นจนกลายเป็นคำว่า MOSO คำว่าMOSO ย่อมาจาก Moderation Society หมายถึง วิธีคิดและใช้ชีวิตภายใต้สังคมแห่ง

ความพอประมาณไม่มากไป ไม่น้อยไป” (พล.ท.สุรศักดิ์ กาญจนรัตน์ , สัมภาษณ์ , 19 มีนาคม 2553)

### วัตถุประสงค์โครงการ

กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร (กอ.รมน.) เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่มีความห่วงใยสภาพสังคมของคนไทยที่เปลี่ยนไป และได้แนะนำแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็นเครื่องมือในการปลูกจิตสำนึกให้คนไทยใช้ชีวิตพอเพียง ด้วยการจัดทำโครงการคิดอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นในการสร้างวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตที่มีความสมดุลเป็นอยู่อย่างพอดี มีสติ เหตุผล ไม่ตกเป็นทาสของวัตถุนิยมและบริโภคนิยมและรณรงค์ให้ประชาชนตระหนักถึงคุณค่าของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไทยอันเป็นการเชื่อมโยงสัมฤทธิ์ของความมั่นคงในด้านต่างๆ

“รณรงค์เผยแพร่หลักการ กรอบแห่งความคิดปรัชญาหลักเศรษฐกิจพอเพียง และเสริมสร้างการเรียนรู้ ที่ช่วยให้เกิดภูมิคุ้มกันทางความคิดที่เข้มแข็งตามแนวพระราชดำริปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และก็สามารถนำไปประยุกต์ใช้ ทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว และชุมชน ให้เป็นผลสำเร็จในวงกว้าง พัฒนาได้อย่างยั่งยืน” (พันเอกศิษฐ์ชัย เอ็มโกษา , สัมภาษณ์ , 21 มีนาคม 2553)

“เราได้นำแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาใช้เป็นเครื่องมือในการปลูกจิตสำนึกให้คนไทยใช้ชีวิตพอเพียง ด้วยการจัดทำโครงการคิดอย่างยั่งยืน เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตให้มีความสมดุลเป็นอยู่อย่างพอดี มีสติ เหตุผล ไม่ตกเป็นทาสของวัตถุนิยมและบริโภคนิยม และรณรงค์ให้ประชาชนตระหนักถึงคุณค่าของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไทย” (พันเอกหญิงเตือนใจ จิราภรณ์ , สัมภาษณ์ , 19 มีนาคม 2553)

### กลุ่มเป้าหมายของโครงการ

ผู้รับผิดชอบโครงการสังคมพอประมาณ ได้กล่าวถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการไว้ว่า โครงการนี้ไม่ได้เจาะจงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ แต่กลุ่มเป้าหมายจะเป็นกลุ่มเป้าหมายโดยกว้าง กล่าวคือ ประชาชนทั่วไป ทุกเพศทุกวัย

“เราไม่ได้เจาะจงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ จะเป็นกลุ่มเป้าหมายโดยกว้าง คือ ประชาชนทุกเพศทุกวัย”(พันเอก ดร.วีระชาติ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา , สัมภาษณ์ , 17 มีนาคม 2553)

### กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการในเรื่องการใช้กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ สรุปได้ว่ากลยุทธ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการสังคมพอประมาณมีทั้งหมด 5 กลยุทธ์ด้วยกัน ดังนี้

#### 1. กลยุทธ์การใช้สื่อบุคคลที่มีชื่อเสียง

การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงจะสามารถดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้ดี และบุคคลที่มีชื่อเสียงจะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่โครงการได้ อีกทั้งยังสามารถสร้างอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมาย ในการเป็นแบบอย่างให้แก่ประชาชนได้ปฏิบัติตามไปในแนวทางที่โครงการมุ่งหวัง

“การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์จะช่วยให้โครงการได้รับความสนใจจากประชาชน” (พันเอกหญิง เตือนใจ จิราภรณ์ , สัมภาษณ์ , 19 มีนาคม 2553)

“คนที่มีชื่อเสียงสามารถที่จะช่วยสร้างความเชื่อถือให้กับโครงการ และก็ยังเป็นแบบอย่างให้กับคนอื่น ๆ ปฏิบัติตาม” (พันเอก ดร.วีระชาติ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา , สัมภาษณ์ , 17 มีนาคม 2553)

#### 2. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โดยการสร้างการมีส่วนร่วม

“ทางกอ.รมน. ได้จัดกิจกรรมต่างๆขึ้นหลายกิจกรรม เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของโครงการ” (พันเอกศิษฐ์รัฐ เอ็มโกษา , สัมภาษณ์ , 21 มีนาคม 2553)

“สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างโครงการกับกลุ่มเป้าหมาย ยิ่งกลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมมากเท่าไร ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของโครงการก็จะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น” (พันเอกหญิง เตือนใจ จิราภรณ์ , สัมภาษณ์ , 19 มีนาคม 2553)

#### 3. กลยุทธ์การใช้สื่อสร้างกระแส

การประชาสัมพันธ์โครงการสังคมพอประมาณโดยการน้อมนำเอาพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้นั้นเพื่อดึงดูดความสนใจจากประชาชนและสื่อมวลชน นอกจากนี้ทางโครงการได้มี

การนำบุคคลที่มีชื่อเสียงมาประชาสัมพันธ์โครงการ เพื่อสร้างเป็นการสร้างกระแสให้สื่อเกิดความสนใจและเข้ามาทำข่าวของโครงการ

“การที่เรานำความเป็นปรีชาญาณเศรษฐกิจพอเพียงของพ่อหลวงมาใช้นั้นก็เรียกได้ว่าเป็นการสร้างกระแสได้เป็นอย่างดี ทั้งประชาชนและสื่อมวลชนต่างก็ให้ความสนใจในหลักเศรษฐกิจพอเพียง” (พันเอกหญิง เตือนใจ จิราภรณ์ , สัมภาษณ์ , 19 มีนาคม 2553)

“บุคคลที่มีชื่อเสียงมักได้รับความสนใจจากประชาชนและสื่อมวลชนอยู่แล้ว การที่เราใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงเข้ามาประชาสัมพันธ์ก็เป็นการสร้างกระแสให้โครงการได้รับความสนใจจากประชาชนและสื่อมวลชนมากยิ่งขึ้น” (พันเอกศิษฐ์รัฐ เอ็มโกษา , สัมภาษณ์ , 21 มีนาคม 2553)

#### 4. กลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันอย่างมาก ดังนั้นในการประชาสัมพันธ์โครงการจึงได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และเพื่อช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงโครงการได้รวดเร็วและง่ายขึ้น

“ได้มีการทำเวปของโครงการขึ้น เพื่อให้กลุ่มคนที่สนใจสมัครเป็นสมาชิก และสามารถเข้าไปพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และทำให้โครงการสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น” (พล.ท.สุรศักดิ์ กาญจนรัตน์ , สัมภาษณ์ , 19 มีนาคม 2553)

“เว็บไซต์โมโซไทยถือเป็นกลอุบายอย่างหนึ่งให้เยาวชนสนใจแนวคิดเรื่องการใช้ชีวิตแบบพอประมาณ เพราะการที่เราจะไปสอนเขาว่าต้องใช้ชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียงแบบเดิมนะ เขาก็รู้แล้ว...แต่ไม่โดนใจ ไม่เกิดกระแส และไม่ทำ คำว่า โมโซ เป็นคำที่สะดุดหู และใช้คลื่นวิทยุเป็นตัวโปรโมตให้ดีเจได้สื่อสารกับวัยรุ่น ให้เขาเข้ามาดูในเว็บไซต์ แล้วเราก็สอดแทรกแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจเพียงของพระเจ้าอยู่หัวเข้าไป” (พันเอกศิษฐ์รัฐ เอ็มโกษา , สัมภาษณ์ , 21 มีนาคม 2553)

#### 5. กลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสาน

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของโครงการนั้นคือกลุ่มประชาชนทั่วไป ความแตกต่างของประชากรนั้นมีหลากหลาย ดังนั้นการประชาสัมพันธ์หากใช้สื่อเพียงสื่อเดียวจะไม่สามารถทำให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ได้ จึงต้องใช้สื่อหลายชนิดที่มีศักยภาพและคุณสมบัติในการสื่อสารเข้า

มาผสมผสานและเกี่ยวพันกัน การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายจึงจะเป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จ

“การเผยแพร่โครงการสังคมพอประมาณนั้น ได้มีการวางแผนการใช้สื่อที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่แนวคิดหลักของโครงการ คือ ต้องการทำความเข้าใจและเปลี่ยนทัศนคติของประชาชนชาวไทยให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้สามารถนำมาถ่ายทอดและใช้เป็นหลักในการดำเนินชีวิตและการทำงานในอนาคต” (พันเอกหญิง เตือนใจ จิราภรณ์ , สัมภาษณ์ , 19 มีนาคม 2553)

สื่อที่ทางโครงการนำมาใช้ ได้แก่

- สื่อมวลชน การใช้สื่อมวลชนในการกระจายข่าวสารของโครงการ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับโครงการ และสร้างความเข้าใจในวงกว้าง เป็นการสร้างกระแสให้เป็นที่รู้จัก และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความต้องการที่จะเข้าร่วมโครงการ

- สื่อกิจกรรม สื่อบุคคล ใช้ในการโน้มน้าวชักจูงใจและ สร้างหรือเปลี่ยนพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้เป็นไปในแนวทางต้องการ นอกจากนี้โครงการยังได้นำกิจกรรมมาเป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งกิจกรรมที่โครงการจัดขึ้นก็เป็นกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ สำหรับสื่อบุคคลที่เข้าไปหากกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ศิลปินดารา นักร้องที่เข้าร่วมในกิจกรรมนั้นๆ ทำให้กลุ่มเป้าหมายที่มีส่วนร่วมกับกิจกรรมของโครงการ ได้ใกล้ชิดกับศิลปินที่พวกเขายึดถือเป็นแบบอย่าง ทำให้การโน้มน้าวใจประสบผลสำเร็จ

- สื่อเฉพาะกิจ เพื่อให้รายละเอียดที่ชัดเจนเกี่ยวกับโครงการ และเป็นการตอกย้ำกลุ่มเป้าหมาย การทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมหรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนอกจากจะใช้การโน้มน้าวชักจูงใจ และสร้างการมีส่วนร่วม การให้รายละเอียดที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญ และประโยชน์ของการมีพฤติกรรมนั้นๆก็สำคัญ การใช้สื่อเฉพาะกิจจึงเป็นหนทางที่มีประสิทธิภาพในการให้ข้อมูลเพื่อตอกย้ำให้เกิดพฤติกรรม

สื่อพิเศษที่เปิดช่องทางการสื่อสารสองทางกับกลุ่มเป้าหมาย โดยกรม.ได้จัดทำเว็บไซต์ [www.mosothai.com](http://www.mosothai.com) เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้แสดงความคิดเห็น ได้ตอบคำถามปัญหา หรือพูดคุยกับเพื่อนสมาชิกด้วยกัน

“สื่อมวลชน ช่วยในการกระจายข่าวสารของโครงการไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี และให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในวงกว้าง ” (พันเอกศิรัชชู เอมโกษา , สัมภาษณ์ , 21 มีนาคม 2553)

“การประชาสัมพันธ์โครงการนั้นใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลายรูปแบบ สื่อประชาสัมพันธ์ที่ออกไปแล้วนั้น ก็จะมีฟรีเซ็นเตอร์อยู่หลายคน เช่น คำนวณ ห่วงหวังศรี แอ็ด คาราบาว ป๊อด โมเดิร์นด็อก แดน และนอกจากนี้ก็ยังมีการใช้สื่อเฉพาะกิจ ทำพวกเพลง ซีดีเพลงเผยแพร่ ทำ สปอตวิทยุ โทรทัศน์ สร้างเวปเพื่อใช้เป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลและศูนย์กลางการติดต่อ” (พันเอกหญิง เตือนใจ จิราภรณ์ , สัมภาษณ์ , 19 มีนาคม 2553)

### แนวทางการใช้สื่อ

พันเอกหญิง เตือนใจ จิราภรณ์ (สัมภาษณ์ , 19 มีนาคม 2553) ได้กล่าวถึงแนวทางการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์โครงการว่า “สื่อที่เลือกใช้มี 2 รูปแบบ ทั้งนี้เพื่อต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็ว ทัวถึงและมีประสิทธิภาพ

- Air War เป็นการใช้อีแมลชน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์ ในการประชาสัมพันธ์โครงการ โดยเราจะเน้นไปที่สปอตโทรทัศน์ รองลงมาคือสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อวิทยุ แนวทางนี้จะช่วยให้ประชาชนได้เห็นโครงการนี้ในภาพกว้าง

- Ground War เป็นการประชาสัมพันธ์โครงการโดยจัดกิจกรรมในพื้นที่เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เราจะเน้นการจัดกิจกรรมและบุญนิธิธรรมการในกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้มีส่วนร่วมกับการ และก็ยังมีการใช้ป้ายโฆษณาติดตามสถานที่ชุมชน เพื่อให้ประชาชนเห็นการประชาสัมพันธ์โครงการได้บ่อยๆ นอกเหนือจากการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน”

### ส่วนที่ 2 : การศึกษาประสิทธิผลของโครงการสังคมพอประมาณ

การศึกษาประสิทธิผลของโครงการสังคมพอประมาณ ผู้วิจัยได้ศึกษาเก็บข้อมูลในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามในประเด็นต่างๆ คือ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆในโครงการสังคมพอประมาณ ความรู้เกี่ยวกับโครงการจากการเปิดรับข่าวสาร ทศนคติที่มีต่อโครงการและกิจกรรมต่างๆที่โครงการจัดขึ้น และพฤติกรรมที่มีต่อโครงการ หลังจากการหลังจากได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการแล้ว ซึ่งได้สำรวจกลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามมีดังนี้

**ตอนที่ 1** ผลการวิจัยที่นำมาอธิบายในเชิงพรรณนา ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา การเปิดรับข่าวสารของโครงการ ความรู้เกี่ยวกับโครงการ ทศนคติต่อโครงการ และพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ ซึ่งจะแสดงผลโดย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ตอนที่ 2 ผลการวิจัยที่นำมาอธิบายในเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 – 3 โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความรู้เกี่ยวกับโครงการ ความรู้เกี่ยวกับโครงการกับทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อโครงการ และทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อโครงการกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

การแจกแจงลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และ รายได้ จำนวน 400 คน วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	177	44.30
หญิง	223	55.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมี จำนวน 223 คน คิดเป็น ร้อยละ 55.80 และเป็นเพศชาย จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
12-18 ปี	5	1.30
19-25 ปี	84	21.00
26-35 ปี	162	40.50
36-45 ปี	99	24.80
40-55 ปี	44	11.00
56 ปีขึ้นไป	6	1.50
รวม	400	100.00



จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 และ กลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดมีอายุ 12-18 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

### ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	8	2.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	31	7.80
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	48	12.00
อนุปริญญา/ปวส.	43	10.80
ปริญญาตรี	244	61.00
สูงกว่าปริญญาตรี	26	6.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และ กลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุด คือ ระดับประถมศึกษา มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

### ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	31	7.80
พนักงานบริษัทเอกชน	86	21.50
รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	110	27.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	89	22.30
รับจ้าง	63	15.80
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	10	2.50
อื่นๆ	11	2.80
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 รองลงมา คือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 และน้อยสุด คือ พ่อบ้าน / แม่บ้าน มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

**ตารางที่ 5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน**

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	12	3.00
5,001 – 10,000 บาท	134	33.50
10,001 – 15,000 บาท	148	37.00
15,001 – 20,000 บาท	71	17.80
20,001 – 25,000 บาท	27	6.80
25,001 – 30,000 บาท	6	1.50
มากกว่า 30,000 บาท	2	0.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมา คือ มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด คือ มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

การแจกแจงเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของโครงการสังคมพอประมาณ

ตารางที่ 6 แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารของโครงการสังคมพอประมาณ  
ด้านสื่อบุคคล

ประเภทสื่อ	ระดับความมากน้อย					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
<b>สื่อบุคคล</b>								
1. ครอบครัว	66 (16.50)	82 (20.50)	69 (17.30)	129 (32.30)	54 (13.50)	2.94	1.32	ปานกลาง
2.ญาติ / เพื่อน	24 (6.00)	81 (20.30)	37 (9.30)	163 (40.80)	95 (23.80)	2.44	1.22	น้อย
3. เพื่อนร่วมงาน	43 (10.80)	74 (18.50)	36 (9.00)	160 (40.00)	87 (21.80)	2.57	1.30	ปานกลาง
รวม						2.65		ปานกลาง

จากตารางที่ 6 การเปิดรับข่าวสารของโครงการสังคมพอประมาณ ด้านสื่อบุคคล พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารของโครงการสังคมพอประมาณจากสื่อครอบครัวมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 2.94 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ เพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 2.57 อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนญาติ / เพื่อน มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารเพียง 2.44 เท่านั้น อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 7 แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารของโครงการสังคมพอประมาณ  
ด้านสื่อมวลชน

ประเภทสื่อ	ระดับความมากน้อย					ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน SD	ระดับการ เปิดรับ ข่าวสาร
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
<b>สื่อมวลชน</b>								
1. โทรทัศน์	28 (7.00)	21 (5.30)	140 (35.00)	124 (31.00)	87 (21.80)	2.45	1.10	น้อย
2. วิทยู	27 (6.80)	29 (7.30)	179 (44.80)	113 (28.30)	52 (13.00)	2.67	1.02	ปานกลาง
3. หนังสือพิมพ์	21 (5.30)	71 (17.80)	109 (27.30)	136 (34.00)	63 (15.80)	2.63	1.11	ปานกลาง
รวม						2.58		ปานกลาง

จากตารางที่ 7 การเปิดรับข่าวสารของโครงการสังคมพอประมาณ ด้านสื่อมวลชน พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารของโครงการสังคมพอประมาณจากสื่อ วิทยู มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 2.67 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 2.63 อยู่ในระดับ ปานกลาง และ โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 2.45 อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 8 แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารของโครงการสังคมพอประมาณ ด้านสื่อเฉพาะกิจ

ประเภทสื่อ	ระดับความมากน้อย					ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
<b>สื่อเฉพาะกิจ</b>								
1. แผ่นพับ	14 (3.50)	29 (7.30)	191 (47.80)	107 (26.80)	59 (14.80)	2.58	0.95	ปานกลาง
2. โปสเตอร์	54 (13.50)	20 (5.00)	180 (45.00)	108 (27.00)	38 (9.50)	2.86	1.11	ปานกลาง
3. ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง	25 (6.30)	55 (13.80)	108 (27.00)	133 (33.30)	79 (19.80)	2.54	1.14	ปานกลาง
4. นวัตกรรม/ นิตรรศการ	35 (8.80)	49 (12.30)	101 (25.30)	154 (38.50)	61 (15.30)	2.61	1.15	ปานกลาง
5. แบนเนอร์ข้างรถ ประจำทาง	5 (1.30)	19 (4.80)	163 (40.80)	178 (44.50)	35 (8.80)	2.45	0.77	น้อย
6. เว็บไซต์	77 (19.30)	55 (13.80)	15 (3.80)	166 (41.50)	87 (21.80)	2.67	1.45	ปานกลาง
รวม						2.61		ปานกลาง

จากตารางที่ 8 การเปิดรับข่าวสารของโครงการสังคมพอประมาณ ด้านสื่อเฉพาะกิจ พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารของโครงการสังคมพอประมาณจากสื่อโปสเตอร์ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 2.86 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ เว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 2.67 อยู่ในระดับ ปานกลาง นวัตกรรม/นิตรรศการ มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสาร เท่ากับ 2.61 อยู่ในระดับปานกลาง แผ่นพับ ป้ายโฆษณา และแบนเนอร์ข้างรถประจำทาง ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนร้อยละการเปิดรับข่าวสาร / โฆษณา โครงการสังคมพอประมาณ  
จากรายการโทรทัศน์

รายการโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
รายการเช้าวันนี้ที่เมืองไทย	242	60.50
รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง	231	57.80
รายการสองสาวเล่าเรื่อง	263	65.80
รายการต้นกล้าแห่งความดี	233	58.30
รายการจุมกมด	222	55.50
รายการข่าวบันเทิง	223	55.80
รายการข่าวข่าวภาคค่ำ/ข่าวต้นชั่วโมง	222	55.50
อื่นๆ	238	59.50

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 9 พบว่า การเปิดรับข่าวสารโครงการสังคมพอประมาณ ช่วงรายการสองสาวเล่าเรื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.80 รองลงมา คือ รายการเช้าวันนี้ที่เมืองไทย คิดเป็นร้อยละ 60.50 ส่วนรายการที่มีการเปิดรับข่าวสารของโครงการสังคมพอประมาณน้อยสุด คือ รายการจุมกมด และ รายการข่าวข่าวภาคค่ำ/ข่าวต้นชั่วโมง คิดเป็น ร้อยละ 55.50

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนร้อยละการได้รับข่าวสารโครงการสังคมพอประมาณจาก  
หนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	259	64.80
เดลินิวส์	240	60.00
ข่าวสด	234	58.50
คมชัดลึก	230	57.50
แนวหน้า	229	57.30
ผู้จัดการ	238	59.50
มติชน	246	61.50
กรุงเทพธุรกิจ	238	59.50
บางกอกโพสต์	241	60.30
เดอะเนชั่น	240	60.00
โพสต์ทูเดย์	236	59.00
ไทยโพสต์	239	59.80
สยามรัฐ	240	60.00
บ้านเมือง	230	57.50
พิมพ์ไทย	201	50.30
อื่นๆ	236	59.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 10 พบว่า หนังสือพิมพ์ที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารหรือโฆษณาโครงการสังคมพอประมาณมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 64.80 รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์มติชน คิดเป็นร้อยละ 61.50 ส่วนหนังสือพิมพ์ที่มีการเปิดรับข่าวสารของโครงการสังคมพอประมาณน้อยสุด คือ หนังสือพิมพ์พิมพ์ไทย คิดเป็นร้อยละ 50.30

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนร้อยละรูปแบบการรับข่าวสารโครงการสังคมพอประมาณผ่านสื่อต่างๆ

รูปแบบ	จำนวน	ร้อยละ
สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์	242	60.50
สปอตโฆษณาทางวิทยุ	251	62.80
บทความจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	255	63.80
การจัดกิจกรรม / นิทรรศการ	247	61.80
อื่นๆ	214	53.50

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับชมข่าวสารหรือโฆษณาโครงการสังคมพอประมาณผ่านสื่อต่างๆ ในรูปแบบบทความจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.80 รองลงมา คือ สปอตโฆษณาทางวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 62.80 ส่วนน้อยสุด คือ รูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 53.50

ความรู้จากการเปิดรับข่าวสารโครงการสังคมพอประมาณ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนร้อยละเกี่ยวกับความรู้จากการเปิดรับข่าวสารโครงการสังคมพอประมาณ

รายการ	ใช่	ไม่ใช่	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความรู้
1. โครงการสังคมพอประมาณเป็นโครงการที่กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร (กอ.รมน.) เป็นผู้จัดขึ้นและรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว	230 (57.50)	170 (42.50)	0.58	0.49	ปานกลาง
2. โครงการสังคมพอประมาณเป็นโครงการที่จะช่วยกระตุ้นเตือนให้คนในสังคมมีความระมัดระวังในการดำเนินชีวิต โดยยึดหลักการเรียนรู้จากแนวพระราชดำริปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	228 (57.00)	172 (43.00)	0.57	0.49	ปานกลาง
3. โมไซไซตี้เป็นเครือข่ายเปิด ไม่มีใครเป็นเจ้าของ ไม่มีการตั้งองค์กรมาควบคุมดูแล"	241 (60.30)	159 (39.80)	0.60	0.49	ปานกลาง



ตารางที่ 12 (ต่อ)

รายการ	ใช่	ไม่ใช่	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความรู้
4. สังคมพอประมาณคือการแยกตัวของกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งเพื่อออกไปใช้ชีวิตจากสังคมปกติ	243 (60.80)	157 (39.30)	0.61	0.49	ปานกลาง
5. ไม่ว่าจะเป็นคนในกลุ่มสังคม ไฮโซ หรือ โลโซ ก็สามารถปฏิบัติตนให้เข้าอยู่ร่วมกับคนในกลุ่ม โมโซ ได้	235 (58.80)	165 (41.30)	0.59	0.49	ปานกลาง
6. ค่านิยมสำหรับชาวโมโซ ก็คือ การสร้างสังคมอันพึงปรารถนาที่ประกอบไปด้วยความจริง ความดีงาม และความสุข	241 (60.30)	159 (39.80)	0.60	0.49	ปานกลาง
7. สังคมพอประมาณ เป็นเป็นโครงการที่ชักชวนคนไทยให้มีแนวทางการดำเนินชีวิตแบบพอประมาณ อยู่ในแนวทางสายกลาง ไม่สุดโต่งไปทางด้านใดด้านหนึ่งตามกลุ่มที่เรียกว่า "ไฮโซ"หรือ "โลโซ"	240 (60.00)	160 (40.00)	0.60	0.49	ปานกลาง
8. การปฏิบัติตนเป็นคนดีเท่านั้นก็สามารถได้ชื่อว่าเป็นคนที่อยู่ในสังคมพอประมาณได้แล้ว	235 (58.8)	165 (41.3)	0.59	0.49	ปานกลาง
9. กิจกรรมสำหรับเยาวชนในโครงการสังคมพอประมาณ เป็นกิจกรรมที่ให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการเข้ามาแสดงความคิดเห็นในการใช้ชีวิตอย่างพอเพียง	240 (60.0)	160 (40.0)	0.60	0.49	ปานกลาง
10. โครงการสังคมพอประมาณเป็นแนวทางให้คนในสังคมสามารถใช้ชีวิตผ่านช่วงวิกฤติเศรษฐกิจไปได้	240 (60.0)	160 (40.0)	0.60	0.49	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้จากการเปิดรับข่าวสารโครงการสังคมพอประมาณ ในระดับปานกลางทั้ง 10 ข้อ ซึ่งค่าเฉลี่ยของความรู้ในข้อที่สูงที่สุด คือ สังคมพอประมาณคือการแยกตัวของกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งเพื่อออกไปใช้ชีวิตจากสังคมปกติ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.61 รองลงมา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5 ข้อ ที่ระดับ 0.60 ได้แก่ โมโซไฮโซดีเป็นเครือข่ายเปิด ไม่มีใครเป็นเจ้าของ "ไม่มีการตั้งองค์กรมาควบคุมดูแล", ค่านิยมสำหรับชาวโมโซ ก็คือ การสร้างสังคมอันพึงปรารถนาที่ประกอบไปด้วยความจริง ความดีงาม และความสุข, สังคมพอประมาณ เป็นเป็นโครงการที่ชักชวนคนไทยให้มีแนวทางการดำเนินชีวิตแบบพอประมาณ อยู่ในแนวทางสายกลาง ไม่สุดโต่งไปทางด้านใดด้านหนึ่งตามกลุ่มที่เรียกว่า "ไฮโซ" หรือ "โลโซ", กิจกรรมสำหรับเยาวชนในโครงการสังคมพอประมาณ เป็นกิจกรรมที่ให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการเข้ามาแสดงความ

คิดเห็นในการใช้ชีวิตอย่างพอเพียง, โครงการสังคมพอประมาณเป็นแนวทางให้คนในสังคมสามารถใช้ชีวิตผ่านช่วงวิกฤติเศรษฐกิจไปได้ น้อยสุด คือ โครงการสังคมพอประมาณเป็นโครงการที่จะช่วยกระตุ้นเตือนให้คนในสังคมมีความระมัดระวังในการดำเนินชีวิต โดยยึดหลักการเรียนรู้จากแนวพระราชดำริปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ,มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.57

### ทัศนคติต่อโครงการสังคมพอประมาณ

ตารางที่ 13 แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับทัศนคติต่อโครงการสังคมพอประมาณ

รายการ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับทัศนคติ
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
1. โครงการสังคมพอประมาณช่วยลดปัญหาด้านเศรษฐกิจ	182 (45.50)	88 (22.00)	75 (18.80)	44 (11.00)	11 (2.80)	3.97	1.15	ดี
2. โครงการสังคมพอประมาณช่วยทำให้คนในสังคมหันมาเป็นคนระมัดระวังจักินรู้จักใช้อย่างพอเพียง	100 (25.00)	109 (27.30)	155 (38.00)	21 (5.30)	15 (3.80)	3.65	1.03	ดี
3. โครงการสังคมพอประมาณมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อกลุ่มประชาชนในสังคม	190 (47.50)	105 (26.30)	49 (12.30)	32 (8.00)	24 (6.00)	4.01	1.21	ดี
4. โครงการสังคมพอประมาณมีส่วนในการสร้างเครือข่ายในกลุ่มประชาชนในการใช้ชีวิตอยู่ในสังคมพอประมาณ	84 (21.00)	164 (41.00)	118 (29.50)	10 (2.50)	24 (6.00)	3.69	1.02	ดี
5. โครงการคิดอย่างยั่งยืนเป็นโครงการที่เปิดโอกาสให้เฉพาะกลุ่มเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม	83 (20.80)	120 (30.00)	145 (36.30)	31 (7.80)	21 (5.30)	3.53	1.07	ดี
6. โครงการสังคมพอประมาณเป็นโครงการที่เกิดขึ้นตามกระแสเท่านั้น	15 (3.8)	36 (9.00)	141 (35.30)	105 (26.30)	103 (25.80)	3.61	1.08	ดี

ตารางที่ 13 (ต่อ)

รายการ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับทัศนคติ
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
7. โครงการสังคมพอประมาณเป็นโครงการที่ทำให้คนในสังคมเป็นคนมีเหตุผล มีความพอประมาณ และมีภูมิคุ้มกันทางความคิด	89 (22.30)	121 (30.30)	128 (32.00)	38 (9.50)	24 (6.00)	3.53	1.12	ดี
8. กิจกรรมในโครงการสังคมพอประมาณเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ	106 (26.50)	97 (24.30)	144 (36.00)	34 (8.50)	19 (4.80)	3.59	1.11	ดี
9. แนวคิดของโครงการสังคมพอประมาณไม่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริงในสังคมยุคปัจจุบัน	40 (10.00)	41 (10.30)	144 (36.00)	79 (19.80)	96 (24.00)	3.38	1.23	ปานกลาง
10. ศิลปินที่เข้าร่วมโครงการสังคมพอประมาณ เป็นศิลปินที่เหมาะสมที่จะเป็นแบบอย่างให้แก่คนในสังคม	76 (19.00)	85 (21.30)	160 (40.00)	63 (15.80)	16 (4.00)	3.36	1.08	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อโครงการสังคมพอประมาณ ในระดับดี 8 ข้อ และระดับปานกลาง 2 ข้อ ซึ่งค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อโครงการ ในข้อที่สูงที่สุด คือ โครงการสังคมพอประมาณ มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อกลุ่มประชาชนในสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 อยู่ในระดับดี รองลงมา คือ โครงการสังคมพอประมาณช่วยลดปัญหาด้านเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 อยู่ในระดับดี และทัศนคติต่อโครงการที่น้อยสุด คือ ศิลปินที่เข้าร่วมโครงการสังคมพอประมาณ เป็นศิลปินที่เหมาะสมที่จะเป็นแบบอย่างให้แก่คนในสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 อยู่ในระดับปานกลาง

## พฤติกรรมที่เกิดจากโครงการสังคมพอประมาณ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เกิดจากโครงการสังคมพอประมาณ

รายการ	ใช่	ไม่ใช่	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับพฤติกรรม
1. ท่านได้ร่วม “กิจกรรมในโครงการสังคมพอประมาณ”	239 (59.80)	161 (40.20)	0.60	0.49	ปานกลาง
2. ท่านได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการอยู่แบบสังคมพอประมาณ	277 (69.30)	123 (30.70)	0.69	0.46	มาก
3. ท่านนำความรู้เกี่ยวกับโครงการไปเผยแพร่ให้กับเพื่อน หรือบุคคลอื่น	210 (52.50)	190 (47.50)	0.53	0.50	ปานกลาง
4. ท่านได้แสดงตนด้วยการลงทะเบียนในเครือข่ายของชาวโมโซ	232 (58.00)	168 (42.00)	0.58	0.49	ปานกลาง
5. ท่านยึดหลักพอประมาณ มีเหตุผล ในการดำเนินชีวิต	282 (70.50)	118 (29.50)	0.71	0.46	มาก
6. ท่านกล้าแสดงตนว่าเป็นบุคคลในเครือข่ายชาวโมโซ	211 (52.80)	189 (42.20)	0.53	0.50	ปานกลาง
7. ท่านได้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ของโครงการ	227 (56.80)	173 (43.20)	0.57	0.49	ปานกลาง
8. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการสังคมพอประมาณด้วยความสมัครใจ	270 (67.50)	130 (32.50)	0.68	0.47	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมที่เกิดจากโครงการสังคมพอประมาณ ในระดับปานกลาง 5 ข้อ และระดับมาก 3 ข้อ ซึ่งข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านยึดหลักพอประมาณ มีเหตุผล ในการดำเนินชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.71

รองลงมา คือ ท่านได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการอยู่แบบสังคมพอประมาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.69

ส่วนพฤติกรรมที่เกิดจากการเปิดรับข่าวสารโครงการที่น้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับสองข้อ ที่ระดับค่าเฉลี่ย 0.53 คือ ท่านนำความรู้เกี่ยวกับโครงการไปเผยแพร่ให้กับเพื่อน หรือบุคคลอื่น และท่านกล้าแสดงตนว่าเป็นบุคคลในเครือข่ายชาวโมไซ

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับโครงการสังคมพอประมาณ

**ตารางที่ 15** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความรู้เกี่ยวกับโครงการสังคมพอประมาณ

ตัวแปร	n	ค่าสหสัมพันธ์ความพึงพอใจ ตอบทบาท (r)	p
การเปิดรับข่าวสาร กับความรู้	400	0.03	0.29

จากตารางที่ 15 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความรู้เกี่ยวกับโครงการสังคมพอประมาณ เท่ากับ 0.03 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.292 นั่นคือ การเปิดรับข่าวสารกับความรู้เกี่ยวกับโครงการไม่มีความสัมพันธ์กันทางสถิติ

**สมมติฐานที่ 2** ความรู้เกี่ยวกับโครงการสังคมพอประมาณมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย

**ตารางที่ 16** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความรู้ กับ ทัศนคติ

ตัวแปร	n	ค่าสหสัมพันธ์ความพึงพอใจ ตอบทบาท (r)	p
ความรู้ กับ ทัศนคติ	400	0.08	0.05

จากตารางที่ 16 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความรู้ กับทัศนคติ มีค่าเท่ากับ 0.08 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือความรู้กับทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายมีความสัมพันธ์กันทางสถิติ กล่าวคือ หากกลุ่มเป้าหมายมีความรู้มาก ก็จะทำให้มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับโครงการสังคมพอประมาณ

**สมมติฐานที่ 3** ทัศนคติที่มีต่อโครงการสังคมพอประมาณมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 17 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่าง ทัศนคติ กับพฤติกรรม

ตัวแปร	n	ค่าสหสัมพันธ์ความพึงพอใจ ตอบทบาท (r)	p
ทัศนคติ กับ พฤติกรรม	400	0.05	0.16

จากตารางที่ 17 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างทัศนคติ กับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายมีค่าเท่ากับ 0.05 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.16 กล่าวคือทัศนคติกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายไม่มีความสัมพันธ์กันทางสถิติ