

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่า
ทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี



นางสาวณัฐธิดา วรธรรมเศรษฐ์

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์


คณะเทคโนโลยีสารสนเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2546

ISBN 974-17-3605-3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

PUBLIC RELATIONS STRATEGY OF SEA TURTLES CONSERVATION PROJECT, AWARENESS AND
PARTICIPATION IN SEA TURTLES CONSERVATION AMONG PEOPLE IN SATTAHIP DISTRICT,
CHON BURI PROVINCE



Miss Natthanicha Worawannaseth

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2003

ISBN 974-17-3605-3

ณัฐธิดา วรวรรณเศรษฐ์ : กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี. (PUBLIC RELATIONS STRATEGY OF SEA TURTLES CONSERVATION PROJECT, AWARENESS AND PARTICIPATION IN SEA TURTLES CONSERVATION AMONG PEOPLE IN SATTAHIP DISTRICT, CHON BURI PROVINCE) อ.ที่ปรึกษา : รศ.พัชนี เที่ยจรรยา, 135 หน้า. ISBN 974-17-3605-3

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี โดยแบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ ศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โดยใช้การสัมภาษณ์ และศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องของโครงการ และส่วนที่สอง คือ ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผลการศึกษาในส่วนของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์นั้น พบว่าการประชาสัมพันธ์เน้นการใช้สื่อที่หลากหลาย เพื่อให้ครอบคลุมเป้าหมายทุกกลุ่ม โดยพยายามใช้สื่อที่มีอยู่ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด โดยเฉพาะสื่อวิทยุ และสื่อบุคคล

ส่วนผลการศึกษาในส่วนของการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมของประชาชน ผลการวิจัยพบว่า

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตระหนักรู้ ในการอนุรักษ์เต่าทะเล และค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล และค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ
3. ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล และค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์.....
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา 2546.....

ลายมือชื่อนิสิต.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

##4585232928 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: PUBLIC RELATIONS / AWARENESS / PARTICIPATION / SEA TURTLES / CONSERVATION

NATTHANICHA WORAWANNASETH : PUBLIC RELATIONS STRATEGY OF SEA TURTLES CONSERVATION PROJECT, AWARENESS AND PARTICIPATION IN SEA TURTLES CONSERVATION AMONG PEOPLE IN SATTAHIP DISTRICT, CHON BURI PROVINCE. THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF. PATCHANEE CHEYJUNYA, 135 pp. ISBN 947-17-3605-3.

The purpose of this research is to study the public relations strategy of sea turtles conservation project, awareness and participation in sea turtles conservation among people in Sattahip district, Chonburi province. The study is divided into 2 parts. The first part studied the strategy of public relations by interview PR and concerned officers and review a number of project documents. The second part assessed the information exposure, awareness and participation in sea turtles conservation among 400 people in Sattahip district, Chonburi province by using questionnaires. The result of the study were as follows:

1. Public relations emphasized on using variety of medias in order to cover all the targets focusing on radio and personal media.
2. The people media exposure in sea turtles conservation is negatively correlated with people awareness in sea turtles conservation.
3. The people media exposure in sea turtles conservation is positively correlated with people participation in sea turtles conservation.
4. The people awareness in sea turtles conservation is positively correlated with people participation in sea turtles conservation.

Department Public Relations...

Student's signature.....

Field of study Development Communication

Advisor's signature.....

Academic year 2003

Co-Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาอย่างยิ่ง จากรองศาสตราจารย์พัชนี เที่ยงรทยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ซึ่งได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นต่างๆ ในการวิจัยมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์อุบลวรรณ ปิติพัฒน์นะโฆษิต ซึ่งกรุณาเป็นประธานการสอบวิทยานิพนธ์ และ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ช่วยเหลือและให้คำแนะนำทางด้านสถิติที่ใช้ในการวิจัย ตลอดจนอาจารย์ในภาควิชาการประชาสัมพันธ์ทุกท่าน

นอกจากนี้ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลทุกท่านที่เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณคุณพ่อ คุณแม่ และพี่ๆ ที่คอยให้แรงสนับสนุนและกำลังใจ ขอขอบคุณทุกๆ กำลังใจและแรงผลักดันจากเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ร่วมรุ่นทุกคน ที่คอยเป็นกำลังใจสำหรับการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้มาโดยตลอด และสุดท้ายขอขอบคุณพี่ตอง พี่อดทน และคอยให้ความช่วยเหลือทั้งทางด้านร่างกายและแรงใจในการทำวิทยานิพนธ์อย่างดีเสมอมา จนทำให้ผู้วิจัยมีวันนี้

ณัฐธิดา วรวรรณเศรษฐ์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฌ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	9
ปัญหาคำถามการวิจัย.....	9
สมมติฐานการวิจัย.....	9
ขอบเขตการวิจัย.....	10
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร.....	22
แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ	26
แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความตระหนักรู้	31
แนวคิดและหลักการมีส่วนร่วมของประชาชน	34
แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	50
<u>ส่วนที่ 1</u>	
แหล่งข้อมูล.....	50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล	51
การวิเคราะห์ข้อมูล	51
ส่วนที่ 2	
ประชากร.....	51
กลุ่มตัวอย่าง.....	52
วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	52
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	53
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	53
การตรวจสอบเครื่องมือ.....	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล	56
เกณฑ์การกำหนดคะแนนของตัวแปร	56
การวิเคราะห์ข้อมูล	58
การประมวลผลข้อมูล	59
บทที่ 4 ผลการวิจัย	60
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	89
สรุปผลการวิจัย	90
อภิปรายผล	97
ข้อเสนอแนะ	109
รายการอ้างอิง.....	112
ภาคผนวก.....	118
ภาคผนวก ก	119
ภาคผนวก ข.....	126
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	135

สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

1. แสดงน้ำหนักของส่วนต่างๆ ของเต่าทะเลและมูลค่าของชิ้นส่วนคิดเป็นเปอร์เซ็นต์.....3	
2. แสดงคุณค่าทางอาหารของไข่เต่าทะเลเปรียบเทียบกับไข่เป็ดและไข่ไก่.....4	
3. แสดงคุณค่าทางอาหารของเนื้อเต่าทะเลเปรียบเทียบกับเนื้อสัตว์ชนิดต่างๆ.....4	
4. แสดงปริมาณและประเทศที่ส่งกระดองเต่าทะเลจากประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2516 – 2521.....5	
5. แสดงผลการปฏิบัติงานระหว่าง พ.ศ. 2540 - 25427	
6. แสดงผลจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....73	
7. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....73	
8. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษา.....74	
9. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....74	
10. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้.....75	
11. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งใน การเปิดรับข่าวสารประเภทสื่อในการอนุรักษ์เต่าทะเล.....75	
12. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับ ข่าวสารประเภทสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล.....77	
13. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งใน การเปิดรับข่าวสารประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล.....78	
14. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับ ข่าวสารประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล.....79	
15. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความตระหนักรู้ ในการอนุรักษ์เต่าทะเล.....80	
16. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับของความตระหนักรู้ ในการอนุรักษ์เต่าทะเล.....81	
17. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ เต่าทะเล.....82	
18. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการมีส่วนร่วม ในการอนุรักษ์เต่าทะเล.....83	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
19. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลกับความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเล.....	84
20. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล.....	86
21. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล.....	87



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในทศวรรษที่ผ่านมาทั่วโลกไม่ว่าจะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วหรือประเทศที่กำลังพัฒนาให้ความสำคัญกับการพัฒนาในด้านเศรษฐกิจและการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมแต่เพียงอย่างเดียวเพื่อให้เกิดการอยู่ดีกินดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม มีความพยายามที่จะเพิ่ม “ความทันสมัย” ทางด้านวัตถุให้กับชุมชน โดยลืมนึกไปว่าเศรษฐกิจไม่ใช่องค์ประกอบเดียวของชีวิตและสังคม ผลที่ตามมา คือ ปัญหาด้านคุณภาพชีวิต และการเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ มนุษย์จึงได้เริ่มตระหนักว่าความไม่สมดุลนี้เป็นอุปสรรค และข้อจำกัดต่อการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนและมีคุณภาพในระยะยาว ด้วยความจริงข้อนี้ทั่วโลกจึงได้พยายามปรับเปลี่ยนนโยบายใหม่ที่จะพัฒนาประเทศในด้านเศรษฐกิจให้เติบโตไปอย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพควบคู่ไปกับการฟื้นฟูและรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมก่อนที่จะสายเกินไป

โลกของเราประกอบด้วยส่วนที่เป็นน้ำทะเลถึง 3 ใน 4 ส่วน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่เราจะต้องตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในทะเล และในบรรดาสิ่งแวดล้อมในทะเล “เต่าทะเล” ถือว่าเป็นสัตว์ที่มีค่ายิ่งเนื่องจากมันอยู่คู่กับโลกเรามาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน และเป็นสัตว์ที่ใกล้สูญพันธุ์ถ้าเราไม่เริ่มที่จะอนุรักษ์สัตว์ชนิดนี้กันอย่างจริงจังในวันนี้

“เต่าทะเล” เป็นสัตว์เลื้อยคลานที่มีเลือดเย็น มีกระดูกสันหลัง หายใจด้วยปอด มีหัวใจ 3 ห้อง และมีอายุยืนยาวนานร้อยปี พบอยู่บนโลกมานานราว 130 ล้านปีและเคยมีชีวิตร่วมกับไดโนเสาร์ซึ่งได้สูญพันธุ์ไปแล้ว จึงนับได้ว่าเต่าทะเลเป็นสัตว์ดึกดำบรรพ์ชนิดหนึ่งที่ยังคงเหลืออยู่ในทะเลเขตร้อน และเขตอบอุ่น ชีวิตเกือบทั้งหมดของเต่าทะเลอยู่ในน้ำ ยกเว้นเต่าทะเลตัวเมียเท่านั้นที่ขึ้นมาวางไข่บนบกบริเวณหาดทรายริมทะเล ลักษณะทั่วไปของเต่าทะเล คือ มีกระดองแข็งแรงขนาดใหญ่ปกคลุมร่างกาย เกล็ดบนกระดองเป็นแผ่นแข็งเคลือบด้วย keratin เห็นลวดลายได้ชัดเจน รูปร่างกระดองค่อนข้างแบนเพื่อสะดวกในการดำรงชีวิตในทะเล หัวและคอมีขนาดใหญ่ไม่สามารถหดเข้าในกระดองได้เหมือนเต่าบก เท้าทั้งสี่มีลักษณะแบนเป็นใบพายเรียกว่า flipper สำหรับว่ายน้ำ เต่าทะเลมีกระดองที่แปลกกว่าเต่าชนิดอื่นคือไม่มีกระดองแข็ง แต่มีแผ่นหนังเรียงซ้อนกันเป็นแผ่นหนาไม่มีเกล็ดบนกระดอง ทำให้ผิวกระดองเรียบลื่น ในการจำแนกชนิดของ

เต่าทะเลเราจะอาศัยลักษณะของกระดอง ขนาด รูปร่างและจำนวนเกล็ดบนกระดองได้แก่ เกล็ดกลางกระดองเกิดแนวชายโครง และเกิดขอบกระดองเป็นต้น บางครั้งจำเป็นต้องพิจารณาที่เกล็ดของกระดองทางด้านท้องประกอบด้วย ได้แก่ เกล็ด inframarginal เกล็ดกลางกระดองด้านท้อง เป็นต้น ปัจจุบันนี้มีเต่าเหลืออยู่เพียง 8 ชนิดทั่วโลก

ในประเทศไทยสามารถพบเต่าทะเล ได้ถึง 5 ชนิด จาก 8 ชนิดทั่วโลก ได้แก่ เต่ากระ, เต่าตนุ, เต่าหญ้า, เต่าหัวสั้น และเต่ามะเฟือง จึงนับได้ว่าประเทศไทยมีการแพร่กระจายของชนิดของพันธุ์เต่าทะเลมากที่สุดประเทศหนึ่ง เต่าทะเลส่วนมากมักอาศัยอยู่ในเขตอบอุ่น ที่ประมาณแลตติจูด 40 องศาเหนือ ถึงแลตติจูดที่ 40 องศาใต้ แต่เราสามารถพบเห็นเต่าทะเลได้เฉพาะในฤดูวางไข่เท่านั้น ซึ่งฤดูวางไข่ของเต่าทะเลแต่ละชนิด และแต่ละสถานที่จะแตกต่างกันไปตามแต่ละภูมิภาค เช่น ทางฝั่งอ่าวไทยบริเวณเกาะครามและเกาะใกล้เคียงจังหวัดชลบุรี แม่เต่าทะเลขึ้นวางไข่เกือบทั้งปี แต่มีความชุกชุมมากที่สุดในช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม ส่วนฝั่งทะเลอันดามันบริเวณหมู่เกาะพระทองหาดท้ายเหมือง ในจังหวัดพังงา และหาดไม้ขาวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นแหล่งวางไข่ที่สำคัญของเต่าทะเล จะมีเต่าทะเลขึ้นวางไข่ในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี ในการขึ้นวางไข่และช่วงเวลาของการวางไข่ของแม่เต่าทะเลแต่ละชนิดจะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของแหล่งวางไข่เป็นหลัก แต่พฤติกรรมที่แม่เต่าทุกชนิดเหมือนกันคือ พวกมันจะขึ้นวางไข่ในช่วงเวลาที่น้ำขึ้นสูงสุดเท่านั้น เชื่อกันว่าแม่เต่าทะเลจะพากันมารออยู่หน้าหาดก่อนถึงเวลาที่ขึ้นวางไข่หลายวัน โดยจะมีเฉพาะตัวเมียเท่านั้นที่ขึ้นมาบนหาดทราย ในช่วงที่น้ำขึ้นสูงสุดเวลากลางคืน แม่เต่าจะใช้ขาหลังขุดทรายเป็นหลุมลึก แล้วปล่อยไข่ลงในหลุมแล้วจะกลบหลุมจากนั้นแม่เต่าจึงเดินกลับลงสู่ทะเลภายใต้พื้นทรายที่มีอุณหภูมิและความชื้นที่เหมาะสม ในช่วงระยะเวลา 60 วันลูกเต่าจะพากันออกจากหลุมทรายโดยต้องใช้เวลาผุดและดันตัวเองขึ้นมาจากพื้นทรายอย่างลำบากเป็นเวลา 2 - 3 วัน หรือเป็นสัปดาห์ก่อนจะรีบคลานลงสู่ทะเลอย่างรวดเร็ว เมื่อลูกเต่าลงสู่ทะเลแล้วจะว่ายน้ำอย่างต่อเนื่องไม่หยุดจนออกสู่ทะเลลึก เรื่องราวต่อจากนั้นยังเป็นเรื่องราวที่ลึกลับ จนกว่าจะมีผู้พบเห็นอีกครั้งในช่วงตัวเต็มวัยและพร้อมที่จะวางไข่ เต่าทะเลจะย้อนกลับมาวางไข่ในบริเวณเดิมที่บริเวณมันเกิดมาดูแลโลก

ในการวางไข่แต่ละครั้งของแม่เต่านั้น จะมีจำนวนไข่ประมาณ 75 - 100 ฟอง และเต่าแต่ละตัวจะขึ้นมาวางไข่ปีละ 2 - 3 ครั้ง ห่างกันครั้งละ 15 - 20 วัน ถึงแม้ว่าเต่าทะเลจะมีไข่เป็นจำนวนมาก แต่อัตรการรอดของเต่าทะเลนั้นน้อยมาก เฉลี่ยประมาณ 1 ใน 1,000 เพราะจะมีผู้ล่ามารอกินไข่เต่าหรือกินลูกเต่า เช่น นกนางนวล สุนัข ตะกวด รวมทั้ง มนุษย์ และแม่ลูกเต่าจะ

สามารถฝึกเป็นตัวและว่ายน้ำลงทะเลได้แล้วก็ยังคงต้องพบผู้ล่าในทะเล เช่น ปลาฉลามและปลาใหญ่ชนิดอื่น เป็นต้น (<http://www.talaythai.com>)

ในประเทศไทยนั้น เต่าทะเลได้ลดจำนวนลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งนอกจากสาเหตุความยากลำบากตามธรรมชาติในการขยายพันธุ์ของเต่าทะเลเองแล้ว ยังมีสาเหตุที่สำคัญและเป็นสาเหตุหลัก นั่นก็คือการลักลอบล่า เนื่องจากเต่าทะเลสามารถใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วนดังที่ปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 น้ำหนักของส่วนต่างๆ ของเต่าทะเลและมูลค่าของชิ้นส่วนคิดเป็นเปอร์เซ็นต์

ชิ้นส่วนของเต่าทะเล	น้ำหนักคิดเป็นเปอร์เซ็นต์	มูลค่าคิดเป็นเปอร์เซ็นต์
เนื้อสำหรับทำอาหาร	31	38.5
ชิ้นส่วนสำหรับทำซูบ	11	5.5
หนัง	5	12.1
ไขมันและน้ำมัน	14	22.7
เครื่องใน	15	1.5
กระดอง	16	19.7
ส่วนที่ต้องทิ้ง	8	-
	100	100.0

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2525

สาเหตุที่มีการลักลอบล่าเต่าทะเล และเก็บไข่เต่าทะเลเป็นจำนวนมากเนื่องจากเนื้อและไข่ของเต่าทะเลมีรสชาติดีและมีคุณค่าทางอาหารสูง โดยในไข่เต่าทะเลนั้นมีโปรตีน วิตามินบี ธาตุเหล็กและฟอสฟอรัสสูงกว่าไข่เป็ดและไข่ไก่ แต่ไข่เป็ดและไข่ไก่จะให้แคลเซียมและพลังงานมากกว่าไข่เต่า และเนื้อของเต่าทะเลจะให้โปรตีนสูงแต่ให้พลังงานน้อยกว่าเนื้อวัว และเนื้อไก่ ดังที่แสดงให้เห็นในตารางที่ 2 และ 3

ตารางที่ 2 คุณค่าทางอาหารของไข่เต่าทะเลเปรียบเทียบกับไข่เป็ดและไข่ไก่

ชนิด	โปรตีน (ส่วนร้อย)	วิตามินบี 1 (ไมโครกรัม)	วิตามินบี 2 (ไมโครกรัม)	ฟอสฟอรัส (มิลลิกรัม)	เหล็ก (มิลลิกรัม)	แคลเซียม (มิลลิกรัม)	แคลอรี
ไข่เต่าทะเล	92.8	453	442	227.85	1.95	93.58	121.36
ไข่เป็ด	87.37	-	-	214.46	0.91	156.12	189.76
ไข่ไก่	86.36	100	290	204.39	1.60	125.93	146.56

ตารางที่ 3 คุณค่าทางอาหารของเนื้อเต่าทะเลเปรียบเทียบกับเนื้อสัตว์ชนิดต่างๆ

ชนิด	โปรตีน (ส่วนร้อย)	ไขมัน (ส่วนร้อย)	พลังงาน (แคลอรี/กรัม)
เนื้อเต่าทะเล	23.00	0.20	102
ปลาลัง	21.94	4.17	-
เนื้อไก่	21.00	2.00	109
ปลาทุ	20.63	4.28	-
เนื้อวัวสันนอก	19.00	19.00	247
กุ้งแช่บัว กุ้งขาว	18.86	0.94	-
ปูทะเล	17.45	0.58	-
หมีกกัลวีย	15.55	0.22	-
หอยแมลงภู่	10.76	1.07	-

ที่มา: Penyapol, A. 1957

เนื่องจากเต่าทะเลเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ และตลาดต่างประเทศต้องการมาก เต่าทะเลจึงกลายเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สำหรับประเทศไทยได้ส่งกระดูกของเต่าทะเลเป็นสินค้าออกที่มีปริมาณมากเป็นที่สองรองจากอินโดนีเซีย โดยส่งออกเฉลี่ยปีละประมาณ 35,000 กิโลกรัม ดังที่ปรากฏในตารางที่ 4 ก่อนที่กรมประมงได้เสนอให้กระทรวงพาณิชย์ออกประกาศห้ามส่งออกและนำเข้าซาก และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทุกชนิดของเต่าทะเล ตั้งแต่วันที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2523 เป็นต้นมา

ตารางที่ 4 ปริมาณและประเทศที่ส่งกระดองเต่าทะเลจากประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ.
2516 - 2521

ประเทศ	2516	2517	2518	2519	2520	2521	รวม	%
	ปริมาณ (กก.)	ปริมาณ (กก.)	ปริมาณ (กก.)	ปริมาณ (กก.)	ปริมาณ (กก.)	ปริมาณ (กก.)		
ฮ่องกง	6,250	7,672	9,578	16,859	28,031	26,990	95,583	61.52
ไต้หวัน	8,050	6,750	1,000	7,000	4,910	20,500	42,210	31.09
สิงคโปร์	-	-	-	-	5,000	5,628	10,628	6.85
เกาหลีใต้	200	100	-	-	-	500	800	0.52
ญี่ปุ่น	-	-	33	-	-	-	33	0.02
รวม	14,500	14,522	10,611	23,859	37,941	53,618	155,051	100

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2525

นอกจากนี้การท่องเที่ยวที่ขยายตัวมากเกินไปได้รุกรานชายหาดซึ่งเป็นแหล่งขยายพันธุ์และแหล่งวางไข่ เพราะตามธรรมชาติแล้วแม่เต่าทะเลจะวางไข่ตามชายหาดที่เงียบสงบปราศจากสิ่งรบกวนใดๆ แต่ชายฝั่งทะเลที่เต่าเคยขึ้นมาวางไข่ในขณะนี้ได้ถูกเปลี่ยนสภาพเป็นที่อยู่อาศัยโรงแรม ที่พักตากอากาศ ทำให้มีผู้คนจอแจพลุกพล่าน จึงเป็นอุปสรรคต่อการขยายพันธุ์ของเต่าทะเล เพราะลูกเต่าทะเลเมื่อฟักออกเป็นตัวจากไข่ และไถลขึ้นมาจากหลุมจะต้องอาศัยแสงสว่างตามธรรมชาติเป็นเครื่องชี้ทางที่จะคลานสู่ทะเล แต่เมื่อได้รับแสงรบกวนจากบ้านเรือน ถนนและรถยนต์ ลูกเต่าจะหลงทางและคลานลงสู่ทะเลได้ด้วยความยากลำบาก การทิ้งขยะและมลพิษลงทะเลของมนุษย์เองก็ทำให้แหล่งหากินของเต่า อันได้แก่ ปะการังและแหล่งหญ้าทะเลอยู่ในสภาพที่เสื่อมโทรม ยิ่งไปกว่านั้น อุปสรรคที่สำคัญคือ ขณะที่แม่เต่ากำลังว่ายน้ำเข้าฝั่งเพื่อหาที่วางไข่ก็จะติดอวนของชาวประมงเสียชีวิตไปเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะถ้าแม่เต่าว่ายน้ำไปติดอวนหรือเบ็ดของชาวประมงก่อนที่จะขึ้นมาวางไข่ เท่ากับเป็นการตัดวงจรการแพร่พันธุ์ของชีวิตเต่าทะเลโดยสิ้นเชิง ซึ่งในเรื่องนี้ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ออกกฎหมายว่าด้วยการห้ามนำเข้ากุ้งจากประเทศที่มีเรืออวนลากกุ้งที่ไม่ได้ใช้เครื่องมือแยกเต่า (TED: Turtle Excluding Device) และประเทศไทยก็เคยออกกฎหมายระยะสั้นบังคับให้เรืออวนลากกุ้งใช้เครื่องมือแยกเต่าทะเล แต่ในทางปฏิบัติไม่เคยสัมฤทธิ์ผล สาเหตุที่ประเทศสหรัฐอเมริกาต้องออกมาตรการข้างต้นนั้น เนื่องจากว่าในปี พ.ศ. 2533 มีเต่าทะเลตายเพราะติดเรืออวนลากกุ้งประมาณ 150,000 ตัวทั่วโลก

ผลจากการที่เราได้นำทรัพยากรเต่าทะเลมาใช้ประโยชน์มากเกินไปเกินกว่าจำนวนที่สมควรจะนำขึ้นมาใช้เป็นระยะเวลาอันยาวนาน ประกอบกับการแพร่ขยายพันธุ์ของเต่าทะเลตามธรรมชาติมีปัญหา และอุปสรรคหลายประการดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ทุกวันนี้เต่าทะเลทุกชนิดจึงถูกจัดว่าเป็นสัตว์หายากและมีความเสี่ยงต่อการสูญพันธุ์ตามประกาศของ International Union for the Conservation of Nature and Natural Resource (IUCN) ใน Red Data Book ได้มีการรณรงค์ให้หลายประเทศรวมทั้งประเทศไทย ร่วมลงนามในอนุสัญญาว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศในเรื่องชนิดพันธุ์สัตว์ป่า และพืชป่าที่ใกล้สูญพันธุ์ (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora : CITES) (<http://www.wildlife.or.th>)

ประเทศไทยเองก็ได้ออกกฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์เต่าทะเลมาหลายฉบับได้แก่

1. พระราชบัญญัติการประมง พ.ศ. 2490 ห้ามเก็บ ทำลายเต่าและกระทะเล รวมทั้งไข่เต่าทะเลทุกชนิดโดยเด็ดขาด
2. กฎหมายประมง พ.ศ. 2515 ห้ามอวนลาก อวนรุน ทำการประมงในระยะ 3 กิโลเมตรจากชายฝั่งเพื่อป้องกันแหล่งอาหารของเต่าทะเล
3. ประกาศกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2523 ห้ามส่งออกและนำเข้า ซาก ผลิตภัณฑ์จากเต่าทะเลทุกชนิด
4. พระราชบัญญัติสัตว์สงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ.2535 ประกาศให้เต่าทะเลทุกชนิดเป็นสัตว์คุ้มครอง ห้ามฆ่าหรือมีไว้ในครอบครอง (ตุ้มเจตน์ กาญจนเกษร,2539)

ถึงแม้ว่าได้มีการออกกฎหมายต่างๆมาเพื่อคุ้มครองเต่าทะเล แต่ปริมาณของเต่าทะเลในประเทศไทยก็ยังคงลดลงเรื่อยๆเนื่องจากประชาชนและชาวประมงยังขาดความรู้ทางด้านกฎหมายและการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัวมากกว่าที่จะเล็งเห็นถึงความสำคัญของการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างจริงจัง ทางกองทัพเรือได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงได้ดำเนินการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลตั้งแต่ พ.ศ. 2493 ในพื้นที่เกาะต่างๆ บริเวณอ่าวสัตหีบ นอกจากนี้ กองทัพเรือยังได้ร่วมดำเนินการเพาะฟักและเพาะเลี้ยงเต่าทะเลตามโครงการ “สมเด็จพระราชินีพันธุ์เต่าทะเล” ในพระราชดำริสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถใน พ.ศ. 2522 ต่อมาในปี พ.ศ. 2535 ทางกองทัพเรือได้ตระหนักถึงความสำคัญของสภาพแวดล้อมในทะเล จึงมีการขยายงานอนุรักษ์เต่าทะเลเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมในทะเลให้แพร่หลายในหมู่ประชาชน โดยมีรองผู้บัญชาการทหารเรือเป็นประธานกรรมการ และมีหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง (สอ/รฝ.) เป็นหน่วยปฏิบัติ

ปัจจุบันกองทัพเรือโดยหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาชายฝั่งได้จัดตั้งหน่วยรักษาทรัพยากรธรรมชาติและอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลขึ้นเพื่อรักษาความปลอดภัยในบริเวณเกาะคราม และบริเวณใกล้เคียง เก็บรวบรวมไข่เต่าเพื่อการเพาะฟัก อีกทั้งยังเป็นแหล่งให้ความรู้และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอีกด้วย ที่ผ่านมาสามารถเพาะฟักไข่เต่าได้เพิ่มขึ้นทุกปี โดยคาดว่าในอนาคตข้างหน้าจะมีจำนวนเต่าทะเลเพิ่มขึ้นปีละ 1,000 – 1,500 ตัว

ตารางที่ 5 ผลการปฏิบัติงานระหว่าง พ.ศ. 2540 - 2542

	พ.ศ. 2540	พ.ศ. 2541	พ.ศ. 2542	พ.ศ.2543	รวม
จำนวนไข่เต่าที่จับเก็บได้	30,982	28,596	37,988	17,188	114,754
จำนวนลูกเต่าที่เพาะฟักได้	18,586	9,465	24,594	10,730	63,375
จำนวนลูกเต่าที่ปล่อยคืนสู่ธรรมชาติ	6,361	5,866	10,498	6,016	27,741

ที่มา : นาวิกสนเทศ ปีที่ 8 ฉบับที่ 110 มีนาคม พ.ศ.2544

ถึงแม้ว่าทางกองทัพเรือมีความพยายามที่จะเพิ่มจำนวนเต่าทะเล แต่อนาคตของเต่าทะเลในประเทศไทยก็ยังไม่เป็นห่วง ถ้าตราบไคที่ประชาชนยังคงทำลายสภาพแวดล้อมให้เสื่อมโทรมทำลายแนวปะการังและแหล่งอาหารของเต่าทะเล รุกล้ำชายหาดที่เต่าทะเลเคยวางไข่ ทำประมงอย่างไม่ระมัดระวัง ลักลอบล่าเต่าและเก็บไข่เต่า หรือใช้เครื่องประดัดที่ทำมาจากกระดองเต่าอยู่ ดังนั้นวิธีการที่จะป้องกันไม่ให้เต่าทะเลสูญพันธุ์ไปจากประเทศไทยจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับกองทัพเรือแต่เพียงแต่หน่วยงานเดียว แต่ขึ้นอยู่กับประชาชนที่จะต้องร่วมมือร่วมใจในการอนุรักษ์กันอย่างจริงจัง ดังนั้นวิธีการหนึ่งที่จะปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนมีความตระหนักรู้ และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลนั้น คือ การใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นวิธีการวางแผน และดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจ และกระตุ้นให้ประชาชนทั่วไปมีความตระหนัก และร่วมกันส่งเสริมการอนุรักษ์เต่าทะเลซึ่งจะเป็นผลต่อเนื่องในการอนุรักษ์ทรัพยากร

ด้านอื่นๆ อีกทั้งยังประชาสัมพันธ์กิจกรรม และสร้างความร่วมมือระหว่างกองทัพเรือ และประชาชนในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งทางกองทัพเรือได้ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อมวลชน เช่น อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ ฯลฯ ตลอดจนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ วีดิทัศน์ เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีการใช้สื่อบุคคล อันได้แก่เจ้าหน้าที่ของกองทัพเรือที่คอยให้ความรู้ ความเข้าใจ แก่ประชาชนในด้านการอนุรักษ์เต่าทะเล เพื่อก่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล และชักจูงใจให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์กันอย่างจริงจัง

นอกจากนั้นแล้วยังมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์เต่าทะเล เช่น การสัมมนา การจัดนิทรรศการ การจัดแรลลี่ การจัดหาทุน ฯลฯ กล่าวได้ว่า กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการนั้น เป็นความตั้งใจที่จะสื่อสารเพื่อที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้รับสาร โดยจะพยายามเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้องของผู้รับสารในเรื่องเต่าทะเล และเน้นย้ำให้ผู้ที่มีจิตสำนึกที่ตื่นตัวแล้ว ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มากยิ่งขึ้น

ด้วยความสำคัญของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิจัย เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการ โดยการวิจัยครั้งนี้ จะพิจารณาถึงกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ตลอดจนกลวิธี รูปแบบการสื่อสาร การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ รวมทั้งกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ต่างๆ

นอกจากนั้นแล้วยังมุ่งศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนว่าเป็นอย่างไร มีความตระหนักรู้และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างไร และยังศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ ความตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมว่าเป็นไปในทิศทางใด เพื่อเป็นแนวทางให้กองทัพเรือนำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการต่อประชาชนโดยทั่วไปว่าควรจะใช้การสื่อสารแบบใดและสื่อใดที่จะเข้าถึงประชาชนได้ดีที่สุด

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

ปัญหานำการวิจัย

1. โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลมีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลเป็นอย่างไร
2. ประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี มีการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลเป็นอย่างไร
3. การเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร

สมมติฐานการวิจัย

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

3. ความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการประชาสัมพันธ์ของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลของกองทัพเรือ บริเวณเกาะต่างๆบริเวณอ่าวสตึก จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นบริเวณที่เต่าทะเลได้ขึ้นมาวางไข่ตามธรรมชาติ และเป็นพื้นที่ไม่กี่แห่งในประเทศไทยที่ได้ถูกสงวนไว้สำหรับการเพาะฟักไข่เต่าทะเลโดยเฉพาะ
2. ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี เป็นประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ที่มีการจัดทำโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลของกองทัพเรือ

นิยามศัพท์

โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล หมายถึง โครงการที่ทางกองทัพเรือได้จัดตั้งขึ้นในพื้นที่เกาะต่างๆ บริเวณอ่าวสตึก จังหวัดชลบุรี เพื่อฟักและเพาะเลี้ยงเต่าทะเลก่อนที่จะทำการปล่อยลงสู่ทะเลที่เกาะคราม โดยมีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มจำนวนเต่าทะเลในธรรมชาติ และอนุรักษ์เต่าทะเลไม่ให้สูญพันธุ์ไปจากประเทศไทย อีกทั้งยังเพื่อขยายงานอนุรักษ์และสร้างจิตสำนึกที่ดีให้แพร่หลายในประชาชน รวมทั้งเสริมสร้างความเข้าใจอันดีและส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างกองทัพเรือ ประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในโครงการ

การอนุรักษ์เต่าทะเล หมายถึง การแสดงออกในรูปแบบใดๆ ก็ตามเพื่อการดูแลรักษาไม่ให้เต่าทะเลสูญพันธุ์ไปจากประเทศไทย เช่น การดูแลรักษาแหล่งที่อยู่อาศัย แหล่งอาหาร แหล่งวางไข่ ฯลฯ

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการปฏิบัติตามแผนที่ได้กำหนดไว้ โดยการดำเนินการสื่อสาร และการจัดกิจกรรมทางด้านการสื่อสาร เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สาระความรู้ การขยายงานอนุรักษ์ และการสร้างจิตสำนึกที่ดีให้แพร่หลายในประชาชน ตลอดจนความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์เต่าทะเล

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ความบ่อยครั้งในการพูดคุย การฟัง การดู หรือการอ่าน ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจากสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่

- สื่อมวลชน หมายถึง โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต
- สื่อบุคคล หมายถึง บุคคลในครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน ผู้นำความคิดเห็นในชุมชน ครู อาจารย์ นักเรียน นักศึกษา ประชาชนทั่วไป เจ้าหน้าที่ของกองทัพเรือ
- สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง ป้ายประชาสัมพันธ์ เอกสารของทางกองทัพเรือ รวมทั้งกิจกรรมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล

ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเล หมายถึง ลักษณะการแสดงออกถึงการรับรู้ คิดได้ รู้สึกสำนึกหรือเกิดความรู้สึกรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์เต่าทะเลไม่ให้อุญพันธุ์

การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล หมายถึง การกระทำใดๆที่แสดงออกถึงความร่วมมือร่วมใจ และการเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆเพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเล

ประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี หมายถึง ประชาชนที่มีการตั้งถิ่นฐานถาวรอยู่ในอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. จากการศึกษาครั้งนี้ จะทำให้เราทราบถึงการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี เพื่อเป็นแนวทางให้กองทัพเรือนำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการต่อประชาชนโดยทั่วไป โดยเริ่มจากประชาชนในชุมชนก่อน ทั้งนี้เพื่อสร้างจิตสำนึกที่ดีให้เกิดขึ้นในประชาชนในการร่วมมือร่วมใจกันอนุรักษ์เต่าทะเลกันอย่างจริงจังก่อนที่จะเต่าทะเลจะสูญพันธุ์ไปจากประเทศไทยอย่างถาวร
2. เป็นช่องทางให้ทางกองทัพเรือได้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นระหว่างกองทัพเรือและประชาชน เพื่อให้ประชาชนเกิดความศรัทธาและมีส่วนร่วมในกิจกรรมมากยิ่งขึ้น
3. เป็นแนวทางในการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์พัฒนาการเกี่ยวกับ การศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการอนุรักษ์และ

พัฒนาสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ตลอดจนนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลเพื่อใช้เป็นเอกสารอ้างอิงทางวิชาการต่อไป



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ในครั้งนี้มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยได้เลือกนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ
4. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความตระหนักรู้
5. แนวคิดและหลักการมีส่วนร่วมของประชาชน
6. แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลของกองทัพเรือ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายคือประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ดังนั้นจึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการประชาสัมพันธ์มาใช้เป็นกรอบสำหรับการวิเคราะห์ผลในส่วนของการศึกษาเรื่องการประชาสัมพันธ์

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

“การประชาสัมพันธ์” (Public Relations) เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมากในปัจจุบัน ทั้งตามหน่วยงาน องค์กร สถาบันต่างๆ และในหมู่สาธารณชนทั่วไป ที่เป็นเช่นนี้ น่าจะเป็นเพราะงาน

ประชาสัมพันธักำลังได้รับความสนใจและยอมรับจากประชาชนทั่วไปในฐานะที่การประชาสัมพันธเป็นงานเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

คำว่า “การประชาสัมพันธ” เป็นคำที่เราแปลมาจากภาษาอังกฤษว่า “Public” คือ ประชา และ “Relations” คือ สัมพันธ ตามพจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน 2525 หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน ซึ่งคำนี้ได้มีสถาบัน นักวิชาการ นักวิชาชีพ ให้ความหมายไว้แตกต่างกันดังนี้ (อ้างในวิรัช ฤทธิตนกุล, 2540)

พจนานุกรม World Book Dictionary ได้อธิบายความหมายของการประชาสัมพันธว่า การประชาสัมพันธคือ

1. กิจกรรมของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน หรือบุคคลที่ปฏิบัติเพื่อชนะใจประชาชนทั่วไป รวมทั้งส่งเสริมให้ประชาชนได้เข้าใจถึงนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กรโดยการแพร่กระจายข่าวสารทางเครื่องมือสื่อสารต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น
2. ทศนคติของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน
3. การดำเนินธุรกิจและอาชีพด้านนี้

สมาคมการประชาสัมพันธระหว่างประเทศ (IPRA) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธว่า การประชาสัมพันธ คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management Function) ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนที่ดี และมีการกระทำอย่างต่อเนื่องและได้รับการสนับสนุนร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่องค์กรสถาบันเกี่ยวข้องอยู่ โดยองค์กรจะต้องใช้วิธีการวัดประเมินถึงประชามติที่ประชาชนมีต่อองค์กร แล้วนำมาใช้ประกอบเป็นแนวทางในการพิจารณา กำหนดเป็นแผนงานและนโยบายขององค์กรสถาบันเพื่อให้สอดคล้องกับประชามติหรือความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธีการเผยแพร่ข่าวสารสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย คือ องค์กรและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

Cutlip และ Center ให้คำจำกัดความว่า การประชาสัมพันธ คือ การติดต่อสื่อสารและการสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็นจากองค์กรสถาบันไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นและประชามติที่ประชาชนมีต่อองค์กรสถาบันด้วยความพยายามอย่างจริงจัง โดยมีมุ่งที่

จะสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน และช่วยให้สถาบันสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืนกับสังคมได้ ฉะนั้นการประชาสัมพันธ์จึงถูกนำมาใช้ในลักษณะความหมาย 3 ประการด้วยกันคือ

1. การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์การสถาบันกับกลุ่มประชาชน
2. วิธีการที่องค์การสถาบันใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์
3. คุณภาพและสถานภาพแห่งความสัมพันธ์นั้นๆ

Edward L. Bernays แสดงความคิดเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ มีความหมาย 3 ประการด้วยกันคือ

1. เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ
2. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วม และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน
3. ประสานงานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

เสรี วงษ์มณฑา (2530) อธิบายการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นเรื่องของความพยายามที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า และมีการกระทำอย่างต่อเนื่อง โดยมีจุดประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ผ่านทางช่องทางการสื่อสารต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี และนำไปสู่ความร่วมมือในเรื่องนั้นๆต่อไป

หลักการประชาสัมพันธ์

หลักการพื้นฐานของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ก็คือการที่องค์การจะต้องมีนโยบายที่ดีในการดำเนินงาน และรวมทั้งการประพฤติปฏิบัติ หรือการกระทำที่ดีต่อประชาชน องค์การจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชน นอกจากนี้การที่องค์การจะได้รับความนิยมนับสนุนจากประชาชนหรือไม่นั้น ผู้บริหารขององค์การมีส่วนอยู่มาก กล่าวคือ ผู้บริหารขององค์การจะต้องมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน แล้วนำมาพิจารณาจัดตั้งเป็นนโยบายที่เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนหรือประชาคมติกลุ่มต่างๆ รวมทั้งจะต้องมีการบอกกล่าวเผยแพร่ชี้แจงนโยบายและการดำเนินงานขององค์การให้ประชาชนได้ทราบ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและให้ความสนับสนุนแก่องค์การ ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์อย่างมี

ประสิทธิภาพกับประชาชนกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนับว่าเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นยิ่ง และความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนกลุ่มต่างๆ เหล่านี้ จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีระบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพเท่านั้น หากการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสถาบันไร้ประสิทธิภาพ ก็ย่อมก่อให้เกิดผลล้นหลวมทางด้านความสัมพันธ์โดยสิ้นเชิง ประชาชนอาจเกิดความไม่เข้าใจ หรือเข้าใจผิด ตลอดจนมีที่ทาของความขัดแย้งเกิดขึ้น ความขัดแย้งระหว่างองค์กรกับประชาชนกลุ่มต่างๆ ย่อมเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จและต่อความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์การไม่พึงประสงค์ และต้องหาทางให้หมดสิ้นไปด้วยการใช้หลักและวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น มีหลักการที่สำคัญอยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ

การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบนี้ คือการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์กรให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ซึ่งนับว่าเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในตัวขององค์กร ทำให้เป็นที่รู้จัก เข้าใจ และเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์จึงมุ่งหมายไปในด้านการแจ้งให้ทราบ (to inform) และในด้านการให้ข่าวสารความรู้ (to educate) แก่ประชาชน รวมทั้งการเรียกร้องความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน

การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจในตัวขององค์กร ย่อมเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อองค์กร ในด้านการได้รับความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน เพราะเมื่อเข้าใจโดยถูกต้องแล้ว ประชาชนย่อมเลื่อมใส ศรัทธา และให้ความร่วมมือด้วย

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

การป้องกันความเข้าใจผิดนี้ ทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน (Preventive Public Relation) ซึ่งมีความสำคัญมาก เนื่องจากเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรเกิดความเข้าใจผิดในตัวขององค์กรได้ ความเข้าใจผิดอาจเกิดขึ้นได้เสมอ และเกิดขึ้นได้ในหลายกรณี เช่น ความเข้าใจผิดในนโยบาย วัตถุประสงค์ หรือการดำเนินงานขององค์กร การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นงานในหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ที่จะต้องพยายาม

ค้นหาถึงสาเหตุที่อาจก่อให้เกิดประชาชนเกิดความเข้าใจผิดในตัวองค์กร เพื่อจะได้หาช่องทางป้องกันไว้เสียก่อน

เมื่อประชาชนมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์กรแล้ว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อองค์กรได้ ความเข้าใจผิดที่มักเกิดขึ้นอยู่เสมอคือ ความเข้าใจผิดที่ได้ยินมาจากกลุ่มบุคคล เพื่อนฝูง ที่สนทนาหรือคุยกัน หรือข่าวลือต่างๆรวมทั้งจากคำวิพากษ์วิจารณ์ของสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ที่ลงข่าวตำหนิติเตียนโจมตีหรือพาดพิงมาถึงองค์กรเป็นต้น

3. การสำรวจประชามติ

หลักที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์อีกประการหนึ่งก็คือ จะต้องมีการวิจัยประชามติ เพราะองค์กรจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หรือที่เรียกว่าประชามติ (Public Opinion) จะต้องทราบว่าประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ตลอดจนทำที่ต่างๆที่ประชาชนมีต่อองค์กร

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์พื้นฐานอยู่ที่การประเมิน วิเคราะห์และชักจูงประชามติของกลุ่มประชาชน วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสถาบันต่างๆมีดังนี้คือ

1. เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินงาน ธุรกิจของหน่วยงานนั้นๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ
2. เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management) ได้ทราบถึงทัศนคติ ประชามติ หรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน
3. เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่างๆ เพื่อป้องกันปัญหายุ่งยากต่างๆที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน
4. เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยงานภาคธุรกิจเอกชน เช่น บริษัท ห้างร้าน ก็เพื่อให้ลูกค้ายอมรับในบริษัทของตน รวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทจำหน่ายอยู่ รวมทั้งมีส่วนเพิ่มพูนปริมาณการขายทางอ้อมด้วย

5. เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหายุ่งยากต่างๆภายในหน่วยงาน
6. เพื่อแนะนำฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

จะเห็นได้ว่าวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์นั้นกระทำขึ้นเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและป้องกันปัญหายุ่งยากต่างๆ รวมทั้งขจัดปัญหาเหล่านั้นให้หมดสิ้นไปด้วย ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะสัมฤทธิ์ผลได้ย่อมขึ้นอยู่กับความร่วมมือของบุคคลหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งฝ่ายบริหารขององค์การ

นโยบายและการวางแผนประชาสัมพันธ์

ตามแนวนโยบายและการวางแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ได้อธิบายคำว่า นโยบายและการวางแผนการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ สอดคล้องและต่อเนื่องกัน โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือ เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเพียงพอสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน ทั้งนี้โดยอาศัยทรัพยากรการประชาสัมพันธ์ทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีอยู่แล้ว ซึ่งการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์นี้จะบรรจุเป้าหมายยิ่งขึ้น (แนวนโยบายและการวางแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ 2520 อ่างใน รพีพล ยูวะนิยม, 2537)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กล่าวอธิบายนโยบายและการวางแผนประชาสัมพันธ์ ซึ่งสรุปได้ดังนี้ นโยบายการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องเน้นกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนเฉพาะเจาะจง เพื่อสร้างความเข้าใจและเปลี่ยนทัศนคติไปในแนวทางที่ถูกต้องเสริมสร้างการพัฒนาประเทศ สำหรับการประชาสัมพันธ์จะต้องสอดคล้องกับนโยบายและมีการกำหนดออกมาให้สอดคล้องกับเนื้อหา สารและกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้จะต้องมีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2530)

นอกจากนั้น บุญเลิศ ศุภดิติก (2530) ได้อธิบายนโยบายและการวางแผนการประชาสัมพันธ์ว่า

1. การประชาสัมพันธ์ที่สัมฤทธิ์ผลนั้น ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานการสื่อสารแบบสองวิถี (Two-way Communication) ซึ่งเกิดขึ้นทั้งในแนวตั้งและแนวนอน (Vertical and Horizontal Process) กล่าวคือ ในแนวทางตั้งนั้น การสื่อสารเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างฝ่ายบริหาร ซึ่งเป็นแหล่งสาร และประชาชนซึ่งเป็นผู้รับสาร ส่วนในทางแนวนอนนั้นเป็นการแสดงปฏิภิกิริยาโต้ตอบระหว่างกลุ่มบุคคลในระดับเดียวกันทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสาร

2. การประชาสัมพันธ์ของรัฐควรมุ่งสนับสนุนนโยบายและโครงการพัฒนาประเทศ อีกนัยหนึ่ง การประชาสัมพันธ์ของรัฐไม่จำกัดตัวเอง เพียงแต่เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและโน้มน้าวใจให้ประชาชน มีส่วนร่วมเท่านั้น แต่ควรใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดนโยบายและทิศทางการพัฒนาประเทศด้วย

3. การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลควรถือเป็นทั้งรากฐานการกำหนดเป้าหมายและนโยบายของชาติ และขณะเดียวกันเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติตามเป้าหมายและนโยบายนั้นให้สำเร็จ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงไม่ควรทำหน้าที่เพียงแต่ชี้แจงหรือเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนทราบเท่านั้น แต่ควรถือเป็นเครื่องมือเพื่อถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข่าวสารที่เป็นสาระประโยชน์แก่การพัฒนาระบบความคิด (Cognitive) เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจต่อการพัฒนาประเทศ และเป็นพื้นฐานให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาประเทศ

4. การประชาสัมพันธ์ของรัฐนั้น ควรจัดเป็นระบบ (System Approach) ให้มีความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและสอดคล้องอย่างดี ตลอดจนการประสานงานระหว่างระบบย่อยต่างๆด้วย ทั้งนี้เพื่อขจัดความขัดแย้งในแง่นโยบายและการปฏิบัติ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศอย่างมาก

หลักในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์

Frank Jefkins ได้อธิบายขั้นตอนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ว่าประกอบด้วยการจัดทำแบบ 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. การสำรวจสถานการณ์

เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการหาข้อเท็จจริงในเรื่องต่างๆ เช่น ปัญหาการดำเนินงานขององค์การ สภาพปัญหาที่องค์การเผชิญอยู่ ข้อคิดเห็นของกลุ่มประชาชนในองค์การและนอกองค์การ แนวโน้ม

การเปลี่ยนแปลงในอนาคต สภาพทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่อาจส่งผลกระทบต่อที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์จะต้องนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ประเมินสภาพปัญหาและสภาพขององค์กร เพื่อประโยชน์ในการกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์ และหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา โดยคำนึงถึงอุปสรรคผลได้ผลเสียและผลตามมาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนการวิเคราะห์และสำรวจสถานการณ์ขององค์กรจึงเป็นขั้นเตรียมการลงมือวางแผนที่จำเป็นยิ่ง

2. การกำหนดวัตถุประสงค์

เป็นการตั้งความคาดหวังในสิ่งที่คาดหวังจะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การกำหนดวัตถุประสงค์จึงเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้การคาดการณ์ล่วงหน้า และการตัดสินใจเพื่อถึงผลในอนาคตที่ต้องการให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้น

3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

เพื่อให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ได้มีโอกาสศึกษาลักษณะต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมายทั้งลักษณะทางประชากร (Demographics) และลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographics) เพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนกิจกรรมและวางแผนการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนงานประชาสัมพันธ์

ในการแบ่งกลุ่มเป้าหมายนั้นอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆคือ กลุ่มประชาชนภายใน และกลุ่มประชาชนภายนอก (วิรัช ภิรัตน์กุล, 2540)

3.1 กลุ่มประชาชนภายใน (Internal Publics)

คือ กลุ่มบุคคลที่เป็นพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ทำงานในองค์กรสถาบัน มีความเกี่ยวข้องกับผูกพันกับองค์กรสถาบันอย่างใกล้ชิด เช่น หากเป็นบริษัทธุรกิจเอกชน ก็ได้แก่ บรรดาพนักงานลูกจ้าง เจ้าหน้าที่ภายในบริษัท หากเป็นองค์กรของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจ ก็ได้แก่ ข้าราชการ พนักงาน เจ้าหน้าที่ เป็นต้น กลุ่มประชาชนภายในดังกล่าวนี้นับว่ามีความสำคัญต่อองค์กรสถาบันมาก เพราะหากความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มประชาชนภายในเป็นไปด้วยดีราบรื่น กิจกรรมขององค์กรสถาบันนั้นก็ย่อมประสบความสำเร็จ นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ภายในที่ดีย่อมจะก่อประโยชน์ และเอื้ออำนวยความสะดวก รวดเร็ว ประหยัด ให้แก่องค์กรสถาบันอันเป็นการเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการบริหารให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังส่งผลผูกพันไปถึงการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กรอีกด้วย

3.2 กลุ่มประชาชนภายนอก (External Publics)

คือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ภายนอกองค์การสถาบัน อาจแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์การโดยตรง กลุ่มประชาชนในท้องถิ่น และกลุ่มประชาชนทั่วไป

4. การกำหนดกิจกรรมและสื่อที่จะใช้

เมื่อผู้วางแผนงานสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายได้แล้ว ผู้วางแผนจะต้องกำหนดประเภท และชนิดของกิจกรรม และสื่อที่ใช้ โดยการพิจารณากำหนดกิจกรรม และสื่อที่จะใช้ จัดทำแผนงาน และโครงการอย่างสมบูรณ์ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติกรนำเอาแผนนั้นไปดำเนินการในแผนงาน ประกอบด้วยรายละเอียดของขั้นตอนการดำเนินงาน บุคลากรที่รับผิดชอบ ระยะเวลาดำเนินการ และงบประมาณค่าใช้จ่ายตามกิจกรรมที่กำหนดในแผน เป็นต้น

5. การกำหนดงบประมาณ

กิจกรรมกำหนดงบประมาณจะช่วยให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์สามารถประมาณการได้ว่า การดำเนินกิจกรรมซึ่งกำหนดไว้ในแผนงานนั้นต้องใช้งบประมาณดำเนินการเพียงใด เพื่อให้กิจกรรมประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินไปในกรอบของงบประมาณที่ตั้งไว้ได้

6. การประเมินแผนงานประชาสัมพันธ์

เป็นกิจกรรมที่ช่วยให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ได้มีโอกาสสำรวจแผนงานของตน เพื่อปรับปรุงให้แผนงานสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การประเมินแผนงานประชาสัมพันธ์ ประกอบไปด้วย การประเมินสิ่งแวดล้อมที่อาจมีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานตามแผน ตลอดจนประเมินกลยุทธ์ที่กำหนดไว้เพื่อผลตามวัตถุประสงค์ของแผน นอกจากนี้ยังต้องประเมินกระบวนการทั้งกระบวนการของการวางแผนว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงไร มีความสอดคล้องสัมพันธ์กัน เพื่อดำเนินไปตามเป้าหมายขององค์การหรือไม่ และท้ายสุดคือต้องประเมินผลผลิตคือ ตัวแผนงาน ประชาสัมพันธ์ว่ามีการกำหนดรายละเอียดในส่วนต่างๆ ได้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้มากน้อยเพียงไร เพื่อปรับแผนงานก่อนนำแผนงานไปสู่การปฏิบัติต่อไป (ธนวดี บุญลือ อ่างในรพีพล ญะนิยม, 2537)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสารประเภทหนึ่ง คือ ผลของการสื่อสาร ซึ่งเกิดหลังจากการสื่อสารทุกครั้ง ผลของการสื่อสารจะเป็นอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับตัวผู้รับสารเป็นสำคัญ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อองค์ประกอบในเรื่องตัวผู้รับสารที่สำคัญประการหนึ่งคือ กระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ของมนุษย์ การศึกษาการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการพัฒนาด้านต่างๆ ประกอบด้วย การเปิดรับสาร 2 ลักษณะ คือ (อ้างใน ดาราวรรณ ศรีสุกใส, 2542 : 36)

1. การเปิดรับสารจากสื่อมวลชน โดยที่ผู้รับสารคาดหวังจากสื่อมวลชน การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนแปลงลักษณะนิสัย และพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยที่การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนแตกต่างกันไป Klapper (1960) ได้แบ่งขั้นตอนการเปิดรับสารไว้ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือสนใจ (Selective Exposure or Selective attention) หมายถึง ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกตามความคิดเห็น และความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ฉะนั้นการลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดของตน

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว มีข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาของของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกัน ที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกับความหมายของข่าวสารที่ส่งถึง จึงมิได้อยู่ที่อักษรรูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ เลือกตีความหมายตามความเข้าใจ หรือตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตน และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้ง หรือขัดกับความคิดเห็นของตนได้ง่าย ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับ จึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติ หรือความเชื่อของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นตัวกำหนดความแตกต่างกันในการเลือกสรรรับข่าวสารของมนุษย์ ซึ่งการศึกษาของ Defluer, M.L. (1966) ได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพล ในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านสื่อมวลชนถึงผู้รับสาร และเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารแต่ละคน เช่น จิตวิทยาและสังคม ตลอดจนอิทธิพลของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นสังกัดอยู่ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้นๆ ทำให้เกิดผลเหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตคติของผู้ส่งสาร

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อบุคคลหมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งโดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิริยาโต้ตอบระหว่างกัน Rogers and Shoemaker กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไป หรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัด และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ (เสถียร เขยประทับ, 2525)

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวกับประชาชนโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่าย และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม โดยที่กลุ่มต่างๆ จะช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เช่น การประชุมสัมมนา ก็คือ การจัดกลุ่มที่มีความสนใจร่วมกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารได้ ดังที่ Blumer (1969) กล่าวว่า “สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่รวมกันอยู่ทั้งหมดจะประกอบกันเป็น

แบบแผนปฏิบัติ และมีพฤติกรรมร่วมกันของกลุ่ม เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มเป้าหมายจะมีความสนใจในทางนั้นด้วย

ในการเปิดรับข่าวสารนั้น ทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับสื่ออย่างไรนั้นก็ด้วยปัจจัยที่กำหนด คือ (อ้างในทิพารัตน์ เด่นชัยประดิษฐ์, 2539)

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ และจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่พวกเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่าง การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อถึงระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคิด ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงพฤติกรรมใดๆก็ตาม นั่นคือมักจะคล้อยตามกลุ่มในความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสาร โดยเชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

McCombs และ Becker (1979) ได้ให้แนวคิดที่ โดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสารหรือการเปิดรับสื่อเพื่อสนองความต้องการ 4 ประการดังนี้

1. เพื่อให้รับรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ (Surveillance) บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตเหตุการณ์ต่างๆรอบตัวเราจากการเปิดรับข่าวสาร ทำให้คนเป็นคนที่ทันสมัยต่อเหตุการณ์ทันสมัย

2. เพื่อการตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของต่อสภาวะหรือเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัวเพื่อการตัดสินใจ โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน

3. เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุยกับคนอื่น ๆ ได้

4. เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมรอบๆ ตัว

นอกจากนี้ Wilbur Schramm (1973) ได้กล่าวถึง การเลือกรับข่าวสารว่า ยังขึ้นกับปัจจัยอื่นๆ ด้วย คือ

1. ประสบการณ์ ประสบการณ์ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อ และเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจ ที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ทักษะคิด การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทักษะคิด จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับ และตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบ

จากองค์ประกอบที่กล่าวมานี้ จะพบว่าการเปิดรับข่าวสารมีปัจจัยทั้งในส่วนของคุณเอง ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ ความรู้ ความสนใจ หรืออื่นๆ รวมไปถึงปัจจัยภายนอก อันได้แก่ ความสัมพันธ์ทางสังคม และสิ่งแวดล้อมอื่นๆ อันจะทำให้การเปิดรับข่าวสารของคุณมีความแตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์เต่าทะเลว่าประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบมีการเปิดรับข่าวสารอย่างไร และมีความสัมพันธ์ต่อความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลหรือไม่อย่างไร

3 . แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ

สื่อมวลชน (Mass Media) เป็นสื่อที่มีอิทธิพลและมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ด้วยมีลักษณะเฉพาะที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาหลายประการด้วยกัน เช่น มีความกว้างไกลในการกระจายไปยังพื้นที่ต่างๆ มีความรวดเร็วในการถ่ายทอดข่าวสารได้อย่างถูกต้องแม่นยำตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร และมีประสิทธิภาพในการให้ความรู้ สำหรับเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชนนี้ แคลปเปอร์ (Klapper 1960 : 15-49) ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อพฤติกรรมของผู้รับสารไว้ ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชน ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรงแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะปัจจัยต่างๆที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ได้แก่

- 1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predisposition) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลนั้นมาสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย
- 1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Process) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความเห็นและความสนใจของตน ประชาชนจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือขัดแย้งกับความเห็นและความสนใจของตน ทั้งยังเลือกที่จะตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดเห็น และค่านิยมของตน
- 1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนโดยทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำทางความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspect) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนมีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อถือสื่อมวลชนใดดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชนเป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน ในกรณีที่บุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของบุคคล เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมให้เกิดแก่ประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลนั้นๆไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติ และค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับข่าวสาร หรือเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะผสม มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลในทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น

สื่อบุคคล

สื่อบุคคล (Human Media) เป็นสื่อพื้นฐานดั้งเดิมของมนุษย์ และเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารระหว่างบุคคล จากอดีตถึงปัจจุบันสื่อบุคคลยังคงมีอิทธิพลต่อกลไกการเปลี่ยนแปลงทางสังคมมาทุกยุคทุกสมัย แม้ในยุคสมัยที่เทคโนโลยีลึกลับกว้างไกลเช่นปัจจุบัน สื่อบุคคลเป็นสื่อที่ใช้ในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจและความคิดเห็นต่างๆ ที่มีมาแต่ดั้งเดิมก่อนการใช้สื่อประเภทอื่นๆ โดยมี “คำพูด” เป็นพาหนะที่สำคัญที่สุด แม้ว่าในปัจจุบันจะมีการนำคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์การสื่อสารมาใช้ เพื่อช่วยขจัดข้อจำกัดด้านระยะทางและเวลาในการสื่อสารระหว่างบุคคล แต่การสื่อสารโดยผ่านสื่อ

บุคคลในลักษณะที่เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตายังคงมีความสำคัญอยู่เสมอ ตราบใดที่มนุษย์ยังอยู่ในสังคม ตราบนั้นย่อมเลี่ยงไม่พ้นที่จะต้องติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ เช่น ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง

สื่อบุคคลในสังคม ประกอบด้วย

1. สื่อบุคคลภายในท้องถิ่น (Localite) ได้แก่ ผู้นำความคิดเห็นในท้องถิ่น เช่น ผู้ใหญ่บ้าน ครู พระ แพทย์ ฯลฯ
2. สื่อบุคคลภายนอกท้องถิ่น (Cosmopolite) ได้แก่ นักพัฒนา เจ้าหน้าที่ส่งเสริม ผู้เชี่ยวชาญ ฯลฯ ที่นำแนวคิดใหม่ๆ หรือนวัตกรรมไปเผยแพร่ในท้องถิ่น (เสรี เศษประทับ, 2539 : 149)

โรเจอร์ และสเวนนิ่ง (Rogers and Svenning 1969 : 125-126) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติในการสื่อสารของสื่อบุคคลเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนไว้ดังนี้

คุณสมบัติในการสื่อสาร	สื่อบุคคล	สื่อมวลชน
1. ลักษณะของการสื่อสาร	การสื่อสารสองทาง	การสื่อสารทางเดียว
2. ความรวดเร็วในการส่งสารไปยังคนจำนวนมาก	ช้า	เร็ว
3. ความถูกต้องของสารเมื่อส่งไปยังคนจำนวนมาก	ต่ำ	สูง
4. ความสามารถในการเลือกผู้รับสาร	สูง	ต่ำ
5 ความสามารถในการที่จะจัดการเลือกของผู้รับสาร	สูง	ต่ำ
6. การสื่อสารกลับของผู้รับสาร	สูง	ต่ำ
7. ผล	เปลี่ยนแปลงทัศนคติ	เพิ่มพูนความรู้

การเปรียบเทียบคุณสมบัติในการสื่อสารดังกล่าวนี้ ทำให้เห็นภาพชัดเจนว่า ทั้งสื่อบุคคลและสื่อมวลชนต่างก็มีข้อเด่นและข้อด้อยในตัวเอง ถ้ามีการใช้สื่อมวลชนกับสื่อบุคคลร่วมกัน ก็น่าจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะจะเป็นการแก้ไขจุดอ่อนหรือข้อจำกัดตามธรรมชาติของแต่ละสื่อ ทั้งยังแก้ไขปัญหาด้านการอ่านหนังสือไม่ออก เขียนหนังสือไม่ได้ และการไม่มีเครื่องรับวิทยุและโทรทัศน์

โรเจอร์ และ เมย์แนน (Rogers and Meynen 1969 : 234) กล่าวว่าสื่อบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม เช่นเดียวกับ ลาซาเฟลและแมนเชล (Lazarsfeld and Manzel 1968 : 97) ที่กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีบทบาทสำคัญเพราะเป็นการสื่อสารที่มีความเป็นกันเองและเป็นส่วนตัว ก่อให้เกิดความคุ้นเคย ซึ่งช่วยให้เกิดการยอมรับความคิดได้ง่ายขึ้น

ปัจจัยของสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจ

- 1.1 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความน่าเชื่อถือในที่นี้ คือ ระดับของความรู้สึกรู้สึกที่ผู้รับสาร รู้สึกว่าผู้ส่งสารเป็นที่น่าไว้วางใจ (Trustworthy) และมีความสามารถ (Competent)
- 1.2 ความดึงดูดใจ (Attractiveness) ผู้ส่งสารที่มีความดึงดูดใจ ย่อมกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความสนใจหรือพึงพอใจในการได้พบเห็นและพูดคุย
- 1.3 ความคล้ายคลึง (Similarity) สื่อบุคคลหรือผู้ส่งสารที่มีความคล้ายคลึงกับผู้รับสาร เป้าหมายในด้านต่างๆ เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ ภาษา การแต่งกาย ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนทัศนคติและความคิดเห็นของผู้รับสาร เพราะความคล้ายคลึงนี้เองจะทำให้เกิดความรู้สึกเข้าใจกัน เห็นอกเห็นใจกัน ชอบพอและไว้วางใจ

สื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (ปรมาะ สตะเวทิน, 2532 : 99)

รูปแบบของสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ โบปลิว จดหมายข่าว คู่มือ วีดีทัศน์ เทป นิทรรศการ เป็นต้น นอกจากนี้สื่อดังกล่าวแล้ว ก็อาจจะมีสื่ออื่นๆอีก เช่น หอกระจายข่าว ซึ่งเป็นสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนเกือบทุกแห่ง สื่อเฉพาะกิจแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทกว้างๆ ดังนี้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media)

สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่นำไปใช้เป็นที่สื่อเพื่อการพัฒนาได้เป็นอย่างดีจำเป็นต้องตอบสนองวัตถุประสงค์ของการพัฒนาอย่างชัดเจน มีรูปแบบน่าสนใจ เช่น การใช้สี การจัดหน้า ฯลฯ สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่สำคัญ มีดังนี้

- 1.1 ใบปลิว หรือ แผ่นปลิว (Leaflets) คือ เอกสารที่ใช้แจกเป็นใบๆ
- 1.2 แผ่นพับ (Folders) มีลักษณะคล้ายใบปลิว อาจพับสอง พับสาม หรือพับสี่ แต่ไม่เย็บกลางเล่ม
- 1.3 หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlets) เป็นหนังสือเล่มเล็กๆ คล้ายแผ่นพับ มักเย็บกลางเล่ม มีจำนวนหน้ามากกว่าแผ่นพับ แต่มักไม่เกิน 10 หน้า
- 1.4 เอกสารแนะนำประกอบ (Brochures) เป็นหนังสือคู่มือปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ
- 1.5 แผ่นโฆษณา (Poster) เป็นแผ่นแจ้งข่าวย่อๆ ไม่มีรายละเอียดมากนักเพื่อกระตุ้นให้คนสนใจ เตือนความทรงจำให้เข้าประชุม หรือไปร่วมรายการกิจกรรมต่างๆ
- 1.6 คู่มือสื่อมวลชน (Press Kit) เป็นแฟ้มขนาดกะทัดรัดเพื่อใส่ข่าวสารหรือข้อมูลพื้นฐานด้านความรู้ต่างๆที่เกี่ยวกับการรณรงค์ให้สื่อมวลชนได้นำไปพิมพ์หรือเผยแพร่ต่อไปยังกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไป
- 1.7 หนังสือฉบับพิเศษ (Newspaper Supplement) เป็นวิธีการที่หน่วยงานจัดขออนุญาตพิเศษของหนังสือพิมพ์ อาจเป็น 1 – 2 หน้า หรือทั้งเล่ม หรือเป็นใบแทรก หรือ หนังสือพิมพ์แทรก เพื่อเผยแพร่กิจกรรมการรณรงค์ หรือการระดมขอความร่วมมือจากประชาชนทั่วไป
- 1.8 จดหมายข่าว (Newsletter) เป็นเอกสารที่เสนอข่าวสั้นๆ มีวาระการผลิตอย่างสม่ำเสมอ
- 1.9 จดหมาย (Letter) จดหมายถึงผู้รับจัดเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เจ้าหน้าที่ของถึงบุคคลต่างๆที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรง มีจุดเด่นที่เข้าถึงผู้รับโดยตรง
- 1.10 ภาพพลิก เป็นสื่อที่จัดทำเป็นภาพขนาดใหญ่ มีข้อความประกอบ ใ้บอกเล่าเรื่องราวหรือสารที่ต้องการนำเสนอ กลุ่มเป้าหมายสามารถพลิกอ่านเรื่องราวด้วยตนเองได้ หรือใช้

2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media)

สื่ออิเล็กทรอนิกส์เฉพาะกิจ คือ สื่อเฉพาะกิจที่ผลิตออกมาในรูปแสงและเสียง เช่น สปอตวิทยุ สปอตโทรทัศน์ เทปบันทึกเสียง วิดิทัศน์ ภาพยนตร์ สไลด์ เป็นต้น

3. สื่อกิจกรรม

สื่อกิจกรรม ได้แก่ การจัดแสดงนิทรรศการ การจัดประกวด การจัดขบวนแห่ การจัดรถเคลื่อนที่ การจัดสนทนากลุ่ม การจัดรายการพิเศษทางวิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น ต้องเลือกกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ โดยเน้นให้กลุ่มเป้าหมายและผู้สนใจที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทั้งสาระตามวัตถุประสงค์และความบันเทิงไปพร้อมๆกัน เช่น การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ การจัดการแสดงและนิทรรศการ การพบปะและการประชุม การจัดประกวด และการจัดขบวนแห่ เป็นต้น

4. สื่ออื่นๆ เช่น หอกระจายข่าว ซึ่งเป็นสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนเกือบทุกแห่งทั่วประเทศ หอกระจายข่าว เป็นสื่อที่ใช้ภายในหมู่บ้าน ผู้รับสารคือผู้คนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านและเป็นคนกลุ่มเดียวกัน มีวิถีชีวิตคล้ายกัน

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลนั้นได้กระทำผ่านสื่อต่างๆ ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ โดยมีจุดมุ่งหมายให้ประชาชนรับรู้ข่าวสาร ข้อเท็จจริง รวมทั้งความรู้ต่างๆเกี่ยวกับโครงการได้ จึงถือได้ว่าสื่อเหล่านี้เป็นช่องทางสำคัญที่จะสร้างความตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชน

4. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความตระหนักรู้

กู๊ด (Good, 1973 : 54) ได้ให้ความหมายว่า ความตระหนัก หมายถึง ความรู้สึกที่แสดงถึงการเกิดความรู้ของบุคคล หรือการที่บุคคลแสดงความรู้สึกรับผิดชอบต่อปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น

ดาโกเบริท ดี รูนส์ (Dabobert D Runes, 1979 : 32) กล่าวว่า ความตระหนักกว่าเป็นการกระทำที่เกิดจากความสำนึก (Consciousness) ในเรื่องหรือเหตุการณ์นั้นๆ

เบนจามิน บี โวลแมน (Benjamin B Wolman, 1973 : 38) ได้กล่าวถึงความหมายของความตระหนักไว้ว่า เป็นภาวะการณ์ที่บุคคลเข้าใจ หรือสำนึกถึงบางสิ่งบางอย่างของเหตุการณ์ ประสบการณ์ หรือวัตถุสิ่งของได้ (Benjamin B. walman, Dictionary of Behavioral Science. London : Litton Educational Publishing, 1975, P38)

เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S. Bloom, 1971 : 38) ได้กล่าวถึง ความตระหนักในความหมายที่ค่อนข้างกว้างว่า ความตระหนักเป็นขั้นต่ำสุดของภาคอารมณ์ ความตระหนักเกือบคล้ายกับอารมณ์และความรู้สึก (Affective Domain) ความตระหนักเกือบคล้ายกับความรู้ ตรงที่ความรู้และความตระหนัก ต่างไม่เน้นที่ลักษณะสิ่งเร้า แต่ความตระหนักต่างกับความรู้ตรงที่ความตระหนักไม่จำเป็นต้องเป็นปรากฏการณ์ หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด ความตระหนักเกิดขึ้นเมื่อมีสิ่งเร้าให้เกิดความตระหนัก (Benjamin S. Bloom, Handbook on Formative and Summative of Student Learning, New York : Mc. Graw Hill Book Company, 1973, P271)

แนวความคิดของเบรคเลอร์ (Breckler, 1986) นำมาอธิบายถึงความตระหนักในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมได้ว่า เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้าคือ ข่าวสารความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยผ่านสื่อต่างๆ แล้ว จะเกิดอารมณ์ ความรู้สึก ความตระหนัก ในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยองค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึกจะทำหน้าที่ในการประเมินคุณค่ายอมรับหรือไม่ และให้ความสำคัญต่อสิ่งเร้ามากหรือน้อยแค่ไหน

เกษม จันทรแก้ว (อ้างถึงใน วีระศักดิ์ จรินทร์รัตนกร, 2544: 25) กล่าวว่า ความตระหนักในสิ่งแวดล้อมมีความหมายโดยนัยเหมือนกับการมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม เพราะความตระหนักเป็นการรู้ที่อยู่ภายใต้จิตสำนึกตลอดเวลา ครั้งใดที่เกิดปัญหาหรือพบเห็นเรื่องราวที่เรามีความรู้ ก็จะดึงจิตใต้สำนึกทำให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจน ไม่ว่าในภาวะใดก็ตามความสำนึกที่ฝังลึกและถูกต้องนั้นจะไม่เปลี่ยนแปลง

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526 : 20) กล่าวว่า ความตระหนัก หมายถึง การที่บุคคลถูกคิดได้หรือการเกิดขึ้นในความรู้สึกว่ามีสิ่งหนึ่ง เหตุการณ์หนึ่งหรือสถานการณ์ ซึ่งการรู้สึกว่ามีหรือการได้ถูกคิดสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในสภาวะจิตใจ แต่ไม่ได้แสดงว่าบุคคลนั้นสามารถจำได้ หรือระลึกได้ถึงลักษณะบางอย่างของสิ่งนั้น

ความตระหนัก (Awareness) เป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความรู้สำนึกว่ามีสิ่งนั้นอยู่ (Consciousness of Something) จำแนกและรับรู้ (Recognitive) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ละเอียดอ่อนเกี่ยวกับด้านความรู้สึกและอารมณ์ ความสำนึก ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือเหตุการณ์

ใดเหตุการณ์หนึ่ง โดยมีเหตุการณ์ สภาพแวดล้อมในสังคม หรือสิ่งเร้าภายนอกเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลเกิดความตระหนักรู้ ซึ่งองค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดความตระหนักรู้มี 3 ประการ ได้แก่

1. พุทธิปัญญา หรือ ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive or Belief Component) ความรู้หรือความเข้าใจ จะเริ่มต้นจากระดับง่าย และมีการพัฒนาขึ้นตามลำดับ
2. อารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) เป็นความรู้สึกด้านทัศนคติ ค่านิยม ความตระหนักชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี เป็นองค์ประกอบในการประเมินสิ่งเร้าต่างๆ
3. พฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นการแสดงออกทั้งทางวาจา กิริยา ท่าทางที่มีต่อสิ่งเร้า หรือแนวโน้มที่บุคคลจะทำ ดังนั้น บุคคล สถานการณ์ กลุ่มสังคม การเรียนรู้ และประสบการณ์ จึงเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตระหนักรู้ โดยมีความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรม เป็นองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความตระหนักรู้

ความสำคัญของการมีความตระหนักรู้ต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดนั้น นอกจากกระบวนการให้ความรู้ ความเข้าใจแล้ว การปลูกฝังจิตสำนึก และการพัฒนาความรู้สึกซาบซึ้งต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ถูกต้องเพื่อให้ประชาชนเกิดความตระหนักรู้ที่จะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นับเป็นความจำเป็นอีกประการหนึ่งเช่นกัน เพราะเมื่อใดที่บุคคลสามารถตระหนักว่าจำเป็นที่จะต้องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ก็จะเป็นการกระตุ้นพฤติกรรมของประชาชนให้เกิดการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์นั้น

การปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทางด้านความรู้สึก อารมณ์นั้น เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคลแต่ละคน ดังนั้น ในการปลูกฝังเรื่องอารมณ์ ความรู้สึก จึงควรจะทำตลอดเวลาที่มีโอกาสทำได้ แม้ว่าจะไม่ได้เห็นผลของพฤติกรรมในทันทีทันใดก็ตาม แต่ในอนาคตต่อไป ถ้าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป็นไปตามมุ่งหวังก็จะเป็นการส่งเสริมให้บุคคลมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้น และเป็นไปอย่างถาวร

ดังนั้น ความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล คือ ลักษณะอาการที่แสดงถึงการรับรู้ข่าวสารเรื่องโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล การคิดได้ในเรื่องของการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล และการเห็นถึงความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้น รวมทั้งการมีจิตสำนึกและความรับผิดชอบที่จะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลไม่ให้สูญหายไปจากประเทศไทย

5. แนวคิดและหลักการมีส่วนร่วมของประชาชน

ประชาชนภายในพื้นที่ มีการรวมกลุ่มในรูปของประชาคม ซึ่งเป็นแนวคิดที่สนับสนุนความเข้มแข็งของชุมชนและสังคม เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ปัญหา ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และส่งเสริมสุขภาพ อย่างบูรณาการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นธรรมในการบริหารงาน ซึ่งการแก้ไขปัญหาจำเป็นต้องการให้มีความร่วมมือทำพร้อมๆกันในทุกระดับ ต้องระดมทุกองค์ประกอบในสังคม โดยเฉพาะชุมชนหรือประชาคมเข้ามา เพื่อเสริมสร้างให้ประชาคมมีความเข้มแข็ง สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง

เมื่อพิจารณาตามโครงสร้างการปกครองท้องถิ่นแล้วจะเห็นได้ว่า หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ เป็นชุมชนพื้นฐานที่เกิดจากการรวมตัวโดยธรรมชาติของประชาชน ในส่วนของประชาชนเองก็ที่จะเริ่มเข้ามา มีบทบาทในการจัดการกับปัญหาและสภาพแวดล้อมของชุมชนเอง ซึ่งในอนาคตทัศนคติของประชาชนที่ต้องรอความช่วยเหลือจากภาครัฐเพียงอย่างเดียวจะเริ่มลดลง เพราะประชาชนเริ่มที่จะเรียนรู้ถึงการจัดการกับปัญหา รวมทั้งยังสามารถเข้ามาร่วมคิด ร่วมทำ และประสานงานกับหน่วยงานทางภาครัฐได้เป็นอย่างดี จากสภาพการของการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มประชาคมของประชาชนนั้น ทำให้ความต้องการที่แท้จริงของประชาชนนั้นได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการ รวมทั้งประชาคมยังเป็นการรวมกลุ่มที่ช่วยให้ประชาชนรุ่นหลังได้เข้ามาเรียนรู้ถึงขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ควรจะได้ใส่ใจ และนำไปประยุกต์ใช้กับสภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบัน อีกทั้งการรวมกลุ่มในรูปของประชาคม ยังเป็นที่ซึ่งให้ประชาชนแต่ละช่วงอายุ แต่ละอาชีพ แต่ละความคิด ได้เข้ามาแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนทัศนคติระหว่างกันและกัน จากการแลกเปลี่ยนทัศนคติระหว่างกันนี้ถือว่าการดีที่จะทำให้ประชาชนเริ่มพัฒนาทางความคิด และเกิดความตื่นตัวในการที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในระดับอื่นๆต่อไป

คำจำกัดความและความหมายการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการพัฒนาต่าง ๆ เช่น กิจกรรมทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เกิดขึ้นได้ในหลายลักษณะ หลายรูปแบบ หลายวิธีการแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ ทำให้นิยามและความหมายของการมีส่วนร่วมต่างกันไปบ้าง โดยมีผู้ให้ความหมายที่หลากหลาย และมีความแตกต่างกันไปตามความเข้าใจและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล เช่น (อ้างถึงในวารสาร วุฒิชัย, 2540)

เออร์วิน (Erwin : 1976) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนคือ กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจแก้ปัญหาของตนเอง ร่วมใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้และความชำนาญร่วมกับวิทยากรที่เหมาะสม และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

แฟรงค์ลี ลิสค์ (Frankly Lisk : 1985) ให้ความหมายการมีส่วนร่วมในมุมมองที่กว้างว่าเป็น การเข้าร่วมอย่างแข็งขันของประชาชน ในการดำเนินการตัดสินใจในทุกระดับและทุกรูปแบบของกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง และสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะในบริบทของกระบวนการวางแผนที่มีการกำหนดรูปแบบแนวความคิดการมีส่วนร่วมสัมพันธ์กับการเข้าร่วมของมวลชนอย่างกว้างขวางในการเลือก การบริหาร และการประเมินผลของแผนงานและโครงการต่าง ๆ ที่จะนำมาซึ่งการยกระดับความเป็นอยู่ให้สูงขึ้น

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญองค์การสหประชาชาติ (1981) กล่าวว่า การนิยามความหมายการมีส่วนร่วมของประชาชน ควรจะมีลักษณะจำกัดเฉพาะในระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองหนึ่ง ๆ เท่านั้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้เชี่ยวชาญดังกล่าวได้ขยายความมีส่วนร่วมของประชาชน ครอบคลุมประเด็นดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนครอบคลุมการสร้างโอกาส ที่เอื้อให้สมาชิกทุกคนของชุมชน และสังคมได้ร่วมกิจกรรมซึ่งนำไปสู่และมีอิทธิพลต่อกระบวนการพัฒนา และเอื้อให้ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาโดยเท่าเทียมกัน

2. การมีส่วนร่วมสะท้อนการเข้าเกี่ยวข้องโดยสมัครใจและเป็นประชาธิปไตย ในกรณีต่อไปนี้

- เชื้อให้เกิดความพยายามพัฒนา
- การแบ่งสรรผลประโยชน์จากการพัฒนาโดยเท่าเทียมกัน
- การตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมาย กำหนดนโยบาย การวางแผน และการดำเนินโครงการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม

3. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจ ไม่ว่าจะระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับชาติ จะช่วยก่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างสิ่งที่ประชาชนลงทุนลงแรงกับประโยชน์ที่ดิน

4. ลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชน อาจผิดแผกแตกต่างกันไปตามสภาพเศรษฐกิจของประเทศ นโยบายและโครงสร้างการบริหาร รวมทั้งลักษณะเศรษฐกิจ สังคมของประชากร การมีส่วนร่วมของประชาชนมิได้เป็นเพียงเทคนิควิธีการ แต่เป็นปัจจัยสำคัญในการประกันให้เกิดกระบวนการพัฒนาที่มุ่งเชื้อประโยชน์ต่อประชาชน

การมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริงว่าหมายถึงการที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนเองในการจัดการและควบคุมการใช้ทรัพยากร และปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคม เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคม ตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกของสังคม และได้พัฒนาการรับรู้และภูมิปัญญา ซึ่งแสดงออกในรูปของการตัดสินใจในการกำหนดชะตาชีวิตของตนเองอย่างเป็นตัวของตัวเอง และการตัดสินใจต่าง ๆ เกี่ยวกับโครงการที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับร่วมกัน โดยทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจึงควรเข้าร่วมในกระบวนการนี้ตั้งแต่เริ่มแรก จนกระทั่งถึงการติดตามและประเมินผล เพื่อให้เกิดความเข้าใจและการรับรู้-เรียนรู้ การปรับเปลี่ยนโครงการร่วมกัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย

รูปแบบของการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมที่ดำเนินอยู่โดยทั่วไป สามารถสรุปได้เป็น 5 รูปแบบ คือ

1. การรับรู้ข่าวสาร (Public Information) การมีส่วนร่วมในรูปแบบนี้ ประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องได้รับการแจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดของโครงการที่จะดำเนินการ รวมทั้งผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ทั้งนี้การได้รับแจ้งข่าวสารดังกล่าว

จะต้องเป็นการแจ้งก่อนที่จะมีการตัดสินใจดำเนินโครงการ

2. การปรึกษาหารือ (Public Consultation) การปรึกษาหารือ เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมที่มี การจัดการหารือระหว่างผู้ดำเนินการโครงการกับประชาชนที่เกี่ยวข้องและได้รับผลกระทบ เพื่อที่จะรับฟังความคิดเห็นและตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติมหรือประกอบการจัดทำรายงานการศึกษา ผลกระทบสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้การ ปรึกษาหารือยังเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการกระจายข้อมูล ข่าวสารไปยังประชาชนทั่วไปและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในโครงการและกิจกรรม มากขึ้น และเพื่อให้มีการให้ข้อเสนอแนะเพื่อประกอบทางเลือกในการตัดสินใจ

3. การประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Meeting) การประชุมรับฟังความคิดเห็น มี วัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนและฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการหรือกิจกรรม และผู้มีอำนาจตัดสินใจใน การทำโครงการหรือกิจกรรมนั้นได้ใช้เวทีสาธารณะในการทำความเข้าใจ และค้นหาเหตุผลที่จะดำเนิน โครงการหรือกิจกรรมในพื้นที่นั้นหรือไม่ การประชุมรับฟังความคิดเห็นมีหลายรูปแบบ รูปแบบที่พบ เห็นกันบ่อย ได้แก่

3.1 การประชุมในระดับชุมชน (Community Meeting)

การประชุมลักษณะนี้จะต้องจัดขึ้นในชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากโครงการ โดยเจ้าของโครงการหรือ กิจกรรมจะต้องส่งตัวแทนเข้าร่วม เพื่ออธิบายให้ที่ประชุมทราบถึงลักษณะโครงการและผลกระทบที่ คาดว่าจะเกิดขึ้นและตอบข้อซักถาม การประชุมในระดับนี้อาจจะจัดในระดับที่กว้างขึ้นได้ เพื่อรวม หลาย ๆ ชุมชนในคราวเดียวกัน ในกรณีที่มีหลายชุมชนได้รับผลกระทบ

3.2 การประชุมรับฟังความคิดเห็นในเชิงวิชาการ (Technical Hearing)

สำหรับโครงการที่มีข้อโต้แย้งในเชิงวิชาการ จำเป็นจะต้องมีการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นในเชิง วิชาการ โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาจากภายนอกมาช่วยอธิบายซักถาม และให้ความเห็นต่อ โครงการ การประชุมอาจจะจัดในที่สาธารณะทั่วไป ผลการประชุมจะต้องนำเสนอต่อสาธารณะและ ผู้เข้าร่วมประชุมต้องได้รับทราบผลดังกล่าวด้วย

3.3 การประชาพิจารณ์ (Public Hearing)

เป็นการประชุมที่มีขั้นตอนการดำเนินการที่ชัดเจนมากขึ้น เป็นเวทีในการเสนอข้อมูลอย่างเปิดเผยไม่มีการปิดบัง ทั้งฝ่ายเจ้าของโครงการและฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากโครงการ การประชุมและคณะกรรมการจัดการประชุมจะต้องมีองค์ประกอบของผู้เข้าร่วมที่เป็นยอมรับมีหลักเกณฑ์และประเด็นในการพิจารณาที่ชัดเจนและแจ้งให้ทุกฝ่ายทราบทั่วกัน ซึ่งอาจมาจากการร่วมกันกำหนดขึ้น ทั้งในรูปแบบทั้งนี้รูปแบบ การประชุมไม่ควรจะเป็นทางการมากนัก และไม่เกี่ยวข้องกับนัยของกฎหมาย ที่จะต้องมีการชี้ขาดเหมือนการตัดสินในทางกฎหมาย การจัดประชุมจึงอาจจัดในหลายวันและไม่จำเป็นต้องจัดเพียงครั้งเดียวหรือสถานที่เดียวตลอดไป

4. การร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) เป็นเป้าหมายสูงสุดของการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งในทางปฏิบัติที่จะให้ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจต่อประเด็นปัญหานั้น ๆ ไม่สามารถดำเนินการให้เกิดขึ้นได้ง่าย ๆ อาจดำเนินการให้ประชาชนที่ได้รับผลกระทบ เลือกรับตัวแทนของตนเข้าไปนั่งในคณะกรรมการใดคณะหนึ่งที่มีอำนาจตัดสินใจ รวมทั้งได้รับเลือกในฐานะที่เป็นตัวแทนขององค์กรที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนประชาชนในพื้นที่ซึ่งประชาชนจะมีบทบาท ชี้นำการตัดสินใจได้เพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของคณะกรรมการพิเศษนั้น ๆ ว่าจะมีการวางน้ำหนักของประชาชนไว้เพียงใด

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา

1. ให้ความรู้ประชาชน จัดระบบการศึกษาให้เยาวชน และประชาชนในพื้นที่ทุกเพศ ทุกวัย มีโอกาสได้รับการศึกษาไม่ว่าจะเป็นการศึกษาทางวิชาการ หรือการศึกษาทางวิชาชีพ ซึ่งการศึกษาดังกล่าวควรให้ความสำคัญต่อระบบชุมชนที่อยู่

2. พัฒนาความคิด ส่งเสริมการมีส่วนร่วมโดยการให้แต่ละบุคคลหรือชุมชนแลกเปลี่ยนแสดงทัศนคติและความคิดเห็นระหว่างกัน ไม่ว่าความคิดเห็นที่แสดงออกไปนั้นจะอยู่ในประเด็นการสนทนาในขณะนั้นหรือไม่ เพราะเรื่องที่ใกล้ตัวที่นำมาพูดกันนั้น เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างนิสัย พฤติกรรมในการพัฒนาทางความคิดของประชาชนภายในชุมชนและยังเป็นการสร้างจิตสำนึกในเรื่องของการยอมรับในความคิดของชุมชนอื่นๆ

3.สนับสนุนการปฏิบัติและการรวมกลุ่ม ทางภาครัฐควรสนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มของประชาชนโดยธรรมชาติ คือ ภาครัฐเข้าไปจัดการหรือชี้นำชุมชนให้น้อยที่สุดเท่าที่ทำได้ แต่ภาครัฐควรให้ความใส่ใจต่อการรวมกลุ่มที่เกิดขึ้นมารวมทั้งส่งเสริมให้แต่ละกลุ่มมีแนวทางการปฏิบัติที่เกิดความชัดเจนเป็นรูปธรรม

4.ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม โดยทางภาครัฐสนับสนุนให้มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแต่ละกลุ่มทั้งแบบที่เป็นทางการและแบบไม่เป็นทางการ

5.การประสานงานกับภาครัฐและเอกชน ทางภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ตั้งแต่ขั้นตอนแรกของการเข้าไปประสานงานกับประชาชนภายในพื้นที่

6.ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง เปิดโอกาสให้ประชาชนภายในพื้นที่ที่มีโครงการเข้ามาในพื้นที่ รับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสามารถแสดงความคิดเห็น ในประเด็นต่างๆที่ประชาชนสนใจ รวมถึงการเคารพความคิดเห็นระหว่างกันก่อนโครงการที่วางไว้จะถูกนำไปปฏิบัติ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างแท้จริงจะเกิดขึ้นไม่ได้ ถ้าความจริงจังในการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนถูกครอบงำซึ่ง เครื่องมือที่นำมาใช้ในการมีส่วนร่วมและความเข้าใจผิดในส่วนของกฎหมายรัฐธรรมนูญเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งในส่วนนี้ ทางภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนเองควรร่วมมือกันในการจัดการกับรูปแบบ วิธีการ ในการแสดงออกซึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชน (<http://www.student.chula.ac.th>)

ดังนั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์เต่าทะเลนั้น ก็คือการทำที่ประชาชนแสดงออกในรูปแบบต่างๆตามที่ได้กล่าวไปแล้วเพื่อวัตถุประสงค์สูงสุดอย่างเดียวกัน คือ ป้องกันไม่ให้เต่าทะเลไม่สูญพันธุ์ไปจากประเทศไทย

6. แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

สิ่งแวดล้อมมีทั้งสิ่งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิตเกิดจากการกระทำของมนุษย์หรือมีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น อากาศ ดิน หิน แร่ธาตุ น้ำ ห้วย หนอง คลอง บึง ทะเลสาบ ทะเล มหาสมุทร พืชพรรณสัตว์ต่าง ๆ ภาชนะเครื่องใช้ต่าง ๆ ฯลฯ สิ่งแวดล้อมดังกล่าวจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยเฉพาะมนุษย์เป็นตัวการสำคัญที่ทำให้สิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงทั้งในทางเสริมสร้างและทำลาย

จะเห็นว่า ความหมายของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ต่างกันที่สิ่งแวดล้อมนั้นรวมทุกสิ่งทุกอย่างที่ปรากฏอยู่รอบตัวเรา ส่วนทรัพยากรธรรมชาติเน้นสิ่งที่มีจำนวนประโยชน์แก่มนุษย์มากกว่าสิ่งอื่น

ประเภทของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ก. ทรัพยากรธรรมชาติ แบ่งตามลักษณะที่นำมาใช้ได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ทรัพยากรธรรมชาติประเภทใช้แล้วไม่หมดสิ้น ได้แก่

1) ประเภทที่คงอยู่ตามสภาพเดิมไม่มีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ เลย เช่น พลังงาน จากดวงอาทิตย์ลม อากาศ ฝุ่น ใช้เท่าไรก็ไม่มีการเปลี่ยนแปลงไม่รู้จักหมด

2) ประเภทที่มีการเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากถูกใช้ในทางที่ผิด เช่น ที่ดิน น้ำ ลักษณะภูมิประเทศ ฯลฯ ถ้าใช้ไม่เป็นจะก่อให้เกิดปัญหาตามมา ได้แก่ การปลูกพืชชนิดเดียวกันซ้ำ ๆ ซาก ๆ ในที่เดิม ย่อมทำให้ดินเสื่อมคุณภาพ ได้ผลผลิตน้อยลงถ้าต้องการให้ดินมีคุณภาพดีต้องใส่ปุ๋ยหรือปลูกพืชสลับและหมุนเวียน

2. ทรัพยากรธรรมชาติประเภทใช้แล้วหมดสิ้นไป ได้แก่

1) ประเภทที่ใช้แล้วหมดไป แต่สามารถรักษาให้คงสภาพเดิมไว้ได้ เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า ประชากรโลก ความอุดมสมบูรณ์ของดิน น้ำเสียจากโรงงาน น้ำในดิน ปลาบางชนิด ทัศนียภาพอันงดงาม ฯลฯ ซึ่งอาจทำให้เกิดขึ้นใหม่ได้

2) ประเภทที่ไม่อาจทำให้มีใหม่ได้ เช่น คุณสมบัติธรรมชาติของดิน พรสวรรค์ของมนุษย์ สติปัญญา เผ่าพันธุ์ของมนุษย์ชาติ ไม้พุ่ม ต้นไม้ใหญ่ ดอกไม้ป่า สัตว์บก สัตว์น้ำ ฯลฯ

3) ประเภทที่ไม่อาจรักษาไว้ได้ เมื่อใช้แล้วหมดไป แต่ยังสามารถนำมาอุปโภคบริโภคได้ กลับเป็นวัตถุ เช่นเดิม แล้วนำกลับมาประดิษฐ์ขึ้นใหม่ เช่น โลหะต่าง ๆ สังกะสี ทองแดง เงิน ทองคำ ฯลฯ

4) ประเภทที่ใช้แล้วหมดสิ้นไปนำกลับมาใช้อีกไม่ได้ เช่น ถ่านหิน น้ำมัน ก๊าซ อโลหะส่วนใหญ่ ฯลฯ ถูกนำมาใช้เพียงครั้งเดียวก็เผาไหม้หมดไป ไม่สามารถนำมาใช้ใหม่ได้

ทรัพยากรธรรมชาติหลักที่สำคัญของโลก และของประเทศไทยได้แก่ ดิน ป่าไม้ สัตว์ป่า น้ำแร่ธาตุ และประชากร (มนุษย์)

ข. สิ่งแวดล้อม

สิ่งแวดล้อมของมนุษย์ที่อยู่รอบ ๆ ตัว ทั้งสิ่งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต ซึ่งเกิดจากการกระทำของมนุษย์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ
2. สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม หรือสิ่งแวดล้อมประดิษฐ์ หรือมนุษย์เสริมสร้างกำหนดขึ้น

สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ จำแนกได้ 2 ชนิด คือ

1) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อากาศ ดิน ลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะ ภูมิอากาศ ทัศนียภาพต่าง ๆ ภูเขา ห้วย หนอง คลอง บึง ทะเลสาบ ทะเล มหาสมุทรและทรัพยากรธรรมชาติทุกชนิด

2) สิ่งแวดล้อมทางชีวภาพหรือชีวภูมิศาสตร์ ได้แก่ พืชพันธุ์ธรรมชาติต่าง ๆ สัตว์ป่า ป่าไม้ สิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ที่อยู่รอบตัวเราและมวลมนุษย์

สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม หรือสิ่งแวดล้อมประดิษฐ์ หรือมนุษย์เสริมสร้างขึ้น ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางสังคมที่มนุษย์เสริมสร้างขึ้นโดยใช้กลวิธีสมัยใหม่ ตามความเหมาะสมของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ศาสนา และวัฒนธรรม เช่น เครื่องจักร เครื่องยนต์ รถยนต์ พัดลม โทรทัศน์ วิทยุ ฝนเทียม เขื่อน บ้านเรือน โบราณสถาน โบราณวัตถุอื่น ๆ ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ค่านิยม และสุขภาพอนามัย

2) ธรรมชาติแวดล้อม มนุษย์ เป็นตัวการเปลี่ยนแปลงสังคมเพื่อผลประโยชน์ของตนเองมากกว่าสิ่งอื่น เช่น ขอบจับปลาในฤดูวางไข่ ใช้เครื่องมือถี่เกินไปทำให้ปลาเล็ก ๆ ติดมาด้วย ลักลอบตัดไม้ทำลายป่า เพื่อนำมาสร้างที่อยู่อาศัย ส่งเป็นสินค้า หรือเพื่อใช้พื้นที่เพาะปลูกปล่อยของเสียจากโรงงานและไอเสียจากรถยนต์ทำให้สิ่งแวดล้อมเป็นพิษ (น้ำเน่า อากาศเสีย) ธรรมชาติแวดล้อมส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างช้า ๆ เช่น แม่น้ำที่พัดพาตะกอนไปทับถมบริเวณน้ำท่วม และปากแม่น้ำต้องใช้เวลาอันนานจึงจะมีตะกอนมาก การกัดเซาะพังทลายของดินก็เช่นเดียวกัน ส่วนการเปลี่ยนแปลง

อย่างรวดเร็วนั้นเกิดจากแรงภายในโลก เช่น แผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด อื่น ๆ ได้แก่ อุทกภัยและวาตภัย ไฟป่า เป็นต้น ซึ่งภัยธรรมชาติดังกล่าวจะไม่เกิดบ่อยครั้งนัก สรุปว่ามนุษย์เป็นตัวการสร้าง และทำลาย สิ่งแวดล้อมมากกว่าธรรมชาติ ความสำคัญของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หมายถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่เกิดผลกระทบในทางเสียหายต่อสภาพแวดล้อมปัจจุบันและอนาคต เพราะ

1. มนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อม
2. มนุษย์ไม่อาจแยกตัวเป็นอิสระจากสิ่งแวดล้อมได้ เพราะฉะนั้น กระบวนการทางการอนุรักษ์ ย่อมแสดงถึงการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ จึงนับเป็นหนทางแห่งการปกป้องตนเองของมนุษยชาติ ให้สามารถอยู่รอดได้ชั่ววันรันดร์ (<http://www.schoolnet.net.th>)

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลถือได้ว่าเป็นงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมส่วนหนึ่งของงานวิจัยที่ผ่านมาที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ อาทิเช่น

บุญลือ ศษเสนีย์ (2532) ได้ศึกษาความรู้ และความตระหนัก ของประชาชนในท้องถิ่น ที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวชายทะเล กรณีเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่า ประชาชนในท้องถิ่นส่วนใหญ่ มีความรู้ในระดับสูง และผู้ประกอบการอาชีพหลักเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจะมีความรู้มากกว่าผู้ที่มีอาชีพหลักไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และประชาชนที่มีการศึกษาสูง จะมีความตระหนักในคุณค่าสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ และประชาชนในท้องถิ่นส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการรับสารในระดับปานกลาง

นฤมล โลहितจันทร์ (2534) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน เกี่ยวกับโครงการ “รักเจ้าพระยากับตาวิเศษ” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับโครงการและสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ

บุษบา ภูสกุล (2535) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ เขตอำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้นั้น มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความรู้ในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้

พิศศิลป์ จิตนาวสาร (2535) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนของประชาชนในเขตอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความรู้มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าชายเลน แต่ทัศนคติในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าชายเลน

สุวารีย์ วงศ์วัฒนา (2535) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ ในจังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ มีความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง มีความตระหนักและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับน้อย พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักและการมีส่วนร่วม ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นตัวแปรเพียงตัวเดียวที่สามารถอธิบายการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ลดาวลีย์ พอใจ (2536) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความตระหนัก

ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ ความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ในระดับต่ำ

วรรณิ จงศักดิ์สวัสดิ์ (2536) ได้ศึกษาเรื่อง ผลของสื่อมวลชนในการพัฒนาจิตสำนึกของประชาชน ต่อปัญหามลพิษทางน้ำ พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ด้านปัญหาพิษทางน้ำ จากสื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่าง มีการเปิดรับด้วยความถี่พอสมควร และบ่อยมาก โดยมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสนใจในปัญหามลพิษในระดับปานกลาง

พิมลพรรณ สุทธิวงศ์ (2537) ได้ศึกษาการรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชน กับการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน จิตสำนึก และการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารต่างๆไปจากสื่อมวลชนในระดับปานกลาง รับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชนในระดับสูง มีจิตสำนึกและมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดอยู่ในระดับสูง พฤติกรรมการรับทราบข่าวสารต่างๆไปจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรม การรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน แต่พฤติกรรมการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัด ส่วนจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดนั้นมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก

สุมาลี ตั้งจิตต์ศีล (2537) ศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนที่ได้รับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับคุณภาพของแหล่งน้ำมากที่สุด คือ โทรทัศน์ ส่วนสื่อบุคคล คือ สามี ภรรยา พฤติกรรมการเปิดสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพน้ำ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ และทักษะ แต่การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพของแหล่งน้ำ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทักษะ แต่การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สามี ภรรยา มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม ความรู้ในเรื่องการรักษาแหล่งน้ำมีความสัมพันธ์กับทักษะ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ และในส่วนของทักษะก็มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ ส่วนในเรื่องประชากรศาสตร์ ระดับการศึกษา

เป็นตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมมีส่วนร่วม ส่วนระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติ

สุภารักษ์ จุตระกูล (2537) ได้ศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าประชาชนที่มีเพศแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ จากงานนิทรรศการแตกต่างกัน ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากนิตยสาร วิทยุ คุรุ ไปสเตอร์และงานนิทรรศการแตกต่างกัน ประชาชนที่มีอาชีพและการศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน แผ่นพับ ไปสเตอร์ และงานนิทรรศการแตกต่างกัน ประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ เพื่อร่วมอาชีพ คุรุ แผ่นพับ ไปสเตอร์ งานนิทรรศการแตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ ไปสเตอร์ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการทิ้งขยะประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว ไปสเตอร์ งานนิทรรศการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมอาชีพ แผ่นพับ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม

พีระนันท์ บุรณะโสภณ (2538) ได้ศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจนั้นมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่วนความรู้ในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และในส่วนของทัศนคตินั้นมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทัศนคติ และการเปิดรับข่าวสารจากวิทยุ และสื่อแผ่นพับ เป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลในการอธิบายการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ศศิวิมล ปาลศรี (2538) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่รับทราบข่าวสารรณรงค์จากสื่อมวลชนในระดับต่ำ ความรู้เกี่ยวกับการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด แต่ทัศนคติต่อการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด

อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์ (2538) ศึกษาแนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการพัฒนาขนาดใหญ่ของรัฐ ศึกษาเฉพาะโครงการเขื่อนหรืออ่างเก็บน้ำ ผลการศึกษาพบว่าบริบทของโครงการ ในส่วนที่ต้องใช้เทคนิควิชาการซับซ้อน และการที่ขั้นตอนส่วนใหญ่เป็นขั้นตอนในความรับผิดชอบของหน่วยงานราชการ เป็นบริบทที่เป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่วนบริบทของโครงการในส่วนที่เป็นการพิจารณาคุณค่าของโครงการ มีความยืดหยุ่น และยังเป็นเรื่องโต้แย้งระหว่างประโยชน์และโทษ เป็นส่วนที่สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วม จากการศึกษาเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในโครงการค่อนข้างน้อย ส่วนใหญ่จะเป็นผู้มีส่วนร่วมในลักษณะได้รับผลกระทบจากโครงการ ปัญหาการมีส่วนร่วมที่ได้พบ คือ ปัญหาเรื่องข้อมูลข่าวสาร การจัดประชาสัมพันธ์ ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเจ้าหน้าที่โครงการและหน่วยงานราชการ ปัญหาจากตัวชาวบ้านและอื่นๆ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า มีผู้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม แยกเป็นแนวทางตามเป้าหมายที่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยเสนอให้ผู้มีความรู้จากหลายฝ่ายเข้าร่วมในขั้นตอนการวางแผน และเสนอแนวทางในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า และเพื่อให้เกิดการพัฒนาประชาชน

กนกวรรณ มณฑิราช (2539) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมด้านป่าไม้ กับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วม ในการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชน ในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า เยาวชนมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไป และข่าวสารด้านป่าไม้จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และพบว่าเพศที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อด้านป่าไม้ จากทุกสื่อ คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคล แต่ตัวแปรเรื่องอายุ และระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารด้านป่าไม้จากสื่อวิทยุและสื่อบุคคล และพบว่า เยาวชนเพศชายและเพศหญิง มีความรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ต่างกัน แต่มีความตระหนักไม่ต่างกัน ส่วนตัวแปรในเรื่องอายุ และการศึกษาที่ต่างกัมนั้น พบว่ามีความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วม ไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านป่าไม้ทางสื่อวิทยุมีความสัมพันธ์กับความรู้ในการอนุรักษ์ป่าไม้ แต่การเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการอนุรักษ์ป่าไม้ ส่วนเรื่อง

ของความตระหนักในการอนุรักษ์ป่าไม้ พบว่า การเปิดรับข่าวสารป่าไม้จากทุกสื่อ คือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการอนุรักษ์ป่าไม้ แต่การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ นอกจากนี้ในส่วน ของความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ พบว่า ความรู้ ในเรื่องการอนุรักษ์ป่าไม้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ แต่ ความตระหนักในการอนุรักษ์ป่าไม้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้

อุทัยวรรณ โกศลวัฒน์ (2539) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาหน้าเสียดในโครงการบำบัดน้ำเสียดของผู้บริหารธุรกิจ และเจ้าของสถานประกอบการ พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องการแก้ไขปัญหาน้ำเสียด ทั้งจากสื่อมวลชน และสื่อ บุคคล มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการแก้ไขปัญหาน้ำเสียด ในโครงการบำบัดน้ำเสียด ในระดับต่ำ และ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียดในโครงการบำบัดน้ำเสียดในระดับปานกลาง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการแก้ไขปัญหาน้ำเสียดในโครงการบำบัดน้ำเสียด ส่วนความรู้ในเรื่อง การแก้ไขปัญหาน้ำเสียด มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียด ในโครงการบำบัดน้ำ เสียด แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียดในโครงการบำบัดน้ำเสียด นอกจากนี้ ทัศนคติในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียดไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียดใน โครงการบำบัดน้ำเสียด

ชลดา ทองสุกนอก (2540) ศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคติ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของเจ้าของอาคารและโรงงานควบคุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อ ความรู้และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานอยู่ในระดับปานกลาง มีทัศนคติ ต่อการอนุรักษ์พลังงานในเชิงบวก และมีความตระหนักต่อการอนุรักษ์พลังงานอยู่ในระดับสูง การ เปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน ความรู้ในเรื่องการอนุรักษ์พลังงาน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและ ความตระหนักต่อการอนุรักษ์พลังงาน ทักษะคติต่อการอนุรักษ์พลังงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความ ตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน ความตระหนักต่อการอนุรักษ์พลังงานมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน และการเปิดรับสื่อมวลชนจาก

นิตยสาร อินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคลจากผู้สัมภาษณ์และผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์ พนักงานในที่ทำงาน และความตระหนักต่อการอนุรักษ์พลังงาน เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการทำนายเรื่องการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์

ถวัลย์ ยิ้มแย้ม (2540) ได้ศึกษาวิจัยพฤติกรรมในการอนุรักษ์แม่น้ำเพชรบุรี กรณีศึกษาเขตสุขภาพเทศบาลท่ายาง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี พบว่า พฤติกรรมของประชาชนในการอนุรักษ์แม่น้ำเพชรบุรีของเขตสุขภาพเทศบาลท่ายางอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมในการอนุรักษ์แม่น้ำเพชรบุรีของประชาชนในเขตสุขภาพเทศบาลท่ายางคือ อายุ สถานภาพสมรส ระยะเวลาที่อยู่อาศัย รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ส่วนปัจจัยกระตุ้นที่มีผลต่อพฤติกรรมในการอนุรักษ์แม่น้ำเพชรบุรีของประชาชน คือ การเคยได้รับข่าวสารในการอนุรักษ์แม่น้ำเพชรบุรี แหล่งข่าวสารที่แตกต่างกัน ความรู้ในเรื่องการอนุรักษ์แม่น้ำเพชรบุรี ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมในการอนุรักษ์แม่น้ำเพชรบุรีของประชาชนในเขตสุขภาพเทศบาลท่ายาง

มณฑนา พุกุล (2541) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของพนักงานในกิจกรรมการรณรงค์เพื่อการอนุรักษ์พลังงานในอาคาร โดยศึกษาเฉพาะกรณีโรงแรมเซ็นทรัลพลาซา พบว่า พนักงานในอาคารโรงแรมเซ็นทรัลพลาซา มีลักษณะทางบุคลิกภาพเกี่ยวกับการยอมรับสิ่งใหม่โดยเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ แต่มีลักษณะนิสัยด้านการเปลี่ยนแปลงทั่วไปโดยเฉลี่ยมาก โดยเฉลี่ยพนักงานค่อนข้างเชื่อมั่นเพียงไปทางบวก พนักงานมองว่าสภาพแวดล้อมให้ความสำคัญเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานมาก และพนักงานส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ด้านการประหยัดและอนุรักษ์พลังงานมาก่อน อีกทั้งเห็นว่าการประหยัดพลังงานที่เคยพบเห็นมีประโยชน์มาก แต่เมื่อศึกษาถึงความรู้เกี่ยวกับลักษณะของการอนุรักษ์พลังงาน กลับพบว่าพนักงานส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าการอนุรักษ์พลังงานมีลักษณะเช่นใดกันแน่ ส่วนในเรื่องทัศนคติของพนักงานที่มีต่อโครงการประหยัดพลังงานของโรงแรมนั้น ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยกับโครงการ ในเรื่องพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการประหยัดพลังงานนั้น พบว่า พนักงานมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการรณรงค์เพื่อการอนุรักษ์พลังงานในอาคารค่อนข้างดี ทั้งยังมีความพึงพอใจในการมีส่วนร่วมเป็นอย่างมาก

ยงยุทธ พึ่งวงศ์ญาติ (2542) ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ กรณีศึกษาหมู่บ้านที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ป่าไม้ในชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีส่วนร่วมน้อย ส่วนการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของชุมชน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยมีส่วนร่วม

ร่วมในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ในเรื่องของการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ในรอบปีที่ผ่านมา พบว่า การมีส่วนร่วมจะเป็นลักษณะของการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐตามที่ได้รับคำร้องขอเป็นครั้งคราว

วีระศักดิ์ จรินทร์รัตนกร (2544) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์หอยหลอดของประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์หอยหลอดของประชาชนอยู่ในระดับต่ำมาก ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์หอยหลอดของประชาชนอยู่ในระดับสูง การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์หอยหลอดของประชาชนอยู่ในระดับปานกลาง ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากร อันได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ มีการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์หอยหลอดแตกต่างกัน ในเรื่องการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์หอยหลอดนั้น มีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์หอยหลอด โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงลบ แต่การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์หอยหลอดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์หอยหลอดในเชิงบวก นอกจากนี้ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์หอยหลอดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์หอยหลอดในเชิงบวก

จากงานวิจัยที่ยกมาส่วนใหญ่สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนั้น ปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลสำคัญได้แก่ ปัจจัยทางการสื่อสาร เช่น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร การเปิดรับจากสื่อบุคคล ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ญาติพี่น้อง ครู อาจารย์ นักศึกษา เพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน และการเปิดรับจากสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ไปสเตอร์ งานนิทรรศการ ป้ายประกาศ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสตูล จังหวัดสตูล ได้แบ่งระเบียบวิธีวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล โดยงานศึกษาในส่วนที่หนึ่งจะถูกนำมาใช้ในการกำหนดแบบสอบถามเพื่อการสำรวจการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วม พร้อมทั้งใช้อภิปรายผล โดยมีรายละเอียดดังนี้

แหล่งข้อมูล

เพื่อให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้รับข้อมูลที่สมบูรณ์ และชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงได้มีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่รับผิดชอบในเรื่องงานประชาสัมพันธ์ของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ได้แก่

นาวาเอกโกวิท อินพรม	รองผู้อำนวยการหน่วยต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง
เรือโทพัชรี ศิริมาส	เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล
เรือโทคนาเดช สุวรรณพีช	ผู้ช่วยปฏิบัติการศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล

นอกจากนี้ยังได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นโยบายกองทัพเรือ, ระเบียบกองทัพเรือว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ และเอกสารเผยแพร่ของโครงการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยวางแนวทางการสัมภาษณ์ กำหนดประเด็นข้อมูลที่ต้องการ พร้อมบันทึกเทปการสัมภาษณ์ และจัดบันทึกรายละเอียดจากการสัมภาษณ์ โดยแบ่งแนวทางในการถามไว้ 4 ประเด็นหลักดังนี้

1. แนวคำถามเกี่ยวกับการวางแผนประชาสัมพันธ์
2. แนวคำถามเกี่ยวกับการเลือกใช้กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผู้ส่งสาร เนื้อหา สาร และการเลือกใช้สื่อ
3. แนวคำถามเกี่ยวกับปัญหาในการวางแผนประชาสัมพันธ์
4. แนวคำถามเกี่ยวกับประเด็นเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และแหล่งข้อมูลจากเอกสารมาศึกษาเปรียบเทียบ และสรุปรวมประเด็นสำคัญ นำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา ตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ โดยการบรรยายถึงวิธีการประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ การเลือกใช้สื่อ และเนื้อหาสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ แต่ละชนิดที่เลือกใช้

ส่วนที่ 2 การศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการวัดตัวแปรเพียงครั้งเดียว (One-shot Descriptive Study) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากร

ประชากรที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้นจำนวน 127,247 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดชลบุรี : 2545)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี ที่ผู้วิจัยจะสุ่มมาจากจำนวนประชากรด้วยวิธีการเปิดตารางสุ่มของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยจะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยในอำเภอสตึกมีจะแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 5 ตำบล 3 เทศบาลตำบล ได้แก่ ตำบลพลูตาหลวง ตำบลสตึก ตำบลนาจอมเทียน ตำบลบางเสร่ ตำบลแสมสาร เทศบาลตำบลสตึก เทศบาลตำบลบางเสร่ เทศบาลตำบลนาจอมเทียน ผู้วิจัยจะใช้กลุ่มตัวอย่าง 1:2 ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 4 ตำบล/เทศบาลตำบล โดยผู้วิจัยทำการจับฉลาก ตำบล/เทศบาลตำบล ได้ดังต่อไปนี้ ตำบลสตึก ตำบลบางเสร่ ตำบลแสมสาร เทศบาลตำบลสตึก

2. ใช้วิธีการสุ่มแบบกำหนดจำนวนตัวอย่าง ให้ได้จำนวนตัวอย่างในแต่ละ ตำบล/เทศบาลตำบล เท่าๆกัน คือ ตำบล/เทศบาลตำบล ละ 100 คน

3. หลังจากได้จำนวนจำนวนของประชากรในแต่ละตำบล/เทศบาลตำบลแล้ว ผู้วิจัยจะทำการเก็บตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตัวแปรในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรในการวิจัย แบ่งตามสมมติฐานได้ดังนี้ คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ต่อการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชน
ตัวแปรตาม ได้แก่ ความตระหนักรู้ต่อการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชน

สมมติฐานข้อที่ 2 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชน
ตัวแปรตาม ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชน

สมมติฐานข้อที่ 3 : ความตระหนักรู้ต่อการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความตระหนักรู้ต่อการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชน
ตัวแปรตาม ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบบสอบถามที่จะใช้เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended) และคำถามปลายเปิด (Open-ended) โดยในแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุการศึกษา อาชีพ รายได้ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของประชาชนเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล

ส่วนที่ 3 ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับความตระหนักรู้ของประชาชนต่อการอนุรักษ์เต่าทะเล

ส่วนที่ 4 ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์เต่าทะเล

การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามดังนี้

1. ในการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาให้เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) แล้วจะนำแบบสอบถามที่ได้แก้ไข ปรับปรุงแล้วไปทดสอบก่อนจะนำแบบสอบถามไปใช้จริง
2. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างไปทำการทดลองใช้ (Pre-test) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์เกี่ยวข้อง (Relevance) ของเนื้อหา ความเป็นไปได้ (Feasibility) ในแง่ของคำตอบที่จะได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม ตลอดจนถึงความยากง่ายและความเข้าใจในภาษาที่ใช้ โดยนำไปทดสอบกับประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี และนำข้อมูลจากการทดสอบแบบสอบถามไปหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยการหาค่าความน่าเชื่อถือของความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเล จะใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha) สำหรับแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ที่ให้คะแนนแต่ละข้อเป็น 1 2 3 4 5 มีสูตรดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์ 2543 : 93)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

เมื่อ	α	คือ ค่าความเชื่อถือได้
	k	คือ จำนวนข้อ
	V_i	คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	V_t	คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ผลจากการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือในส่วนของความตระหนักรู้ = 0.75 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้

ส่วนการหาค่าความเชื่อถือได้ในส่วนของการมีส่วนร่วมการอนุรักษ์เต่าทะเลนั้น ใช้สูตรคูเดอร์-ริชาร์ดสัน (Kuder-Richardson's Method) สำหรับแบบสอบถามที่มีการให้คะแนนแต่ละข้อเป็นแบบ 0,1 คะแนน (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543 : 92)

$$r_{\#} = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\bar{X}(k - \bar{X})}{kS^2} \right\}$$

เมื่อ	k	คือ จำนวนข้อ
	S^2	คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับที่ได้จากการทดสอบ
	\bar{X}	คือ คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งฉบับ

ผลจากการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือในส่วนของการมีส่วนร่วม = 0.74 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวมทั้งผู้ช่วยอีก 5 คน ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเอง โดยทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในตำบล/เทศบาลตำบล ที่ได้กำหนดไว้ในการสุ่มตัวอย่าง และกระจายพื้นที่ในการแจกแบบสอบถามไปยังสถานที่ต่างๆ โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 45 วัน (เดือนกรกฎาคม - เดือนสิงหาคม 2546)

เกณฑ์การให้คะแนน

ในการวัดตัวแปรแต่ละตัวนั้น มีขั้นตอนดังนี้

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล

การวัดตัวแปรการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา จากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ มีเกณฑ์การให้คะแนนตามหลักของ Likert Scale ดังนี้

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจากสื่อ

10 ครั้งขึ้นไป	= 5 คะแนน
7-9 ครั้ง	= 4 คะแนน
4-6 ครั้ง	= 3 คะแนน
1-3 ครั้ง	= 2 คะแนน
ไม่เคยทราบ	= 1 คะแนน

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล

10 ครั้งขึ้นไป	= 5 คะแนน
7-9 ครั้ง	= 4 คะแนน
4-6 ครั้ง	= 3 คะแนน
1-3 ครั้ง	= 2 คะแนน
ไม่เคยทราบ	= 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายดังนี้

คะแนนระหว่าง 1.00-1.50	มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในระดับต่ำมาก
คะแนนระหว่าง 1.51-2.50	มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง 2.51-3.50	มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง 3.51-4.50	มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในระดับสูง
คะแนนระหว่าง 4.51-5.00	มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในระดับสูงมาก

2. ความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล

ความตระหนักรู้จะมีค่าตามทั้งที่เป็นข้อความเชิงบวกและข้อความเชิงลบ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

	เชิงบวก	เชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายดังนี้

คะแนนระหว่าง 1.00-1.50	มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในระดับต่ำมาก
คะแนนระหว่าง 1.51-2.50	มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง 2.51-3.50	มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในระดับปานกลาง

คะแนนระหว่าง 3.51-4.50	มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลในระดับสูง
คะแนนระหว่าง 4.51-5.00	มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลในระดับสูงมาก

3. การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล

ใช่	= 1 คะแนน
ไม่	= 0 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายดังนี้

คะแนนระหว่าง 0-4 คะแนน	มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง 5-8 คะแนน	มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง 9-12 คะแนน	มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลในระดับสูง

4. เกณฑ์การจัดระดับค่าสหสัมพันธ์ และระดับความสัมพันธ์ (Bartz, 1999 : 184)

ค่าสหสัมพันธ์ที่ 0.20 หรือต่ำกว่า	มีระดับความสัมพันธ์ต่ำมาก
ค่าสหสัมพันธ์ที่ 0.21 ถึง 0.40	มีระดับความสัมพันธ์ต่ำ
ค่าสหสัมพันธ์ที่ 0.41 ถึง 0.60	มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง
ค่าสหสัมพันธ์ที่ 0.61 ถึง 0.80	มีระดับความสัมพันธ์สูง
ค่าสหสัมพันธ์มากกว่า 0.80	มีระดับความสัมพันธ์สูงมาก

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้คำร้อยละ ค่าเฉลี่ยและนำเสนอข้อมูลโดยตารางแจกแจงความถี่ เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

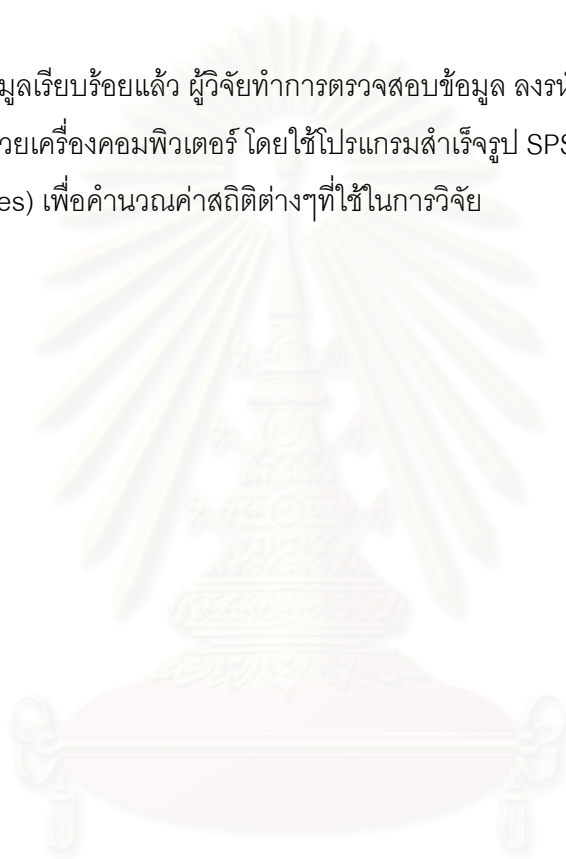
- การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
- ความตระหนักรู้ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล

2.การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics)

- ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่างๆ

การประมวลผลข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูล ลงรหัส (Coding) แล้วจึงนำมาประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อคำนวณค่าสถิติต่างๆที่ใช้ในการวิจัย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี” นี้ได้แบ่งการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลของกองทัพเรือ โดยการศึกษาจากเอกสารต่างๆ และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง และส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี โดยการวิจัยเชิงสำรวจ ดังนั้น การนำเสนอผลการวิจัย จึงนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล

การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ และทำการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน และการดำเนินโครงการ จำนวน 3 ท่านดังนี้

นาวาเอกโกวิท อินทร์พรหม	รองผู้อำนวยการหน่วยต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง
เรือโทพัชรี ศิริมาศ	เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล
เรือโทคณาเดช สุวรรณพีช	ผู้ช่วยปฏิบัติการศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน และดำเนินงานโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล มีผลการสัมภาษณ์ดังนี้

1. แนวคิดและที่มาของโครงการ

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการพบว่า กองทัพเรือได้ดำเนินงานด้านอนุรักษ์พันธุ์ทะเลมาตั้งแต่ พ.ศ. 2493 ลักษณะของงานอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลของกองทัพเรือในช่วงแรกนั้น ได้ดำเนินงานเฉพาะเรื่องการเพาะไข่เต่าทะเล รวมทั้งอนุบาลลูกเต่าทะเล เพื่อปล่อยคืนสู่ธรรมชาติที่บริเวณเกาะคราม อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี เท่านั้น ต่อมาด้วยปัญหาความ

เสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติในทะเลของประเทศเริ่มทวีความรุนแรงมากขึ้น และเป็นปัญหาสำคัญที่ผู้บังคับบัญชาของกองทัพเรือได้ให้ความห่วงใยประกอบกับกับกองทัพเรือมีงานการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลที่เกาะครามเกี่ยวข้องอยู่ตามที่กล่าวมาแล้ว ดังนั้นใน พ.ศ. 2535 กองทัพเรือจึงได้จัดตั้งคณะกรรมการอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมทางทะเลชายฝั่งขึ้นเพื่อรับผิดชอบและเพื่อให้สามารถครอบคลุมกิจกรรมด้านการอนุรักษ์อื่นๆด้วย ต่อมาจึงได้ปรับเปลี่ยนเป็นคณะกรรมการอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมทางทะเลและชายฝั่ง กองทัพเรือ โดยมีรองผู้บัญชาการทหารเรือเป็นประธานกรรมการ และมีผู้บังคับหน่วยรองของกองทัพเรือที่เกี่ยวข้องเป็นกรรมการ ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย และควบคุมการดำเนินงานในส่วนของการดำเนินงานอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลที่เป็นงานส่วนหนึ่งนั้นมีกรมอุทกศาสตร์ และหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง เป็นหน่วยปฏิบัติงาน

เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม พ.ศ. 2544 กองทัพเรือได้ยกเลิกคณะกรรมการอนุรักษ์ต่างๆ และได้จัดงานการอนุรักษ์ทั้งหมดที่กองทัพเรือที่เกี่ยวข้องไว้เป็นสายงานปกติของกองทัพเรือ โดยมีกรมกิจการพลเรือนทหารเรือเป็นหน่วยงานอำนวยการ สำหรับงานด้านการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล โดยตรงนั้นมีหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่งเป็นหน่วยงานอำนวยการ ทั้งนี้เป็นการปฏิบัติของกองทัพเรือตามแผนปฏิบัติการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางทะเล ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2544 ในเรื่องนโยบายความมั่นคงแห่งชาติทางทะเลที่กำหนดให้กองทัพเรือเป็นหน่วยปฏิบัติหน่วยหนึ่งของรัฐ

ปัจจุบันงานอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลของกองทัพเรือได้เจริญก้าวหน้าขึ้นเป็นลำดับ โดยยังคงดำเนินการเพาะฟักและอนุบาลลูกเต่าทะเลอย่างเช่นที่เคยปฏิบัติมาตั้งแต่ พ.ศ. 2493 เป็นงานหลัก ซึ่งมีประชาชนให้ความสนใจเข้าเยี่ยมชมดูงานอยู่เป็นจำนวนมาก กองทัพเรือจึงได้จัดตั้งศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลขึ้นมารองรับและดูแลงานอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลโดยตรง และเป็นแหล่งประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนี้แก่ประชาชน ซึ่งกองทัพเรือได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการให้ประชาชนรับทราบและเพื่อให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์เต่าทะเลให้อยู่คู่ท้องทะเลไทย อีกทั้งสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมกับรัฐในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยการส่งเสริมองค์กรประชาชนและองค์กรพัฒนาเอกชนทั้งในส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น ให้มีบทบาทในการร่วมอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ตลอดจนคอยติดตาม สอดส่อง ดูแลผู้กระทำผิดเพื่อช่วยแบ่งเบาภาระของกองทัพเรือ และช่วยให้การอนุรักษ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งการวางแผนประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์เต่าทะเลของกองทัพเรือ นอกจากจะต้องมีการดำเนินการกำหนดนโยบายแผน

ประชาสัมพันธ์จนถึงขั้นการลงมือปฏิบัติงานในโครงการให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยทาง กองทัพเรือได้มีกองประชาสัมพันธ์สำนักงานเลขานุการกองทัพเรือเป็นหน่วยงานสำคัญในการ ประชาสัมพันธ์งานของโครงการ รวมทั้งการเผยแพร่วิทยากรและประสานงานด้านการ ประชาสัมพันธ์และเป็นศูนย์รวมการประชาสัมพันธ์กองทัพเรือ โดยแบ่งเป็นแผนกแผนและ โครงการ แผนกนาวิกสนเทศ แผนกประชาสัมพันธ์และแผนกการภาพ งานประชาสัมพันธ์เพื่อการ อณรงค์พันธ์เต่าทะเลนั้นเป็นงานที่มุ่งให้บริการข่าวสารข้อเท็จจริง ความเห็น และสาระที่เป็น ประโยชน์เกี่ยวกับโครงการอนุรักษ์ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีและส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือ ระหว่างกองทัพเรือ ประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในโครงการ

2. นโยบายหลักในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

นโยบายหลักในการประชาสัมพันธ์นั้นได้ถูกกำหนดไว้ดังนี้

- 2.1 พัฒนากองประชาสัมพันธ์ และระบบการประสานงานการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่การ อณรงค์พันธ์เต่าทะเลและพัฒนาทรัพยากร สภาพแวดล้อมทางทะเลและชายฝั่ง
- 2.2 เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และชี้ให้เห็นความสำคัญในงานประชาสัมพันธ์ให้แก่ หน่วยงานในระดับพื้นที่ โดยการจัดสัมมนาในส่วนภูมิภาคและการบรรจุเนื้อหาวิชาการ ประชาสัมพันธ์เข้าไปในหลักสูตรการฝึกอบรมของกองทัพเรือ
- 2.3 เผยแพร่ข่าวสารและสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนในพื้นที่ที่จะมีการดำเนินงานใน โครงการอนุรักษ์พันธ์เต่าทะเล
- 2.4 นำเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ในการวางระบบการจัดเก็บข้อมูล และผลิตข้อมูลข่าวสารใน การประชาสัมพันธ์ ตลอดจนจัดหาเครื่องโสตทัศนูปกรณ์ให้เพียงพอในการให้ความรู้แก่ ประชาชนที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการ
- 2.5 พัฒนาบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ โดยเน้นความสามารถด้านการใช้อุปกรณ์เทคนิค ต่างๆในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวิธีการเสนอข่าวและการเขียนบทความ

3. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

- 3.1 จัดตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อการอนุรักษ์พันธ์เต่าทะเล เพื่อทำหน้าที่กำหนด แนวนโยบายการประชาสัมพันธ์ของหน่วยต่างๆทั้งระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งทำหน้าที่ ประสานงานกำกับและติดตามผลงานให้เป็นไปตามนโยบายที่วางไว้

3.2 ให้คณะทำงานประชาสัมพันธ์เพื่อการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในระดับภูมิภาคเพื่อดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ทั้งในระดับภาคและระดับจังหวัด รวมทั้งการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำแผนประจำปี

3.3 เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และชี้ให้เห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์โดยให้มีการสัมมนาในระดับภูมิภาค และหน่วยงานในพื้นที่ได้รับทราบและให้ความร่วมมือ โดยจัดทำโครงการสัมมนาระหว่างเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของส่วนกลางกับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในส่วนภูมิภาค รวมทั้งหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในส่วนภูมิภาคปีละ 2 ครั้ง

3.4 ดำเนินการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก โดยใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ เพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ให้ประชาชนผู้ได้รับผลกระทบประชาชนทั่วไป สื่อมวลชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ โดย

- กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ
- วางแผนการประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับแผนการปฏิบัติงานโครงการอื่นที่มีลักษณะเพื่อสร้างความเข้าใจอย่างต่อเนื่อง
- ประสานงานกับผู้รับผิดชอบในงานของแต่ละโครงการ เพื่อกำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนผู้อยู่ในพื้นที่โครงการได้รับทราบข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ
- จัดให้มีหน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่เพื่อขยายการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงในระดับพื้นที่
- ให้มีระบบติดตามและประเมินผลการกระจายข่าวสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์ทั่วพื้นที่ของโครงการและทั่วประเทศ

3.5 เน้นสื่อบุคคลในการทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โครงการสืบเนื่องมาจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลเป็นโครงการของรัฐซึ่งมีงบประมาณที่จำกัด โดยจะเน้นในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเพื่อให้เยาวชนได้รับทราบ และตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น

เพราะเยาวชนในวันนี้จะเติบโตไปเป็นผู้ใหญ่ในวันหน้า ถ้าพวกเขามีความตระหนักในเรื่องนี้ก็จะทำให้การอนุรักษ์ในอนาคตเป็นไปได้ง่ายขึ้น อีกทั้งเยาวชนนั้นมีอิทธิพลต่อผู้ปกครองมาก โดยจะทำหน้าที่ช่วยทางโครงการในการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่งานอนุรักษ์เต่าทะเลให้ผู้ปกครองได้รับทราบ และพยายามลบล้างความเชื่อที่ผิดๆ ในการรับประทานเนื้อ หรือไข่เต่าทะเล

3.6 สนับสนุนให้หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของกองทัพเรือมีอุปกรณ์สื่อสารและโสตทัศนูปกรณ์ที่ทันสมัยเพื่อให้งานประชาสัมพันธ์มีคุณภาพที่ดี โดย

- จัดให้มีห้องบันทึกเสียงสำหรับเป็นศูนย์ผลิตเทปวิทยุรายการประชาสัมพันธ์ต่างๆ และอัดเสียงประกอบภาพยนตร์ สไลด์ และวีดิทัศน์ ซึ่งพร้อมที่จะผลิตรายการและผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ได้ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค
- ให้มีการจัดทำแผนการบำรุงรักษาเครื่องโสตทัศนูปกรณ์ไว้อย่างเป็นระบบ

3.7 สนับสนุนให้เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ได้มีโอกาสเพิ่มพูนทักษะและเทคนิคในด้านการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และส่งเสริม ใฝ่ฝ่ายการประชาสัมพันธ์มีอัตรากำลังที่มีประสิทธิภาพสูง โดย

- จัดให้มีการฝึกอบรม ดูงาน สัมมนา และศึกษาต่อสำหรับบุคลากรทางด้านประชาสัมพันธ์ ทั้งที่เป็นข้าราชการและลูกจ้างประจำอย่างสม่ำเสมอในด้านการเขียนข่าวและบทความ ด้านการใช้อุปกรณ์และเทคนิคด้านการประชาสัมพันธ์
- ให้มีการกำหนดมาตรฐานงานประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดอัตรากำลังของฝ่ายประชาสัมพันธ์

4. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของโครงการ

ในการประชาสัมพันธ์ในเรื่องการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลนั้น ทางโครงการได้จัดตั้งกลุ่มเป้าหมายหลักไว้ ได้แก่ ประชาชนในเขตที่มีการจัดทำโครงการ คือ ประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ส่วนกลุ่มเป้าหมายรอง คือ ประชาชนทั่วไปทั้งประเทศ

5. กลยุทธ์การเลือกใช้สื่อ

จากนโยบายการประชาสัมพันธ์โครงการที่ได้วางไว้ ทำให้ทางกองทัพเรือได้ใช้กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ซึ่งสื่อที่เลือกใช้คือ

5.1 สื่อมวลชน (Mass Media) เป็นสื่อที่มีอิทธิพลและมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ด้วยมีลักษณะเฉพาะที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาหลายประการด้วยกัน เช่น มีความกว้างไกลในการกระจายไปยังพื้นที่ต่างๆ มีความรวดเร็วในการถ่ายทอดข่าวสารได้อย่างถูกต้องแม่นยำตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร และมีประสิทธิภาพในการให้ความรู้ ซึ่งสื่อมวลชนที่ทางกองทัพเรือได้ใช้ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ของโครงการสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1.1 สื่อสิ่งพิมพ์

- หนังสือพิมพ์ เป็นอีกสื่อหนึ่งที่ทางกองทัพเรือได้ใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมและการดำเนินการของโครงการ เช่น การปล่อยเต่าลงสู่ทะเล การจัดแรลลี่เพื่อหาเงินสมทบทุนเข้าโครงการ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการทำบทความเกี่ยวกับเต่าทะเลเพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบถึงวิถีชีวิตของเต่าทะเลและความจำเป็นที่จะต้องมีการอนุรักษ์เต่าทะเล โดยหนังสือพิมพ์ที่ทางโครงการมีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ไปให้จะมีทั้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เช่น สิทธิประชา และหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไป เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ เป็นต้น
- แผ่นพับ ทางโครงการได้แจกแผ่นพับบอกเล่าความเป็นมา วัตถุประสงค์ และการดำเนินงานของโครงการ เพื่อให้ประชาชนที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการได้รับรู้ว่าโครงการนี้มีความสำคัญอย่างไร และประสบความสำเร็จไปมากน้อยเพียงใด ซึ่งแผ่นพับนี้จะถูกแจกให้แก่ทุกคนที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการ
- จัดทำโปสเตอร์ “เรารักเต่าทะเล” ส่งให้แก่โรงเรียนต่างๆ ในพื้นที่อำเภอสัตหีบและโรงเรียนใกล้เคียง เพื่อกระตุ้นให้เยาวชนตระหนักถึงความจำเป็นในการอนุรักษ์เต่าทะเล โดยทางโครงการเห็นว่าเยาวชนจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการชักชวนให้ผู้ปกครองหันมาอนุรักษ์เต่าทะเล อีกทั้งเยาวชนในวันนี้จะต้องเติบโตเป็นอนาคตของชาติในวันหน้าและเยาวชนพวกนี้มีส่วนสำคัญที่จะช่วยให้การอนุรักษ์นั้นดำเนินตลอดไปชั่วลูกชั่วหลาน

- สติ๊กเกอร์ ทางโครงการได้จัดทำสติ๊กเกอร์เต่าทะเลขายเพื่อนำเงินมาพัฒนาโครงการ และเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โครงการไปด้วยในตัว

5.1.2 สื่อวิทยุ

กองทัพเรือได้ใช้วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารและประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล เนื่องจากกองทัพเรือมีสถานีวิทยุเป็นของตนเอง โดยทางกองทัพเรือได้ใช้ประโยชน์จากสถานีวิทยุกระจายเสียงทหารเรือ (สทร.) โดยจะออกอากาศกระจายเสียงวันละ 21 ชั่วโมง (05:00 – 02:00) ซึ่งทางกองทัพเรือได้จัดการวางแผนในเรื่องการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุได้ดังนี้

1) กำหนดกลุ่มเป้าหมายของรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล และงานพัฒนาสภาพแวดล้อมทางทะเลและชายฝั่งของกองทัพเรือ โดย

- กำหนดกลุ่มเป้าหมายตามหลักการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงที่แบ่งกลุ่มเป้าหมายตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา ความสนใจ ฯลฯ
- ให้สถานีวิทยุแต่ละแห่งพยายามสร้างเอกลักษณ์ของสถานี โดยผลิตรายการให้สอดคล้องกับสภาพชีวิตและปัญหาของกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ในพื้นที่การส่งกระจายเสียง เช่น กลุ่มคนเมือง กลุ่มชาวประมง กลุ่มเกษตรกร เป็นต้น
- ให้สถานีวิทยุกระจายเสียงระบบ เอ เอ็ม เสนอรายการที่มีรูปแบบและเนื้อหาสำหรับคนในชนบท ส่วนสถานีวิทยุกระจายเสียงระบบ เอฟ เอ็ม ให้เสนอรายการที่มีรูปแบบและเนื้อหาสำหรับคนเมือง ซึ่งเนื้อหาของรายการที่เสนอต้องมีความสอดคล้องกับโครงการอนุรักษ์ และชัดเจนแปลกใหม่ ไม่ซ้ำซาก โดยดูที่กลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

2) ได้กำหนดรูปแบบของรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมทางทะเลและชายฝั่งของกองทัพเรือ

- ผลิตรายการสั้นๆ เช่น สปอต และสอดแทรกเนื้อหาสาระอย่างไม่เป็นทางการในรายการบันเทิงต่างๆ
- ใช้รูปแบบวิธีการผลิตที่ง่าย แต่ให้ความสำคัญกับเนื้อหา

- ใช้รายการข่าว ผนวกกับการเพิ่มเติมสาระที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์เต่าทะเล และการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 3) ให้มีการดำเนินการใช้วิทยุกระจายเสียงเพื่อการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ คือ

- สถานีวิทยุกระจายเสียงผลิตรายการความรู้เรื่องต่างๆเป็นชุด ความยาวแต่ละรายการเท่าๆกัน ด้วยรูปแบบและเนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมายต่างๆเพื่อออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง หอกระจายข่าวตามหมู่บ้านและเขตชุมชน และเก็บรักษาเทปไว้ใช้ประโยชน์ โดยอาจเก็บไว้ตามห้องสมุดประชาชน เพื่อประชาชนจะได้นำไปใช้ฟังและศึกษา
- หน่วยงานหรือสถานีวิทยุกระจายเสียงที่รับผิดชอบด้านการอนุรักษ์และพัฒนา ร่วมกันจัดตั้งคณะทำงาน หรือคณะกรรมการเพื่อควบคุมให้สถานีวิทยุกระจายเสียงที่รับผิดชอบงานในลักษณะเดียวกันผลิตและเสนอรายการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยจัดทำแผนการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาสำหรับกลุ่มสถานีที่ร่วมรับผิดชอบ ให้กลุ่มสถานีท้องถิ่นแต่ละแห่งจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปีให้สอดคล้องกัน
- ประชาสัมพันธ์รายการและสถานีผ่านสื่อต่างๆ ด้วยวิธีการโน้มน้าวใจให้เห็นว่าเป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อชีวิตของประชาชนทุกคน
- จัดกิจกรรมที่เป็นรูปธรรมและสัมพันธ์ เกี่ยวเนื่องกับรายการวิทยุกระจายเสียง เพื่อให้ผู้ฟังเห็นประโยชน์ของรายการที่มีต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน โดย ใช้เจ้าหน้าที่พัฒนา (Chang agent) หน่วยงานหรือสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ปฏิบัติงานในชุมชน ท้องถิ่น เป็นผู้ดำเนินการ หรือขอความร่วมมือจากผู้ปฏิบัติงาน อาสาสมัครของหน่วยงาน องค์กร ทั้งภาครัฐและเอกชนที่ปฏิบัติงานในชุมชน ท้องถิ่น เป็นผู้ดำเนินการ

5.1.3 สื่อโทรทัศน์

โทรทัศน์เป็นอีกสื่อหนึ่งที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวางและเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เพราะประชาชนสามารถรับข่าวสารได้ทั้งภาพและเสียง ทางโครงการไม่

มีงบประมาณที่จะซื้อเวลาในการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาได้มีรายการโทรทัศน์หลายช่องที่สนใจในการดำเนินงานของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล และได้ถ่ายทอดกิจกรรม การดำเนินงาน ต่างๆผ่านทางรายการของสถานี ซึ่งทำให้โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางมากขึ้นในหมู่ประชาชน เช่น รายการส่องโลก รายการจับตาสถานการณ์สิ่งแวดล้อม ที่เน้นเรื่องวิกฤติต่างๆของสิ่งแวดล้อม โดยได้ให้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับเต่าทะเล รวมทั้งสถานการณ์ของเต่าทะเลในประเทศไทยว่ากำลังใกล้สูญพันธุ์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นแรงกระตุ้นอีกทางหนึ่งที่จะผลักดันให้คนไทยหันมาเอาใจใส่ในเรื่องนี้กันมากขึ้น ซึ่งหลังจากได้มีการออกอากาศไปแล้ว ทางกองทัพเรือได้ดำเนินการดังนี้

- รวบรวมสาระ เรื่องราวที่มีประโยชน์จากรายการที่ออกอากาศไปแล้วจัดพิมพ์เป็นหนังสือและเอกสาร จำหน่ายแก่ผู้ที่สนใจ ซึ่งจะเป็นการช่วยเผยแพร่โครงการ อีกทั้งนำเงินเข้ามาพัฒนาโครงการในอนาคต
- จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โปสเตอร์ โบปปลิว โบแทรกในหนังสือพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์รายการ
- จัดทำสำเนาเทปรายการที่มีประโยชน์และน่าสนใจสำหรับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ มอบให้ห้องสมุดของโรงเรียนและห้องสมุดชุมชน เพื่อให้ประชาชนผู้สนใจได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเพื่อสร้างความตระหนักให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้เรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล

5.1.4 สื่ออินเทอร์เน็ต

ในปัจจุบันนี้สื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาในด้านต่างๆ ไม่แพ้สื่อมวลชนอื่นๆ ความนิยมในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเพราะอินเทอร์เน็ตเป็นชุมทรัพย์ทางข้อมูลข่าวสารที่ผู้คนทั่วโลกต้องการ อินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนห้องสมุดของโลก ที่เราสามารถค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งนี้ได้จากที่บ้าน หรือที่ใดก็ตาม และค่าใช้จ่ายก็มีแนวโน้มที่จะต่ำลงเรื่อยๆ ดังนั้นประชาชนทั่วไปก็สามารถเข้าถึงสื่อนี้ได้ง่ายขึ้น ซึ่งทางกองทัพเรือได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของสื่อใหม่นี้ จึงได้บรรจุข้อมูล การดำเนินการ ต่างๆลงในเว็บไซต์ของกองทัพเรือ www.thainavy.or.th ซึ่งถือได้ว่าเป็นอีกสื่อหนึ่งที่ได้รับผลสำเร็จอย่างดี เพราะมีผู้เข้ามาเยี่ยมชมโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะทางโรงเรียนและสถานศึกษาที่ต้องการจะพานักเรียน นักศึกษาเข้าเยี่ยมชมโครงการ ก็สามารถรับข่าวสารในการติดต่อได้จากที่นี่

5.2 สื่อบุคคล เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากในการโน้มน้าวใจผู้รับ โดยทางกองทัพเรือได้วางกลยุทธ์ในการใช้สื่อบุคคลไว้ดังนี้

5.2.1 จัดให้มีการให้ความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์แก่ข้าราชการกองทัพเรือทุกระดับชั้น เพื่อสามารถใช้เป็นสื่อบุคคลช่วยในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการ ทางกองทัพเรือได้จัดให้มีวิทยากรที่คอยให้ความรู้แก่ประชาชนที่เดินทางมาเยี่ยมชมโครงการ

5.2.2 จัดให้ทหารเรือที่ดูแลในเรื่องการประชาสัมพันธ์ได้จัดพบปะกับประชาชนทั่วไป ชาวประมง เพื่อถ่ายทอดข่าวสารและความสำคัญในการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในประเทศไทยโดยใช้กลวิธี Two Step Flow ในรูปแบบของการจัดสัมมนา และจัดอบรม โดยเฉพาะผู้ที่เป็นผู้นำในชุมชนต่างๆ เพื่อให้พวกเขาเหล่านี้นำความรู้และข้อมูลข่าวสารที่ได้ไปเผยแพร่ให้คนในชุมชนได้รับรู้ เพราะสื่อบุคคลจะเป็นสื่อที่ดีในการกระทำการโน้มน้าวใจบุคคลโดยเฉพาะในเรื่องการอนุรักษ์

5.2.3 จัดตั้ง “โครงการอาสาสมัครนักเรียนร่วมอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล” ซึ่งได้จัดดำเนินการมา 5 ปีแล้ว โดยจะรับสมัครนักเรียนอายุระหว่าง 15 – 20 ปี เข้ารับการอบรมความรู้ และเป็นอาสาสมัครนักเรียน ทำหน้าที่เป็นวิทยากรนำประชาชนเข้าเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลร่วมกับเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ ที่ผ่านมามีปรากฏว่านักเรียนได้ส่งใบสมัครเข้ามาเป็นจำนวนมาก แต่ทางกองทัพเรือก็ไม่สามารถรับได้ทุกคน จึงต้องมีการสอบคัดเลือกผู้ที่เหมาะสม

ในการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์นั้น ทางโครงการให้ความเห็นว่าในการประชาสัมพันธ์นั้นทุกสื่อมีความสำคัญเท่ากันหมด ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ หรือสื่อบุคคล แต่เนื่องจากทางโครงการมีงบประมาณที่ค่อนข้างจำกัด จึงจำเป็นที่จะต้องใช้กลยุทธ์ในการใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก โดยที่ผ่านมามีปรากฏว่าประสบความสำเร็จค่อนข้างมาก เพราะจากการสอบถามความคิดเห็นที่ผ่านมา ประชาชนที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการได้รับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคลมากที่สุด

6. กลยุทธ์การเลือกซื้อสื่อ

ทางโครงการไม่มีนโยบายในการซื้อสื่อ สืบเนื่องมาจากงบประมาณที่จำกัด จึงพยายามใช้สื่อที่ทางกองทัพเรือมีอยู่ คือ สื่อวิทยุ และสื่อบุคคลให้เป็นประโยชน์มากที่สุด อย่างไรก็ตาม เท่าที่ผ่านมาก็มีสื่อมวลชนอื่นๆ ได้เข้ามาขอจัดทำรายการเป็นจำนวนมาก ซึ่งเท่ากับเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์โครงการ และเผยแพร่งานอนุรักษ์ได้ค่อนข้างมาก

7. กลยุทธ์ในการส่งข่าวประชาสัมพันธ์

ทางโครงการจะทำการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อต่างๆ โดยตรง หรือเชิญสื่อมวลชน มาทำข่าวเนื่องในกิจกรรมสำคัญๆ ของโครงการ เช่น กิจกรรมการแข่งขันแรลลี่ การปล่อยเต่าเนื่องในวันสำคัญ คือ วันพ่อ และวันแม่

8. กลยุทธ์ในการเสนอเนื้อหา และรูปแบบ

เนื้อหาหลักที่ทางโครงการใช้ในการประชาสัมพันธ์ คือ สถานการณ์ของเต่าทะเลในประเทศไทย และวิธีการอนุรักษ์เต่าทะเลไม่ให้อพยพพันธุ์ รวมทั้งกิจกรรมต่างๆที่ทางโครงการได้จัดทำขึ้นมา โดยจะใช้กลวิธีสร้างความรู้ ความเข้าใจ และสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนทั่วไปในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล ซึ่งจะเป็นผลต่อเนื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรด้านอื่นๆ อีกทั้งยังประชาสัมพันธ์กิจกรรมและความร่วมมือระหว่างกองทัพเรือกับหน่วยงานอื่นๆ และประชาชนในดำเนินงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

9. งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินงาน

งบประมาณในด้านการประชาสัมพันธ์นั้น ได้มาจาก 2 ส่วน ส่วนแรกได้มาจากกองทัพเรือ และส่วนที่สองได้มาจากเงินบริจาคของเอกชนและประชาชนทั่วไป

ส่วนที่ 1 จัดสรรจากงบประมาณของกองทัพเรือ ปีละประมาณ 200,000 บาท

ส่วนที่ 2 จัดสรรจากเงินบริจาคของเอกชน ปีละประมาณ 500,000 บาท

10. กลยุทธ์ในการติดตามและประเมินผลโครงการ

มีการจัดทำแบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการในเรื่องการประชาสัมพันธ์โครงการว่าได้รับข่าวจากสื่อใด และสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อโครงการ รวมทั้งตัววิทยากรที่ทำหน้าที่คอยให้ความรู้ว่ามีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ และมีการใช้สื่อ รวมทั้งการสร้างมนุษย์สัมพันธ์เป็นอย่างไร ซึ่งผลการประเมินที่ได้รับก็จะถูกนำมาใช้ในการปรับปรุงโครงการ และสื่อที่ใช้ โดยเฉพาะสื่อบุคคล เพื่อจะพัฒนาให้วิทยากรมีความรู้ ความสามารถ ตามที่ทางโครงการได้ตั้งนโยบายในด้านการประชาสัมพันธ์เอาไว้ในเรื่องการพัฒนาบุคลากรทางด้านการประชาสัมพันธ์โครงการ

11. จุดอ่อน จุดแข็งของการประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงาน

จากการสัมภาษณ์ถึงจุดอ่อนของการประชาสัมพันธ์ พบว่าการประชาสัมพันธ์มีจุดอ่อน และจุดแข็งที่สำคัญ คือ

จุดอ่อน

1. เรื่องงบประมาณที่ค่อนข้างจำกัด และการประชาสัมพันธ์เรื่องการอนุรักษ์นั้นจำเป็นที่จะต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ จึงจะสามารถสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักให้เกิดขึ้นได้ นอกจากนี้จากงบประมาณที่จำกัดทำให้ทางโครงการขาดผู้ที่มีความรู้ในด้านการประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติงานในโครงการในเรื่องที่จะนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร และผลิตสื่อต่างๆ เพื่อเผยแพร่ออกสู่ประชาชนอย่างถูกต้อง ตรงกับความเป็นจริงและรวดเร็ว ซึ่งปัจจุบันการประชาสัมพันธ์โครงการนี้เอกชนหลายฝ่ายได้เข้ามาดำเนินการผลิตสื่อต่างๆออกเผยแพร่ โดยถือเป็นลิขสิทธิ์ของบริษัทนั้นในการที่จะดำเนินงานทางด้านผลประโยชน์ทางการค้าของตนมากกว่าที่จะประชาสัมพันธ์ให้กับกองทัพเรือ ซึ่งในส่วนนี้โครงการยังขาดเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์

2. ถึงแม้ว่าโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลจะเป็นที่รู้จักของประชาชนมากกว่าโครงการอื่นๆของกองทัพเรือ แต่ที่ผ่านมาก็ยังมีปัญหาการลบลอบเก็บไข่เต่าอยู่ บางแห่งมีการทำลายพื้นที่วางไข่หรือแนวปะการังที่เป็นแหล่งอาหารของเต่าทะเล ทั้งนี้ยังไม่มีมีการรวบรวมความคิดเห็นของประชาชน ว่าหลังจากมีการประชาสัมพันธ์ไปแล้ว ประชาชนมีความตระหนัก และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลมากน้อยอย่างไร

3. จุดอ่อนในเรื่องการสร้างความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารภายในของเจ้าหน้าที่ในโครงการที่ยังไม่สามารถทำได้อย่างทั่วถึง เนื่องจาก

- พื้นที่บริเวณเกาะครามซึ่งเป็นบริเวณพักผ่อนและอนุบาลลูกเต่านั้นมีอาณาเขตกว้างขวาง ประกอบกับมีจำนวนเต่าทะเลขึ้นมาวางไข่ตามหาดต่างๆมากน้อยแตกต่างกัน บางแห่งเป็นเชิงเขาและหน้าผาสูงชัน ซึ่งจะต้องอาศัยการติดต่อแจ้งข่าวทางวิทยุสื่อสาร แะหว่างหน้าหาดต่างๆในพื้นที่เกาะคราม ซึ่งไม่สามารถกระทำได้ตลอดเวลา เพราะวิทยุสื่อสารที่มีอยู่นั้นค่อนข้างเก่า และมีจำนวนไม่เพียงพอกับความต้องการ

- การติดต่อสื่อสารขอรับการสนับสนุนสิ่งของต่างๆ จากพื้นที่เกาะครามมายังหน่วยรักษาทรัพยากรธรรมชาติและอนุรักษ์เต่าทะเลนั้นเป็นไปอย่างยากลำบากเพราะอยู่ห่างกันมาก ต้องอาศัยเรือในการลำเลียงขนส่งเสบียงได้สัปดาห์ละ 2 ครั้ง บางครั้งเกิดปัญหาปลาที่เป็นอาหารเต่าเฝ้า หรือช่วงฤดูมรสุมเข้า การเดินทางจะล่าช้ามาก

4. การลักลอบเก็บไข่เต่าของชาวบ้านและชาวประมงรอบเกาะครามยังปรากฏอยู่ ซึ่งเจ้าหน้าที่ไม่สามารถดำเนินการรุนแรงได้ เพียงแค่ตักเตือนและขับไล่ออกจากเกาะ ซึ่งบางครั้งการชี้แจงอย่างใกล้ชิดก็อาจเกิดอันตรายต่อเจ้าหน้าที่ได้ ซึ่งขาดอุปกรณ์สื่อสารในการสนับสนุนการแจ้งข่าวเตือนในระยะไกล

จุดแข็ง

ส่วนจุดแข็งในด้านการประชาสัมพันธ์ คือ การประชาสัมพันธ์เรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลนั้นได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานรัฐหน่วยอื่นๆ เช่น กรมประมง ซึ่งจะงานร่วมกัน โดยเฉพาะในเรื่องการให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะชาวประมง นอกจากนี้ยังได้รับการช่วยเหลือจากในด้านการประชาสัมพันธ์จากทางด้านเอกชน ซึ่งผู้สนับสนุนที่สำคัญ คือ สมาคมสร้างสรรค์ไทย หรือ ตาวิเศษ ที่ได้เข้ามาช่วยเหลือในด้านการประชาสัมพันธ์โครงการให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ โดยเฉพาะกิจกรรมสำคัญต่างๆของโครงการ ซึ่งทำให้ประชาชนโดยเฉพาะประชาชนในกรุงเทพมหานครได้รับข่าวสารทั่วถึงมากขึ้น นอกจากนี้จุดแข็งที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์โครงการคือ การเน้นการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนต่างๆ ทำให้เยาวชนได้ให้ความสำคัญในงานด้านการอนุรักษ์เต่าทะเลเป็นจำนวนมาก คาดว่าเยาวชนกลุ่มนี้จะเป็นเสียงสำคัญที่จะช่วยเปลี่ยนแปลงทัศนคติเก่าๆที่ไม่ดีของผู้ปกครองในเรื่องการรับประทานไข่เต่าทะเลให้เป็นไปในทางที่ถูกต้อง

ส่วนที่ 2 การศึกษา “การเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชากรในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี”

การศึกษาในส่วนนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยการแจกแบบสอบถามให้กับประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่

ทำการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร การเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามต่างๆ ตามสมมติฐานข้อที่ 1, 2 และ 3 ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์นี้ได้แก่ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

1.1 ข้อมูลด้านประชากร

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	202	50.5
หญิง	198	49.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าในจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.5 ส่วนเพศหญิงนั้นมีจำนวนร้อยละ 49.5

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15-24 ปี	131	32.8
25-34 ปี	104	26.0
35-44 ปี	105	26.3
45-54 ปี	43	10.8
55 ปีขึ้นไป	17	4.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้เรียน	14	3.5
ประถมศึกษา (ป.1-ป.6/ป.7)	77	19.3
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-ม.3)/เทียบเท่า	68	17.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6)/ปวช./ปวศ./ปวส./เทียบเท่า	153	38.3
ปวส./ อนุปริญญา/ ปวศ./เทียบเท่า	36	9.0
ปริญญาตรี	49	12.3
สูงกว่าปริญญาตรี	3	0.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6) /ปวช./ปวศ./ปวส./เทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (ป.1-ป.6/ป.7) คิดเป็นร้อยละ 19.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	105	26.3
ค้าขาย/ประกอบกิจการส่วนตัว	76	19.0
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	87	21.8
พนักงานบริษัทเอกชน	38	9.5
เกษตรกร/ประมง	43	10.8
รับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน	36	9.0
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	15	3.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า อาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ นักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 21.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 3.8

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	107	26.8
น้อยกว่า/เท่ากับ 1,000 บาท	8	2.0
1,001-5,000 บาท	79	19.8
5,001-10,000 บาท	124	31.0
10,001-20,000 บาท	63	15.8
20,001 บาทขึ้นไป	19	4.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีรายได้ คิดเป็นร้อยละ 26.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า/เท่ากับ 1,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.0

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล

สื่อในการอนุรักษ์	10 ครั้งขึ้นไป	7-9 ครั้ง	4-6 ครั้ง	1-3 ครั้ง	ไม่เคยทราบ	ไม่ตอบ	ค่าเฉลี่ย (1-5)	ระดับการเปิดรับ
1. โทรทัศน์	34 (8.5)	31 (7.8)	120 (30.0)	179 (44.8)	36 (9.0)	0	2.62	ปานกลาง
2. วิทยู	17 (4.3)	16 (4.0)	70 (17.0)	173 (43.3)	124 (31.0)	0	2.07	ต่ำ
3. หนังสือพิมพ์	16 (4.0)	19 (4.8)	46 (11.5)	183 (45.8)	136 (34.0)	0	1.99	ต่ำ
4. อินเทอร์เน็ต	5	8	19	81	286	1	1.41	ต่ำมาก

	(1.3)	(2.0)	(4.8)	(20.3)	(71.7)	(0.3)		
5. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน	4 (1.0)	6 (1.5)	21 (5.3)	60 (15.0)	308 (77.0)	1 (0.3)	1.34	ต่ำมาก
6. เจ้าหน้าที่ของกองทัพเรือ	42 (10.5)	38 (9.5)	79 (19.8)	121 (30.3)	120 (30.0)	0	2.40	ต่ำ
7. เจ้าหน้าที่กรมประมง	8 (2.0)	13 (3.3)	45 (11.3)	99 (24.8)	235 (58.8)	0	1.65	ต่ำ
8. นายอำเภอ ปลัดอำเภอ	0 (0)	7 (1.8)	17 (4.3)	47 (11.8)	329 (82.3)	0	1.25	ต่ำมาก
9. เจ้าหน้าที่ อบต.	1 (0.3)	6 (1.5)	24 (6.0)	50 (12.5)	319 (79.8)	0	1.30	ต่ำมาก
10. พระสงฆ์	1 (0.3)	2 (0.5)	8 (2.0)	18 (4.5)	371 (92.8)	0	1.11	ต่ำมาก
11. ตำรวจ	2 (0.5)	4 (1.0)	10 (2.5)	31 (7.8)	353 (88.3)	0	1.18	ต่ำมาก
12. ครู อาจารย์	22 (5.5)	14 (3.5)	37 (9.3)	85 (21.3)	241 (60.3)	1 (0.3)	1.72	ต่ำ
13. นักเรียน นักศึกษา	15 (3.8)	24 (6.0)	31 (7.8)	126 (31.5)	204 (51.0)	0	1.80	ต่ำ
14. เพื่อน	25 (6.3)	18 (4.5)	55 (13.8)	162 (40.5)	140 (35.0)	0	2.07	ต่ำ
15. สมาชิกในครอบครัว	15 (3.8)	24 (6.0)	40 (10.0)	141 (35.3)	179 (44.8)	1 (0.3)	1.88	ต่ำ
16. ประชาชนทั่วไป	9 (2.3)	5 (1.3)	42 (10.5)	121 (30.3)	223 (55.8)	0	1.64	ต่ำ
17. เอกสารสิ่งพิมพ์ เช่น สตีกเกอร์ แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ จดหมายข่าว	10 (2.5)	19 (4.8)	46 (11.5)	112 (28.0)	212 (53.0)	1 (0.3)	1.75	ต่ำ
18. หอกระจายข่าว	10 (2.5)	16 (4.0)	27 (6.8)	81 (20.3)	266 (66.5)	0	1.56	ต่ำ
19. การเดินรถบังคับ	7 (1.8)	8 (2.0)	26 (6.5)	104 (26.0)	255 (63.8)	0	1.52	ต่ำ
20. นิทรรศการ	18 (4.5)	13 (3.3)	38 (9.5)	140 (35.0)	191 (47.8)	0	1.84	ต่ำ
21. อื่นๆ	1 (0.3)	0 (0)	3 (0.8)	7 (1.8)	383 (95.8)	9 (1.5)	1.04	ต่ำมาก

จากตารางที่ 11 สามารถจำแนกการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสื่อประเภทต่างๆ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ได้ดังนี้

สื่อมวลชนที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมากที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ วิทยุ ส่วนอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมวลชนที่มีการเปิดรับน้อยที่สุด

สื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ของกองทัพเรือ รองลงมา คือ เพื่อน ครู/อาจารย์ ตามลำดับ โดยมี นายอำเภอ เจ้าหน้าที่ อบต. พระสงฆ์ ตำรวจ เป็นสื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับน้อยที่สุด

สื่อเฉพาะกิจที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมากที่สุด คือ นิทรรศการ รองลงมาคือ หอกระจายข่าว และ เอกสารสิ่งพิมพ์ เช่น สติกเกอร์ แผ่นพับ โบปปลิว ไปสเตอร์ จดหมายข่าว ส่วนการเดินทางเป็นสื่อเฉพาะกิจที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจาก สื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์มากที่สุด

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ เกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล

ระดับการเปิดรับ	จำนวน	ร้อยละ
สูงมาก	-	-
สูง	21	5.3
ปานกลาง	71	17.8
ต่ำ	297	74.3
ต่ำมาก	-	-
ไม่ตอบ	11	2.8
รวม	400	100.0
ค่าเฉลี่ย 2.29 (ต่ำ)		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56		

จากตารางที่ 12 พบว่าระดับของการเปิดรับข่าวสารประเภทสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลกว่าร้อยละ 74 อยู่ในระดับต่ำ และไม่พบการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลในระดับสูงมาก นอกจากนี้โดยภาพรวมของความบ่อยครั้งการเปิดรับข่าวสารประเภทสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลของกลุ่มตัวอย่างจัดว่าอยู่ในระดับต่ำ คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.29

1.2 การเปิดรับข่าวสารประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล

ข่าวสารการอนุรักษ์เต่าทะเล	10 ครั้งขึ้นไป	7-9 ครั้ง	4-6 ครั้ง	1-3 ครั้ง	ไม่เคยทราบ	ไม่ตอบ	ค่าเฉลี่ย (1-5)	ระดับการเปิดรับ
1. ความสำคัญของเต่าทะเลในด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด	26 (6.5)	51 (12.8)	105 (26.3)	161 (40.3)	56 (14.0)	1 (0.3)	2.57	ปานกลาง
2. จำนวนเต่าทะเลที่ลดน้อยลงในธรรมชาติและกำลังจะสูญพันธุ์ไปจากประเทศไทย	30 (7.5)	44 (11.0)	94 (23.5)	174 (42.8)	61 (15.3)	0	2.53	ปานกลาง
3. โฆษทางกฎหมายของการลักลอบล่าเต่าทะเล และการเก็บไข่เต่าทะเล	15 (3.8)	35 (88.8)	50 (12.5)	144 (36.0)	156 (39.0)	0	2.02	ต่ำ
4. โฆษทางกฎหมายสำหรับชาวประมงที่ไม่ได้ใช้เครื่องมือแยกเต่าทะเลออกจากอวน	16 (4.0)	19 (4.8)	30 (7.5)	130 (32.5)	205 (51.3)	0	1.78	ต่ำ
5. การอบรมอาสาสมัครร่วมอนุรักษ์เต่าทะเล	15 (3.8)	21 (5.3)	64 (16.0)	106 (26.5)	194 (48.5)	0	1.89	ต่ำ
6. การช่วยกันรักษาความสะอาดของทะเลบริเวณอ่าวสัตหีบซึ่งเป็นแหล่งอาศัย และแหล่งวางไข่ของเต่าทะเล	30 (7.5)	32 (8.0)	71 (17.8)	177 (44.3)	90 (22.5)	0	2.34	ต่ำ
7. การสอดส่องดูแลผู้ที่ลักลอบล่าเต่าทะเล และเก็บไข่เต่าทะเล	14 (3.5)	23 (5.8)	44 (11.0)	151 (37.8)	168 (42.0)	0	1.91	ต่ำ
8. การจัดสร้างอาคารบรรยายความรู้เรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล	22 (5.5)	38 (9.5)	40 (10.0)	106 (26.5)	193 (48.3)	0	1.97	ต่ำ
9. การจัดนิทรรศการให้ความรู้เรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล	21 (5.3)	44 (11.0)	47 (11.8)	148 (37.0)	140 (35.0)	0	2.15	ต่ำ
10. การจัดกิจกรรมเพื่อหาเงินสมทบทุนเข้ากองทุนโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล	15 (3.8)	41 (10.3)	38 (9.5)	102 (25.5)	204 (51.0)	0	1.90	ต่ำ
11. การจัดประกวดวาดภาพเต่าทะเล	17 (4.3)	12 (3.0)	22 (5.5)	88 (22.0)	261 (65.3)	0	1.59	ต่ำ

12. ความพยายามของกองทัพเรือ เพิ่มจำนวนเต่าทะเลในธรรมชาติ	56 (14.0)	38 (9.5)	82 (20.5)	157 (39.3)	67 (16.8)	0	2.65	ปานกลาง
13. การปล่อยลูกเต่าทะเลลง กลับคืนสู่ธรรมชาติ	44 (11.0)	45 (11.3)	98 (24.5)	168 (42.0)	45 (11.3)	0	2.69	ปานกลาง
14. แนวทางการอนุรักษ์เต่าทะเล	39 (9.8)	37 (9.3)	50 (12.5)	188 (47.0)	85 (21.3)	0	2.39	ต่ำ
15. อื่นๆ	1 (0.3)	3 (0.8)	4 (1.0)	6 (1.5)	380 (95.0)	6 (1.5)	1.07	ต่ำมาก

จากตารางที่ 13 พบว่าในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ในระดับ ทั้งนี้ข่าวสารการอนุรักษ์เกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับมากที่สุดคือ การปล่อยลูกเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.69 และข่าวสารเรื่องการจัดประกวดวาดภาพเต่าทะเลเป็นข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.59

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล

ระดับการเปิดรับ	จำนวน	ร้อยละ
สูงมาก	19	4.8
สูง	17	4.3
ปานกลาง	105	26.3
ต่ำ	222	55.5
ต่ำมาก	10	2.5
ไม่ตอบ	27	6.8
รวม	400	100,0
ค่าเฉลี่ย 2.49 (ต่ำ)		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83		

จากตารางที่ 14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับในการเปิดรับข่าวสารประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ในระดับต่ำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.3

นอกจากนี้โดยภาพรวมของความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลของกลุ่มตัวอย่าง จัดว่าอยู่ในระดับต่ำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.49

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความตระหนักฐานในการอนุรักษ์เต่าทะเล

ความตระหนักฐานในการอนุรักษ์เต่าทะเล	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่ตอบ	ค่าเฉลี่ย (1-5)	ระดับความตระหนักฐาน
1. โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลเป็นสิ่งดึงดูดให้คนมาเที่ยวอำเภอสัตหีบ	193 (48.3)	168 (42.0)	35 (8.8)	4 (1.0)	0 (0)	0 (0)	4.38	สูง
2. โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลสามารถให้ความรู้ในเรื่องการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลได้	166 (41.5)	212 (53.0)	18 (4.5)	3 (0.8)	1 (0.3)	0 (0)	4.35	สูง
3. ชาวประมงไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องแยกเต่าทะเลออกจากอวน เพราะเครื่องมือมันมีราคาแพงเกินไป	10 (2.5)	55 (13.8)	111 (27.8)	165 (41.3)	59 (14.8)	0 (0)	3.91	สูง
4. การลักลอบล่าเต่าทะเล และการเก็บไข่เต่าทะเลเป็นสิ่งที่ทำให้เต่าทะเลลดลง แต่ไม่ถึงกับสูญพันธุ์	36 (9.0)	75 (18.8)	88 (22.0)	137 (34.3)	63 (15.8)	1 (0,3)	3.61	สูง
5. การซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ทำมาจาก เต่าทะเลเป็นการช่วยสร้างอาชีพให้กับชุมชน	10 (2.5)	32 (8.0)	45 (11.3)	158 (39.5)	155 (38.8)	0 (0)	4.26	สูง
6. การทิ้งขยะมูลฝอยลงสู่ทะเลทำให้น้ำทะเลสกปรก แต่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการลดลงของเต่าทะเล	19 (4.8)	29 (7.3)	60 (15.3)	194 (48.5)	98 (24.5)	0 (0)	4.04	สูง
7. ไข่เต่าเป็นสิ่งที่มีความค่างอาหาร ควรสนับสนุนให้มีการบริโภคไข่เต่ากันเพิ่มขึ้น	10 (2.5)	22 (5.5)	33 (8.3)	139 (34.8)	196 (49.0)	0 (0)	4.39	สูง
8. การช่วยกันเผยแพร่ความรู้เรื่องอนุรักษ์เต่าทะเลมีส่วนช่วยอนุรักษ์เต่าทะเล	151 (37.8)	213 (53.3)	11 (2.8)	22 (5.5)	3 (0.8)	0 (0)	4.22	สูง
9. การลดลงของเต่าทะเลเกิดจากอุปสรรคตามธรรมชาติของเต่าทะเลเอง มนุษย์ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องในการลดลงนี้	13 (3.3)	15 (3.8)	113 (28.3)	206 (51.5)	52 (13.0)	0 (0)	3.99	สูง

10. ผู้ที่ลักลอบล่าเต่าทะเล และเก็บไข่เต่าทะเลควรจะได้รับโทษจนถึงที่สุด	176 (44.0)	153 (38.3)	22 (5.5)	23 (5.8)	26 (6.5)	0 (0)	4.08	สูง
11. การอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลเป็นหน้าที่ของกองทัพเรือและทางราชการเท่านั้น	16 (4.0)	43 (10.8)	64 (16.0)	198 (49.5)	79 (19.8)	0 (0)	3.96	สูง
12. โรงแรม ที่พักตากอากาศริมทะเล มีส่วนสำคัญที่ทำให้แม่เต่าทะเลไม่ขึ้นมาวางไข่	86 (21.5)	160 (40.0)	112 (28.0)	27 (6.8)	15 (3.8)	0 (0)	3.69	สูง
13. รัฐบาลควรสนับสนุนให้มีการส่งออกกระดองเต่าทะเล เนื่องจากเป็นสินค้าที่สามารถทำรายได้สูงให้กับประเทศ	11 (2.8)	24 (6.0)	42 (10.5)	148 (37.0)	175 (43.8)	0 (0)	4.32	สูง

จากตารางที่ 15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล ในเรื่องการไม่เห็นด้วยที่จะสนับสนุนให้บริโภคไข่เต่ากันเพิ่มขึ้น ถึงแม้ว่าไข่เต่าจะมีคุณค่าทางอาหารมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 รองลงมาคือเรื่องโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลเป็นสิ่งดึงดูดใจคนมาเที่ยวเต่าทะเล มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 และเรื่องโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลสามารถให้ความรู้ในเรื่องการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลได้ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.35 ส่วนกลุ่มที่กลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักรู้น้อยที่สุด คือ การลักลอบล่าเต่าทะเลและการเก็บไข่เต่าทะเลเป็นสิ่งที่ทำให้เต่าทะเลลดลง แต่ไม่ถึงกับสูญพันธุ์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับของความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเล

ระดับของความตระหนักรู้	จำนวน	ร้อยละ
สูงมาก	179	44.8
สูง	200	50.3
ปานกลาง	19	4.8
ต่ำ	-	-
ต่ำมาก	-	-
ไม่ตอบ	2	0.5
รวม	400	100.0
ค่าเฉลี่ย 4.40 (สูง)		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.35		

จากตารางที่ 16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ในระดับสูงมาก คิดเป็นร้อยละ 44.8 นอกจากนี้ยังไม่พบกลุ่มตัวอย่างที่มีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ในระดับต่ำและต่ำมาก โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ในระดับสูงที่ค่าเฉลี่ย 4.40

1.3 การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล

การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล	ใช่		ไม่ใช่		ไม่ตอบ		ค่าเฉลี่ย (1-5)	S.D.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ท่านเคยบริจาคเงินเข้าร่วมกองทุนอนุรักษ์เต่าทะเล	201	(50.3)	199	(49.8)	0		0.50	0.50
2. ท่านเคยเข้าร่วมการเดิน-วิ่ง หรือการแข่งขันแรลลี่ในโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล	67	(16.3)	333	(83.3)	0		0.17	0.37
3. ท่านเคยเข้าชมนิทรรศการโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล	263	(65.8)	137	(34.3)	0		0.66	0.48
4. ท่านเคยบอกกล่าวผู้อื่นว่าเต่าทะเลเป็นสัตว์ใกล้สูญพันธุ์	253	(63.3)	147	(36.8)	0		0.63	0.48
5. ท่านเคยบอกกล่าวผู้อื่นว่าการลักลอบล่าเต่าทะเล และการเก็บไข่เต่าทะเลมีส่วนทำให้เต่าทะเลสูญพันธุ์ไปจากประเทศไทย	209	(52.3)	191	(47.8)	0		0.52	0.50
6. ท่านไม่เคยบริโภคเนื้อเต่าทะเล ไข่เต่าทะเล หรือใช้ผลิตภัณฑ์จากเต่าทะเล	326	(81.5)	73	(18.3)	1	(0.3)	0.82	0.39
7. ท่านเคยเข้าร่วมพิธีปล่อยลูกเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ	177	(44.3)	222	(55.5)	1	(0.3)	0.44	0.50
8. ท่านเคยแจ้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเมื่อพบเห็นการลักลอบล่าเต่าทะเล และการเก็บไข่เต่าทะเล	32	(8.0)	368	(92.0)	0		8.0	0.27
9. ท่านไม่ทิ้งขยะมูลฝอยลงสู่ทะเล เพราะจะทำให้แหล่งอาหารของเต่า	352	(88.0)	47	(11.8)	1	(0.3)	0.88	0.32

ทะเลเสื่อมโทรม								
10. ท่านเคยร่วมทำความสะอาดชายหาดบริเวณเกาะต่างๆรอบอ่าวสัตหีบ	213	(53.3)	187	(46.8)	0		0.53	0.50
11. ท่านชอบรับฟังข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล	261	(65.3)	139	(34.8)	0		0.65	0.48
12. ท่านช่วยเผยแพร่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลให้ผู้อื่นได้รับทราบ	253	(63.3)	147	(36.8)	0		0.63	0.48

จากตารางที่ 17 พบว่าการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลในเรื่องการไม่ทิ้งขยะมูลฝอยลงสู่ทะเลเพราะจะทำให้แหล่งอาหารของเต่าทะเลเสื่อมโทรมเป็นการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลที่กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมาได้แก่ การไม่บริโภคเนื้อเต่าไข่เต่า หรือผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ได้จากเต่าทะเล คิดเป็นร้อยละ 81.5

ส่วนเรื่องในกลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมน้อยที่สุดคือการแจ้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเมื่อพบเห็นการลักลอบล่าเต่าทะเล และการเก็บไข่เต่าทะเล คิดเป็นร้อยละ 8.0 รองลงมาคือเรื่องการเข้าร่วมการเดิน วิ่ง หรือการแข่งขันแรลลี่ในโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล คิดเป็นร้อยละ 16.3

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล

ระดับของการมีส่วนร่วม	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำ	93	23.3
ปานกลาง	205	51.3
มาก	95	23.8
ไม่ตอบ	7	1.8
รวม	400	100.0
ค่าเฉลี่ย 6.52 (ปานกลาง)		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.57		

จากตารางที่ 18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีระดับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 51.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลที่ระดับมาก และต่ำนั้นมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือมีค่าร้อยละอยู่ที่ 23.8

และ 23.3 ตามลำดับ โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 6.52

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ต่อการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลกับความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเล

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเล	P
สื่อมวลชน	-0.195***	0.000
โทรทัศน์	-0.034	0.497
วิทยุ	-0.161***	0.001
หนังสือพิมพ์	-0.215***	0.000
อินเทอร์เน็ต	-0.192***	0.000
สื่อบุคคล	-0.191***	0.000
กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน	-0.180***	0.000
เจ้าหน้าที่ของกองทัพเรือ	-0.072	0.153
เจ้าหน้าที่กรมประมง	-0.167***	0.001
นายอำเภอ ปลัดอำเภอ	-0.242***	0.001
เจ้าหน้าที่ อบต.	-0.204***	0.000
พระสงฆ์	-0.149**	0.003
ตำรวจ	-0.155**	0.002
ครู อาจารย์	-0.068	0.174
นักเรียน นักศึกษา	-0.074	0.143
เพื่อน	-0.065	0.196
สมาชิกในครอบครัว	-0.096	0.057
ประชาชนทั่วไป	-0.195***	0.000
สื่อเฉพาะกิจ	-0.129**	0.010

เอกสารสิ่งพิมพ์ เช่น สติกเกอร์ แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ จดหมายข่าว	-0.038	0.456
หอกระจายข่าว	-0.142**	0.005
การเดินรณรงค์	-0.149**	0.003
นิทรรศการ	-0.092	0.066

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 19 พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจากวิทยุ อินเทอร์เน็ต กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่กรมประมง นายอำเภอ/ปลัดอำเภอ เจ้าหน้าที่ อบต. ประชาชนทั่วไป มีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.001 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงลบ กล่าวคือเมื่อมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจากวิทยุ อินเทอร์เน็ต กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่กรมประมง นายอำเภอ/ปลัดอำเภอ เจ้าหน้าที่ อบต. ประชาชนทั่วไปมาก จะมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลน้อย และความสัมพันธ์ที่พบนั้นอยู่ในระดับต่ำมาก

เมื่อกล่าวสรุปภาพรวมของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจากสื่อต่างๆ มีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลดังนี้

สื่อมวลชน การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงลบ กล่าวคือเมื่อมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจากสื่อมวลชนมาก จะมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลน้อย และความสัมพันธ์นั้นอยู่ในระดับต่ำมาก

สื่อบุคคล การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเล อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.001 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงลบ กล่าวคือเมื่อมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจากสื่อบุคคลมาก จะมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลน้อย และความสัมพันธ์นั้นอยู่ในระดับต่ำมาก

สื่อเฉพาะกิจ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเล อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงลบ กล่าวคือเมื่อมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจากสื่อเฉพาะกิจมาก จะมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลน้อย และความสัมพันธ์นั้นอยู่ในระดับต่ำมาก

สมมติฐานข้อที่ 2 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล	P
สื่อมวลชน	0.205***	0.000
โทรทัศน์	0.158**	0.002
วิทยุ	0.156**	0.002
หนังสือพิมพ์	0.160***	0.001
อินเทอร์เน็ต	0.145**	0.004
สื่อบุคคล	0.318***	0.000
กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน	0.165***	0.001
เจ้าหน้าที่ของกองทัพเรือ	0.309***	0.000
เจ้าหน้าที่กรมประมง	0.189***	0.000
นายอำเภอ ปลัดอำเภอ	0.196***	0.000
เจ้าหน้าที่ อบต.	0.198***	0.000
พระสงฆ์	0.043	0.393
ตำรวจ	0.107*	0.033
ครู อาจารย์	0.258***	0.000
นักเรียน นักศึกษา	0.269***	0.000
เพื่อน	0.253***	0.000
สมาชิกในครอบครัว	0.245***	0.000
ประชาชนทั่วไป	0.059	0.242

สื่อเฉพาะกิจ	0.320***	0.000
เอกสารสิ่งพิมพ์ เช่น สติ๊กเกอร์ แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ จดหมายข่าว	0.209***	0.000
หอกระจายข่าว	0.182***	0.000
การเดินรณรงค์	0.276***	0.000
นิทรรศการ	0.347***	0.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 20 พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจากสื่อทั้ง 3 ประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก กล่าวคือหากประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมาก การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลก็จะมีมากตามไปด้วย แต่อย่างไรก็ดี ความสัมพันธ์ที่พบนั้น มีค่าในระดับต่ำ

สมมติฐานข้อที่ 3 : ความตระหนักรู้ต่อการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล	P
ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเล	0.115*	0.022

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 20 พบว่า ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเล มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก กล่าวคือ หากประชาชนมีความตระหนักรู้ในการ

อนุรักษ์เต่าทะเลมาก การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลก็จะมีมากตามไปด้วย แต่เป็น
ความสัมพันธ์ที่พบในการสำรวจนี้เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

ทั้งนี้ได้มีการตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี
3. ความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

การวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลของกองทัพเรือ โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาสรุปและรวบรวมเป็นประเด็นเกี่ยวกับกระบวนการประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายลักษณะทางประชากร ตลอดจนการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์เต่าทะเล

ตอนที่ 2 เป็นการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติแบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่างๆ

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การศึกษาพฤติกรรมการประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลของกองทัพเรือ จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ และศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีกลยุทธ์ในการวางแผนประชาสัมพันธ์โดยเริ่มจาก

- 1. การแสวงหาข้อมูล** ที่จำเป็นในการกำหนดรูปแบบ และการวางแผนประชาสัมพันธ์ จากนโยบายการประชาสัมพันธ์ของกองทัพเรือ ศึกษาการดำเนินงานในกิจกรรมต่างๆที่ได้จัดทำไปแล้ว เพื่อใช้เป็นแนวทางในอันที่จะพัฒนาแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเล ให้สอดคล้องและเป็นแนวทางเดียวกันกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ รวมทั้งแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งการวางแผนประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์เต่าทะเลของกองทัพเรือ ได้มีการดำเนินการกำหนดนโยบายแผนประชาสัมพันธ์จนถึงขั้นการลงมือปฏิบัติงานในโครงการให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยทางกองทัพเรือได้มีกองประชาสัมพันธ์สำนักงานเลขาธิการกองทัพเรือ เป็นหน่วยงานสำคัญในการประชาสัมพันธ์งานของโครงการ รวมทั้งการเผยแพร่วิทยากรและประสานงานด้านการประชาสัมพันธ์และเป็นศูนย์รวมการประชาสัมพันธ์กองทัพเรืออีกทั้งสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการว่าได้รับทราบข่าวสารจากทางโครงการจากสื่อใด

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ

- 2.1 เผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลให้แก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์เต่าทะเลให้อยู่คู่ท้องทะเลไทย
- 2.2 สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมกับรัฐในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยการส่งเสริมองค์กรประชาชนและองค์กรพัฒนาเอกชนทั้งในส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น ให้มีบทบาทในการร่วมอนุรักษ์พันธุ์เต่า
- 2.3 ให้บริการข่าวสารข้อเท็จจริง ความเห็น และสาระที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับโครงการอนุรักษ์ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีและส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างกองทัพเรือ ประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในโครงการ

3. นโยบายหลักในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

- 3.1 พัฒนากองประชาสัมพันธ์ และระบบการประสานงานการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่การอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลและพัฒนาทรัพยากร สภาพแวดล้อมทางทะเลและชายฝั่ง
- 3.2 เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และชี้ให้เห็นความสำคัญในงานประชาสัมพันธ์ให้แก่หน่วยงานในระดับพื้นที่ โดยการจัดสัมมนาในส่วนภูมิภาคและการบรรจุเนื้อหาวิชาการประชาสัมพันธ์เข้าไปในหลักสูตรการฝึกอบรมของกองทัพเรือ
- 3.3 เผยแพร่ข่าวสารและสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนในพื้นที่ที่จะมีการดำเนินงานในโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล
- 3.4 นำเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ในการวางระบบการจัดเก็บข้อมูล และผลิตข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนจัดหาเครื่องโสตทัศนูปกรณ์ให้เพียงพอในการให้ความรู้แก่ประชาชนที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการ
- 3.5 พัฒนาบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ โดยเน้นความสามารถด้านการใช้อุปกรณ์เทคนิคต่างๆในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวิธีการเสนอข่าวและการเขียนบทความ

4. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

- 4.1 กำหนดให้มีบุคลากรผู้รับผิดชอบในระดับนโยบาย โดยให้มีคณะกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล เพื่อทำหน้าที่กำหนดแนวนโยบายการประชาสัมพันธ์ของหน่วยต่างๆทั้งระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งทำหน้าที่ประสานงานกำกับและติดตามผลงานให้เป็นไปตามนโยบายที่วางไว้

- 4.2 ให้มีคณะกรรมการประชาสัมพันธเพื่อการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในระดับภูมิภาคเพื่อดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ ทั้งในระดับภาคและระดับจังหวัด รวมทั้งการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำแผนประจำปี
- 4.3 กลยุทธ์การให้ความรู้ความเข้าใจ และชี้ให้เห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธโดยให้มีการสัมมนาในระดับภูมิภาค และหน่วยงานในพื้นที่ที่ได้รับทราบและให้ความร่วมมือ โดยจัดทำโครงการสัมมนาระหว่างเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธของส่วนกลางกับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในส่วนภูมิภาค รวมทั้งหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในส่วนภูมิภาคปีละ 2 ครั้ง
- 4.4 กลยุทธ์การประชาสัมพันธในเชิงรุก เพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ให้ประชาชนผู้ได้รับผลกระทบ ประชาชนทั่วไป สื่อมวลชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ โดยการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และกำหนดงานประชาสัมพันธให้ผู้อยู่ในพื้นที่โครงการได้รับทราบข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ
- 4.5 เน้นสื่อบุคคลในการทำหน้าที่ประชาสัมพันธโครงการซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ของกองทัพเรือเอง และเยาวชนชนที่เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครในโครงการ
- 4.6 สนับสนุนให้หน่วยงานประชาสัมพันธของกองทัพเรือมีอุปกรณ์สื่อสารและวัสดุทัศนูปกรณ์ที่ทันสมัยเพื่อให้งานประชาสัมพันธมีคุณภาพที่ดี
- 4.7 สนับสนุนให้เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธได้มีโอกาสเพิ่มพูนทักษะและเทคนิคในด้านการประชาสัมพันธอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมให้ฝ่ายการประชาสัมพันธมีอัตรากำลังที่มีประสิทธิภาพสูง

5. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของโครงการ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

- 5.1 ประชาชนในเขตอำเภอสตูล จังหวัดสตูลบุรี (เป้าหมายหลัก)
- 5.2 ประชาชนทั่วประเทศ (เป้าหมายรอง)

6. กลยุทธ์การเลือกใช้สื่อ

สื่อหลักที่ใช้ ได้แก่ สื่อบุคคล และสื่อวิทยุ

ส่วนสื่อรอง ได้แก่

- สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ และสติ๊กเกอร์
- สื่อโทรทัศน์
- สื่ออินเทอร์เน็ต

7. กลยุทธ์การเลือกซื้อสื่อ

สืบเนื่องมาจากงบประมาณที่จำกัด ทางโครงการจึงไม่มีนโยบายในการซื้อสื่ออย่างเป็นทางการ อย่างไรก็ตาม ในการเผยแพร่ข่าวสารเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล ส่วนหนึ่งจะได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสาร

8. กลยุทธ์การส่งข่าวประชาสัมพันธ์ จะมี 2 แบบคือ

8.1 การส่งข่าวประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อต่างๆโดยตรง

8.2 การเชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวเนื่องในโอกาสสำคัญๆ

9. กลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหาหลัก และรูปแบบ

เนื้อหาหลักที่ทางโครงการใช้ในการประชาสัมพันธ์ จะเน้นในเรื่องสถานการณ์ของเต่าทะเลในประเทศไทย และวิธีการอนุรักษ์เต่าทะเลไม่ให้สูญพันธุ์ รวมทั้งกิจกรรมต่างๆที่ทางโครงการได้จัดทำขึ้นมา โดยจะใช้วิธีสร้างความรู้ ความเข้าใจ และสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนทั่วไปในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล

10. งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินงาน งบประมาณในด้านการประชาสัมพันธ์นั้น ได้มาจาก 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 จัดสรรจากงบประมาณของกองทัพเรือ ปีละประมาณ 200,000 บาท

ส่วนที่ 2 จัดสรรจากเงินบริจาคของเอกชน ปีละประมาณ 500,000 บาท

11. กลยุทธ์ในการติดตามและประเมินผลโครงการ

จัดทำแบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการในมีต่อโครงการ รวมทั้งตัววิทยากรที่ทำหน้าที่คอยให้ความรู้ว่ามีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ และมีการใช้สื่อเป็นอย่างไร ซึ่งผลการประเมินที่ได้รับก็จะถูกนำมาใช้ในการปรับปรุงโครงการ และสื่อที่ใช้ โดยเฉพาะสื่อบุคคล เพื่อจะพัฒนาให้วิทยากรมีความรู้ ความสามารถ ตามที่ทางโครงการได้ตั้งนโยบายในด้านการประชาสัมพันธ์เอาไว้ในเรื่องการพัฒนาบุคลากรทางด้านประชาสัมพันธ์โครงการ

11. จุดอ่อน จุดแข็งของการประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงาน

จุดอ่อนของโครงการ คือ 1. เรื่องงบประมาณที่ค่อนข้างจำกัด และการประชาสัมพันธ์ เรื่องการอนุรักษ์นั้นจำเป็นที่จะต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ จึงจะสามารถสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักให้เกิดขึ้นได้ 2. ขาดการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน ว่าหลังจากมีการประชาสัมพันธ์ไปแล้ว ประชาชนมีความตระหนัก และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เท่าที่เลามากน้อยอย่างไร 3. จุดอ่อนในเรื่องการสร้างความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารภายในของเจ้าหน้าที่ในโครงการที่ยังไม่สามารถทำได้อย่างทั่วถึง

จุดแข็งในด้านการประชาสัมพันธ์ คือ การประชาสัมพันธ์เรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลนั้นได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานรัฐหน่วยงานอื่น ๆ เช่น กรมประมง และยังได้รับการช่วยเหลือจากในด้านการประชาสัมพันธ์จากทางด้านเอกชน ซึ่งผู้สนับสนุนที่สำคัญ คือ สมาคมสร้างสรรค์ไทย หรือ ตาวีเศษ

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัยการศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

1.1 ข้อมูลด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวน 400 คน เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และประกอบอาชีพนักเรียน นักศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท

1.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา (ช่วงเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนกรกฎาคม 2546) พบว่า โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมากที่สุด รองลงมาคือวิทยุ และอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมวลชนที่ประชาชนมีการเปิดรับน้อยที่สุด

สื่อบุคคลที่ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ของกองทัพเรือ รองลงมา คือ เพื่อน ครู/อาจารย์ ตามลำดับ โดยมี พระสงฆ์ เป็นสื่อบุคคลที่ประชาชนมีการเปิดรับน้อยที่สุด

สื่อเฉพาะกิจที่ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมากที่สุด คือ นิทรรศการ

เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ในระดับต่ำ โดยมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนมากที่สุด และข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลที่ประชาชนมีการเปิดรับมากที่สุดคือ การปล่อยลูกเต่ากลับคืนสู่ธรรมชาติ

1.3 ความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล

ประชาชนส่วนใหญ่มีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ ความตระหนักรู้ในระดับสูงมาก และเรื่องที่ประชาชนมีความตระหนักมากที่สุดคือ การไม่เห็นด้วยที่จะสนับสนุนให้มีการบริโภคไข่เต่ากันเพิ่มขึ้น ถึงแม้ไข่เต่าจะมีคุณค่าทางอาหารมาก

1.4 การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล

ประชาชนส่วนใหญ่มีการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลในระดับปานกลาง รองลงมาคือ ระดับมาก และระดับต่ำ เรื่องที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลมากที่สุด คือ เรื่องการไม่ทิ้งขยะมูลฝอยลงสู่ทะเลเพราะจะทำให้แหล่งอาหารของเต่าทะเลเสื่อมโทรม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 การทดสอบตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1: เป็นไปตามสมมติฐาน

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงลบ และค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

เมื่อพิจารณาสื่อแต่ละชนิดพบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตระหนักรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตระหนักรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 : เป็นไปตามสมมติฐาน

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล แต่ค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

เมื่อพิจารณาจากสื่อแต่ละชนิดพบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อทั้ง 3 ประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

สมมติฐานที่ 3 ความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 : เป็นไปตามสมมติฐาน

ความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์เต่าทะเล ของกองทัพเรือ

จากผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้พบประเด็นที่น่าสนใจในการอธิบายถึงกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์เต่าทะเลของกองทัพเรือ จึงได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1.1 กลยุทธ์การเลือกใช้สื่อของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล

เนื่องจากงบประมาณที่จำกัด ทางโครงการจึงจำเป็นต้องใช้สื่อที่ทางโครงการมีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นั่นก็คือสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยู โดยผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียงทหารเรือ (สทร.) โดยพยายามที่จะนำเสนอความรู้ และกิจกรรมต่างๆของโครงการทางสื่อนี้ อีกทั้งยังผลิตรายการต่างๆ ให้เหมาะกับเป้าหมายแต่ละกลุ่ม แต่เท่าที่ผ่านมาก็ยังประสบปัญหาว่าทางสถานียังไม่สามารถใช้ประโยชน์จากสื่อนี้ได้เต็มที่ตามนโยบายที่ได้วางไว้ เนื่องจากต้องขยเวลาให้กับเอกชนเพื่อประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ แต่การประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุดังกล่าวก็ได้สร้างความสัมพันธ์ต่อผู้ที่ได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร ซึ่งมีประชาชนจำนวนมากสนใจและโทรศัพท์ติดต่อขอข้อมูล นอกจากสื่อวิทยุแล้ว สื่อมวลชนอีกชนิดที่ทางโครงการให้ความสำคัญเป็นอย่างมากก็คือ สื่อโทรทัศน์ และถึงแม้ว่าทางโครงการจะมีความจำกัดในการซื้อเวลาทางสื่อโทรทัศน์ แต่เท่าที่ผ่าน มาปรากฏว่าได้มีรายการโทรทัศน์หลายรายการมาขอทำสารคดีต่างๆ จนทำให้ประชาชนโดยทั่วไป ไม่ใช่เฉพาะประชาชนในท้องถิ่นเท่านั้นที่ให้ความสนใจเข้ามาเยี่ยมชมโครงการ โดยเป็นสื่อที่ประชาชนมีการเปิดรับมากที่สุด จึงถือได้ว่าสื่อมวลชนทำหน้าที่ได้ดีที่สุดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายถึงแม้จะมีความแตกต่างกันในปัจจุบันต่างๆ เช่น เพศ วัย อาชีพ และความแตกต่างด้านความรู้ สื่อมวลชนนี้จะมีอิทธิพลมากที่สุดในการก่อให้เกิดการรับรู้ และความสนใจ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของวิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm : 1960) ที่กล่าวถึงการสื่อสารที่มีบทบาทต่อการพัฒนาได้ 3 ลักษณะ คือ ประชาชนต้องได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนา ประชาชนต้องมีโอกาสร่วมในการตัดสินใจ และเป็นทักษะที่จะต้องได้รับการอบรมสั่งสอน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่สามารถแสดงภาพและเสียง อีกทั้งยังเป็นสื่อที่จัดซื้อบกร่องของผู้รับสารที่ขาดทักษะด้านการอ่าน การเขียน ได้เป็นอย่างดี

ส่วนสื่อรองลงมา ได้แก่ สื่อบุคคล ทางโครงการได้ฝึกฝนและให้ความรู้เจ้าหน้าที่ประจำโครงการทุกคนในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล เพื่อให้เจ้าหน้าที่เหล่านี้สามารถให้ความรู้กับผู้เข้ามาเยี่ยมชมโครงการได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งยังสามารถสร้างความเข้าใจที่ดีระหว่างทางโครงการกับ

ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากเจ้าหน้าที่ของทางโครงการเองแล้ว ยังได้มีการรับสมัครอาสาสมัครเยาวชนเรารักษ์เต่าทะเล เข้ามาร่วมทำงานเป็นวิทยากรในโครงการอีกด้วย ซึ่งผลที่ผ่านมามีผลดีกว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก เพราะเยาวชนต่างให้ความสนใจส่งใบสมัครเข้ามาเป็นจำนวนมาก ถือว่าเป็นการสร้างความรู้ และปลูกฝังความตระหนักในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลให้กับเยาวชน ตลอดจนขยายผลความตระหนักนี้ไปสู่การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ เยาวชนเหล่านี้เป็นกระบอกเสียงสำคัญที่จะคอยประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์เต่าทะเลให้กับผู้ปกครอง และเพื่อนๆ ได้รับทราบ

นอกจากนี้ โครงการยังได้ใช้สื่อเฉพาะกิจประเภท แผ่นพับ โปสเตอร์ และป้ายรณรงค์ต่างๆ เพื่อเป็นสื่อในการกระจายการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอีกทางหนึ่ง

ในการวางแผนการใช้สื่อเหล่านั้น ทางโครงการพยายามจะใช้สื่อที่หลากหลายพร้อมๆ กัน โดยเฉพาะเมื่อมีกิจกรรมพิเศษ เช่น กิจกรรมแรลลี่การกุศล หรือ กิจกรรมการปล่อยลูกเต่าทะเล กลับคืนสู่ธรรมชาติ เนื่องในวโรกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา เป็นต้น ซึ่งการใช้สื่อที่หลากหลายนี้จะทำให้การเผยแพร่ข่าวสารนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะว่าประชาชนแต่ละคนจะมีลักษณะการใช้สื่อที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับความคิดของแคลปเปอร์ (Klapper : 1960) ที่ว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนแตกต่างกันไป

1.2 กลยุทธ์การใช้เนื้อหาในการประชาสัมพันธ์

เนื้อหาหลักที่ทางโครงการใช้ในการประชาสัมพันธ์ คือ สถานการณ์ของเต่าทะเลในประเทศไทย และวิธีการอนุรักษ์เต่าทะเลไม่ให้สูญพันธุ์ รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่ทางโครงการได้จัดทำขึ้นมา โดยจะใช้วิธีสร้างความรู้ ความเข้าใจ และสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนทั่วไปในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล ซึ่งจะเป็นผลต่อเนื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรด้านอื่นๆ อีกทั้งยังประชาสัมพันธ์กิจกรรมและความร่วมมือระหว่างกองทัพเรือกับหน่วยงานอื่นๆ และประชาชนในด้านงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

1.3 กลยุทธ์ในการดำเนินการ

กลยุทธ์หลักในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของโครงการ คือ การจัดตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล เพื่อทำหน้าที่กำหนดแนวนโยบายการประชาสัมพันธ์ของหน่วยต่างๆ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งทำหน้าที่ประสานงานกำกับและติดตามผลงานให้เป็นไปตามนโยบายที่วางไว้ อีกทั้งเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่คณะกรรมการประชาสัมพันธ์ และชี้ให้เห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์โดยให้มีการสัมมนาในระดับ

ภูมิภาค และหน่วยงานในพื้นที่ได้รับทราบและให้ความร่วมมือ รวมทั้งดำเนินการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก เพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ให้ประชาชนผู้ได้รับผลกระทบ ประชาชนทั่วไป สื่อมวลชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ โดยการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และกำหนดงานประชาสัมพันธ์ให้ผู้อยู่ในพื้นที่โครงการได้รับทราบข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ และที่สำคัญคือ สนับสนุนให้เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ได้มีโอกาสเพิ่มพูนทักษะและเทคนิคในด้านการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมให้ฝ่ายการประชาสัมพันธ์มีอัตรากำลังที่มีประสิทธิภาพสูง นอกจากนี้กลยุทธ์ที่สำคัญอีกอย่างในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์คือ การขอความร่วมมือจากภาคเอกชน เนื่องจากโครงการมีงบประมาณที่จำกัด ซึ่งที่ผ่านมาภาคเอกชนหลายฝ่ายได้เข้ามาให้ความช่วยเหลือ ทั้งทางด้านการเงิน และการประชาสัมพันธ์ เช่น สมาคมสร้างสรรค์ไทย หรือสถานีโทรทัศน์ที่ได้เข้ามาถ่ายทำกิจการดำเนินงานของโครงการ และนำไปเผยแพร่ทางโทรทัศน์ ทำให้ประชาชนทั่วประเทศได้รู้จักโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลกันมากขึ้น รวมทั้งให้ความสนใจเข้ามาเยี่ยมชมโครงการ และช่วยกันเผยแพร่โครงการให้คนอื่นได้รู้จักจากปากต่อปาก สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ช่วยทำให้คนมีความตระหนักเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลกันมากขึ้น

ส่วนที่ 2 การศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ

จากการศึกษาพบว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องมาจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง ทำให้น่าสนใจ น่าติดตาม อีกทั้งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้สูงสุด และแพร่หลายไปได้ในระยะทางไกลๆ ในเวลาอันรวดเร็วพร้อมๆ กันทั่วประเทศ อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด แต่ก็มี การเปิดรับในระดับปานกลาง ทั้งนี้ น่าจะมีสาเหตุจากการที่ทางโครงการไม่ได้มีนโยบายในการซื้อสื่อโทรทัศน์เนื่องจากมีราคาสูง ซึ่งการออกอากาศแต่ละครั้งเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลนั้นส่วนใหญ่เกิดจากความต้องการของทางสถานีเองที่จะทำสารคดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในอำเภอสัตหีบ หรือการทำสารคดีเกี่ยวกับการอนุรักษ์สัตว์ที่ใกล้สูญพันธุ์ในประเทศไทย

ส่วนสื่อวิทยุ นั้น ถึงแม้จะเป็นสื่อที่ทางโครงการได้พยายามใช้เป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลให้กับประชาชนได้รับทราบ ปรากฏว่าประชาชนมีการเปิดรับน้อยกว่าสื่อโทรทัศน์ และมีการเปิดรับที่ต่ำ เนื่องจากว่าสื่อวิทยุเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมน้อยกว่า

สื่อโทรทัศน์ เพราะสื่อวิทยุมีแต่เสียง ไม่มีภาพ จึงไม่สามารถดึงดูดความสนใจของประชาชนได้ดีเท่าที่ควร นอกจากนี้ปัจจุบันโทรทัศน์เป็นอุปกรณ์ที่มีราคาถูกลงมาก ไม่ว่าจะใครก็สามารถมีโทรทัศน์ได้ จึงทำให้การเผยแพร่ข่าวสารทางวิทยุไม่ประสบความสำเร็จกับการเผยแพร่ข่าวสารทางโทรทัศน์

สำหรับสื่อบุคคลนั้น ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจากเจ้าหน้าที่กองทัพเรือมากที่สุด เนื่องจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลเป็นของกองทัพเรือ และทางโครงการเองก็มีนโยบายที่จะให้เจ้าหน้าที่ของโครงการเป็นผู้เผยแพร่ทางด้านอนุรักษ์ให้กับประชาชนได้รับทราบ ส่วนสื่อบุคคลอื่นๆ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน นายอำเภอ นั้นปรากฏว่าประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องนี้ต่ำมาก สาเหตุเพราะบุคคลเหล่านี้ไม่ใช่ช่องทางโดยตรงในการให้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล และอาจจะไม่มีความรู้หรือความสนใจในเรื่องนี้มากพอที่จะสามารถทำตัวเป็นผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลได้

ส่วนสื่อเฉพาะกิจนั้น ปรากฏว่าประชาชนมีการเปิดรับสื่อนี้ต่ำ เพราะเป็นสื่อที่ถูกจัดทำขึ้นมาตามวาระโอกาส เช่น นิทรรศการ จึงทำให้ขาดความต่อเนื่องในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ ส่วนแผนพับนั้นทางโครงการจะมีแจกให้กับผู้ที่เข้าเยี่ยมชมโครงการเท่านั้น ทำให้ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจต่ำ

2. ความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล

ประชาชนมีความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ในระดับสูง เพราะประชาชนเริ่มได้รับข่าวสารในเรื่องที่เต่าทะเลใกล้จะสูญพันธุ์ไปจากประเทศไทย อีกทั้งกระแสของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งในประเทศและต่างประเทศมีความเข้มข้นมากขึ้น ทำให้ทุกๆ ฝ่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเริ่มเข้ามาให้ความสนใจในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล ซึ่งส่งผลให้มีการเผยแพร่ข่าวสารในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลผ่านสื่อต่างๆ อีกทั้งการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นในสังคมก็มีส่วนสำคัญที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีระดับความตระหนักรู้สูงได้เช่นเดียวกัน

3. การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล

ประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลในระดับปานกลาง อาจจะเป็นเพราะว่าประชาชนยังคิดว่าเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลยังเป็นสิ่งที่ค่อนข้างไกลตัว และถึงแม้ว่าจะมีความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์ไม่ให้เต่าทะเลสูญพันธุ์ โดยการไม่ลักลอบล่าเต่า หรือบริโภคไข่เต่าทะเล แต่ยังไม่เห็นความสำคัญที่จะต้องเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเป็นทางการเป็นกิจจะลักษณะในกิจกรรมต่างๆ ที่ทางโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลได้จัดขึ้น

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงลบ กล่าวคือเมื่อมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมาก จะมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลน้อย และความสัมพันธ์นั้นอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าในการเปิดรับข่าวสารเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลนั้นประชาชนจะมีความตระหนักรู้ไปในทางใดทางหนึ่งก็ย่อมเป็นไปได้ทั้งนั้น ทั้งนี้เพราะความตระหนักรู้นั้นเกี่ยวเนื่องกับอารมณ์ ความรู้สึก และความตระหนักรู้ที่เกิดมาจากความรู้สึกรับผิดชอบที่เกิดจากจิตใต้สำนึกว่าสิ่งนี้เป็นสิ่งที่ดีที่ควรกระทำ หรือสิ่งไหนเป็นสิ่งที่ไม่ดีที่ควรละเว้น ซึ่งตรงกับแนวคิดของเกซม จันท์แก้ว (อ้างถึงใน วีระศักดิ์ จรินทร์รัตนกร, 2544:25) ที่ว่าความตระหนักในสิ่งแวดล้อมมีความหมายโดยนัยเหมือนกับการมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม เพราะความตระหนักเป็นการรู้ที่อยู่ภายในจิตใต้สำนึกตลอดเวลา ครั้นใดที่เกิดปัญหาหรือพบเห็นเรื่องราวที่เรามีความรู้ ก็จะดึงจิตใต้สำนึกทำให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะใดก็ตามความสำนึกที่ฝังลึกและถูกต้องนั้นจะไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นถึงแม้ว่าประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ในระดับต่ำ แต่เขาอาจได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอื่นๆ เพราะกระแสเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ทั่วโลกกำลังให้ความสนใจ ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจจะทำให้ประชาชนสั่งสมความรู้สึกตระหนักรู้ในเรื่องของความสำคัญในการรักษาและดูแลสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงเต่าทะเลด้วย เมื่อต้องมาเจอเหตุการณ์ที่ได้เตือนถึงเรื่องนี้ อย่างเช่นคำถามในเรื่องความตระหนักรู้ต่อเต่าทะเล ประชาชนก็จะดึงจิตใต้สำนึกมาตอบว่าสิ่งใดเป็นสิ่งที่ดีควรจะทำ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวความคิดของเบรคเลอร์ (Breckler อ้างถึงในจารุณี บุญนิพัทธ์, 2539: 86) ซึ่งได้อธิบายว่าความตระหนักในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมไว้ว่า เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้าคือข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมโดยผ่านสื่อต่างๆแล้ว จะเกิดอารมณ์ ความรู้สึก ความตระหนักในการส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยองค์ประกอบด้านอารมณ์และความรู้สึกจะทำหน้าที่ในการประเมินคุณค่าการยอมรับหรือไม่ และให้ความสำคัญต่อสิ่งเร้ามากหรือน้อยแค่ไหน แตกต่างกันไป ไม่แน่นอน

นอกจากนี้แล้วพิจารณาในอีกแง่หนึ่งคือ ประชาชนมีการเลือกรับรู้หรือตีความข่าวสารที่ได้รับ โดยเมื่อบุคคลได้เลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว มิใช่ว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาของของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนจะตีความหมายข่าวสารชนิดเดียวกันไม่ตรงกับความหมายของข่าวสารที่ส่งถึง จึงมีได้อยู่ที่อักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ เลือกตีความหมายตามความเข้าใจ หรือตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ ดังนั้นถึงแม้ว่าจุดประสงค์ข้อหนึ่งในการเผยแพร่ข่าวสารเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลคือ การสร้างความตระหนักในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลแก่ประชาชน แต่ประชาชนอาจจะมีการเลือกตีความที่ต่างออกไป ทำให้ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความตระหนักรู้นั้นเป็นไปในทางลบ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีตัวแปรแทรก (Intervening) ของเดอเฟลอร์ (De fleur :1970) ที่ว่าในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารนั้น ข่าวสารมิได้ไหลผ่านสื่อมวลชนถึงผู้รับสาร และเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารแต่ละคน เช่น จิตวิทยา และสังคม ตลอดจนอิทธิพลของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นสังกัดอยู่ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้นๆ ทำให้เกิดผลเหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตนาของผู้รับสาร

สำหรับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น อาจเป็นไปได้ว่าในการสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ส่งสารมีโอกาสที่จะสอดแทรกความคิดเห็นของตนให้แก่ผู้รับสารได้ ดังนั้นการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลโดยผ่านสื่อมวลชน จึงมีโอกาสทำให้ความตระหนักในประชาชนซึ่งเป็นผู้รับสารเป็นไปในทางลบเช่นเดียวกัน ซึ่งตรงกับแนวความคิดของแคทซ์ (Katz :1995) ที่กล่าวว่า ข่าวสารส่วนใหญ่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชนเป้าหมายนั้น มักผ่านผู้นำความคิดหรือผู้ที่เข้าถึงสื่อมากกว่าก่อน แล้วบุคคลเหล่านี้จะนำข่าวสารที่ได้รับไปเผยแพร่แก่บุคคลอื่นต่อไป ซึ่งทำให้การถ่ายทอดข่าวสารแต่ละครั้งนั้น ผู้รับสารคนทำายๆ จะได้รับข่าวสารที่มีทัศนคติของคู่สนทนาแทรกลงไปด้วย ซึ่งทัศนคติที่ถูกสอดแทรกเข้าไปบางครั้งก็เป็นทัศนคติในด้านลบ ความตระหนักที่เพิ่มขึ้นในประชาชนจึงเป็นไปในด้านลบได้เช่นเดียวกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวิจรรณญาณในการกลั่นกรองข่าวสารของบุคคลนั้นๆ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ

เสนห์ พบพาน (2536) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมของประชาชนอำเภอนครหลวง โดยศึกษากรณีกิจการอุตสาหกรรมในเขตเกษตรกรรม พบว่าประชาชนมีความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง

และการเข้าถึงสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยส่วนรวม

จารุณี บุญนิพัทธ์ (2539) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความตระหนัก ทักษะคิด และการมีส่วนร่วม เรื่องสิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม เขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน คือ วิทยู และสื่อบุคคล คือ เพื่อนฝูง/เพื่อนร่วมงาน มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับความตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อม

ดวงจันทร์ สุทธาโรจน์ (2539) ที่ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตหวงห้ามล่าสัตว์ป่าในบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อแต่ละชนิดกับความตระหนัก สื่อบุคคล (กำนันผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่ทางราชการ เพื่อนบ้าน) และสื่อเฉพาะกิจ (หอกระจายข่าว)

วีระศักดิ์ จรินทร์รัตนกร (2544) ซึ่งได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์หอยหลอดของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่าการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการอนุรักษ์หอยหลอด โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงลบ

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจากสื่อทั้ง 3 ประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก กล่าวคือ หากประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมาก การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลก็จะมีมากตามไปด้วย และความสัมพันธ์ที่พบนั้นมีค่าในระดับต่ำ

สอดคล้องกับแนวคิดของโรเจอร์ส (Rogers : 1978) ที่กล่าวว่า การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมผู้รับสารได้ รวมทั้งแอทกิน (Atkin : 1973) ที่ได้อธิบายถึงข่าวสารที่บุคคลเลือกรับว่า Instrumental Utilities ซึ่งหมายถึงการที่ข่าวสารเป็นเครื่องมือช่วยตัดสินใจ

เพิ่มพูนความรู้หรือความคิดและแก้ปัญหาต่างๆ และเนื่องมาจากความสำคัญของข้อมูลข่าวสารเพิ่มทวีขึ้น และได้เข้ามามีบทบาทในกิจกรรมต่างๆ ทุกระดับ ประกอบกับสังคมโลก ณ ปัจจุบันเป็นสังคมที่ไร้พรมแดนในด้านข้อมูลข่าวสาร เป็นผลให้ประชาชนได้หันมาสนใจถึงสาเหตุของปัญหาสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังมีโลกทัศน์ที่เปิดกว้าง และมองเห็นคุณประโยชน์ของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นให้ดีขึ้น ดังเช่นเรื่องการลดลงของเต่าทะเล ในอดีตประเทศไทยเรามีการแพร่กระจายของเต่าทะเลอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะที่บริเวณอ่าวสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ต่อมาเมื่อจำนวนเต่าทะเลในประเทศไทยลดลงเป็นจำนวนมาก จนกลายเป็นสัตว์ที่ใกล้สูญพันธุ์ ทำให้หลายๆ ฝ่ายทั้งภาครัฐบาล และภาคเอกชนได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และพยายามจะเผยแพร่ข่าวสารเหล่านี้ให้ประชาชนได้รับทราบ ทำให้ประชาชนได้หันมาสนใจในการมีส่วนร่วมเพื่ออนุรักษ์เต่าทะเลกันมากขึ้น

ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดของแคลปเปอร์ (Klapper : 1960) ที่ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนไว้ว่าสื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ค่านิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งและพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม รวมทั้งสื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้ ในกรณีที่คุณคณมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนอยู่แล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของคุณคณ เขาก็จะเปลี่ยนพฤติกรรมได้ เช่นเดียวกับเดอเฟลอร์ (De flur : 1970) ที่กล่าวว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงแบบอย่างการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมของคุณคณ โดยช่วยให้เกิดพฤติกรรมใหม่

สาเหตุอีกประการของการเปิดรับข่าวสาร ที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ กล่าวคือ ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลที่เผยแพร่ นั้น ไม่ได้มุ่งเฉพาะในส่วนการให้ความรู้ ความตระหนักแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่ยังมุ่งเชิญชวนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่ได้ถูกจัดขึ้น ด้วยเหตุนี้ ประชาชนที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลสูง จึงสามารถมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลสูงเช่นเดียวกัน

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ

ประสพสุข ดิอินทร์ (2531) เรื่องการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของกำนันผู้ใหญ่บ้านในภาคเหนือ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้พบปะพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ป่าไม้ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้

ลดาวัลย์ พอใจ (2535) เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง

บุษบา ภูสกุล (2536) ในการศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ทัศนคติ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ : ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชน

พิศศิลป์ จิตนาวสาร (2536) ได้ศึกษา การศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนของประชาชน ในเขตอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าชายเลน โดยเป็นการเปิดรับจากสื่อบุคคลสูงสุด รองลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจและสื่อมวลชน

ไพลิน ศศิธนากรแก้ว (2537) ได้ศึกษา การเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

พีระนันท์ บุรณะโสภณ (2538) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

กนกวรรณ มณทิราช (2539) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมด้านป่าไม้ กับความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชนในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมด้านป่าไม้ทางวิทยุ หนังสือพิมพ์และสื่อ

บุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ แต่ค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้พฤติกรรม的开รับสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้

จารุณี บุญนิพัทธ์ (2539) ศึกษาพฤติกรรม的开รับข่าวสารกับความตระหนัก ทักษะคิด และการมีส่วนร่วม เรื่องสิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม เขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์และสื่อบุคคลทุกประเภท มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม แต่ระดับความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับน้อยมาก

ดวงจันทร์ สุทธาโรจน์ (2539) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าในบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ การเปิดรับจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

สนิ นัยวินิจ (2539) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับความรู้ ทักษะคิดและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวของประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าพฤติกรรม的开รับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว

ถวัลย์ ยิ้มยิ้ม (2540) ได้ศึกษาพฤติกรรมของประชาชนในการอนุรักษ์แม่น้ำเพชรบุรี: กรณีศึกษาเขตสุขภาพตำบลท่ายาง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งพบว่าการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการอนุรักษ์แม่น้ำเพชรบุรีแตกต่างกัน

ชลดา ทองสุกนอก (2540) ศึกษาการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของเจ้าของอาคารและโรงงานควบคุม โดยที่สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานในระดับต่ำ ส่วนสื่อวิทยุวารสารนั้น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง

दानินท์ กิจนิชี (2540) ศึกษาเรื่องการเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคิดและการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าการเปิดรับสาร

เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวก แต่เป็นความสัมพันธ์ที่น้อยมาก

ศุภราภรณ์ ธรรมชาติ (2541) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์ทรัพยากรชายฝั่ง : กรณีศึกษาอำเภอละงู จังหวัดสตูล พบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์ทรัพยากรชายฝั่ง ขึ้นอยู่กับกาได้รับข่าวสาร

สมมติฐานที่ 3 ความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี

ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก กล่าวคือ หากประชาชนมีความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลมาก การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลก็จะยิ่งมากขึ้นไปด้วย แต่ความสัมพันธ์ที่พบในการสำรวจครั้งนี้ เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของโรเจอร์ส (Rogers:1978) ที่ว่า “การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทศนคติ และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร” และแนวคิดของเบรคเลอร์ (Breckler: 1986) ที่กล่าวว่า “เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้า คือข่าวสาร ความรู้ โดยผ่านสื่อต่างๆแล้ว จะเกิดอารมณ์ ความรู้สึกและความตระหนัก โดยองค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึกจะทำหน้าที่ในการประเมินคุณค่าในการยอมรับหรือไม่ยอมรับ”

ความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลเป็นองค์ประกอบที่นำไปสู่การอนุรักษ์เต่าทะเล แสดงว่าการที่จะให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลนั้น จำเป็นต้องให้ประชาชนเกิดความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์เต่าทะเลก่อน โดยการนำเสนอผ่านสื่อประเภทต่างๆเพื่อให้ประชาชนเกิดความตระหนักรู้ในเรื่องของการอนุรักษ์เต่าทะเลมากขึ้น และผลจากการศึกษาที่พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความตระหนักรู้กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ในระดับที่ต่ำมาก

สำหรับความสัมพันธ์ที่พบว่าอยู่ในระดับที่ต่ำมากนั้น อาจเนื่องมาจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆของบุคคลนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยและอุปสรรคหลายชนิด ตามแนวความคิดของการมีส่วนร่วม ซึ่งได้กล่าวถึงอุปสรรคของการมีส่วนร่วมว่ามีหลายสาเหตุ อาจเนื่องมาจากปัญหาของผู้รับสารและผู้ส่งสารเอง ตลอดจนจนสภาวะการณ์ในการสื่อสารหนึ่ง เช่น ปัญหาความไม่รู้อันเกิด

จากระดับการศึกษาที่ต่ำ ศักยภาพในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร สื่อชนิดต่างๆ ความแตกต่างทางด้านสถานะเศรษฐกิจสังคม

สาเหตุอีกประการหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ระหว่างความตระหนักรู้กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่าการที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลนั้น อาจไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นผู้ที่มีความตระหนักรู้มาก่อน ทั้งนี้เพราะการมีส่วนร่วมในกิจกรรมใด กิจกรรมหนึ่งของคน อาจมีแรงผลักดันหรือแรงกระตุ้นมาจากสิ่งอื่นได้ ดังเช่น แนวความคิดของนิรันดร์ จงวุฒิวเศศย์ (2527) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมอาจเกิดจากแนวความคิด เช่น

1. ความศรัทธาที่มีต่อความเชื่อถือบุคคลสำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เช่น การลงแขก การบำเพ็ญประโยชน์ ในที่นี้ประชาชนบางส่วนเห็นว่าเต่าเป็นสัตว์ที่มีอายุยืนยาว ศักดิ์สิทธิ์ จึงไม่ควรจะฆ่าหรือทำร้าย

2. ความเกรงใจที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือหรือมีเกียรติยศตำแหน่ง ทำให้ประชาชนเกิดความเกรงใจ จึงจำเป็นที่จะต้องมีส่วนร่วมด้วย ทั้งๆที่ยังไม่มีศรัทธาหรือความเต็มใจอย่างเต็มเปี่ยมที่จะกระทำ เช่น ผู้ใหญ่อาจจะขอปากให้ผู้ช่วยเข้าร่วมกิจกรรมในการอนุรักษ์เต่าทะเลที่ทางโครงการได้จัดขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าร่วมอย่างเสียมิได้

3. อำนาจบังคับที่เกิดจากอำนาจรัฐให้มีส่วนร่วมในการกระทำต่างๆ เช่น รัฐบาลได้ออกกฎหมายคุ้มครองเต่าทะเล และประกาศให้เต่าทะเลเป็นสัตว์ใกล้สูญพันธุ์ ทำให้ประชาชนไม่กล้าที่จะลักลอบล่าเต่าเพราะเกรงกลัวอำนาจของรัฐ

ผลของการศึกษาในข้อนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ

ลดาวัลย์ พอใจ (2536) ที่ได้ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในระดับต่ำ

กนกวรรณ มณฑิราช (2539) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมด้านป่าไม้ กับความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชนในจังหวัดกาญจนบุรี

พบว่าความตระหนักในเรื่องการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ แต่ค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ชลดา ทองสุกนอก (2540) ศึกษาการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของเจ้าของอาคารและโรงงานควบคุม พบว่าความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าเนื่องมาจากการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลยังมีไม่มากพอ จึงส่งผลให้การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นจึงควรเพิ่มปริมาณในการนำเสนอข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลให้มากขึ้นจากหน่วยงานที่รับผิดชอบทั้งหน่วยงานในระดับส่วนกลาง เช่น กองทัพเรือ กรมประมง สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และในระดับท้องถิ่น เช่น โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล จังหวัดชลบุรี
2. จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล พบว่างบประมาณในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ และงบประมาณในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลยังมีอยู่อย่างจำกัด ทางโครงการจึงไม่สามารถซื้อสื่อในการประชาสัมพันธ์ได้ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารเป็นอย่างมาก เพราะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งยังมีทั้งภาพและเสียง ที่จะช่วยโน้มน้าวใจผู้รับสารได้มากขึ้น ดังนั้นทางโครงการอาจจะต้องพยายามจัดกิจกรรมหาทุนเพื่อมาซื้อเวลาทางสถานีโทรทัศน์ หรืออาจจะต้องขอความอนุเคราะห์จากทางสถานีโทรทัศน์ให้เข้ามาช่วยเหลือในเรื่องการประชาสัมพันธ์การอนุรักษ์เต่าทะเลให้มากขึ้น เพื่อที่จะทำให้เรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลแพร่หลายในหมู่ประชาชนมากยิ่งขึ้น
3. จากการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนหนึ่งยังไม่ทราบว่าสถานการณืของเต่าทะเลอยู่ในภาวะวิกฤต คือ เป็นสัตว์ที่ใกล้จะสูญพันธุ์ ฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นต้องมีการเผยแพร่ข่าวสารในเรื่องนี้อย่างจริงจังโดยเน้นเนื้อหาในเรื่องผลกระทบที่จะเกิดขึ้นหากเต่าทะเลสูญพันธุ์ไปจากประเทศไทย เพื่อสร้างความตระหนักในเรื่องนี้ให้

มากยิ่งขึ้น เช่น การจัดอบรมสัมมนาเพื่อให้ความรู้แก่ประชาชนโดยไม่จำกัดว่าจะจะเป็นเกษตรกร/ชาวประมง

4. จากการวิจัยพบว่าประชาชนยังมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลในระดับปานกลาง จึงควรส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ การวางแผน การศึกษาโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์เต่าทะเล เพื่อที่จะได้แผนงาน และโครงการต่างๆ ที่ตรงกับความต้องการของประชาชนมากยิ่งขึ้น
5. จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลพบว่าทางโครงการได้จัดตั้งโครงการอาสาสมัครนักเรียนร่วมอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล เพื่อช่วยทำหน้าที่เป็นวิทยากรในโครงการ แต่ยังไม่มีการจัดตั้งกลุ่มอาสาสมัครของประชาชนโดยทั่วไป ดังนั้นทางโครงการควรจะสนับสนุนให้มีการจัดตั้งกลุ่มเพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในท้องถิ่นด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ได้เป็นผู้ดูแลและจัดการเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลได้โดยตรง อีกทั้งยังสามารถแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความช่วยเหลือต่างๆ อันที่จะพัฒนาเป็นเครือข่ายเพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเลที่เข้มแข็งได้ในอนาคต
6. จากการวิจัยพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารและความตระหนักรู้นั้นเป็นไปในเชิงลบ ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าประชาชนมีการตีความข่าวสารแตกต่างออกไปจากเจตนารมณ์ที่ทางโครงการต้องการ เนื่องจากตัวข่าวสารเองอาจจะยังไม่ชัดเจนพอ ดังนั้นทางโครงการ และหรือองค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล ควรจะปรับปรุงสารให้มีความชัดเจน และมีการตรวจสอบก่อนที่จะนำข่าวสารไปเผยแพร่ว่าประชาชนเข้าใจประเด็นเนื้อหาตามที่ผู้ส่งสารต้องการ และข่าวสารนั้นสามารถสร้างความตระหนักรู้ได้จริงๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. การวิจัยในครั้งนี้ได้จำกัดเฉพาะอยู่เพียงประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี เท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรขยายพื้นที่การศึกษาไปยังอำเภออื่นๆ หรือจังหวัดอื่นๆ เช่น กรุงเทพมหานครว่ามีการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างไรบ้าง เพราะว่าประชาชนทั้งประเทศมีส่วนช่วยกันไม่ว่าทางตรง

หรือทางอ้อมในการเผยแพร่การอนุรักษ์เต่าทะเล และป้องกันไม่ให้เต่าทะเลสูญพันธุ์ไปจากประเทศไทย

2. การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลเท่านั้น แต่ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลนั้น ยังมีหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น เช่น กรมประมง ซึ่งถ้าได้มีการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานอื่นๆ ประกอบ จะทำให้การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลชัดเจนมากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการศึกษาอย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้นว่าทำไมประชาชนถึงมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลต่ำ เพื่อนำข้อมูลตรงจุดนี้มาวางแผนในการจัดทำสื่อเพื่อให้ตรงกับความต้องการของประชาชน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กนกวรรณ มณฑิราช. พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมด้านป่าไม้ กับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชนในจังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

เกศินี จุฑาวิจิตร. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2542.

จารุณี บุญนิพธ์. พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร กับความตระหนัก ทักษะคิดและการมีส่วนร่วมเรื่องสิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม เขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ชลดา ทองสุกนอก. การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน ของเจ้าของอาคารและโรงงานควบคุม. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ดวงจันทร์ สุทธาโรจน์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าในบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

นฤมล โลहितจันทร์. พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนเกี่ยวกับโครงการ “รักเจ้าพระยากับตาวีเศษ” ของประชาชนในเขต

กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะ
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

บุญลือ คชเสนีย์. ความรู้และความตระหนักของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวชายทะเล ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง.
วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อม คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล, 2532.

บุษบา ภูสกุล. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการ
อนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้าน: ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอดมเนินนคร
จังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะ
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์: กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2526.

ประสพสุข ตีอินทร์. การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของกำนันผู้ใหญ่บ้านใน
ภาคเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อมศึกษา คณะสังคมศาสตร์
และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2531.

พิมลพรรณ สุทธิวงศ์. การรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชน กับการรับทราบข่าวสารการณรงค์จาก
สื่อมวลชน จิตสำนึก และการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดของประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะ
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

พัฒน สุกำนงค์. สังคมกับปัญหาสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2535.

พิศศิลป์ จิตนาวสาร. การศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการ
อนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนของประชาชน ในเขตอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี.
วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

พีระนันท์ บุรณะโสภณ. พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา การประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร: ที พี พรินท์, 2542.

รพีพล ยูวะนิยม. การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา การประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

ลดาวัลย์ พอใจ. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา การประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

ลักษณะ สตะเวทิน. หลักการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เพ็ญฟ้าพรินต์, 2542.

วรรณิ์ จงศักดิ์สวัสดิ์. ผลของสื่อมวลชนในการพัฒนาจิตสำนึกของประชาชน ต่อปัญหามลพิษทางน้ำ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา การประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล, 2543.

วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

วีระศักดิ์ จรินทร์รัตนกร. การเปิดรับข่าวสาร ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์หอยหลอดของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา การประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2544.

ศศิวิมล ปาลศรี. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ศิริพันธ์ ช้างสุนทร. การเปิดรับ ทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นที่มีต่อการตลาดทางตรง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

สุภาภักษ์ จูตระกูล. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สุมาลี ตั้งจิตต์ศีล. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

สุวารีย์ วงศ์พัฒนา. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

เสวี วงศ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร, 2530.

สำนักคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. รายงานการสัมมนาวิทยาศาสตร์ทางทะเลแห่งชาติครั้งที่ 2 เรื่องนโยบายวิทยาศาสตร์ทางทะเลแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: กองโครงการและประสานงานวิจัย, 2525.

ภาษาอังกฤษ

Atkin, Charles K. New Model for Mass Communication Research. New York : The Free Press, 1973.

Bloom, Benjamin S. Thomas J. and Madaus George F. Hand Book on Formative and Summative Evaluation of Student Learning. New York: McGraw-Hill, 1971.

Breckler, S.W. Attitude Structure and Function. Hillsdale, NJ : L. Erlbaum Association, 1986.

De fluer, Melvin L. Theories of Mass Communication. New York: David Mckay, 1970.

Good, Carter V. Dictionary of Education. New York: McGraw-Hill, 1973.

Katz, Elihu and Lazarfeld, 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.

Klapper, Joseph T. The Effect of Mass Communication. New York: The Free Press, 1960.

McBride, Sean. Many voices one world :communication and society today and tomorrow. London : Unesco, Kogan Page, 1985.

McCombs, M.E. and Becker, L.B., Using Mass Communication Theory. Englewood Cliffs, N.J : Princtice Hall, 1979.

Rogers, Everett M., Communication Channels in Handbook of Communication. Chicago: Rand Mc. Nelly, 1978.

Rogers, Everett M and Floyd F. Shoemaker. Communication of Innovation: A Cross-Cultural Approach. 2nd ed. New York: The Free Press, 1971.

Runes, Dagobert D. Dictionary of Philosophy. New York: Littlefield, Adam, 1971.

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



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก
ตัวอย่างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบการวางแผนประชาสัมพันธ์

1. หลักเกณฑ์หรือปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา หรือกำหนดแผนประชาสัมพันธ์คืออะไรบ้าง
2. ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ แนวทาง และกลยุทธ์อย่างไร
3. มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงหรือไม่ อย่างไร
4. มีแนวทางในการใช้สื่ออะไรบ้างอย่างไร
5. นอกจากการใช้สื่อมวลชน มีการจัดทำกิจกรรมอะไรบ้าง มีการจัดทำสื่อเฉพาะกิจหรือไม่ อย่างไร
6. มีเนื้อหาหลัก รูปแบบ วิธีการนำเสนอ และระยะเวลาในการเผยแพร่อย่างไร
7. จุดอ่อน และจุดแข็งของแผนและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์มีอะไรบ้าง
8. งบประมาณในด้านการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างไร ได้มาจากหน่วยงานใดบ้าง
9. มีการประเมินผลหลังจากการทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างๆไปแล้วหรือไม่ อย่างไร
10. ปัญหาที่พบในการดำเนินงาน และแนวทางการแก้ปัญหา

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล

1. ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านทราบข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจากสื่อต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

สื่อ	10 ครั้งขึ้นไป	7-9 ครั้ง	4-6 ครั้ง	1-3 ครั้ง	ไม่เคยทราบ
1. โทรทัศน์					
2. วิทยุ					
3. หนังสือพิมพ์					
4. อินเทอร์เน็ต					
5. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน					
6. เจ้าหน้าที่ของกองทัพเรือ					
7. เจ้าหน้าที่กรมประมง					
8. นายอำเภอ ปลัดอำเภอ					
9. เจ้าหน้าที่ อบต.					
10. พระสงฆ์					
11. ตำรวจ					
12. ครู อาจารย์					
13. นักเรียน นักศึกษา					
14. เพื่อน					
15. สมาชิกในครอบครัว					
16. ประชาชนทั่วไป					
17. เอกสารสิ่งพิมพ์ เช่น สติกเกอร์ แผ่นพับ โบปปลิว ไปสเตอร์ จดหมายข่าว					
18. หอกระจายข่าว					
19. การเดินรณรงค์					
20. นิทรรศการ					
21. อื่นๆ ระบุ.....					

2. ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลบ่อยครั้งเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล	10 ครั้งขึ้นไป	7-9 ครั้ง	4-6 ครั้ง	1-3 ครั้ง	ไม่เคยทราบ
1. ความสำคัญของเต่าทะเลในด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด					
2. จำนวนเต่าทะเลที่ลดน้อยลงในธรรมชาติและกำลังจะสูญพันธุ์ไปจากประเทศไทย					
3. โทษทางกฎหมายของการลักลอบล่าเต่าทะเลและการเก็บไข่เต่าทะเล					
4. โทษทางกฎหมายสำหรับชาวประมงที่ไม่ได้ใช้เครื่องมือแยกเต่าทะเลออกจากอวน					
5. การอบรมอาสาสมัครร่วมอนุรักษ์เต่าทะเล					
6. การช่วยกันรักษาความสะอาดของท้องทะเลบริเวณอ่าวสัตหีบซึ่งเป็นแหล่งอาศัย และแหล่งวางไข่ของเต่าทะเล					
7. การสอดส่องดูแลผู้ที่ลักลอบล่าเต่าทะเลและเก็บไข่เต่าทะเล					
8. การจัดสร้างอาคารบรรยายความรู้เรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล					
9. การจัดนิทรรศการให้ความรู้เรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล					
10. การจัดกิจกรรมเพื่อหาเงินสมทบทุนเข้ากองทุนโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล					
11. การจัดประกวดวาดภาพเต่าทะเล					
12. ความพยายามของกองทัพเรือในการเพิ่มจำนวนเต่าทะเลในธรรมชาติ					
13. การปล่อยลูกเต่าทะเลลงกลับคืนสู่ธรรมชาติ					
14. แนวทางการอนุรักษ์เต่าทะเล					
15. อื่นๆระบุ.....					

ตอนที่ 3 ความตระหนักรู้ในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

ความตระหนักรู้ในเรื่อง การอนุรักษ์เต่าทะเล	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลเป็นสิ่งดึงดูดให้คนมาเที่ยวอำเภอ สัตหีบ					
2. โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลสามารถให้ความรู้ ในเรื่องการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลได้					
3. ชาวประมงไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องแยกเต่าทะเลออกจาก อวน เพราะเครื่องมือนั้นมีราคาแพงเกินไป					
4. การลักลอบล่าเต่าทะเล และการเก็บไข่เต่าทะเลเป็นสิ่งที่ ทำให้เต่าทะเลลดลง แต่ไม่ถึงกับสูญพันธุ์					
5. การซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ทำมาจากเต่าทะเลเป็น การช่วยสร้างอาชีพให้กับชุมชน					
6. การทิ้งขยะมูลฝอยลงสู่ทะเลทำให้น้ำทะเลสกปรก แต่ไม่ได้ มีส่วนเกี่ยวข้องกับการลดลงของเต่าทะเล					
7. ไข่เต่าเป็นสิ่งที่มีความค่าทางอาหาร ควรสนับสนุนให้มีการ บริโภคไข่เต่ากันเพิ่มขึ้น					
8. การช่วยกันเผยแพร่ความรู้เรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล มีส่วนช่วยอนุรักษ์เต่าทะเล					
9. การลดลงของเต่าทะเลเกิดจากอุปสรรคตามธรรมชาติ ของเต่าทะเลเอง มนุษย์ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องในการลดลงนี้					
10. ผู้ที่ลักลอบล่าเต่าทะเล และเก็บไข่เต่าทะเลควรจะ ได้รับการลงโทษจนถึงที่สุด					
11. การอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลเป็นหน้าที่ของกองทัพเรือ และทางราชการเท่านั้น					
12. โรงแรม ที่พักตากอากาศริมทะเล มีส่วน สำคัญที่ทำให้แม่เต่าทะเลไม่ขึ้นมาวางไข่					
13. รัฐบาลควรสนับสนุนให้มีการส่งออกกระดองเต่าทะเล เนื่องจากเป็นสินค้าที่สามารถทำรายได้สูงให้กับประเทศ					

ตอนที่ 4 การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล	ใช่	ไม่ใช่
1. ท่านเคยบริจาคเงินเข้าร่วมกองทุนอนุรักษ์เต่าทะเล		
2. ท่านเคยเข้าร่วมการเดิน-วิ่ง หรือการแข่งขันแรลลี่ในโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล		
3. ท่านเคยเข้าชมนิทรรศการโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล		
4. ท่านเคยบอกกล่าวผู้อื่นว่าเต่าทะเลเป็นสัตว์ใกล้สูญพันธุ์		
5. ท่านเคยบอกกล่าวผู้อื่นว่าการลักลอบล่าเต่าทะเล และการเก็บไข่เต่าทะเลมีส่วนทำให้เต่าทะเลสูญพันธุ์ไปจากประเทศไทย		
6. ท่านไม่เคยบริโภคเนื้อเต่าทะเล ไข่เต่าทะเล หรือใช้ผลิตภัณฑ์จากเต่าทะเล		
7. ท่านเคยเข้าร่วมพิธีปล่อยลูกเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ		
8. ท่านเคยแจ้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเมื่อพบเห็นการลักลอบล่าเต่าทะเล และการเก็บไข่เต่าทะเล		
9. ท่านไม่ทิ้งขยะมูลฝอยลงสู่ทะเลเพราะจะทำให้แหล่งอาหารของเต่าทะเลเสื่อมโทรม		
10. ท่านเคยร่วมทำความสะอาดชายหาดบริเวณเกาะต่างๆ รอบอ่าวสัตหีบ		
11. ท่านชอบรับฟังข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล		
12. ท่านช่วยเผยแพร่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลให้ผู้อื่นได้รับทราบ		

ขอขอบคุณในการตอบแบบสอบถาม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข
ชนิดของเต้าทะเล

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชนิดของเต่าทะเล

1. *Caretta caretta*: เต่าหัวฆ้อนเต่าหัวโต

ชื่อสามัญ : Loggerhead turtle

ชื่อไทย : เต่าหัวฆ้อน หรือเต่าหัวโต

ชนิดย่อย : ยังไม่เป็นที่แน่ชัดว่าเต่าหัวโต จะแบ่งออกเป็นสองชนิดย่อยหรือไม่ แต่เต่าหัวโตมีการแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มที่อยู่แยกกันคือ กลุ่มที่อาศัยอยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิก อาจพบชื่อที่เรียกว่า *Caretta caretta gigas* ส่วนอีกกลุ่มที่อาศัยอยู่ในมหาสมุทรแอตแลนติกนั้นจะเรียกชื่อว่า *Caretta caretta caretta* แต่ทั้งสองกลุ่มนี้ยังไม่มีกรจำแนกออกจากกันอย่างชัดเจนเนื่องจากลักษณะที่คล้ายคลึงกันมากไม่ว่าจะเป็นขนาดของกระดอง รูปร่าง สี และจำนวน เกล็ดบนกระดองดังนั้นในเวลานี้จึงยังถือว่าทั้งสองเป็นชนิดเดียวกัน

ลักษณะ : ตัวที่โตเต็มที่มีกระดองกลมคล้ายรูปหัวใจ หัวมีขนาดใหญ่ ปากเป็นจอยแข็งและหนากว่าเต่าทะเลชนิดอื่น เกล็ดบนกระดองบางแต่แข็งมากและเนื้อหยาบ ขนาดความยาวกระดองโดยทั่วไปประมาณ 81.5 – 105.3 เซนติเมตร น้ำหนักเฉลี่ยประมาณ 75 กิโลกรัม มีเกล็ดในแนวกลาง 5 ชิ้น เกล็ดแนวชายโครง 5 คู่ และเกล็ดขอบกระดอง 12 – 13 คู่เมื่อมองจากด้านบนมีลักษณะคล้ายกันมากกับเต่าหญ้า (แตกต่างกันที่เต่าหัวโตมีเกล็ดที่ท้องบริเวณ inframarginal เพียง 3 คู่

สี : เต่าหัวโตมีเกล็ดบนกระดองสีน้ำตาลอมแดง หรือมีสีออกคล้ำ ด้านท้องมีสีเหลืองครีม ลูกที่เพิ่งฟักออกจากไข่มีสีน้ำตาลดำขอบขา (Flipper) มีสีน้ำตาลอ่อน

การแพร่กระจาย : พบในเขตอบอุ่น ที่อุณหภูมิของน้ำอยู่ระหว่าง 16 - 20 องศาเซลเซียส แต่ส่วนมากจะพบในบริเวณที่อากาศค่อนข้างเย็นและมีกระแสน้ำอุ่นไหลผ่าน เช่น กระแสน้ำอุ่นกัลสตรีม ในแอตแลนติกเหนือ กระแสน้ำอุ่นกูโรซิโว ในมหาสมุทรแปซิฟิก ซึ่งคาดว่าเต่าหัวโตนี้เดินทางไปตามกระแสน้ำอุ่นที่จะนำพวกมันไปยังแหล่งวางไข่ และแหล่งอาหาร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. *Chelonia agassizii*: Eastern pacific green turtle

ชื่อสามัญ : Eastern Pacific Green Turtle หรือ Black turtle

ชื่อไทย : ไม่มี

ลักษณะ : เป็นเต่าทะเลที่จัดว่าเป็นเต่าขนาดเล็กมีสีส้มและรูปร่างคล้ายกับเต่าตนุ (*Chelonia mydas*) มาก ตัวเต็มวัยมีกระดองค่อนข้างรี ความยาวกระดองประมาณ 65 - 117 เซนติเมตร เกล็ดบนกระดองบางเรียบลื่น มีเกล็ดแนวกลางกระดอง 5 ชิ้น เกล็ดแนวชายโครง 4 คู่ และเกล็ดขอบกระดอง 11 คู่

สี : ตัวที่โตเต็มที่มีสีส้มค่อนข้างคล้ำ กระดองเห็นเป็นสีเทาจนถึงดำ มีเส้นรัศมีสีน้ำตาลแซมด้วยสีเขียวด้านกระดองท้องเป็นสีขาวออกเทาจนถึงสีเขียวเทา

การแพร่กระจาย : พบเฉพาะทางชายฝั่งตะวันตกของทวีปอเมริกาเท่านั้นคือตั้งแต่รัฐแคลิฟอร์เนียลงไปจนถึงตอนใต้ของเปรู จากการศึกษาและติดตามการอพยพพบว่าเต่าทะเลจะเดินทางเฉพาะจากชายฝั่งทางด้านตอนเหนือไปทางใต้ หรือไปตามหมู่เกาะใกล้เคียง ๆ แต่ไม่มีการเดินทางออกมหาสมุทรซึ่งระยะทางการเดินทาง จากแหล่งวางไข่ไปยังแหล่งหากินตามแนวชายฝั่งประมาณ 3,500 กิโลเมตร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. Chelonian mydas: เต่าตนุ เต่าแสงอาทิตย์

ชื่อสามัญ : Green sea turtle

ชื่อไทย : เต่าตนุ หรือเต่าแสงอาทิตย์

ชนิดย่อย : การจำแนกชนิดของเต่าตนุยังไม่ชัดเจนนัก คาดกันว่า *Chelonia mydas* อาจมีอย่างน้อย 2 ชนิดย่อยโดยแบ่งตามที่อยู่อาศัย ขอบเขตการแพร่กระจาย และบางครั้งโดยลักษณะลำตัว และพฤติกรรม ซึ่งยังคงต้องการการศึกษาเพิ่มเติมอีกมีหลายคนที่จัดแบ่งเต่าตนุออกเป็น 2 ชนิดย่อยตามที่อยู่อาศัย โดยพวกที่อาศัยอยู่ในมหาสมุทรแอตแลนติก เรียกชื่อว่า *Chelonia mydas mydas* ส่วนพวกที่อาศัยอยู่ในมหาสมุทรอินเดียจะเรียกชื่อว่า *Chelonia mydas japonica*

ลักษณะ : ตัวที่โตเต็มวัยมีกระดองค่อนข้างแบน เมื่อมองจากด้านบนคล้ายรูปไข่ ความยาวกระดองของเต่าตนุในแต่ละบริเวณไม่เท่ากัน ขนาดกระดองขนาดใหญ่ที่สุดที่เคยมีบันทึกไว้ประมาณ 11.6 เซนติเมตรและขนาดเล็กที่สุดประมาณ 81.2 เซนติเมตรน้ำหนักมากที่สุดประมาณ 186 กิโลกรัม และน้ำหนักเบาที่สุด 89.8 กิโลกรัม เกล็ดบนกระดองบาง เรียบ ลื่น เกล็ดแต่ละแผ่นเรียงต่อกันโดยไม่ซ้อนทับกันโดยมีเกล็ดกลางลำตัว 5 ชิ้น เกล็ดแนวชายโครง 4 คู่ และเกล็ดขอบกระดอง 12 คู่

สี : โดยทั่วไป เต่าตนุมีสีสันทากหลายมาก ตั้งแต่สีเข้มที่สุดจนถึงสีอ่อน เช่น สีเหลือง สีนํ้าตาล และสีเขียวเรียงเป็นรัศมี ตัวที่ยังโตไม่เต็มที่เกล็ดบนหัวและขอบขา (Flipper) จะมีขนาดใหญ่เห็นชัดเจน และจะหายไปเมื่อมีอายุมากขึ้น เต่าตนุในมหาสมุทรแปซิฟิกมีสีสันทากที่สีกว่าเต่าตนุในมหาสมุทรแอตแลนติก

การแพร่กระจาย : พบได้ทั่วไปในเขตอบอุ่น ทั้งบริเวณชายฝั่งและตามเกาะต่าง ๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะบริเวณใกล้ชายฝั่ง หรือรอบ ๆ เกาะ มักพบเต่าตนุอยู่รวมกันกับเต่ากระ
อาหาร: เต่าตนุจะหากินอยู่ในบริเวณที่น้ำตื้นตามชายฝั่งที่มีแนวหญ้าทะเลและสาหร่ายทะเล พวกมันมีการอพยพ ซึ่งบางครั้งเป็นการเดินทางที่ยาวนานนับพันกิโลเมตร เพื่อไปหากินตามแหล่งต่าง ๆ อาหารของพวกมันได้แก่ สาหร่ายทะเล และบางครั้งพบว่าเต่าตนุกินหญ้าทะเลด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. *Eretmochelys imbricata* : เต่ากระ

ชื่อสามัญ : Hawksbill sea turtle

ชื่อไทย : เต่ากระ

เดิมได้เคยมีผู้แบ่งเต่ากระออกเป็น 3 ชนิดตามแหล่งที่อยู่อาศัย คือกลุ่มที่อาศัยอยู่ในมหาสมุทรแอตแลนติก เรียก *Eretmochelys imbricata* กลุ่มที่อาศัยอยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิก เรียก *Eretmochelys squarnata* และกลุ่มที่สามเป็นกลุ่มที่อาศัยอยู่ในทะเลแดง เรียก *Eretmochelys bissa* แต่เนื่องจากการจำแนกในครั้งนั้นยังอาศัยเพียงการสังเกตจากลักษณะภายนอก ได้แก่ สีและรูปร่างของกระดอง ซึ่งทั้งสองส่วนนี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้เมื่อเต่ามีอายุมากขึ้น แต่ในการจำแนกเพื่อให้ได้ความถูกต้องมากที่สุดต้องอาศัยเทคนิคทางพันธุศาสตร์ (genetic) เข้าช่วย ดังนั้นในปัจจุบันนี้ชนิดที่ได้รับการยอมรับจึงมีเพียงชนิดเดียวคือ *Eretmochelys imbricata* ส่วนกลุ่มอื่นนั้น อาจเป็นชนิดย่อยหรือลักษณะที่แปรเปลี่ยนไปตามสถานที่อยู่ จึงยังคงต้องมีการศึกษาในรายละเอียดต่อไป

ลักษณะ : ตัวที่โตเต็มที่ กระดองเมื่อมองจากด้านบนจะเป็นรูปไข่ ลักษณะเด่นของเต่ากระคือการเรียงตัวของเกล็ดที่เรียงซ้อนกันคล้ายกระเบื้องมุงหลังคา โดยมีเกล็ดแนวกลางกระดอง 5 ชิ้นเกล็ดแนวชายโครง 4 คู่ โดยคู่แรกไม่ติดกับเกล็ดต้นคอ ทางด้านท้องมีเกล็ด inframarginal 4 คู่ที่ขา flipper) แต่ละข้างจะมีตะขอ (crawl) 2 อันที่เห็นได้ชัดเจน

สี : เต่ากระเป็นเต่าทะเลที่มีสีและลวดลายบนกระดองที่สวยงามกว่าเต่าทะเลชนิดอื่น สีที่พบมีมากมายตั้งแต่สีที่เข้มจนเกือบดำไปจนถึงสีอ่อน มีทั้งสีเหลือง สีแดง สีนํ้าตาลและสีดำ

การแพร่กระจาย : เต่ากระเป็นเต่าทะเลที่พบเฉพาะในเขตอบอุ่น โดยเฉพาะบริเวณใกล้เส้นศูนย์สูตรเท่านั้น ซึ่งพบได้ทั้งในมหาสมุทรแปซิฟิกและมหาสมุทรแอตแลนติก ส่วนมากจะพบเต่ากระในบริเวณที่มีแนวปะการัง พวกมันชอบอยู่ในน้ำใสและไม่ลึกมากนัก มีแนวหญ้าทะเลหรือสาหร่ายทะเล โดยเฉพาะบริเวณชายฝั่ง แต่พวกมันจะมีการอพยพเมื่อถึงฤดูวางไข่

อาหาร : อาหารของเต่ากระได้แก่สิ่งที่สามารถหาได้ตามแนวปะการัง เช่น ฟองน้ำ เพรียง หอย และสาหร่าย เป็นต้น

5. *Lepidochelys kempii*: เต่าหญ้าแอตแลนติก

ชื่อสามัญ : Kemp's ridley turtle

ชื่อไทย : เต่าหญ้าแอตแลนติก

เต่าในวงศ์ *Lepidochelys* มี 2 ชนิด มีความแตกต่างกันทั้งที่อยู่อาศัยลักษณะและพฤติกรรม ซึ่ง *Lepidochelys olivacea* คนไทยรู้จักในชื่อเต่าหญ้า เต่าตาแดง หรือเต่าสังกะสีพบในเขตอบอุ่นของมหาสมุทรแปซิฟิกและตอนกลางของมหาสมุทรแอตแลนติก ในขณะที่ *Lepidochelys kempii* หรือเรียกว่าเต่าหญ้าแอตแลนติกจะพบเฉพาะในอ่าวเม็กซิโกของประเทศสหรัฐอเมริกาเท่านั้น บริเวณนี้จัดว่ามีสภาพอากาศค่อนข้างเย็น นอกจากนี้ความแตกต่างของเต่าหญ้าทั้งสองชนิดนี้ยังรวมถึงลักษณะและเกล็ดบนกระดองอีกด้วย

ลักษณะ : เต่าหญ้าแอตแลนติกจัดว่าเป็นเต่าทะเลขนาดเล็กมีน้ำหนักตัวไม่เกิน 50 กิโลกรัม ตัวที่โตเต็มที่เมื่อมองจากด้านบนจะเห็นกระดองค่อนข้างกลม มีเกล็ดเหนือตาสองคู่ มีเกล็ดกลางกระดอง 5 ชิ้น เกล็ดแนวชายโครง 5 คู่ และเกล็ดขอบกระดอง 12 คู่ ด้านท้องมีเกล็ด inframarginal 4 คู่ที่มีรูเปิด Rathke's gland

สี : ตัวโตเต็มที่กระดองจะมีสีเขียวเทาแซมด้วยสีขาวหรือสีเหลือง

การแพร่กระจาย : เต่าหญ้าแอตแลนติกมีการแพร่กระจายในพื้นที่จำกัดคือในอ่าวเม็กซิโกประเทศสหรัฐอเมริกาเท่านั้นโดยจะขึ้นวางไข่ตามบริเวณชายฝั่งรอบๆ อ่าว

อาหาร : ในอ่าวเม็กซิโก เต่าหญ้าแอตแลนติกชอบอยู่บริเวณที่เป็นพื้นทรายหรือโคลนเนื่องจากอาหารของพวกมันคือ กุ้ง ปู

6. *Lepidochelys olivacea*: เต่าหญ้า เต่าตาแดง เต่าสังกะสี

ชื่อสามัญ : Olive ridley turtle

ชื่อไทย : เต่าหญ้า เต่าตาแดง เต่าสังกะสี

ลักษณะ : ตัวที่โตเต็มทีมีลักษณะกระดองค่อนข้างกลม ขอบกระดองยกขึ้นเล็กน้อย ด้านบนของกระดองค่อนข้างแบน มีเกล็ดเหนือตา 2 คู่ เกล็ดกลางกระดอง 5 ซี่น เกล็ดแนวชายโครง 5 คู่หรือมากกว่านั้นอาจมีมาก 6-9 คู่ โดยคู่แรกจะติดกับเกล็ดต้นคอ ด้านท้องมีเกล็ด inframarginal 4 คู่ที่มีรูเปิดของ Rathke's gland

สี : ตัวโตเต็มทีมีกระดองสีเขียวเทา แซมด้วยสีครีมหรือสีเหลือง และอาจเห็นสีเขียวจาง ๆ ตามขอบ

การแพร่กระจาย : เต่าหญ้าจะอาศัยอยู่ในน้ำค่อนข้างเย็นจนถึงบริเวณที่น้ำมีอุณหภูมิไม่ต่ำกว่า 20 องศาเซลเซียส โดยเฉพาะในช่วงฤดูวางไข่ ชายหาดที่อยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันออกและหาดในมหาสมุทรอินเดียจะมีเต่าหญ้ามาชุมนุมกันมากมายแต่มีหาดเพียง 4 แห่งในโลกเท่านั้นที่มีเต่าหญ้านับแสนตัวเพื่อขึ้นวางไข่ คือ ที่ประเทศคอสตาริกา 2 หาด ประเทศเม็กซิโก 1 หาด และที่ประเทศอินเดียอีก 1 หาด เรียกการมาชุมนุมของเต่าหญ้าเป็นจำนวนมากเพื่อขึ้นวางไข่บนหาดเดียวกันนี้ว่า "Aribada" แต่ไม่เคยมีใครพบเต่าหญ้าตามหมู่เกาะต่างๆ เลย

อาหาร : ฤดูวางไข่เต่าหญ้าจะเดินทางเข้าหาชายฝั่งเพื่อหากิน อาหารของพวกมันคือ กุ้ง ปู ปลา บางครั้งพบว่าพวกมันกินแมงกระพุนหรือสาหร่าย

7. *Natator depressus*: Flatback turtle

ชื่อสามัญ : Flatback turtle

ชื่อไทย : ไม่มี

ลักษณะ : ตัวโตเต็มที่จะมีรูปร่างแบน กระจกค่อนข้างเรียบรูปร่างกระจกค่อนข้างรี ขอบกระจกกระดกขึ้นเล็กน้อย ด้านบนกระจกเรียบเกล็ดบนกระจกเรียบเป็นมัน มีเกล็ดกลางกระจก 5 ชิ้น เกล็ดแนวชายโครง 4 คู่ และเกล็ดขอบกระจก 12 คู่ กระจกค่อนข้างนุ่มเต่าทะเลชนิดนี้ยังมีปัญหาในการจำแนกชนิดที่ไม่ชัดเจน

สี : กระจกเป็นสีเขียวเทา แซมด้วยสีน้ำตาลอ่อนตามขอบกระจก

การแพร่กระจาย : เต่าทะเลชนิดนี้พบเฉพาะทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ทิศเหนือ และทิศตะวันออกเฉียงเหนือของทวีปออสเตรเลียเท่านั้น พบในบริเวณน้ำตื้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณน้ำตื้นในแนวปะการัง พวกมันจะเดินทางไปตามชายฝั่งเพื่อหากิน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

8. *Dermochelys coriacea* : เต่ามะเฟือง

ชื่อสามัญ : Leatherback turtle

ชื่อไทย : เต่ามะเฟือง

ชนิดย่อย : มีผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้จัดจำแนกเต่ามะเฟืองออกเป็นสองชนิดย่อย โดยพิจารณาจากแหล่งที่อยู่อาศัยเป็นหลักและความแตกต่างของลักษณะที่ปรากฏ เช่น สี ขนาดของหัวและลำตัว ชนิด *Dermochelys coriacea coriacea* อาศัยอยู่ในมหาสมุทรแอตแลนติก ส่วนชนิด *Dermochelys coriacea schleglii* อาศัยอยู่ในมหาสมุทรเขตอินโด-แปซิฟิก

ลักษณะ : เต่ามะเฟืองเป็นเต่าทะเลที่มีขนาดใหญ่ที่สุด และเป็นเต่าทะเลที่จำแนกง่ายที่สุด เนื่องจากเต่ามะเฟืองไม่มีเกล็ดคลุมบนกระดอง มีเพียงแผ่นหนังสีดำหุ้มกระดองไว้เท่านั้นกลางหลังยังเห็นเป็นสันนูนขึ้นมา 7 สัน

การแพร่กระจาย : เต่ามะเฟืองสามารถอยู่ในน้ำที่เย็นจัดได้นานกว่าเต่าทะเลชนิดอื่น เพราะว่าเต่ามะเฟืองมีชั้นผิวหนังหนาและไขมันมาก ทำให้เต่ามะเฟืองมีการแพร่กระจายไปทั่วโลกได้กว้างกว่าเต่าทะเลชนิดอื่นๆ

อาหาร: ส่วนมากเต่ามะเฟืองชอบหากินอยู่ในทะเลลึก ยกเว้นช่วงฤดูผสมพันธุ์ จึงพบเต่ามะเฟืองเป็นกลุ่มเล็ก ๆ เข้ามาหากินบริเวณชายฝั่ง อาหาร ได้แก่ แมงกะพรุน ทูนิเคท กุ้ง ปูและปลา ที่หาได้ในบริเวณนั้น

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวณัฐฐนิชา วรวรรณเศรษฐ์ เกิดวันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2518 ที่ จังหวัดสงขลา สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนวรนารีเฉลิม และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหลักสูตรอักษรศาสตร์บัณฑิต เกียรตินิยมอันดับ 2 สาขาวิชาภาษาตะวันตก คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2541 จากนั้นได้เข้าศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ (ภาคนอกเวลาราชการ) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2546 ปัจจุบันทำงานตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายฝึกอบรมแผนกการขาย บริษัทดีเอสแอล ประเทศไทย จำกัด



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย