บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "เครือข่ายและกระบวนการสื่อสารของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะภาคีเครือข่าย รูปแบบความร่วมมือของภาคีเครือข่าย กระบวนการสื่อสารภายในภาคีเครือข่าย รวมถึงกระบวนการสื่อสารในการอนุรักษ์เต่าทะเลระหว่างภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือกับสาธารณชน

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ข้อมูลทั้งหมดได้มาจากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กลุ่มเป้าหมายที่เป็นบุคลากรของกองทัพเรือ จำนวน 10 นาย และภาคีเครือข่าย จำนวน 16 หน่วยงาน, การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participatory Observation) และการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร (Document Analysis)

จากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีดังกล่าว ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยด้วยการนำข้อมูลมาตอบปัญหานำการวิจัยหลัก 3 ข้อ ได้แก่

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 : ลักษณะภาคีเครือข่ายและรูปแบบความร่วมมือของภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 : กระบวนการสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3 : กระบวนการสื่อสารในการอนุรักษ์เต่าทะเลระหว่างภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือกับสาธารณชน

สรุปผลการวิจัย

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 : ลักษณะภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือเป็นอย่างไร และมีรูปแบบความร่วมมืออย่างไรบ้าง

ลักษณะของภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

องค์ประกอบของภาคีเครือข่าย

เครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ประกอบด้วยกลุ่ม 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มแกนนำ คือ กองทัพเรือ 2) กลุ่มภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และ 3) กลุ่มพันธมิตร ซึ่งในแต่ละกลุ่มมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันในลักษณะเป็นเครือข่าย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. **กลุ่มแกนนำ** คือ กองทัพเรือ ซึ่งมีหน่วยงานภายในที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบในสายงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ซึ่งจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พบว่า กองทัพเรือมีหน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวข้องกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จำนวน 3 หน่วยงาน ประกอบด้วย หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง (สอ.รฝ.) กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ และกองประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกองทัพเรือ

- หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง มีบทบาทเป็นคนควบคุมข้อมูล (Gatekeeper) ในเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีอำนาจในการควบคุมการกระจายข้อมูลข่าวสาร หรือการหมุนเวียนข้อมูลข่าวสารระหว่างโครงการฯ กับภาคีเครือข่าย ซึ่งมีหน่วยงานภายในอีก 2 หน่วยงาน ได้แก่

  - โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีบทบาทเป็นดาวเด่น (Star) เป็นหน่วยงานภายในกองทัพเรือที่ทำการสื่อสารเชื่อมต่อกับภาคีเครือข่ายจำนวนมาก โดยทำหน้าที่ในการส่งต่อข้อมูล และการรับข้อมูล เพื่อมากระจายต่อภายในเครือข่าย ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานการดำเนินกิจกรรม
  - ฝ่ายกิจการพลเรือน หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง มีบทบาทเป็นสะพาน (Bridge) เป็นหน่วยงานที่เป็นตัวแทนโครงการฯ มีบทบาทเป็นตัวเชื่อมกับภาคีเครือข่ายกลุ่มอื่น ๆ โดยทำหน้าที่ประสานงานกับภาคีเครือข่ายอื่น ๆ เพื่อจัดกิจกรรมในพื้นที่อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

- กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ มีบทบาทเป็นสะพาน (Bridge) เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่เป็นตัวแทนโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีบทบาทเป็นตัวเชื่อมกับภาคีเครือข่ายกลุ่มอื่น ๆ โดยทำหน้าที่ประสานงานกับภาคีเครือข่ายอื่น ๆ เพื่อจัดกิจกรรมจัดกิจกรรมอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกันในระดับประเทศ

- กองประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกองทัพเรือ แทบจะไม่มีบทบาทในเครือข่าย เนื่องจากจะเข้ามามีส่วนร่วมเมื่อผู้บังคับบัญชาดังกล่าวข้างต้นมาร่วมงานเท่านั้น ซึ่งจะทำการติดต่อกับหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง และกรมกิจการพลเรือนทหารเรือในเรื่องเกี่ยวกับกำหนดการของงานที่จัดขึ้น เพื่อเสนอให้ผู้บังคับบัญชาทราบ และเชิญมาเข้าร่วมในกรณีที่เป็นประธานเปิดงาน

2. **กลุ่มภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ** คือ หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน จำนวน 16 หน่วยงาน ที่ให้การสนับสนุน และเข้ามาร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ดังนี้

- กลุ่มย่อยในเครือข่าย (Subgroups) ประกอบด้วย เทศบาลเมืองศรีราชา เป็น (Hubs) คือ เป็นหน่วยงานที่เป็นจุดที่มีศักยภาพในการเชื่อมต่อในเชิงการกระจายข้อมูลข่าวสาร เทศบาลเมืองพัทยา เทศบาลเมืองสัตหีบ และองค์การบริหารส่วนตำบลสัตหีบเป็น (Nodes) คือ เป็นหน่วยงานที่เป็นจุดต่าง ๆ ที่เชื่อมต่อกันเองในกลุ่มย่อย และมีการติดต่อสื่อสารอย่างทั่วถึงในกลุ่มย่อย

- ภาคีเครือข่ายที่เป็นคนขอบข่าย (Boundary spanning) ได้แก่ ภาคีเครือข่ายที่มีการติดต่อสื่อสารเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ กับสังคมภายนอก หรือหน่วยงานภายนอกเครือข่าย อันทำให้เกิดการหมุนเวียน หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลภายในเครือข่าย กับข้อมูลอื่นๆ ในสังคม นอกจากนี้ทำให้เกิดแนวร่วม หรือพันธมิตรในการสนับสนุนโครงการฯ ขึ้นมาจากการติดต่อสื่อสารนั้น ๆ ประกอบด้วย สื่อมวลชนส่วนภูมิภาค บริษัท สยามโอเชี่ยนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์ กรุงเทพฯ รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ และรายการสำรวจธรรมชาติ ON THE WORLD

- ภาคีเครือข่ายคู่ปลีกวิเวก เป็นการติดต่อกันเองของภาคีเครือข่ายโดยไม่สนใจการติดต่อกับภาคีเครือข่ายหน่วยงานอื่นๆ ในเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้แก่ องค์กรสื่อมวลชนส่วนภูมิภาค กับ บริษัท สยามโอเชี่ยนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด ซึ่งได้กล่าวแนะนำภาคีเครือข่ายไปแล้วข้างต้น และ บริษัท สยามโอเชี่ยนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด กับ คณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- ภาคีเครือข่ายที่เป็นผู้ปลีกวิเวก (Isolate role) เป็นภาคีเครือข่ายที่มักเก็บตัวไม่ค่อยสุงสิง หรือติดต่อสื่อสารภาคีเครือข่ายหน่วยงานอื่นๆ ในเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้แก่ โรงเรียนจุกเสม็ด บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 3 (ชลบุรี) Underwater World สถานีวิทยุ สทร. 5 พัทยา 104.75 MHz และรายการ Navigator

ทิศทางในการสื่อสาร (Direction)

- ทิศทางการสื่อสารภายในเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือมีทิศทางการสื่อสารในแนวระนาบ (Horizontal Network) แบบสองทาง คือ เป็นการสื่อสารในที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และทุกภาคีเครือข่ายมีสถานภาพ ความเสมอภาคเท่าเทียมกัน และไม่ได้มีการสั่งการลงมาจากภาคีเครือข่ายใดภาคีเครือข่ายหนึ่ง หรือจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ แต่เป็นการสื่อสารจากภาคีเครือข่ายในระดับเดียวกัน

- ทิศทางสื่อสารระหว่างบุคลากรภายในกองทัพเรือ มีทิศทางการสื่อสารในแนวดิ่ง (Vertical Communication) คือ เป็นการสั่งการลงมาจากนายทหารระดับบังคับบัญชาถึงนายทหารระดับปฏิบัติการ เพื่อให้ดำเนินภารกิจในการอนุรักษ์เต่าทะเล และติดต่อสื่อสารกับภาคีเครือข่ายในบางประเด็นที่ผู้บังคับบัญชาเห็นสมควร

ทิศทางการไหลเวียนของข้อมูล (Information flow) ในเครือข่าย 3 แบบ ดังนี้

- การสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) เป็นการสื่อสารส่วนใหญ่ของเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ คือ เป็นการสื่อสารที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นศูนย์กลางในการสื่อสาร

- การสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) คือ ภาคีเครือข่ายทั้ง 4 ในกลุ่มย่อยสามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้หมดทุกทิศทางโดยไม่ได้ผ่านโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในการรับและส่งข่าวสาร

- การสื่อสารแบบลูกโซ่ (Chain Network) เป็นการสื่อสารของ 3 หน่วยงาน ในลักษณะที่โครงการฯ ติดต่อสื่อสารกับคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผ่านทางบริษัท สยามโอเชี่ยนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด จากนั้นบริษัท สยามโอเชี่ยนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด จะทำการสื่อสารเพื่อบอกข้อมูลข่าวสารต่อไปยังคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอีกที

รูปแบบความร่วมมือของภาคีเครือข่าย

รูปแบบความร่วมมือของแต่ละภาคีเครือข่ายที่เข้ามาร่วมดำเนินการอนุรักษ์เต่าทะเลกับโครงการฯ มีรูปแบบความร่วมมือที่หลากหลาย และแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับศักยภาพความพร้อม รวมถึงนโยบายของหน่วยงานนั้น ๆ ซึ่งมีรูปแบบความร่วมมือ 12 รูปแบบ ดังนี้

- **รูปแบบความร่วมมือในด้านข้อมูล** บทบาทสนับสนุน ได้แก่ การสนับสนุนด้านวิชาการข้อมูล

- **รูปแบบความร่วมมือในเรื่องของการขับเคลื่อนกิจกรรม** บทบาทสนับสนุน ได้แก่ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมของโครงการฯ บทบาทกระทำ ได้แก่ นำนักเรียน และประชาชนในพื้นที่ไปเยี่ยมชมศูนย์ฯ นำสื่อมวลชนไปทำข่าวที่ศูนย์ฯ และร่วมกิจกรรมปล่อยเต่าทะเล

- **รูปแบบความร่วมมือในด้านของระบบสนับสนุน** บทบาทสนับสนุน ได้แก่ ให้พื้นที่จัดงานนิทรรศการเต่าทะเล สนับสนุนด้านเทคโนโลยี สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน บทบาทกระทำ ได้แก่ เผยแพร่ข้อมูลเต่าทะเล ช่วยอนุบาลเต่าทะเล สนับสนุนด้านงบประมาณและการจัดหาสปอนเซอร์ และสนับสนุนด้านสัตวแพทย์

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 : กระบวนการสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

การสื่อสารภายในเครือข่ายของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นการทำการสื่อสารเกี่ยวกับประเด็นหลัก ๆ ดังนี้

ประเด็นการสื่อสารเชิงรุก

1. ประเด็นด้านการประชาสัมพันธ์

เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ กับภาคีเครือข่าย เพื่อขอความร่วมมือในการช่วยกันเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานอนุรักษ์เต่าทะเล และกิจกรรมที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จัดขึ้น เพื่อให้สาธารณชนมีความรู้ มีความตระหนัก และเข้ามาร่วมอนุรักษ์เต่าทะเลกับโครงการ ดังนี้

การสื่อสารเชิงรุก

- การติดต่อสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ โดยขอความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายที่เป็นสื่อมวลชนมาช่วยทำข่าว ซึ่งจะเป็นการติดต่อสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการระหว่างโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กับภาคีเครือข่าย ด้วยความที่ทั้ง 2 หน่วยงานเคยทำกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกันมาแล้ว จึงมีความคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี การติดต่อสื่อสารจึงเป็นลักษณะการพูดคุยบอกกล่าวไปยังภาคีเครือข่ายว่าโครงการจะมีการจัดกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลขึ้น โดยมีโทรศัพท์เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งผู้ทำการสื่อสารจะเป็นบุคคลในระดับเดียวกัน คือ นายทหารระดับปฏิบัติการกับนักข่าว การสื่อสารจึงเป็นแนวระนาบ

การสื่อสารเชิงรับ

- การติดต่อสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ ภาคีเครือข่ายที่สนใจการดำเนินงานอนุรักษ์ของโครงการติดต่อด้วยการทำหนังสือ เพื่อขอถ่ายทำการดำเนินงานอนุรักษ์ แล้วนำไปเผยแพร่สู่สาธารณชนทางรายการโทรทัศน์เข้ามาที่กองทัพเรือ แล้วนายทหารระดับกำหนดนโยบายจะสั่งการมายังนายทหารระดับปฏิบัติการ เพื่อให้เกิดการปฏิบัติ และติดต่อกลับไปยังภาคีเครือข่ายที่ทำหนังสือมาขออนุมัติ เพื่อดำเนินการถ่ายทำรายการต่อไป

ประเด็นการสื่อสารเชิงรับ

2. ประเด็นด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน

เป็นประเด็นที่ภาคีเครือข่ายเห็นว่ากองทัพเรือเป็นหน่วยงานหลัก ที่มีการดำเนินงานอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างเป็นรูปธรรม จึงได้ติดต่อขอเข้ามาทำกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกับกองทัพเรือ และในบางครั้งเมื่อกองทัพเรือประสบปัญหาในการดำเนินงานอนุรักษ์เต่าทะเล

กองทัพเรือก็ได้ติดต่อไปยังภาคีเครือข่าย เพื่อเชิญให้เขาเข้ามาร่วมดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลกับกองทัพเรือ เพื่อลดข้อจำกัดที่กองทัพเรือมีอยู่ โดยมีวิธีการติดต่อสื่อสารกัน ดังนี้

การสื่อสารเชิงรับ

- การติดต่อสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ เป็นลักษณะที่ภาคีเครือข่ายที่เป็นหน่วยงานภาคเอกชนเห็นโครงการดำเนินงานอนุรักษ์เต่าทะเล จึงทำหนังสืออย่างเป็นทางการส่งมาที่กองทัพเรือ เพื่อขอเข้ามาร่วมเป็นหนึ่งในภาคีเครือข่ายกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเล ร่วมกับกองทัพเรือ ซึ่งจะเป็นการสื่อสารจากบนลงล่างด้วยการเห็นชอบจากนายทหารระดับกำหนดนโยบายแล้วทำการสั่งการมายังนายทหารระดับปฏิบัติการเพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานร่วมกับกับภาคีเครือข่าย เพื่อติดต่อกลับไปยังภาคีเครือข่าย และทำกิจกรรมร่วมกัน

- การติดต่อสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ เป็นการติดต่อสื่อสารที่โครงการต้องการหาแนวร่วมที่เป็นมวลชนจากทั่วประเทศ และมวลชนในพื้นที่มาดำเนินกิจกรรมอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกับโครงการ เพื่อสร้างจิตสำนึกการเห็นความสำคัญของเต่าทะเลให้กับสาธารณชน จึงทำการติดต่อสื่อสารผ่านบุคคลที่รู้จัก มีความสนิทสนมกัน เพื่อชวนมาดำเนินกิจกรรมร่วมกัน การติดต่อสื่อสารจึงเป็นการพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการ ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เพื่อประกอบการตัดสินใจมาทำกิจกรรมร่วมกัน

- การติดต่อสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เมื่อกรณีที่โครงการประสบปัญหา หรือมีข้อจำกัดในการดำเนินงานอนุรักษ์ ทำให้งานเกิดการหยุดชะงัก โครงการจึงทำการสื่อสารเชิงรับ โดยลุกเข้าไปติดต่อทาบทามไปยังหน่วยงานที่โครงการเห็นว่ามีศักยภาพที่จะให้การสนับสนุนช่วยเหลือโครงการได้ ด้วยการส่งหนังสือขอความร่วมมืออย่างเป็นทางการไปเพื่อให้ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานนั้น ๆ ทำการอนุมัติ และสั่งการมายังหน่วยงานปฏิบัติ เพื่อมาร่วมกับกองทัพเรือดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเล อาทิ คณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แต่ในขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมร่วมกันการสื่อสารจะเปลี่ยนมาเป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ คือจะมีการติดต่อพูดคุยกันทางโทรศัพท์ จะมีการสื่อสารผ่านทางอีเมล์ และเวปไซด์โครงการ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารก่อนที่จะมีการทำกิจกรรมร่วมกัน

3. **ประเด็นด้านงบประมาณ และการหารายได้**

เนื่องจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นโครงการที่อยู่ภายใต้กองทัพเรือ ซึ่งเป็นหน่วยงานราชการ งบประมาณต่าง ๆ ที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต้นสังกัดจึงไม่เพียงพอที่จะใช้ดำเนินกิจการในโครงการ เพื่อให้โครงการสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ดังนั้นเมื่อโครงการประสบปัญหา จึงต้องทำการติดต่อขอสนับสนุนด้านงบประมาณจากภาคีเครือข่าย ดังนี้

การสื่อสารเชิงรับ

- การติดต่อสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการและเป็นทางการ เป็นการติดต่อสื่อสารเมื่อโครงการประสบปัญหา และมีงบประมาณไม่เพียงพอในการแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน บุคลากรที่เป็นตัวแทนโครงการจึงใช้ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลเล่าให้ฟังถึงปัญหาที่เกิดขึ้น พร้อมขอการสนับสนุนจากหน่วยงานนั้น ๆ อย่างไม่เป็นทางการ หลังจากได้รับการตอบรับยินดีให้ความช่วยเหลือแล้ว โครงการจึงทำหนังสืออย่างเป็นทางการไปขอสนับสนุน และพูดคุยติดต่อประสานงานกันจนถึงขั้นตอนการรับมอบเงินสนับสนุน

- การติดต่อสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ภาคีเครือข่ายที่เห็นโครงการดำเนินการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างเป็นรูปธรรม และได้รับการยกย่องจากสังคม จึงทำการพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อเสนอตัวให้ความช่วยเหลือโครงการทำการหางบประมาณ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินโครงการ ทั้งในรูปแบบที่นำกล่องบริจาคของโครงการไปวางไว้ที่หน่วยงาน เพื่อให้สาธารณชนร่วมบริจาค หรือการติดต่อหาพันธมิตรอื่นมาให้การสนับสนุนอีกทางหนึ่ง

ประเด็นการสื่อสารในสถานการณ์ทั่วไป

4. **ประเด็นด้านความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล**

โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ดำเนินการอนุรักษ์เต่าทะเลในหลาย ๆ ด้าน ตั้งแต่การเก็บไข่เต่ามาเพาะฟัก การอนุบาลเต่าทะเล และการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลไปสู่สาธารณชน ฉะนั้นบุคลากรที่ทำงานด้านอนุรักษ์เต่าทะเลจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ในเรื่องเต่าทะเลเป็นอย่างดี แต่บุคลากรที่ดูแลเต่าทะเลเป็นทหารที่ไม่ได้ศึกษาเรื่องเต่าทะเลมาเฉพาะทาง ทำให้โครงการฯ จะต้องหาภาคีเครือข่ายที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเต่าทะเล มาทำการ

แลกเปลี่ยนข้อมูลกันเพิ่มเติม เพื่อให้บุคลากรของโครงการฯ มีความรู้อย่างถูกต้อง ผลการปฏิบัติงานจะได้มีประสิทธิภาพ

- การติดต่อสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ เป็นการติดต่อสื่อสารสองทางอย่างไม่เป็นทางการของ 3 หน่วยงาน ได้แก่ โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ สยามโอเซี่ยนเวิร์ล และคณะสัตวแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งจะเป็นการติดต่อสื่อสารกันด้วยการพูดคุยเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และข้อเสนอแนะในการดูแลเต่าทะเล ทั้งแบบพบปะกันหรือการพูดคุยกันทางโทรศัพท์ เนื่องจากสยามโอเซี่ยนเวิร์ล และคณะสัตวแพทย์ จุฬาฯ มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านนี้โดยเฉพาะ จึงติดตามผลการดำเนินงานของโครงการ และคอยให้คำแนะนำในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับหลักการทางวิชาการ ด้วยการส่งข้อมูลการดูแลเต่าทะเลมาให้โครงการทางเครื่องโทรสาร เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไป

5. การสื่อสารประเด็นด้านกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล

การที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ต้องมีการสื่อสารกับภาคีเครือข่ายในประเด็นด้านกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล เนื่องจากโครงการฯ มีหน้าที่ ๆ จะดูแลภายในน่านน้ำไทย ไม่ให้ผู้ใดมารุกรานแหล่งวางไข่เต่า ซึ่งจะต้องมีการนำกฎหมายมาเป็นบทลงโทษ ประกอบกับโครงการและภาคีเครือข่ายจะต้องช่วยกันทำการสื่อสารไปสู่สาธารณชนให้มีความรู้ จะได้เกิดการปฏิบัติตนที่ไม่ทำลายเต่าทะเล ซึ่งมีการติดต่อสื่อสารกันดังนี้

- การติดต่อสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เป็นการพูดในที่ประชุมในโอกาสต่าง ๆ เช่น การประชุมการทำกิจกรรมร่วมกัน ระหว่างโครงการฯ กับภาคีเครือข่าย โดยจะนำกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเลที่เป็นความรู้ใหม่ ๆ มาพูดคุยกัน นอกจากนี้บางภาคีเครือข่ายที่ไม่ได้มีการประชุมกับโครงการฯ จะทำการสื่อสารด้วยการบอกกล่าวอย่างไม่เป็นทางการไปยังโครงการฯ เมื่อทราบว่ามีกฎหมายเต่าทะเลใหม่ ๆ ออกมา เพื่อให้ทั้งโครงการฯ และภาคีเครือข่ายมีข้อมูลความรู้กฎหมายเต่าทะเลที่ทันสมัย สามารถนำไปปฏิบัติงาน และช่วยกันทำการสื่อสารให้สาธารณชนรับรู้ จะได้ปฏิบัติตนอย่างถูกต้องโดยไม่ละเมิดต่อกฎหมาย

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3 : กระบวนการสื่อสารในการอนุรักษ์เต่าทะเล ระหว่างภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือกับสาธารณชน

1. **เป้าหมายทางการสื่อสารในการอนุรักษ์เต่าทะเล**

โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้มีการกำหนดเป้าหมายหลักทางการสื่อสารในการอนุรักษ์เต่าทะเล ซึ่งเป็นเป้าหมายระดับบุคคล โดยมุ่งหวังที่จะให้สาธารณชนปรับเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมให้เป็นไปตามที่โครงการฯ ต้องการ โดยเป้าหมายหลักทางการสื่อสารของโครงการฯ **คือ ให้สาธารณชนหันมาร่วมมือกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย ทำการอนุรักษ์เต่าทะเลให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากที่สุด จนห่างไกลจากภาวะเสี่ยงใกล้สูญพันธุ์**

2. **วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเล**

วัตถุประสงค์ของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายในการสื่อสารกับสาธารณชนเพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเล ประกอบด้วย 1) เพื่อให้สาธารณชนมีความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล 2) เพื่อปลูกจิตสำนึกของสาธารณชนให้เห็นความสำคัญของเต่าทะเล 3) เพื่อโน้มน้าวใจให้สาธารณชนหันมาให้ความร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเล และ 4) เพื่อขยายแนวร่วมการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในสังคมไทยให้ออกไปในวงกว้าง

3. **กลุ่มผู้ทำการสื่อสาร**

การสื่อสารในการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลไปสู่สาธารณชน มีกลุ่มผู้ทำการสื่อสาร 2 กลุ่ม คือ

1) **โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ** เป็นหน่วยงานหลักที่ดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลเป็นกระบวนการอย่างครบวงจรทั้งงานด้านการอนุรักษ์เต่าทะเล และงานด้านการสื่อสารการอนุรักษ์เต่าทะเลไปสู่สาธารณชน โดยเป็นหน่วยงานที่ได้กำหนดเป้าหมายทางการสื่อสาร และวัตถุประสงค์ในการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างชัดเจน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสื่อสารกับสาธารณชน

2) **ภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ** เป็นหน่วยงานที่เข้ามาให้ความร่วมมือ หรือเข้ามาสนับสนุนโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในรูปแบบ

ต่าง ๆ และได้มีการสื่อสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลไปสู่สาธารณชน โดยมีเป้าหมายทางการสื่อสารและวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารเหมือนกับโครงการฯ

4. กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายได้ทำการสื่อสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลไปสู่สาธารณชน ซึ่งสามารถแบ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายออกได้เป็น 4 กลุ่ม คือ

1) **กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา และโรงเรียน** เป็นกลุ่มที่โครงการฯ และภาคีเครือข่ายให้ความสำคัญ เนื่องจากเด็กและเยาวชนในวันนี้ คือ ผู้ใหญ่ในวันหน้า ถ้าวันนี้เขามีความรู้ มีจิตสำนึกที่ดีต่อการอนุรักษ์เต่าทะเล เมื่อเติบโตขึ้นมาเขาจะประพฤติปฏิบัติตนอย่างถูกต้อง และไม่รุกรานเต่าทะเล การสื่อสารจึงเน้นไปที่การให้ความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล การปลูกจิตสำนึกให้เห็นความสำคัญของเต่าทะเล และการขยายแนวร่วมการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในสังคมไทยให้ออกไปในวงกว้าง

2) **กลุ่มประชาชนทั่วไป** เป็นกลุ่มเป้าหมายที่กว้างมากที่รวมคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพเข้าไว้ด้วยกัน แต่การอนุรักษ์เต่าทะเลจะประสบความสำเร็จได้จะต้องได้รับความร่วมมือจากประชาชนคนไทยทุกคน ดังนั้นโครงการฯ และภาคีเครือข่ายจึงเน้นทำการสื่อสารในลักษณะการขอความร่วมมือจากประชาชนทั่วไปให้ช่วยกันอนุรักษ์เต่าทะเล

3) **กลุ่มประชาชนในพื้นที่** เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีโอกาสได้สัมผัสกับเต่าทะเลมากกว่ากลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ พฤติกรรมของกลุ่มนี้จึงมีอิทธิพลต่อชีวิตของเต่าทะเล สามารถชี้ความเป็นความตายให้กับเต่าทะเลได้เป็นอย่างมาก ฉะนั้นโครงการฯ และภาคีเครือข่ายจึงเน้นทำการสื่อสารในเรื่องของการปลูกจิตสำนึก การขอความร่วมมือในการไม่ไปรุกรานเต่าทะเล และการขยายแนวร่วมการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล

4) **กลุ่มนักท่องเที่ยว** เป็นกลุ่มที่เดินทางไปสัมผัสทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางทะเล ซึ่งเป็นแหล่งวางไข่ของเต่าทะเล ฉะนั้นโครงการฯ และภาคีเครือข่ายจึงเน้นทำการสื่อสารในเรื่องของการให้ความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล และการขอความร่วมมือในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางทะเล เพราะถ้าเกิดการเสื่อมโทรมขึ้นเท่ากับเป็นการตัดวงจรชีวิตของเต่าทะเลที่ไม่สามารถขึ้นมาวางไข่ได้

5. **การกำหนดประเด็นในการสื่อสาร**

โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้กำหนดประเด็นการสื่อสารในการอนุรักษ์เต่าทะเลกับสาธารณชนไว้ 4 ประเด็น ได้แก่

1) **ประเด็นความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล** เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเต่าทะเลในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านชีววิทยาของเต่าทะเล อาทิ รูปร่างลักษณะของเต่าทะเล อาหารของเต่าทะเล ดำรงชีวิตของเต่าทะเล ฯลฯ และด้านกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล สาธารณชนจะได้มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเต่าทะเล อันนำไปสู่การปลูกจิตสำนึกในการเห็นความสำคัญของเต่าทะเลและให้ความร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเลต่อไป

2) **ประเด็นการปลูกจิตสำนึกให้เกิดความหวงแหน และช่วยกันดูแลเต่าทะเล** เป็นการสื่อสารด้วยการโน้มน้าวใจ โดยเน้นไปที่การดึงอารมณ์ ความรู้สึกร่วมของสาธารณชนให้หันมาเห็นความสำคัญของเต่าทะเลจากการได้สัมผัสเต่าทะเลในกิจกรรมอนุรักษ์เต่าทะเลที่โครงการฯ จัดขึ้น หรือจากการได้รับสารที่มีการปลูกฝังให้อนุรักษ์เต่าทะเล พร้อมเชื่อมโยงให้เห็นประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม กับเศรษฐกิจการส่งออกของประเทศ และกับตนเองถ้าทุกคนให้ความร่วมมือกับโครงการฯ และภาคีเครือข่ายทำการอนุรักษ์เต่าทะเล

3) **ประเด็นการบอกแนวทางการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล** เป็นการบอกวิธีการปฏิบัติตนที่จะไม่ส่งผลกระทบ หรือไม่ทำลายเต่าทะเล ซึ่งเป็นวิธีง่าย ๆ ที่สาธารณชนทุกคนสามารถปฏิบัติได้ แต่ในผลในเชิงการอนุรักษ์เต่าทะเลสูง ซึ่งโครงการฯ และภาคีเครือข่ายต้องออกแบบเนื้อหาสารในการบอกแนวทางการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์เต่าทะเลในเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การปฏิบัติตนในการอนุรักษ์เต่าทะเลของกลุ่มเป้าหมายจะแตกต่างกัน เพราะอยู่ในสถานการณ์และสภาพแวดล้อมแตกต่างกัน

4) **ประเด็นการเผยแพร่กิจกรรมโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือและเชิญชวนให้สาธารณชนเข้าร่วม** เป็นการบอกถึงภารกิจการดำเนินงานของโครงการฯ ในด้านต่าง ๆ ตั้งแต่การเก็บไข่เต่านำมาเพาะฟัก อนุบาลจนโตเต็มที่ แล้วจัดกิจกรรมปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ เพื่อเชิญชวนให้สาธารณชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม เพื่อก่อให้เกิดความใกล้ชิด และความผูกพัน และหันมาร่วมมือกับโครงการฯ อนุรักษ์เต่าทะเล

6. **ช่องทางการสื่อสาร**

6.1 ช่องทางการสื่อสารของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

1) **การสื่อสารทางสื่อบุคคล** โครงการฯ ได้นำสื่อบุคคลต่าง ๆ มาทำการสื่อสารในการอนุรักษ์เต่าทะเลกับสาธารณชน ดังนี้

- สื่อบุคคลที่มีความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล อาทิ วิทยากรประจำศูนย์ มาคอยบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับชีววิทยาของเต่าทะเล ตลอดจนคอยปลูกฝังให้สาธารณชนเห็นความสำคัญของเต่าทะเล

- สื่อบุคคลที่มีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จักในสังคม อาทิ เจสัน ยัง ตุ้ย-ธีรธัทร์ และ แอนนา – นาตาชา เปลี่ยนวิถี ดารา-นักแสดงมาปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างที่ดีกับสาธารณชน ในการอนุรักษ์เต่าทะเล เพื่อให้สาธารณชนปฏิบัติตาม

- สื่อบุคคลที่มีประสบการณ์ตรงในการอนุรักษ์เต่าทะเล อาทิ ทหารในกองทัพเรือ และสาธารณชนทั่วไปที่มาเยี่ยมชมศูนย์ฯ เพื่อนำประสบการณ์ในการอนุรักษ์เต่าทะเลที่ได้สัมผัสไปบอกต่อถึงความประทับใจ เพื่อให้บุคคลอื่น ๆ สนใจ และอยากเข้ามาร่วมอนุรักษ์เต่าทะเลด้วย

- สื่อบุคคลที่เป็นที่ศรัทธา และเทิดทูนของคนในสังคม เป็นการนำสถาบันพระมหากษัตริย์มาเชื่อมโยงให้เห็นว่าพระองค์ทรงให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์เต่าทะเลให้คงอยู่ จึงมีพระราชเสาวนีย์สั่งการลงมาให้กองทัพเรืออนุรักษ์เต่าทะเล และทรงเข้าร่วมกิจกรรมอนุรักษ์เต่าทะเล เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับสาธารณชน

2) **การสื่อสารทางสื่อมวลชน**

- สื่อโทรทัศน์

- *สื่อโทรทัศน์ช่องหลัก* ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง ITV ฯลฯ มาทำข่าวเผยแพร่กิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลที่โครงการฯ จัดขึ้น ซึ่งข่าวที่ออกอากาศจะเป็นภาพบรรยากาศกิจกรรมที่โครงการฯ จัดขึ้น ภายหลังงาน และสารคดีการอนุรักษ์เต่าทะเลที่โครงการฯ จัดทำขึ้น และขอสนับสนุนเวลาในการเผยแพร่

- *เคเบิลทีวี* จะเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อการเชิญชวนสาธารณชนมาร่วมกิจกรรมอนุรักษ์เต่าทะเลที่โครงการฯ จัดขึ้น โดยจะเผยแพร่ข่าวทั้งก่อนการจัดกิจกรรมโครงการฯ และเผยแพร่ภาพบรรยากาศภายหลังจากกิจกรรมเสร็จสิ้นลงแล้ว

- สื่อวิทยุ

เป็นสื่อที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แบบข่าวประกาศ เชิญชวนสาธารณชนให้ทราบว่าโครงการฯ จัดกิจกรรมขึ้นเมื่อไหร่ ที่ไหน อย่างไร และเชิญมาร่วมกิจกรรมที่โครงการฯ จัดขึ้นผ่านสถานีวิทยุ สทร. และบทความที่กล่าวถึงการดำเนินกิจกรรมของโครงการฯ

- สื่อสิ่งพิมพ์

- *หนังสือพิมพ์* โครงการฯ จะเขียนข่าวประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของโครงการฯ และประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่โครงการฯ จัดขึ้นเป็นสกู๊ปข่าว (Scoop) ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) บรรยายใต้ภาพ (Caption) และเดินเรื่องด้วยภาพ (Photo Release) ส่งข่าวไปตามหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ อาทิ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์มติชน ฯลฯ เพื่อขอสนับสนุนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของโครงการฯ

- *หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น* โครงการฯ จะมีการนำเสนอข่าวส่วนใหญ่จะเป็นเดินเรื่องด้วยภาพ (Photo Release) และสกู๊ปข่าว (Scoop) เนื่องจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีพื้นที่หน้าข่าวที่สามารถนำเสนอได้มากกว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไป ได้แก่ หนังสือพิมพ์พิมพ์ไทย หนังสือพิมพ์สื่อตะวันออก

- *วารสาร* โครงการฯ จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฯ และกิจกรรมโครงการฯ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบรรยายใต้ภาพ (Caption) และเดินเรื่องด้วยภาพ (Photo Release) ผ่านวารสารภายในของกองทัพเรือเอง เช่น นิตยสารกระดูกงู นิตยสารนาวิกศาสตร์ และข่าวสารนาวี และเขียนเป็นบทความ สกู๊ปข่าว (Scoop) วาไรตี้ (Variety) ลงในหนังสือทัพหลวง

3) **การสื่อสารทางสื่อกิจกรรม** โครงการฯ ได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นสื่อกลางให้สาธารณชนได้มาสัมผัสกับเต่าทะเล อันนำไปสู่การปลูกจิตสำนึกให้เห็นความสำคัญของเต่าทะเล ดังนี้

- กิจกรรมปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ เป็นกิจกรรมที่ให้สาธารณชนได้มีโอกาสในการมาสัมผัสเต่าทะเลอย่างใกล้ชิด ซึ่งจะส่งผลต่อการปลูกฝังจิตสำนึกให้สาธารณชนเห็นความสำคัญของเต่าทะเลโดยผ่านการกระทำ

- กิจกรรมงานวันเด็ก เป็นกิจกรรมที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลกับเด็ก และเยาวชนในพื้นที่ต่าง ๆ ที่กองทัพเรือได้นำอาวุธยุทโธปกรณ์ไปจัดแสดงโชว์ พร้อมทั้งมีวิทยากรไปคอยบรรยายให้ความรู้กับเด็กเยาวชน และทำการปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์เต่าทะเลไปด้วย

- กิจกรรมบรรยายตามสถาบันการศึกษา และองค์กรปกครองท้องถิ่น เป็นกิจกรรมที่กระจายความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลไปสู่หน่วยงานอื่น ๆ ที่ให้ความสนใจเพื่อที่จะได้มาช่วยกันทำการอนุรักษ์เต่าทะเล

- กิจกรรมประกวดวาดภาพเต่าทะเล เป็นกิจกรรมที่ทำให้เด็กและเยาวชนมีจินตนาการที่กว้างไกล รู้จักคิด และนำเสนอออกมาในรูปของภาพวาด ซึ่งเป็นการปลูกจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลให้เด็กและเยาวชนทางอ้อม

4) **การสื่อสารทางสื่อเฉพาะกิจ** เป็นการสื่อสารที่โครงการฯ ใช้สื่อเฉพาะกิจเหล่านี้เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและแนวทางการปฏิบัติตนที่ถูกต้องในการอนุรักษ์เต่าทะเล ทั้งยังใช้สื่อเพื่อกระตุ้นให้สาธารณชนเกิดการปฏิบัติตาม หรือเป็นการย้ำเตือนความทรงจำของสาธารณชนผ่านสื่อเฉพาะกิจที่หลากหลาย ดังนี้

- สื่อเฉพาะกิจที่ให้ความรู้ อาทิ วีดีทัศน์ แผ่นพับ ห้องนิทรรศการ และบอร์ดนิทรรศการ
- สื่อเฉพาะกิจที่ให้สัมผัส และก่อให้เกิดจิตสำนึก อาทิ เต่าสตัฟ อควอเลียม และบ่ออนุบาล
- สื่อเฉพาะกิจที่ใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ อาทิ ป้ายคัดเอ้าท์
- สื่อเฉพาะกิจที่ใช้ย้ำเตือนความทรงจำ อาทิ ตัวเปเปอร์มาเช่เต่าทะเล ผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกต่าง ๆ และกล่องรับบริจาค

5) **การสื่อสารทางสื่อใหม่**

- เวปไซด์ "ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ" www.navy.mi.th/turtles เป็นสื่อที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมโครงการฯ และการอนุรักษ์เต่าทะเล อาทิ ประวัติความเป็นมาของศูนย์ฯ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเต่าทะเล ชีววิทยาของเต่าทะเล การวิจัยและการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานของศูนย์ฯ การเพาะฟักและอนุบาลเต่าทะเล สาเหตุที่เต่าทะเลลดลง เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับเต่าทะเล จำนวนผู้เยี่ยมชมศูนย์ฯ ภาพกิจกรรมโครงการฯ และยังมีการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ที่โครงการจัดขึ้น

6.2 ช่องทางการสื่อสารของภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

1) **การสื่อสารทางสื่อบุคคล** ภาคีเครือข่ายได้นำสื่อบุคคลต่าง ๆ มาทำการสื่อสารในการอนุรักษ์เต่าทะเลกับสาธารณชน ดังนี้

- สื่อบุคคลที่มีความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล อาทิ วิทยากร มาคอยบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับชีววิทยาของเต่าทะเล และพูดให้สาธารณชนเกิดความความตระหนักถึงความสำคัญของเต่าทะเล

- สื่อบุคคลที่มีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จักในสังคม อาทิ พี่ติ๊ก – เจษฎาภรณ์ ผลดี พี่เอ๊าะ – กีรติ เทพธัญญ์ ดารา-นักแสดงมาทำหน้าที่ดำเนินรายการโทรทัศน์ เพื่อชักชวนให้สาธารณชนร่วมกันอนุรักษ์เต่าทะเล และเชิญดารา – นักแสดงวัยรุ่น รถเมล์ – คะนึงนิจ และอ้วน – รังสิต มาเป็นพรีเซ็นเตอร์ภายในงานอนุรักษ์เต่าทะเล

- สื่อบุคคลที่มีที่มีอิทธิพลต่อความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรม อาทิ ครู ทำการสอนให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล รวมถึงการชี้นำความคิดของเด็กและเยาวชนให้เห็นความสำคัญของเต่าทะเล และกรรมการชุมชน จะคอยชี้แจง ให้ความรู้ และขอความร่วมมือกับชาวบ้านในการอนุรักษ์เต่าทะเล รวมถึงเผยแพร่กิจกรรมโครงการฯ เพื่อเชิญชวนให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม

2) **การสื่อสารทางสื่อมวลชน**

- สื่อโทรทัศน์

- *สื่อโทรทัศน์ช่องหลัก* ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง ITV ฯลฯ เป็นการขอสนับสนุนเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ที่โครงการจัดขึ้นเป็นครั้ง ๆ ไป ตามสื่อโทรทัศน์นี้จะเป็นลักษณะภาพข่าวประชาสัมพันธ์กิจรรมที่โครงการฯ จัดขึ้น ในช่วงข่าวภาคเบรก และรายการโทรทัศน์ อาทิ รายการ Navigator รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ และรายการสำรวจธรรมชาติ ON THE WORLD รายการออโต้ โซน ช่วยเผยแพร่การดำเนินกิจกรรมของโครงการฯ

- *เคเบิลทีวี* จะเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อการเชิญชวนสาธารณชนมาร่วมกิจกรรมอนุรักษ์เต่าทะเลที่โครงการฯ จัดขึ้น โดยจะเผยแพร่ข่าวทั้งก่อนการจัดกิจกรรมโครงการฯ และเผยแพร่ภาพบรรยากาศภายหลังจากกิจกรรมเสร็จสิ้นลงแล้ว

- สื่อวิทยุ

เป็นสื่อที่ภาคีเครือข่ายใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวกิจกรรมที่โครงการฯ จัดขึ้น ผ่านทางสถานีวิทยุ Zeed FM 97.5 MHz เพื่อให้สาธารณชนทั่วไปได้ทราบวัน เวลา สถานที่ในการจัดกิจกรรม และมาร่วมกิจกรรมปล่อยเต่าทะเลกับโครงการฯ

- สื่อสิ่งพิมพ์

- *หนังสือพิมพ์* ภาคีเครือข่ายจะเขียนข่าวประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของโครงการฯ และประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่โครงการฯ จัดขึ้นแบบบรรยายใต้ภาพ (Caption) ในหน้าข่าวสังคม โปรยข่าวก่อนมีการจัดกิจกรรมขึ้น และข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ซึ่งจะทำการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ทั้งก่อนการจัดงาน และหลังการจัดงาน ไปยังหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ อาทิ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และภาคีเครือข่ายจะนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเต่าทะเลอย่างต่อเนื่อง และครอบคลุมในทุกประเด็น โดยเขียนเป็นสกู๊ปข่าว (Scoop) และวาไรตี้ (Variety) แล้วสอดแทรกการปลูกฝังจิตสำนึกของสาธารณชนให้หันมาให้ความสำคัญกับเต่าทะเล และเชิญชวนให้ร่วมอนุรักษ์เต่าทะเลกัน

- *วารสาร* ภาคีเครือข่ายจะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการทำกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ผ่านวารสารภายในหน่วยงาน อาทิ วารสาร

สำหรับเครือไทยออยล์ "อัคนี" เป็นวารสารรายเดือน และวารสารเทศบาลเมืองศรีราชา ที่ออกปีละ 3 ฉบับ ฯลฯ ในลักษณะบรรยายใต้ภาพ (Caption) และเดินเรื่องด้วยภาพ (Photo Release) เพื่อให้เห็นภาพบรรยากาศกิจกรรมที่จัดขึ้น

- *จดหมายข่าว* ภาคีเครือข่ายจะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการทำกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลผ่านจดหมายข่าวเป็นสกู๊ปข่าว (Scoop) หรือบรรยายใต้ภาพ (Caption) ซึ่งจดหมายข่าวจะ แจกจ่ายไปให้ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่สัตหีบ หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนในพื้นที่

3) **การสื่อสารทางสื่อกิจกรรม** ภาคีเครือข่ายได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ทั้งความรู้ ปลูกจิตสำนึก และเชิญชวนให้สาธารณชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล ซึ่งสร้างการมีส่วนร่วมของสาธารณชนในหลายระดับ ทั้งมาดู มาสัมผัส จนกระทั่งร่วมกันคิดร่วมกันแก้ไขปัญหาในการอนุรักษ์เต่าทะเล

- กิจกรรมการจัดโชว์เต่าทะเล เป็นกิจกรรมี่เพิ่มช่องทางในการสื่อสารให้สาธารณชนทั่วไปที่ไม่มีโอกาสได้มาเยี่ยมชม และสัมผัสเต่าทะเลที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้มีโอกาสเห็น และสัมผัสกับเต่าทะเลอย่างใกล้ชิดในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นอุทยานสัตว์น้ำ และอควอเลียม

- กิจกรรมปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ เป็นกิจกรรมที่ให้สาธารณชนมีโอกาสร่วมกิจกรรมปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกรักและหวงแหนเต่าทะเล ซึ่งเป็นสื่อกลางที่นำไปสู่การปลูกจิตสำนึกได้

- กิจกรรมการจัดนิทรรศการ เป็นกิจกรรมที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลแก่สาธารณชนทั่วไป และให้สาธารณชนได้สัมผัสกับเต่าทะเลนอกสถานที่ เพื่อดึงให้สาธารณชนหันมาร่วมมือกันอนุรักษ์เต่าทะเล

- การประชุมชุมชน เป็นกิจกรรมที่เจ้าหน้าที่เทศบาลได้พูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับชาวบ้าน และสอดแทรกสารที่เป็นการปลูกจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล พร้อม บอกแนวทางในการปฏิบัติตนที่ถูกต้องในการอนุรักษ์เต่าทะเล เพื่อให้ชาวบ้านหันมาร่วมมือกันอนุรักษ์เต่าทะเล

- กิจกรรมสัปดาห์เต่าทะเล เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนไปหาความรู้จากสถานที่อนุรักษ์เต่าทะเลจริง แล้วนำมาสอนให้เด็กได้รู้จักคิดวิเคราะห์และสร้างผลงานเกี่ยวกับเต่าทะเลของตนเองขึ้นมาใหม่

- การพาไปเยี่ยมชมศูนย์ฯ เป็นกิจกรรมที่พาประชาชนในพื้นที่เขาไปที่ศูนย์ฯ เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล กฎหมายเต่าทะเล และแนวทางในการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์เต่าทะเล จะได้ปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้อง

4) **การสื่อสารทางสื่อเฉพาะกิจ** เป็นการสื่อสารที่ภาคีเครือข่ายใช้เป็นสื่อกลางในการให้ความรู้ได้ เมื่อประชาชนเห็นแล้วสามารถหยุดคิด แล้วระลึกถึงเต่าทะเลได้ นอกจากนี้สื่อเฉพาะกิจยังเป็นสื่อที่สามารถแจกจ่ายไปยังสาธารณชนทั่วไปได้สะดวก และบางสื่อสามารถพกพาติดตัวไปด้วยได้

- สื่อเฉพาะกิจที่ให้ความรู้ อาทิ วีดีทัศน์ แผ่นพับ ป้าย
- สื่อเฉพาะกิจที่ใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ อาทิ โลโก้เต่าทะเล แบรนด์เนอร์
- สื่อเฉพาะกิจที่ใช้ย้ำเตือนความทรงจำ อาทิ สติ๊กเกอร์

5) **การสื่อสารทางสื่อใหม่**

- เวปไซต์ www.srirachamunicipality.com, www.sattahip.net, www.sericenter.co.th และwww.manager.co.th เป็นสื่อกลางที่ภาคีเครือข่ายใช้เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล และภาพข่าวกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเล เพื่อให้สาธารณชนได้รับรู้ รับทราบ และรู้สึกอยากมาร่วมทำกิจกรรมกับโครงการฯ และภาคีเครือข่าย

7. กลยุทธ์ด้านสาร

7.1 กลยุทธ์ด้านสารของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

- การสื่อสารในประเด็นความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริง กลยุทธ์การใช้หลักเหตุและผล และกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

- การสื่อสารในประเด็นการปลูกจิตสำนึกให้เกิดความหวงแหน และช่วยกันดูแลเต่าทะเล ภาคีเครือข่ายได้นำกลยุทธ์การนำเสนอสารมาใช้ 2 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ความเป็นเอกลักษณ์ และกลยุทธ์ชี้ให้เห็นผลกระทบ

- การสื่อสารในประเด็นการบอกแนวทางการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์เต่าทะเล ภาคีเครือข่ายได้นำกลยุทธ์การนำเสนอสารมาใช้ 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การบอกแนวทางในการอนุรักษ์ กลยุทธ์การบอกประโยชน์ที่จะได้รับ และกลยุทธ์การใช้หลักเหตุและผล

- การสื่อสารในประเด็นการเผยแพร่กิจกรรมโครงการฯ และเชิญชวนให้สาธารณชนเข้าร่วม ภาคีเครือข่ายได้นำกลยุทธ์การนำเสนอสารมาใช้ 1 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริง

7.2 กลยุทธ์ด้านสารของภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

- การสื่อสารในประเด็นความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริง กลยุทธ์การใช้หลักเหตุและผล กลยุทธ์การชี้ให้เห็นผลกระทบ กลยุทธ์การบอกประโยชน์ที่จะได้รับ และกลยุทธ์การมีส่วนร่วม

- การสื่อสารในประเด็นการปลูกจิตสำนึกให้เกิดความหวงแหน และช่วยกันดูแลเต่าทะเล ภาคีเครือข่ายได้นำกลยุทธ์การนำเสนอสารมาใช้ 5 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์นำเสนอสารจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม กลยุทธ์การผูกโยงกับหลักศาสนา กลยุทธ์การโน้มน้าวใจโดยใช้อารมณ์ กลยุทธ์การนำเสนอสารที่เน้นข้อความสะดุดหู กลยุทธ์ความเป็นเอกลักษณ์

- การสื่อสารในประเด็นการบอกแนวทางการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์เต่าทะเล ภาคีเครือข่ายได้นำกลยุทธ์การนำเสนอสารมาใช้ 2 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม กลยุทธ์การบอกแนวทางในการอนุรักษ์

- การสื่อสารในประเด็นการเผยแพร่กิจกรรมโครงการฯ และเชิญชวนให้สาธารณชนเข้าร่วม ภาคีเครือข่ายได้นำกลยุทธ์การนำเสนอสารมาใช้ 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริง กลยุทธ์การโน้มน้าวใจโดยใช้อารมณ์ กลยุทธ์การนำเสนอสิ่งแปลกใหม่ กลยุทธ์ความเป็นเอกลักษณ์

8. **กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อ**

- กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ นำมาใช้ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การทำตนให้เป็นตัวอย่าง กลยุทธ์การนำเสนอทุกครั้งที่มีโอกาส กลยุทธ์การใช้กิจกรรมสร้างกระแสสนับสนุน และกลยุทธ์การเชื่อมโยงกับสถาบันพระมหากษัตริย์

- กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อที่ภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือนำมาใช้ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การใช้สื่อทุกช่องทาง กลยุทธ์การสัมผัสจากประสบการณ์จริง การนำเสนออย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง "เครือข่ายและกระบวนการสื่อสารของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ" นี้จะขออภิปรายตามประเด็นปัญหานำการวิจัยเป็นหลัก ซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

ประเด็นเกี่ยวกับลักษณะภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และรูปแบบความร่วมมือของภาคีเครือข่าย

เครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Network) ทำการติดต่อสื่อสารโดยดึงภาคีเครือข่ายที่รู้จักสนิทสนม และมีความเชื่อมั่นไว้วางใจซึ่งกันและกัน (Trustworthiness) มาร่วมให้การสนับสนุน ช่วยเหลือโครงการดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเล ตลอดจนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้สาธารณชนได้รับรู้รับทราบ และร่วมมือกับโครงการทำการอนุรักษ์เต่าทะเล นอกจากนี้กองทัพเรือไม่เน้นการออกไปแสวงหาภาคีเครือข่ายเข้ามาดำเนินกิจกรรมร่วมกันมากนัก แต่ในทางกลับกันภาคีเครือข่ายหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนต่างเข้ามาขอร่วมเป็นภาคีเครือข่ายสนับสนุนกองทัพเรือ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ชรัมพร จิตต์โกศล (2547) ที่พบว่า เครือข่ายลดอุบัติเหตุ เป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Network) โดย สสส. ได้ประสานความร่วมมือไปยังหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อค้นหาพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเครือข่ายลดอุบัติเหตุ และผลักดันให้เกิดการนำโครงการไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยนำเอางบประมาณมาใช้ทำการประชาสัมพันธ์โครงการให้เป็นที่รู้จักในสังคม และ หริสุดา ปัณฑวนันท์ (2544) ที่พบว่า

เครือข่ายการรณรงค์โครงการ "เมาไม่ขับ" เป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Network) ที่สถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณภัย โดยมี นพ.แท้จริง ศิริพานิช เป็นแกนนำหลักในการที่จะออกไปติดต่อกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน อย่างเป็นทางการในการเชิญชวนเข้ามาเป็นภาคีช่วยเหลือการดำเนินงานของโครงการ โดยในระยะแรกจะทำการติดต่อไปยังหน่วยงานที่มีความสนิทสนมคุ้นเคยกันก่อน เพื่อขอความร่วมมือในการเข้ามาร่วมสนับสนุนโครงการ และทำการประชาสัมพันธ์ไปสู่ประชาชนทั่วไป

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ กับเครือข่ายการรณรงค์โครงการ "เมาไม่ขับ" พบว่า มีส่วนที่เหมือนกัน และส่วนที่แตกต่างกัน โดยเหมือนกันในด้านการใช้ความสนิทสนมคุ้นเคยระหว่างแกนนำหลักกับหน่วยงานต่าง ๆ มาเป็นส่วนช่วยในการติดต่อสื่อสาร เพื่อชักชวนหน่วยงานมาร่วมเป็นภาคีเครือข่าย และในส่วนที่แตกต่าง คือ เครือข่ายการรณรงค์โครงการ "เมาไม่ขับ" มีการวางแผนออกไปแสวงหาภาคีเครือข่ายหน่วยงานภายนอกที่มีศักยภาพ เพื่อดึงมาช่วยเหลือ สนับสนุนโครงการ แต่เครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ออกไปหาภาคีเครือข่ายเมื่อประสบปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ แต่ถ้าการดำเนินงานตามสถานการณ์ปกติ ภาคีเครือข่ายต่าง ๆ จะเข้ามาขอร่วมอนุรักษ์เต่าทะเลกับกองทัพเรือ **ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบที่ว่า เมื่อโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีผลการดำเนินงานอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลเป็นอย่างดี ทำให้หน่วยงานภาคธุรกิจต่างเข้ามาเสนอตัวให้การช่วยเหลือสนับสนุนโครงการ โดยที่โครงการไม่ต้องออกไปแสวงหาภาคีเครือข่ายหน่วยงานภาคธุรกิจจะเสนอเข้ามาขอสนับสนุนโครงการเอง** และเมื่อเปรียบเทียบกับเครือข่ายลดอุบัติเหตุจะพบความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง เนื่องจากเครือข่ายลดอุบัติเหตุ มีการวางกลยุทธ์การทำงานอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การวางแผนจัดตั้งเครือข่าย การวางแผนดึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและมีศักยภาพในด้านต่าง ๆ มาร่วมเป็นภาคี ตลอดจนการใช้งบประมาณเป็นตัวเสริมแรงในการผลักดันทำการประชาสัมพันธ์โครงการให้เป็นที่รู้จักในสังคม ทำให้การดำเนินงานของเครือข่ายก้าวไปสู่เป้าหมายของโครงการได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่เครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีลักษณะเป็นเครือข่าย "แบบธรรมชาติ" ที่ไม่เป็นทางการ ทำให้การติดต่อสื่อสารตลอดจนการดำเนินงานภายในเครือข่ายไม่เป็นระบบระเบียบ มีการทำงานที่อาศัยเทคนิค และความสนิทสนมคุ้นเคย ซึ่งถ้าเครือข่ายยังคงดำเนินต่อไปในลักษณะนี้ จะทำให้การทำงานในเครือข่ายลำบากมากขึ้น การนำไปสู่ความสำเร็จในการรณรงค์จะทำได้ยากยิ่ง ประกอบกับการไม่ออกไปแสวงหาภาคีเครือข่ายของโครงการจะทำให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่ก้าวเข้ามาเป็นภาคีเครือข่ายไม่สามารถลดข้อจำกัดทุกด้านที่เครือข่ายประสบปัญหาอยู่ได้ เนื่องจากภาคีเครือข่ายที่เข้ามาอาจ

ไม่มีความพร้อม หรือศักยภาพที่จะให้การสนับสนุนในด้านที่โครงการกำลังต้องการความช่วยเหลือ และประสบปัญหา สอดคล้องกับ พัชนี เชยจรรยา และคณะ (2541) ที่ได้กล่าวไว้ว่า เครือข่ายการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Network) เกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งไม่มีใครได้รับมอบหมาย หรือบังคับให้ใช้การติดต่อผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งอย่างตั้งใจ ตรงกันข้ามเครือข่ายเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอย่างอิสระในอัตราความถี่ และความเข้มข้นของการสื่อสารที่ต่างกัน

นอกจากนี้เครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ประกอบไปด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มแกนนำเครือข่าย คือ กองทัพเรือ ซึ่งมีหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้แก่ หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ และกองประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกองทัพเรือ ที่มีอำนาจกำหนดทิศทางการดำเนินงานของเครือข่าย 2. กลุ่มภาคีเครือข่าย ที่เป็นหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน แบ่งออกเป็นหน่วยงานด้านการปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มสื่อมวลชน หน่วยงานวิชาการ กลุ่มราชการ- สถานศึกษา และหน่วยงานธุรกิจ ที่เข้ามาให้การสนับสนุน ช่วยเหลือโครงการดำเนินการอนุรักษ์เต่าทะเล 3. กลุ่มพันธมิตร ที่เข้ามาให้การสนับสนุนโครงการดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลอีกทางหนึ่ง โดยให้การสนับสนุนผ่านทางภาคีเครือข่าย สอดคล้องกับ ผกามาศ ธนพัฒนพงศ์ (2545) ที่พบว่า ลักษณะเครือข่ายของชมรมสื่อมวลชนเกษตรแห่งประเทศไทย มีองค์ประกอบของเครือข่าย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มแกนนำ เป็นกลุ่มผู้ก่อการสำคัญในการสร้างเครือข่ายชมรม 2. กลุ่มสมาชิก เป็นกลุ่มคนที่มาสนับสนุนช่วยเหลือการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ 3. กลุ่มพันธมิตร ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของชมรม ชิตาพร กันหลง (2543) ที่พบว่า การผลักดันรัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2540 มีองค์กรภาครัฐ และองค์กรอิสระเข้ามามีส่วนร่วมแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มแกนนำ เป็นองค์กรนำในการเข้าร่วมผลักดันรัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2540 2. กลุ่มสนับสนุน เป็นกลุ่มองค์กรที่มีการแสดงออกจัดกิจกรรม เพื่อให้การสนับสนุนแกนนำ 3. กลุ่มตามกระแส เป็นองค์กรที่ออกมาเคลื่อนไหวสนับสนุนกระแสรัฐธรรมนูญ ตลอดจนผสานความร่วมมือในการจัดกิจกรรมรณรงค์ต่าง ๆ และ ชรัมพร จิตต์โกศล (2547) ที่พบว่า เครือข่ายลดอุบัติเหตุ แบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ 1. ภาคีหลัก เป็นแกนนำในการจัดตั้งเครือข่ายลดอุบัติเหตุ 2. ภาคีที่เป็นตัวทำงาน เป็นกลุ่มที่ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน 3. ภาคีสนับสนุน เป็นกลุ่มที่เห็นชอบในหลักการ และให้การสนับสนุนด้านอื่น ๆ

ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่าโดยทั่วไปในเครือข่ายจะประกอบไปด้วยกลุ่ม 3 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในเครือข่าย เป็นส่วนหนึ่งของการิเริ่มเครือข่าย สามารถชี้แนะให้เครือข่ายดำเนินไปในทิศทางที่ต้องการได้ ซึ่งมักจะเรียกกลุ่มนี้ว่า กลุ่มแกนนำ 2. กลุ่มที่ให้ความช่วยเหลือแกนนำในด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านกิจกรรม ด้านการประชาสัมพันธ์ ฯลฯ เพื่อให้โครงการสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเรียกกลุ่มนี้ว่าภาคีเครือข่าย สมาชิกเครือข่าย กลุ่มสมาชิก กลุ่มสนับสนุน ฯลฯ ขึ้นอยู่กับแต่ละเครือข่ายว่าจะเรียกว่าอย่างไร 3. กลุ่มที่เห็นด้วยกับการดำเนินงานของเครือข่าย ตลอดจนนโยบายของเครือข่าย จึงให้การสนับสนุนเครือข่าย ซึ่งโดยมากจะเรียกกลุ่มนี้ว่าพันธมิตร ภาคีสนับสนุน กลุ่มตามกระแส สอดคล้องกับแนวคิดของ ปาริชาต สถาปิตานนท์ (2547) ที่ได้กล่าวว่า โดยภาพรวมในแต่ละเครือข่ายมักประกอบไปด้วยบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่ แกนนำเครือข่าย สมาชิกเครือข่าย และพันธมิตร โดยสรุป ถ้าวิเคราะห์ลงไปที่บทบาทขององค์ประกอบของแต่ละเครือข่าย จะพบว่าในแต่ละเครือข่ายบทบาทขององค์ประกอบของเครือข่ายที่เป็น แกนนำเครือข่าย กลุ่มสมาชิกเครือข่าย และพันธมิตรจะมีบทบาทของแต่ละกลุ่มที่ใกล้เคียงกัน จะมีความแตกต่างกันตรงที่การเรียกชื่อของกลุ่มต่าง ๆ เหล่านั้น และองค์ประกอบของเครือข่ายโดยทั่วไปควรประกอบไปด้วยกลุ่ม 3 กลุ่ม ดังกล่าวข้างต้น จึงจะแสดงออกถึงความเป็นเครือข่ายอย่างแท้จริง

นอกจากนี้การที่เครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีทั้งเครือข่ายภายในกองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายภายนอกกองทัพเรือที่เป็นหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ที่เข้ามาช่วยกันอนุรักษ์เต่าทะเล และทำการสื่อสารไปสู่สาธารณชนนั้น ทำให้ต้องมีการติดต่อประสานงาน พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการดำเนินการอนุรักษ์เต่าทะเลกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินงานอนุรักษ์เต่าทะเลสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ สอดคล้องกับ พรดี สะสมบัติ (2548) พบว่า กลุ่มนมแม่มีการพูดคุยติดต่อสื่อสาร เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดเห็นกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และรับข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ และ เวทินี สตะเวทิน (2542) ที่พบว่า การรวมตัวกันของประชาชนย่านบางลำพู มีการให้บุคคลได้เข้ามาพบปะ พูดคุยกัน จนนำไปสู่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน เพื่อดำเนินกิจกรรมร่วมกันในที่สุด ซึ่งปาริชาต สถาปิตานนท์ (2542) ได้ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการฝึกสมาชิกในสังคมเกี่ยวกับกระบวนการร่วมกันคิด ร่วมกันฟัง และเคารพในความคิดของผู้อื่น ตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของตน ร่วมวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางสังคม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน ตลอดจนร่วมกันค้นหาแนวทางและการตัดสินใจร่วมกันบนพื้นฐานของข้อมูลที่สมบูรณ์ ดังนั้น การพูดคุยจึงเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญในการติดต่อสื่อสารแบบมีส่วนร่วมระหว่างโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ กับภาคีเครือข่าย ในการช่วยกันคิด

ช่วยกันวิเคราะห์ บนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อหาแนวทางในการสร้างสรรค์กิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเล ตลอดจนการหาหนทางในการดึงสาธารณชนให้เข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการ และภาคีเครือข่ายทำการอนุรักษ์เต่าทะเลให้ได้มากที่สุด

สำหรับภาคีเครือข่ายภายนอกกองทัพเรือ เป็นหน่วยงานที่เข้ามามีส่วนร่วมกับกองทัพเรือในการอนุรักษ์เต่าทะเล ซึ่งมีทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ที่เป็นหน่วยงานด้านการปกครองท้องถิ่น กลุ่มสื่อมวลชน หน่วยงานวิชาการ กลุ่มราชการ- สถานศึกษา และหน่วยงานธุรกิจ ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของกองทัพเรือ ซึ่งเป็นหน่วยงานราชการในการที่จะผลักดันโครงการขนาดใหญ่ที่เป็นโครงการในระยะยาว ที่ต้องการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคนทั้งประเทศนั้น จำเป็นจะต้องมีภาคีเครือข่ายภายนอกเข้ามาช่วยขับเคลื่อนโครงการ และ "อุดรอยรั่ว" ซึ่งก็คือ อุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงาน อาทิ งบประมาณ ช่องทางในการสื่อสารที่มีอยู่อย่างจำกัด โครงสร้างพื้นฐาน ฯลฯ เพื่อให้โครงการก้าวเดินต่อไปได้ สอดคล้องกับ ชรัมพร จิตต์โกศล (2547) ที่พบเช่นเดียวกันว่า เครือข่ายลดอุบัติเหตุ ประกอบด้วยหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ดำเนินงานร่วมกัน เพื่อร่วมกันรณรงค์ให้ประชาชนและกลุ่มเป้าหมาย ตระหนักและสำนึกในปัญหาอุบัติเหตุ และช่วยกันแก้ปัญหาของบ้านเมือง นอกจากนี้ หริสุดา ปัณฑวนันท์ (2544) พบเช่นเดียวกันว่า เครือข่ายการรณรงค์โครงการ "เมาไม่ขับ" ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ กลุ่มบริษัทเอกชน กลุ่มองค์กรภาคประชาชน และสื่อมวลชน เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ใช้รถ ใช้ถนนเกี่ยวกับโทษของสุรากับการขับขี่ยานพาหนะ สร้างจิตสำนึกแก่ผู้ขับขี่รถยนต์และประชาชนทั่วไป โดยมุ่งหวังที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ขับขี่ยานพาหนะ

กล่าวโดยสรุป คือ การที่กองทัพเรือได้มีการติดต่อประสานงานกับภาคีเครือข่าย เพื่อดำเนินการอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกัน ย่อมแสดงให้ถึงการเปิดกว้างของหน่วยงานที่พร้อมที่จะดำเนินงานอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน โดยนำการทำงานในลักษณะการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน (Public–Private Partnership) ที่โครงการซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐได้ดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกับภาคเอกชน เพื่อให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ และยังเป็นทางออกของการลดข้อจำกัดของโครงการทางหนึ่ง นอกจากนี้เครือข่ายโครงการรณรงค์อื่น ๆ ได้มีการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนเช่นเดียวกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ซึ่งจะมีข้อแตกต่างกันในส่วนของกลุ่มองค์กรภาคประชาชนที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ไม่ได้ดึงเข้ามา

ช่วยเหลือ สนับสนุนโครงการ แต่ประชาชนจะอยู่ในส่วนของกลุ่มเป้าหมายที่โครงการต้องการให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการหันมาร่วมมือกับโครงการและภาคีเครือข่ายอนุรักษ์เต่าทะเล

อย่างไรก็ตาม การที่กองทัพเรือมีภาคีเครือข่ายที่หลากหลายและครอบคลุมในทุกภาคส่วน ได้แก่ หน่วยงานด้านการปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มสื่อมวลชน หน่วยงานวิชาการ กลุ่มราชการ- สถานศึกษา และหน่วยงานธุรกิจ ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า ภาคีเครือข่ายเหล่านี้เป็นตัวเสริมแรงให้กับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ให้สามารถดำเนินงานอนุรักษ์เต่าทะเลและขยายความรู้ไปสู่สาธารณชนได้ทั่วประเทศ จนเกิดการรับรู้ว่า "ถ้าจะไปดูเต่าทะเล ต้องไปดูที่กองทัพเรือ" ฉะนั้น ภาคีเครือข่ายทุกกลุ่มจึงมีความสำคัญ จะขาดกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดไปไม่ได้ เปรียบเสมือนฟันเฟืองแต่ละตัวที่จะต้องขับเคลื่อนไปพร้อม ๆกัน เพราะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่าย

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ **ทำให้ผู้วิจัยเกิดข้อค้นพบที่ว่า ต่อไปในอนาคตถ้าหน่วยงานราชการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบโครงการขนาดใหญ่ที่ต้องนำการทำงานในลักษณะเครือข่ายมานำพาให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ หน่วยงานเหล่านั้นจะต้องดึงหน่วยงานธุรกิจมาร่วมเป็นภาคีเครือข่าย เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีงบประมาณเป็นจำนวนมาก สามารถนำมาช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของโครงการได้** ประกอบกับในยุคปัจจุบันหน่วยงานธุรกิจส่วนใหญ่มีนโยบายต้องการ "คืนกำไรให้กับสังคม" (Corporate Social Responsibility) จึงยินดีที่จะเข้ามาช่วยสนับสนุนโครงการเพื่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้มีหน่วยงานภาคธุรกิจเข้ามาให้การสนับสนุน อาทิ บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) ให้การสนับสนุนเงินซื้อตู้แช่อาหารเต่าทะเล และบริษัท สยามโอเชี่ยนเวิร์ล กรุงเทพ จำกัด ให้การสนับสนุนเทคโนโลยี และช่วยประชาสัมพันธ์โครงการ ฯลฯ ซึ่งวัตถุประสงค์ในการมาร่วมมือกับโครงการ เนื่องจากต้องการคืนกำไรให้กับสังคม สอดคล้องกับหริสุดา ปัณฑวนันท์ (2544) ที่พบว่า มีหน่วยงานภาคธุรกิจ อาทิ บริษัท เอ.พี. ฮอนด้า จำกัด บริษัท เชลล์ ประเทศไทย จำกัด และบริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มาให้การสนับสนุนโครงการ "เมาไม่ขับ" ในรูปแบบค่าใช้จ่ายในการทำการรณรงค์ร่วมกัน ฯลฯ อันเนื่องมาจากนโยบายการคืนกำไรแก่สังคมขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์ (2547) ที่ให้คำนิยาม CSR หมายถึง โครงการหรืออาจเรียกได้ว่าเป็นพันธกิจที่องค์กรปวารณาตนให้คำมั่นสัญญาที่จะสร้างสรรค์ ช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เป็นเครื่องมือที่ทำให้องค์กรหลีกพ้นจากคำว่า "เห็นแก่ตัว" ได้เป็นอย่างดี ซึ่งจากการที่หน่วยงานธุรกิจต่าง ๆ เข้ามาขอร่วมเป็นภาคีเครือข่ายทำการสนับสนุนการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลกับ

กองทัพเรือเป็นจำนวนมาก ย่อมเป็นสิ่งพิสูจน์ และแสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันหน่วยงานธุรกิจให้ความสำคัญกับการทำ CSR

อนึ่ง ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า กิจกรรมมีบทบาทเป็นสื่อกลางที่ทำให้โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายมีการติดต่อประสานกันในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน อาทิ กิจกรรมการปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ กิจกรรมการจัดนิทรรศการเต่าทะเล กิจกรรมสัปดาห์เต่าทะเล เพื่อให้การจัดกิจกรรมออกมาสมบูรณ์แบบมากที่สุด สอดคล้องกับ พรดี สะสมบัติ (2548) พบว่า การรณรงค์เรื่องการเลี้ยงลูกด้วยน้ำนมมารดาของกลุ่ม "นมแม่" มีการจัดกิจกรรม "บัดดี้มัม" จัดเสวนานมแม่สัญจร ซึ่งจะทำให้คุณแม่สมาชิกของกลุ่มนมแม่ได้มีการติดต่อประสานกันเข้ามาช่วยเหลือกิจกรรมของกลุ่ม และหริสุดา ปัณฑวนันท์ (2544) พบว่า เครือข่ายการรณรงค์ "เมาไม่ขับ" มีการจัดกิจกรรมการตั้งด่านตรวจจับผู้ขับขี่ที่มีแอลกอฮอล์ในเลือด การแถลงข่าวบอกความเคลื่อนไหว การจัดนิทรรศการให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไป ซึ่งจะทำให้แกนนำหลักได้ติดต่อสื่อสารกับภาคีอย่างต่อเนื่องในการทำกิจกรรมร่วมกัน โดยสรุป การที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จัดกิจกรรมร่วมกับภาคีเครือข่าย จะเห็นได้ว่ากิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นตัวกลางที่จะทำให้โครงการ และภาคีเครือข่ายมีการติดต่อสื่อสารกันในการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน นอกจากนี้กิจกรรมยังนำไปสู่การขยายภาคีเครือข่ายให้เพิ่มมากขึ้น ทั้งยังช่วยธำรงรักษาเครือข่ายให้ดำรงอยู่ต่อไปได้

นอกจากนี้ภาคีเครือข่ายกลุ่มอื่น ๆ ที่เข้ามาสนับสนุน ช่วยเหลือโครงการ ประกอบด้วย หน่วยงานด้านการปกครองส่วนท้องถิ่น มีบทบาทสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้ดูแลงบประมาณโครงสร้างพื้นฐาน และหน่วยงานในพื้นที่ ถ้าเครือข่ายดึงเข้ามาร่วมเป็นภาคีเครือข่ายจะทำให้การทำงานคล่องตัวมากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับโครงการที่เชิญชวนองค์การบริหารส่วนตำบลสัตหีบมาร่วมเป็นภาคีเครือข่ายให้การสนับสนุนการสร้างถนนไปยังศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ทำให้สาธารณชนเดินทางไปเยี่ยมชมศูนย์นุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ภาคีเครือข่ายกลุ่มสื่อมวลชน จะเป็นกระบอกเสียงที่สำคัญที่จะนำพาโครงการไปสู่สังคมภายนอก ทำให้สาธารณชนรู้จักโครงการมากขึ้น โอกาสที่โครงการจะบรรลุเป้าหมายจึงมีสูงขึ้นตามไปด้วย ภาคีเครือข่ายกลุ่มราชการ-สถานศึกษา มีบทบาทสำคัญในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในสังคม อันเนื่องมาจากการเป็นหน่วยงานที่สามารถสร้างคนรุ่นใหม่ให้มีพฤติกรรมในทางที่พึงประสงค์ไปพร้อม ๆ กับปรับเปลี่ยนพฤติกรรมคนรุ่นเก่าให้เลิกการปฏิบัติตนในทางที่ไม่ดี และหันกลับมาปฏิบัติตนในทางที่ถูกและดีได้ และภาคีเครือข่ายวิชาการ เป็นหน่วยงานที่ให้ข้อมูลความรู้ใหม่ ๆ จากการค้นคว้าวิจัย ซึ่งเป็นข้อมูลเฉพาะด้านที่เกี่ยวกับ

โครงการรณรงค์ เช่น ภายในโครงการจะมีภาคีเครือข่ายคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และบริษัท สยามโอเชี่ยนเวิร์ล กรุงเทพ จำกัด คอยให้คำปรึกษาหารือ คำแนะนำแนวทางการเลี้ยงและดูแลรักษาเต่าทะเล ซึ่งจะทำให้งานเครือข่ายโตต่อไป สอดคล้องกับ ชรัมพร จิตต์โกศล (2547) ที่พบว่า การที่ สสส. เป็นหน่วยงานที่ริเริ่มดำเนินโครงการได้ประสานความร่วมมือในการทำงานร่วมกันขององค์กรที่หลากหลาย เพราะเชื่อว่าการทำงานใหญ่ระดับประเทศจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของทุกฝ่าย Gay และ Lumsden (1998 อ้างใน เวทินี สตะเวทิน, 2542) กล่าวไว้ว่า ในปัจจุบันปัญหาต่าง ๆ มีความซับซ้อนมากขึ้น โดยผู้นำหรือผู้ดำเนินการฝ่ายเดียวไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้หมด ด้วยเหตุนี้ในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จึงควรให้ผู้ที่มีความชำนาญในด้านนั้น ๆ เข้ามาร่วมแก้ไขปัญหา และ กิตติ กันภัย (2543) กล่าวไว้ว่า การสื่อสารกับสังคมโดยหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเพียงแห่งเดียวไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงได้ การรวมกลุ่มกันเพื่อผนึกกำลังในการสื่อสารกับสังคมจึงเป็นทางออกที่ช่วยให้หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ หรือกลุ่มองค์กรที่เข้าร่วมเป็นภาคี สามารถสร้างเครือข่ายการสื่อสารบนฐานของผลการรณรงค์ร่วมกัน เป็นเสมือนการถ่ายเทพลังของทุกหน่วยงาน นำเอาข้อดีหรือจุดแข็งของแต่ละฝ่ายทำให้เกิดการผนึกกำลัง สร้างพลังทวีคูณ

ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่าการเข้ามาร่วมเป็นภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นการเข้ามาเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวมและผลประโยชน์ส่วนตน โดยผลประโยชน์ส่วนรวมคือ การที่ภาคีเครือข่ายได้ช่วยเหลือ สนับสนุนโครงการดำเนินการอนุรักษ์เต่าทะเลในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อไม่ให้เต่าทะเลสูญพันธุ์ ส่วนผลประโยชน์ส่วนตน อาทิ การได้ภาพลักษณ์ของการเป็นหน่วยงานที่ให้ความสำคัญ และทำประโยชน์ให้กับสังคม การได้ทำตามภารกิจขององค์กร ฯลฯ สอดคล้องกับ ชรัมพร จิตต์โกศล (2547) ที่พบว่า มีปัจจัยแฝงที่ทำให้บางองค์กรต้องการเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายลดอุบัติเหตุ คือ ต้องการได้รับการสนับสนุนจาก สสส. โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของงบประมาณ และมองว่าการเข้ามาเป็นภาคีเครือข่ายจะช่วยเปิดช่องทางในการสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรอื่น ๆ ได้ ผกามาศ ธนพัฒนพงศ์ (2545) พบว่าการรวมตัวกันของเครือข่ายชมรมสื่อมวลชนเกษตรแห่งประเทศไทยเกิดขึ้นเมื่อแกนนำ สมาชิก และพันธมิตร มีผลประโยชน์ร่วมกัน และ บุญเกิด มาอ่อง (2537) พบว่า เหตุผลของการเข้ารวมกลุ่มกัน นอกจากทำประโยชน์ให้กับสังคมแล้ว ยังแฝงด้วยผลประโยชน์ส่วนตัว ซึ่งทำให้ **ผู้วิจัยเกิดข้อค้นพบที่ว่า การทำงานในลักษณะภาคีเครือข่ายที่ทั้งแกนนำหลัก และภาคีเครือข่าย ต่างได้ผลตอบแทนในสิ่งที่ตนเองต้องการ อาทิ บริษัท สยามโอเชี่ยนเวิร์ล กรุงเทพ จำกัด มีความกระตือรือร้นในการช่วยทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลไปสู่สาธารณชน เพื่อเชิญชวนให้สาธารณชนมาเข้าร่วมกิจกรรม เมื่อ**

สาธารณชนได้ทราบข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ จะได้รับภาพของความเป็นหน่วยงานที่ร่วมสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมของสยามโอเชี่ยนเวิร์ลไปพร้อมกัน ในขณะเดียวกันกองทัพเรือจะได้หน่วยงานที่มีศักยภาพในด้านการทำประชาสัมพันธ์แบบมืออาชีพมาช่วยกระจายข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลในขยายออกไปในวงกว้าง ซึ่งจะทำให้การทำงานในเครือข่ายเป็นการทำงานเชิงรุก และดำเนินต่อไป

โดยสรุป ถ้าเราต้องการสร้างเครือข่ายการรณรงค์ทางการสื่อสารขึ้นมา เราควรดึงหน่วยงานด้านการปกครองท้องถิ่น กลุ่มสื่อมวลชน หน่วยงานวิชาการ กลุ่มราชการ-สถานศึกษา และหน่วยงานธุรกิจมาเป็นองค์ประกอบสำคัญ และร่วมเป็นภาคีเครือข่ายช่วยกันขับเคลื่อนเครือข่ายการรณรงค์ทางการสื่อสารให้เติบโตต่อไป

สำหรับทิศทางในการสื่อสาร (Direction) ของเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จะมีทิศทางในแนวระนาบ (Horizontal Network) แบบสองทาง เป็นการสื่อสารในลักษณะที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และทุกภาคีเครือข่ายที่เข้ามาร่วมมือกับโครงการมีสถานภาพ มีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน และไม่ได้มีการสั่งการลงมาจากภาคีเครือข่ายใดภาคีเครือข่ายหนึ่ง หรือจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ แต่เป็นการสื่อสารจากภาคีเครือข่ายในระดับเดียวกัน โดยภาคีเครือข่ายที่เข้ามาร่วมมือกับโครงการนั้นต่างเห็นความสำคัญของประเด็นในการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลไม่ให้สูญพันธุ์ไปจากประเทศไทยร่วมกัน สอดคล้องกับ พรดี สะสมบัติ (2548) พบว่า การสื่อสารระหว่างแกนนำ สมาชิก และพันธมิตรเป็นการสื่อสารในแนวระนาบ ที่เห็นถึงความสำคัญในประเด็นของการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ ผกามาศ ธนพัฒนพงศ์ (2545) พบว่า เครือข่ายการสื่อสารของชมรมสื่อมวลชนเกษตรแห่งประเทศไทยมีการสื่อสารในแนวระนาบ เนื่องจากลุ่มต่าง ๆ ในเครือข่ายมีระดับเท่าเทียมกัน โดยมุ่งไปที่ประเด็นการแก้ไขปัญหาการทำงานที่ประสบอยู่ อรอนันต์ วุฒิเสน (2543) พบว่า กลุ่มเกษตรกร อำเภอยะหริ่ง จังหวัด ปัตตานี มีการติดต่อสื่อสารกันอย่างเสมอภาค เพื่อปรึกษาหารือกันในประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเลี้ยงปลากะพง และ ปาริชาต สถาปิตานนท์ (2543) กล่าวถึงการสื่อสารในแนวระนาบ (Horizontal Communication) และการสื่อสารสองทาง (Two - way Communication) ระหว่างบุคคลโดยที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมิได้แสดงออกซึ่งอำนาจที่เหนือกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง หรือการสั่งการ เพื่อให้อีกฝ่ายหนึ่งปฏิบัติตาม แต่เป็นการสื่อสารในลักษณะของกระบวนการหารือร่วมกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความหมายร่วมกัน ตลอดจนการร่วมรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการที่เครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีทิศทางในการสื่อสารในแนวระนาบ แบบสองทาง ซึ่งจะทำให้เครือข่ายเกิดการพัฒนา โดยแต่ละภาคีเครือข่ายมองเห็นความสำคัญของประเด็นการอนุรักษ์

เต่าทะเลร่วมกัน อันนำไปสู่การช่วยกันระดมความคิด ช่วยกันสร้างสรรค์กิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

บทบาทของแกนนำ คือ กองทัพเรือ จะเป็นหน่วยงานที่ริเริ่มโครงการ และเครือข่าย โดยมีโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นดาวเด่น (Star) ทำหน้าที่หลักในการประสานความร่วมมือระหว่างโครงการกับภาคีเครือข่าย คอยให้ข้อมูลข่าวสาร และรวบรวมข้อมูลข่าวสารของโครงการและภาคีเครือข่ายไว้ทั้งหมด สอดคล้องกับ แนวคิดเรื่องรูปแบบการสื่อสารของ Harold J. Leavitt (1973) ที่พบว่า รูปแบบการสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายแบบมีศูนย์กลางเป็นการสื่อสารที่คนใดคนหนึ่ง หรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเป็นศูนย์กลาง หรือทางผ่าน โดยที่สมาชิกคนอื่น ๆ ไม่มีการติดต่อกันโดยตรงแต่ต้องผ่านคนกลาง และ รณชาติ บุตรแสนคม (2545) พบว่า "ขบวนการตาสับปะรด" มีคุณฉัตรชัย เชื้อรามัญ เป็นศูนย์กลางข้อมูลของเครือข่ายโดยมีหน้าที่เป็นผู้รับเรื่องราว และแจ้งข่าวสารไปยังสมาชิกผ่านการใช้จดหมาย และทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานกับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความร่วมมือ

ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า การสื่อสารผ่านศูนย์กลาง หรือผ่านโครงการอนุรักษ์เต่าทะเล กองทัพเรือ นั้นจะทำให้ภาคีเครือข่ายมีระบบระเบียบ ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ไปสู่ภาคีเครือข่ายได้มีการคัดสรรเป็นอย่างดี เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เนื่องจากโครงการได้ทำการวิเคราะห์คุณค่าของข่าวสาร (New Value) ก่อนส่งต่อไปยังภาคีเครือข่าย เมื่อภาคีเครือข่ายได้รับข่าวสารสามารถนำไปสื่อสารไปกับสาธารณชนได้ทันที และไม่ก่อให้เกิดภาวะข้อมูลข่าวสารท่วมท้นจนไม่แน่ใจว่าจะนำสารใดไปทำการสื่อสารกับสาธารณชนกลุ่มเป้าหมายจึงจะก่อให้เกิดประโยชน์

นอกจากนี้ทิศทางการไหลเวียนของข้อมูล (Information flow) ของเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มี 3 แบบ ได้แก่ การสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) แสดงให้เห็นถึงการติดต่อผ่านศูนย์กลาง ซึ่งเหมาะสำหรับบางภาคีเครือข่าย อาทิ กลุ่มภาคีเครือข่ายสื่อมวลชนที่ไม่ค่อยมีเวลามากนัก และไม่สะดวกที่จะมาร่วมประชุมกับโครงการ และภาคีเครือข่าย และหน่วยงานทางธุรกิจที่ต้องทำงานอย่างรีบเร่ง แต่สำหรับหน่วยงานด้านการปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบลที่มีการทำงานอย่างใกล้ชิดกัน มีการประชุมปรึกษาหารือกันบ่อยครั้ง หน่วยงานเหล่านี้จึงมีการสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) การตัดสินใจจึงเป็นการตัดสินใจโดยกลุ่มย่อย (Collective Decision) และการสื่อสารแบบลูกโซ่ (Chain Network) ที่เกิดจาก "ความเกรงใจ และให้เกียรติ" หน่วยงานแรกที่ดึงหน่วยงานที่สองเข้ามาร่วมเป็นภาคีเครือข่าย ดังนั้นการสื่อสารแบบลูกโซ่จึงเกิดขึ้นกับ

บริษัท สยามโอเชี่ยนเวิร์ล กรุงเทพ จำกัด และคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สอดคล้องกับ ชิตาพร กันหลง (2543) ที่พบว่า ในส่วนของการสื่อสารระหว่างกลุ่มองค์กรพันธมิตรที่ร่วมมือกันเคลื่อนไหวผลักดันร่างรัฐธรรมนูญภายใต้ชื่อ 30 องค์กรประชาธิปไตย มีลักษณะการสื่อสารแบบลูกโซ่ ที่เป็นการติดต่อประสานงานกัน

รูปแบบความร่วมมือของแต่ละภาคีเครือข่ายที่เข้ามาร่วมดำเนินการอนุรักษ์เต่าทะเลกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จะมีรูปแบบความร่วมมือที่หลากหลาย และแตกต่างกันขึ้นอยู่กับศักยภาพ ความพร้อม รวมถึงนโยบายของหน่วยงานนั้น ๆ ซึ่งแบ่งเป็นรูปแบบสนับสนุน และรูปแบบกระทำ โดยมีรูปแบบความร่วมมือในด้านข้อมูล รูปแบบความร่วมมือในเรื่องของการขับเคลื่อนกิจกรรม และรูปแบบความร่วมมือในด้านของระบบสนับสนุน สอดคล้องกับ ชรัมพร จิตต์โกศล (2547) พบว่า บทบาทของภาคีเครือข่ายลดอุบัติเหตุ ประกอบด้วย 3 กลุ่มใหญ่ คือ เครือข่ายความคิด เครือข่ายกิจกรรม และเครือข่ายสนับสนุน และแนวคิดเรื่องบทบาทและการสนับสนุนเครือข่ายของ สมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ อ้างถึงใน ปาริชาติ วลัยเสถียร (2543) ที่กล่าวว่า ในเครือข่ายใหญ่สามารถจำแนกประเภทของสมาชิกเครือข่ายตามบทบาทการดำเนินงานเป็น 3 ประเภท ได้แก่ เครือข่ายความคิด เครือข่ายกิจกรรม และเครือข่ายสนับสนุนทุน

จากผลการวิจัย **ผู้วิจัยเกิดข้อค้นพบที่ว่า การนำรูปแบบความร่วมมือต่าง ๆ ที่ภาคีเครือข่ายให้การสนับสนุน ช่วยเหลือการดำเนินโครงการมาทำการวิเคราะห์ว่ารูปแบบความร่วมมือเหล่านั้นอยู่ในด้านข้อมูล ด้านการขับเคลื่อนกิจกรรม หรือด้านของระบบสนับสนุน จะทำให้กลุ่มแกนนำหลักทราบว่า เมื่อเราดึงแต่ละภาคีเครือข่ายเข้ามามีส่วนร่วม ภาคีเครือข่ายเหล่านั้นจะเข้ามาให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนเครือข่ายในด้านใด มีบทบาทอย่างไร ถ้าเราวางกรอบตรงนี้ได้อย่างชัดเจน จะทำให้เครือข่ายสามารถนำรูปแบบความร่วมมือต่าง ๆ ที่ภาคีเครือข่ายให้การสนับสนุนมาบริหารจัดการในการดำเนินโครงการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ**

ประเด็นเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

กระบวนการสื่อสารภายในเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีการสื่อสารกันในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ ประเด็นด้านการประชาสัมพันธ์ ประเด็นด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน ประเด็นด้านงบประมาณและการหารายได้ ประเด็นด้านความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล และ

ประเด็นด้านกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล สอดคล้องกับ หริสุดา ปัณฑวนันท์ (2544) พบว่า การสื่อสารภายในเครือข่าย "เมาไม่ขับ" ประกอบด้วยประเด็นการขอการสนับสนุนด้านนโยบาย การขอการสนับสนุนด้านการใช้กฎหมายควบคู่ไปกับการรณรงค์ การขอการสนับสนุนด้านงบประมาณ การขอการสนับสนุนด้านกิจกรรมการรณรงค์ การประชาสัมพันธ์ การประเมินโครงการ การสร้างกระแสสังคม ทรรศนวรรณ รณฤทธิวิชัย (2548) พบว่า ประเด็นในการสื่อสารกันภายในมูลนิธิสุขภาพไทย กับองค์กรพันธมิตรต่าง ๆ ประกอบด้วย การสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือกันในส่วนของการร่วมงานทางวิชาการ การเป็นเจ้าภาพร่วมในการจัดกิจกรรมร่วมกัน การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การเผยแพร่ความรู้ผ่านรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ และ ผกามาศ ธนพัฒนพงศ์ (2545) พบว่า การสื่อสารภายในเครือข่ายของชมรมสื่อมวลชนเกษตรแห่งประเทศไทยมีประเด็นการจัดกิจกรรมออกค่ายทัวร์เกษตร ประเด็นสถานการณ์เกษตรของประเทศ ประเด็นการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ภายในชมรม ประเด็นการประสานข้อมูลและแบ่งปันข้อมูล ประเด็นความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของชมรม ประเด็นทั่ว ๆ ไป และประเด็นเรื่องส่วนตัว

ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่าโครงการรณรงค์ส่วนมากจะมีประเด็นการสื่อสารภายในเครือข่ายที่คล้ายคลึงกัน เนื่องจากประเด็นเหล่านี้เป็นประเด็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้โครงการดำเนินกิจกรรมต่อไปให้ประสบความสำเร็จ แต่อย่างไรก็ตามยังมีประเด็นการสื่อสารในเครือข่ายที่แตกต่างกัน ได้แก่ ประเด็นการสื่อสารด้านการขอสนับสนุนด้านนโยบาย การประเมินโครงการ การสร้างกระแสสังคม ที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ไม่ได้ทำการสื่อสาร เนื่องจากกองทัพเรือเป็นหน่วยงานภาครัฐบาลที่เข้ามาดำเนินการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล จากการสัมภาษณ์หน่วยงานราชการต่างๆ ยินดีที่จะเข้ามาช่วยเหลือกองทัพเรือ เนื่องจากความเป็นหน่วยงานราชการเหมือนกัน ต้องส่งเสริม ช่วยเหลือ สนับสนุนซึ่งกันและกัน ซึ่งกองทัพเรือทราบในจุดนี้และได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานราชการด้วยกันเป็นอย่างดี การติดต่อสื่อสารกันภายในภาคีเครือข่ายจึงไม่ได้มีการกล่าวถึงประเด็นการขอการสนับสนุนด้านนโยบายเหมือนกับเครือข่ายการรณรงค์ "เมาไม่ขับ"

สำหรับประเด็นการประเมินโครงการ และประเด็นด้านการสร้างกระแสสังคม จากการทำงานของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่าโครงการไม่ได้ตั้งเป้าหมายด้านระยะเวลาในการรณรงค์เกี่ยวกับการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลอย่างชัดเจน กำหนดว่าเป็นโครงการระยะยาว จึงไม่เน้นเรื่องการประเมินผลโครงการที่ทำร่วมกับภาคีเครือข่าย แต่ในความเป็นจริงแล้ว โครงการมีการประเมินเกี่ยวกับความสำเร็จในเรื่องอัตราการรอด และการกลับมาวางไข่ของแม่เต่าทะเลว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้นหรือไม่ อย่างไร ซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปสู่

ความสำเร็จในการทำการสื่อสารไปสู่สาธารณชนได้ โดยเฉพาะถ้าอัตราการกลับมาวางไข่ของเต่าทะเลมากเพียงไร ย่อมแสดงให้เห็นถึงการให้ความร่วมมือของสาธารณชนในการไม่รุกรานเต่าทะเล จึงสามารถกลับมาแพร่ขยายพันธุ์ได้ ดังนั้นการทำการสื่อสารไปสู่สาธารณชนของโครงการและภาคีเครือข่ายจึงเรียกได้ว่าประสบความสำเร็จ ในส่วนประเด็นการสร้างกระแสสังคม กองทัพเรือควรมีการพูดคุยกับภาคีเครือข่ายในเรื่องการสร้างกระแสในสังคม เนื่องจากในปัจจุบันสังคมกำลังหันมาให้ความสำคัญกับประเด็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โครงการและภาคีเครือข่ายควรฉวยโอกาสในขณะนี้ รีบทำการสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนให้หันมาร่วมมือกับกองทัพเรือทำการอนุรักษ์เต่าทะเล

นอกจากนี้โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีการสื่อสารภายในเครือข่ายทั้งการสื่อสารเชิงรุก และการสื่อสารเชิงรับ สำหรับการสื่อสารเชิงรุก โครงการมีเป้าหมายในอนาคตที่ชัดเจน และพยายามทำการสื่อสารเพื่อไปให้ถึงเป้าหมายนั้น อาทิ การติดต่อสื่อสารเพื่อให้ภาคีเครือข่ายสื่อมวลชนมาร่วมทำข่าว โดยโครงการจะพิจารณาว่าควรจะนำเสนอโครงการไปยังภาคีเครือข่ายที่มีศักยภาพเพียงพอ และสามารถให้ความช่วยเหลือได้ เพื่อให้เกิดการสนับสนุนโครงการในที่สุด โดยโครงการจะทำการสื่อสารเข้าไปหาภาคีเครือข่าย สอดคล้องกับ Kotler Roberto และ Lee (2002) กล่าวว่า การใช้หลักเทคนิคทางการตลาดเพื่อชักจูงผู้ฟังให้ยอมรับ ปฏิเสธ ปรับปรุง หรือยกเลิกพฤติกรรมโดยสมัครใจ เพื่อผลประโยชน์ของตนเอง ประโยชน์ของกลุ่ม หรือสังคมโดยรวม ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า การที่กองทัพเรือการนำโครงการไปนำเสนอกับภาคีเครือข่าย เพื่อให้ภาคีเครือข่ายทราบการดำเนินงานของโครงการ และยอมรับที่จะให้การสนับสนุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ที่กองทัพเรือ และสังคมโดยรวม เนื่องจากโครงการเป็นการดำเนินงาน เพื่อรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีคุณค่าให้อยู่คู่สังคม

สำหรับการสื่อสารในเชิงรับของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จะเป็นการสื่อสารในลักษณะที่โครงการดำเนินการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล และมีภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ให้ความสนใจเข้ามาขอร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเลกับโครงการ ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า การเข้ามาร่วมมือกันของโครงการและภาคีเครือข่าย ถ้าหน่วยงานทั้ง 2 ได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน การดำเนินกิจกรรมร่วมกันจะเกิดขึ้น สอดคล้องกับ Judith Dwyer (1997) กล่าวถึง ยุทธวิธีแบบชนะ-ชนะ ว่าเป็นการเจรจาต่อรองที่ทั้งสองฝ่ายต่างก็ได้ตามจุดประสงค์ที่ตนเองต้องการ ผลสำเร็จที่เกิดขึ้นแก่ทั้งสองฝ่ายคือไม่มีฝ่ายใดแพ้ ฝ่ายใดชนะ ดังนั้นการติดต่อสื่อสารพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลและความต้องการของตน จะทำให้ยุทธวิธีแบบชนะ-ชนะประสบความสำเร็จได้ อาทิ โครงการได้รับการสนับสนุนงบประมาณ ภาคีเครือข่ายหน่วยงานธุรกิจสามารถลงข่าวประชาสัมพันธ์ว่าเป็น

หน่วยงานหนึ่งที่ "คืนกำไรให้กับสังคม" การร่วมมือกับภาคีเครือข่ายกลุ่มสื่อมวลชนได้นำเสนอข่าวสารที่มีคุณค่าต่อสังคมตามบทบาทและหน้าที่ของตน และโครงการได้มีช่องทางการเผยแพร่การดำเนินงานและกิจกรรมไปสู่สาธารณชน การร่วมมือกับภาคีเครือข่ายหน่วยงานวิชาการได้มีโอกาสเผยแพร่ความรู้ เพื่อนำไปพัฒนาประเทศ และโครงการได้มีความรู้ทางวิชาการที่ถูกต้องในการปฏิบัติงาน ฯลฯ นอกจากนี้**ผู้วิจัยเกิดข้อค้นพบที่ว่า การได้รับประโยชน์ทั้ง 2 ฝ่ายจะทำให้การทำงานอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกันระหว่างโครงการและภาคีเครือข่ายดำเนินต่อไป จนกระทั่งฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะไม่ได้รับผลประโยชน์ตามที่ตนเองต้องการ การร่วมมือกันจะยุติบทบาทลง**

สำหรับช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันภายในเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ใช้ช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย ทั้งการพูดคุยผ่านโทรศัพท์ การพูดคุยโดยตรง หนังสือราชการ สื่อบุคคล กิจกรรม E-mail เครื่องโทรสาร และการประชุม สอดคล้องกับ ทรรศนวรรณ รณฤทธิวิชัย (2548) ที่พบว่า ช่องทางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับองค์กรพันธมิตร ได้แก่ โทรศัพท์ โทรสาร การพบปะพูดคุย การประชุม E-mail **ผู้วิจัยเกิดข้อค้นพบที่ว่า การใช้สื่อที่หลากหลายทำการติดต่อกันภายในเครือข่ายจะขึ้นอยู่กับบริบทแวดล้อม สถานการณ์ หรือประเด็นที่ต้องทำการติดต่อสื่อสารกัน** ถ้าเป็นการบอกกล่าว ชักชวนบนพื้นฐานความสนิทสนมคุ้นเคยกันระหว่างโครงการและภาคีเครือข่าย จะเป็นการติดต่อสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการผ่านการพูดคุยกันทางโทรศัพท์ หรือการพูดคุยโดยตรง สอดคล้องกับ อรอนันต์ วุฒิเสน (2543) พบว่า การสื่อสารในการประสานเครือข่ายด้วยการสื่อสารแบบสองทางที่ไม่เป็นทางการ จะทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว เพราะข้อมูลข่าวสารที่ถ่ายทอดถึงกันสามารถตอบสนองความต้องการ และช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของทุกคน และ ชิตาพร กันหลง (2543) พบว่า การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการเป็นการสื่อสารระหว่างองค์กรกับเครือข่ายที่มีความสนิทสนมคุ้นเคยกันเป็นอย่างดีแล้ว รูปแบบการสื่อสารจึงมักเป็นการพูดคุยกันแบบตัวต่อตัว ซึ่งสอดคล้องกันแนวคิดของพัชนี เชยจรรยา และคณะ (2541) ที่กล่าวว่า เมื่อเวลาผ่านไปถ้าโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายยังทำการสื่อสารในลักษณะนี้อยู่ เครือข่ายที่เกิดขึ้นนี้จะค่อย ๆ กลายเป็นแหล่งข้อมูลที่ไม่เป็นระเบียบ (Unstructed) ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า การสื่อสารในลักษณะนี้เป็นสาเหตุทำให้การดำเนินงานร่วมกันระหว่างโครงการและภาคีเครือข่าย เกิดข้อผิดพลาดอันเนื่องมาจากการสนทนา หรือความไม่ชัดเจนในการสนทนา ซึ่งจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิด และปัญหาการดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลตามมาในภายหลัง

นอกจากนี้ ถ้าเป็นกรณีขอเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายเพื่อดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกัน จำเป็นจะต้องใช้หนังสือราชการเป็นสื่อ เนื่องจากเป็นกฎระเบียบข้อบังคับของหน่วยงาน ถ้าต้องการติดต่อสื่อสารในเชิงวิชาการจะมีการส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทาง E-mail และเครื่องโทรสาร เนื่องจากเนื้อหาสารจะมีทั้งรูปภาพ และข้อความที่ละเอียดซับซ้อน ถ้าใช้การติดต่อสื่อสารผ่านสื่ออื่นอาจทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้ การใช้สื่อบุคคลเพื่อส่งต่อความคิด หรือข้อมูล เกิดจากการให้เกียรติกันระหว่างภาคีเครือข่าย การใช้สื่อกิจกรรมเป็นในเบิกทางในการเชิญชวนเข้ามาดำเนินงานร่วมกัน และการประชุม เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการระดมสมองของโครงการและภาคีเครือข่าย เพื่อให้การดำเนินงานอนุรักษ์เต่าทะเลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับ ปาริชาต สถาปิตานนท์ สโรบล (2542) กล่าวว่า กระบวนการโต้ตอบกันของสมาชิก (Dialectic Process) บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกันเป็นการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างแกนนำหลักกับภาคีเครือข่าย และ Nair & White (1993) กล่าวถึงการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมว่า เป็นการออกแบบกระบวนการสื่อสาร โดยมุ่งเน้นให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถสื่อสารกันได้ในลักษณะของ "การปรึกษาหารือ" (Dialogue) ร่วมกัน และยังเกี่ยวข้องกับการร่วมกันระบุความจำเป็น และสภาพปัญหาในการพัฒนา การร่วมกันคิดเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และการตัดสินใจต่าง ๆ ในเรื่องที่จำเป็นต่อการพัฒนา ตลอดจนการลงมือปฏิบัติการพัฒนาภายใต้สถานการณ์ของความร่วมมือกัน ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า การจะเลือกใช้ช่องทางใด นอกจากจะขึ้นอยู่กับเหตุผลดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังขึ้นอยู่กับคุณลักษณะศักยภาพและความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อของโครงการ และภาคีเครือข่าย เพื่อให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ **ผู้วิจัยยังได้ข้อค้นพบในเรื่องของ "เวลา" ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้กระบวนการสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายที่ส่วนใหญ่ใช้การติดต่อสื่อสารกันผ่านการพูดคุยทางโทรศัพท์มากกว่าการประชุม** เนื่องจากแต่ละหน่วยงานมีหน้าที่ความรับผิดชอบหลักของตนเอง และการมาเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือเป็นเพียงภารกิจหนึ่งของหน่วยงานเท่านั้น แต่ละหน่วยงานจึงถือคติที่ว่า "ช่วยได้ เท่าที่ช่วยได้" ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า การที่ภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ไม่ได้มีการจัดประชุมในลักษณะที่เชิญทุกภาคีเครือข่ายเข้ามาร่วมประชุมปรึกษาหารือ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายร่วมกัน จะแต่เพียงการประชุมกลุ่มย่อย และการประชุมระหว่างโครงการกับภาคีเครือข่ายใดภาคีเครือข่ายหนึ่งเท่านั้น ประกอบกับการจัดงานของโครงการที่มีระยะเวลาในการเตรียมการน้อย จึงต้องเลือกใช้สื่อที่สามารถส่งสารไปยังภาคีเครือข่ายได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น การ

พูดคุยผ่านโทรศัพท์จึงเป็นทางออกที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในเครือข่าย และเป็นช่องทางการสื่อสารที่โครงการและภาคีเครือข่ายเลือกใช้เป็นประจำ

ประเด็นเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารกับสาธารณชนในการอนุรักษ์เต่าทะเลของภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

1. เป้าหมายทางการสื่อสารในการอนุรักษ์เต่าทะเล

กระบวนการสื่อสารในการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลกับสาธารณชนโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้กำหนดเป้าหมายทางการสื่อสาร โดยมุ่งหวังที่จะปรับเปลี่ยนทัศนคติ และปลูกจิตสำนึกของสาธารณชนให้หันมาตระหนักว่า เต่าทะเลมีความสำคัญต่อมนุษย์ อันนำไปสู่เป้าหมายหลัก คือ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของสาธารณชนให้หันมาร่วมมือกับโครงการ และภาคีเครือข่ายทำการอนุรักษ์เต่าทะเลจนห่างไกลจากภาวะเสี่ยงใกล้สูญพันธุ์ สอดคล้องกับ พรดี สะสมบัติ (2548) พบว่า เป้าหมายการรณรงค์ของกลุ่มนมแม่ คือ ให้กลุ่มเป้าหมายมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมให้คุณแม่หันมาเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ และประสบความสำเร็จในการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่กันมากขึ้น ประกายกาวิล ศรีจินดา (2548) พบว่า โครงการ "สัจจะอธิษฐาน" ต้องการปลูกจิตสำนึกให้คนไทยลงมือทำความดีอย่างต่อเนื่องยืนยาว โดยการปฏิบัติตนตามสัจจะอธิษฐานที่ได้ตั้งไว้ และ ณัฏฐณิชย์ ศรีมาเสริม (2547) พบว่า แนวคิดหลักของการรณรงค์เพื่อลดการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในชุมชนศาลายา คือ ต้องการลดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในชุมชนศาลายา สอดคล้องกับ แนวคิดของปาริชาต สถาปิตานนท์ และคณะ (2546) ได้สรุปไว้ว่า เป้าหมายการรณรงค์ระดับบุคคล แบ่งออกได้เป็น 4 ด้าน คือ การกระตุ้นให้เกิดการตื่นกลัวต่อสภาพปัญหา การปรับเปลี่ยนทัศนคติในทางที่เหมาะสม การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในทางที่พึงประสงค์ และสร้างสำนึกหรือความภาคภูมิใจให้กับบุคคล และแนวคิดของ Nowak และ Warneryd (1995 อ้างถึงใน ณัฐวิภา สินสุวรรณ, 2548) การรณรงค์ที่มุ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมมี 4 ระดับ คือ การเปลี่ยนแปลงความคิด (Cognitive Change) การเปลี่ยนแปลงการกระทำ (Action Change) การเปลี่ยนแปลงระดับพฤติกรรม (Behavioral Change) และการเปลี่ยนแปลงระดับค่านิยม (Value Change)

ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า โครงการรณรงค์ข้างต้นล้วนแล้วแต่มีเป้าหมายระดับบุคคล ซึ่งบางโครงการอาจมีเป้าหมายหลายเป้าหมาย แต่ท้ายที่สุดแล้วทุกโครงการต้องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavioral Change) ให้เป็นไปในแนวทางที่โครงการได้วางเอาไว้ นอกจากนี้

เป้าหมายในการรณรงค์ยังเป็นการแสดงให้เห็นจุดยืนของโครงการที่ใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือนำพาให้โครงการรณรงค์ไปถึงจุดหมาย และยิ่งถ้าเป็นโครงการรณรงค์ที่มีภาคีเครือข่ายจำนวนมากเข้ามาช่วยทำการสื่อสาร เป้าหมายทางการสื่อสารจะเป็นเสมือนภาพในใจเพียงภาพเดียวที่แกนนำหลัก และภาคีเครือข่ายจะช่วยกันสื่อสารและทำให้เป็นภาพจริงเกิดในสังคม

โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายมีกระบวนการสื่อสารในการอนุรักษ์เต่าทะเลไปสู่สาธารณชน ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน คือ 1) เป้าหมายทางการสื่อสาร 2) วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร 3) กลุ่มผู้ทำการสื่อสาร 4) กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร 5) ประเด็นในการสื่อสาร 6) ช่องทางการสื่อสาร 7) กลยุทธ์ด้านสารของโครงการฯ และภาคีเครือข่าย 8) กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อของโครงการฯ และภาคีเครือข่าย สอดคล้องกับ พรดี สะสมบัติ (2548) พบว่า กระบวนการสื่อสารของกลุ่มนมแม่ในการรณรงค์ต่อสาธารณชน ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้ 1) การกำหนดเป้าหมายในการรณรงค์ 2) วัตถุประสงค์ของการรณรงค์ 3) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ 4) การกำหนดข้อมูลและประเด็นในการรณรงค์ 5) ช่องทางการสื่อสาร 6) กลยุทธ์การใช้สารของกลุ่มนมแม่ 7) กลยุทธ์การใช้สื่อของกลุ่มนมแม่ 8) การวิจัย และ ปาริชาต สถาปิตานนท์ และคณะ (2546) ได้สรุปองค์ประกอบเชิงการรณรงค์ ได้แก่ เป้าหมายในการรณรงค์ วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย ข้อมูล/ประเด็นในการรณรงค์ ช่องทางการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และการวิจัย โดยโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ไม่มีขั้นตอนการวิจัยเพียงอย่างเดียว ไม่สอดคล้องกับ ณัฏฐณิชย์ ศรีมาเสริม (2547) พบว่า กระบวนการรณรงค์เพื่อลดการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในชุมชนศาลายา ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นตอนการวิจัย 2) ขั้นตอนการวางแผน – กระทำ 3) ขั้นตอนการสื่อสาร 4) ขั้นตอนการประเมินผล ชรัมพร จิตต์โกศล (2547) พบว่า กระบวนการประชาสัมพันธ์รณรงค์โครงการโครงการลดอุบัติเหตุทางการจราจรของเครือข่ายลดอุบัติเหตุ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นการวิจัย 2) ขั้นการวางแผน 3) ขั้นการสื่อสาร 4)ขั้นการประเมินผล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า การที่เป้าหมายของโครงการรณรงค์ข้างต้นมีเป้าหมายเหมือนกัน คือ ต้องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม แต่กระบวนการในการรณรงค์กลับมีความแตกต่างกัน เนื่องจากการหยิบเอากรอบแนวคิดที่แตกต่างกันมาเป็นแนวทางในการรณรงค์ กระบวนการรณรงค์จึงมีความแตกต่างกัน เนื่องจากเครือข่ายและกระบวนการสื่อสารของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และกระบวนการสื่อสารในการรณรงค์เรื่องการเลี้ยงลูกด้วยน้ำนมมารดาของ "กลุ่มนมแม่" ได้นำแนวคิดองค์ประกอบเชิงการรรณรงค์เข้ามาเป็นแนวทางในการ

สื่อสารกับสาธารณชน กระบวนการรณรงค์จึงคล้ายกัน แต่กระบวนการรณรงค์เพื่อลดการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในชุมชนศาลายา ได้นำหลักการเบื้องต้นของการประชาสัมพันธ์ และแนวคิดด้านการจัดการสื่อสารเชิงประยุทธ์มาใช้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นถึงแม้กระบวนการรณรงค์ต่างกัน แต่ถ้าสามารถนำพาโครงการไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ก็ถือว่าการรณรงค์ประสบความสำเร็จเฉกเช่นเดียวกัน

2. **วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเล**

วัตถุประสงค์ของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายในการสื่อสารกับสาธารณชนเพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเล ประกอบด้วย 1) เพื่อให้สาธารณชนมีความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล 2) เพื่อปลูกจิตสำนึกของสาธารณชนให้เห็นความสำคัญของเต่าทะเล 3) เพื่อโน้มน้าวใจให้สาธารณชนหันมาให้ความร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเล 4) เพื่อขยายแนวร่วมการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในสังคมไทยให้ออกไปในวงกว้าง สอดคล้องกับ ลัดดาวัลย์ หวังชิงชัย (2546) พบว่า โครงการพลังไทย ลดใช้พลังงาน มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อรณรงค์ให้ทราบถึงความจำเป็นของการอนุรักษ์พลังงาน เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบประโยชน์ที่ได้รับจากการอนุรักษ์ทั้งต่อตนเองและประเทศ 2) เพื่อประชาสัมพันธ์วิธีการอนุรักษ์ที่สามารถปฏิบัติได้โดยง่าย 3) เพื่อประชาสัมพันธ์มาตรการแก้ไขและป้องกันการขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิงรัฐต้องการความร่วมมือร่วมใจจากประชาชนทั่วประเทศ สอดคล้องกับ แนวคิดเรื่องการกำหนดวัตถุประสงค์ในการรณรงค์ของบุษบา สุธีธร (2530) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ที่ดีต้องมีลักษณะเฉพาะเจาะจง บอกถึงพฤติกรรมให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และ แนวคิดของ นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2542) ที่กล่าวไว้ว่า วัตถุประสงค์จะเป็นเหมือนกลุ่มย่อยของเป้าหมาย วัตถุประสงค์หลาย ๆ ข้อจะช่วยทำให้เป้าหมายบรรลุผลได้

ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้มีการวางวัตถุประสงค์ในการสื่อสารไว้หลายข้อเช่นกัน เพื่อที่จะใช้เป็นบันไดในการนำไปสู่เป้าหมายทางการสื่อสาร เนื่องจากโครงการมองว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของมนุษย์ไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะลุกขึ้นมาปรับเปลี่ยนกันได้ภายใน 1-2 วัน นอกจากจะต้องใช้ระยะเวลาแล้วยังต้องมีการให้ความรู้ ทำความเข้าใจกับสาธารณชนให้เข้าใจเสียก่อน เขาถึงจะมีทัศนคติที่ดีกับเต่าทะเล และให้ความร่วมมือกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

3. กลุ่มผู้ทำการสื่อสาร

การสื่อสารในการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลไปสู่สาธารณชน มีกลุ่มผู้ทำการสื่อสาร 2 กลุ่ม คือ โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ สอดคล้องกับปรมะ สตะเวทิน (2540) กล่าวว่า ผู้ส่งสาร คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจะทำการสื่อสาร ความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตนเอง ซึ่งผู้ส่งสารอาจเป็นปัจเจคบุคคล กลุ่มคน หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบันก็ได้ ซึ่งเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ นี้ผู้ทำการสื่อสารเป็นหน่วยงานที่เป็นแกนนำในการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล และหน่วยงานที่เป็นภาคีเครือข่าย ช่วยกันทำการสื่อสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลไปสู่สาธารณชน ซึ่งสารที่ออกไปจะออกไปในนามหน่วยงานเป็นหลัก ไม่สอดคล้องกับ ณุภัทรา จันทวิช (2548) พบว่า กระบวนการสื่อสารเพื่ออนุรักษ์ป่าไม้ ของเจ้าหน้าที่ป่าไม้กับชุมชนกระเหรี่ยง หมู่บ้านแม่กระบุง อ.ศรีสวัสดิ์ จ.กาญจนบุรี ผู้สื่อสารจะเน้นไปที่ตัวบุคคลเป็นหลัก ทั้งเจ้าหน้าที่ป่าไม้ในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ อาจารย์ใหญ่ ครู ฯลฯ ที่เป็นสื่อบุคคลที่ชาวบ้านยอมรับนับถือมาเป็นผู้ส่งสาร ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่าการสื่อสารที่ออกจากหน่วยงานของเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ นั้นส่วนมากเป็นการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน เนื่องจากภาคีเครือข่ายที่ทำการสื่อสารจะได้เครดิตด้วยว่าเป็นหน่วยงานที่ทำประโยชน์เพื่อสังคม แต่ในขณะเดียวกันโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือก็มีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ฯ ทำคอยทำการสื่อสารเพื่อให้ความรู้ และโน้มน้าวใจให้สาธารณชนหันมาร่วมมือกันอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลด้วย ซึ่งจะสามารถปรับเปลี่ยนทัศนคติ อันนำไปสู่พฤติกรรมของสาธารณชนได้เช่นกัน

4. กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร

โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายได้ทำการสื่อสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลไปสู่สาธารณชน ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกได้เป็น 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา และโรงเรียน 2) กลุ่มประชาชนทั่วไป 3) กลุ่มประชาชนในพื้นที่ และ4) กลุ่มนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2542) ที่กล่าวไว้ว่า การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย คือ การจัดการให้รู้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร และถ้าให้ดียิ่งขึ้นควรแยกย่อยเป็นแต่ละพื้นที่ เป็นกลุ่มย่อย ๆ ก็จะเป็นประโยชน์ต่อการรณรงค์มากขึ้น ซึ่งจากผลการวิจัยโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายก็มีการทำการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย โดยนำเอาเกณฑ์ความเสี่ยง และแนวร่วมมาเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย Salcedo และคณะ (อ้างถึงใน กิตติ กันภัย, 2543) กล่าวไว้ว่า การศึกษา

กลุ่มเป้าหมายให้ถ่องแท้เปรียบเสมือนการปรับภาพการรณรงค์ให้คมชัดมากยิ่งขึ้น และ แนวคิดของปาริชาต สถาปิตานนท์ และคณะ (2546) ที่ได้กล่าวไว้ว่า นักรณรงค์นิยมแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 3 กลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มเคยเสียงและยินดีเป็นแนวร่วม กลุ่มยังเสี่ยงแต่สมัครใจเป็นแนวร่วม และกลุ่มไม่เสี่ยง แต่พร้อมที่จะเป็นแนวร่วม โดยโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย ได้พิจารณาและเห็นว่าการแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามความเสี่ยงนี้จะทำให้การสื่อสารง่ายขึ้น และก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งการออกแบบสาร และการเลือกใช้สื่อ

นอกจากนี้**ผู้วิจัยยังเกิดข้อค้นพบที่ว่า กลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนในพื้นที่บางส่วน (ส่วนน้อย) เป็นกลุ่มเสี่ยง แต่พร้อมที่จะเป็นแนวร่วม ซึ่งไม่ได้อยู่ในกรอบแนวคิดของปาริชาต สถาปิตานนท์ และคณะ (2546) แต่มีลักษณะใกล้เคียงกับแนวคิดมาก ซึ่งคนกลุ่มนี้ยังมีพฤติกรรมลักลอบจับเต่าทะเลที่กองทัพเรือปล่อยคืนสู่ธรรมชาติไปขายตามใบสั่งของจากกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นการตัดวงจรชีวิตของเต่าทะเล และเป็นการทำลายความตั้งใจของหลายหน่วยงานที่พยายามจะอนุรักษ์เต่าทะเลไว้ให้อยู่คู่กับท้องทะเลไทย ประชาชนกลุ่มนี้มีลักษณะพฤติกรรมคล้ายกับ "ปากว่าตาขยิบ" คือในขณะที่ลักลอบจับเต่าทะเลไปขาย ปากก็ช่วยโครงการทำการสื่อสารแบบปากต่อปากไปสู่เพื่อนชาวประมงว่าการทำฆ่าเต่าทะเลเป็นสิ่งไม่ดี ไม่ควรทำ คือ ประชาชนในพื้นที่เหล่านั้นมีความรู้ มีการเผยแพร่ข้อมูลการอนุรักษ์เต่าทะเลที่ถูกต้องไปสู่บุคคลอื่น แต่ไม่เกิดการปฏิบัติ ซึ่งจะทำให้การอนุรักษ์เต่าทะเลลำบากมากขึ้น เพราะกลุ่มบุคคลเหล่านี้คอยทำลาย หลังจากที่มีกลุ่มหน่วยงานอื่นคอยสร้างสรรค์ ดังนั้น โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีจะต้องให้ความสนใจกับประชาชนในพื้นที่กลุ่มนี้เป็นอย่างมาก เพื่อให้เขาเกิดทั้งความคิด และการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์เต่าทะเลที่ถูกต้อง**

5. การกำหนดประเด็น และเนื้อหาในการสื่อสาร

โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้กำหนดประเด็นการสื่อสารในการอนุรักษ์เต่าทะเลกับสาธารณชนไว้ 4 ประเด็น ได้แก่ 1) ประเด็นความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล 2) ประเด็นการปลูกจิตสำนึกให้เกิดความหวงแหน และช่วยกันดูแลเต่าทะเล 3) ประเด็นการบอกแนวทางการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล 4) ประเด็นการเผยแพร่กิจกรรมโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และเชิญชวนให้สาธารณชนเข้าร่วม สอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ (2549 อ้างถึงใน ปาริชาต สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549) ที่กล่าวถึงการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ว่า เนื้อหาที่เกี่ยวพันกับเรื่องสิ่งแวดล้อมจะมีอยู่ 3 เรื่องใหญ่ ๆ คือ เนื้อหาด้านจิตสำนึกสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นทั้ง "ตัวบ่งชี้" ระดับจิตสำนึก และเป็นทั้ง "กลไก / เครื่องมือสร้างจิตสำนึก"

เนื้อหาองค์ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม และข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ซึ่งชุมชนต้องมีความรู้ที่จะ "update" ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน เช่น ชุมชนต้องมีวิธีการประเมินลักษณะของพืช สัตว์ ร่องน้ำ ฯลฯ เพื่อกำหนดแผนงานการใช้ประโยชน์ ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า เนื้อหาที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย นำมาเผยแพร่สู่สาธารณชนนั้น ครอบคลุมเกณฑ์การวิเคราะห์เนื้อหาทั้งหมด และยังเพิ่มเนื้อหาในส่วนของประเด็นการบอกแนวทางการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์เต่าทะเล เนื่องจากการบอกว่าถึงการกระทำที่ควรทำ และการกระทำที่ไม่ควรทำ จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจง่าย ไม่ต้องคิดวิเคราะห์ว่าการกระทำในลักษณะใดเป็นการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ซึ่งการออกแบบเนื้อหาสารในลักษณะนี้ยังสามารถลดข้อจำกัดในการคิด วิเคราะห์ อันนำไปสู่การปฏิบัติของกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มได้

6. ช่องทางการสื่อสาร

เครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้นำสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อกิจกรรม สื่อเฉพาะกิจ และสื่อใหม่มาใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับสาธารณชน สอดคล้องกับ ทรรศนวรรณ รณฤทธิวิชัย (2548) พบว่า ช่องทางที่มูลนิธิสุขภาพไทยใช้ในการติดต่อสื่อสารกับประชาชนผู้สนใจทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อมวลชน ผ่านรูปแบบของกิจกรรมและการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น การฝึกอบรมการเสวนา การเป็นเจ้าภาพร่วมในการจัดนิทรรศการ หริสุดา ปัณฑวนันท์ (2544) พบว่า สื่อที่โครงการ "เมาไม่ขับ" ใช้ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิค และสื่อบุคคล พรดี สะสมบัติ (2548) พบว่า ในการรณรงค์เรื่องการเลี้ยงลูกด้วยน้ำนมมารดาของ "กลุ่มนมแม่" ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อกิจกรรม สื่อเฉพาะกิจหรือสื่อรณรงค์ และสื่อพิเศษ ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า โครงการรณรงค์ส่วนใหญ่จะมีการใช้สื่อทุกช่องทางเหมือนกัน โดยคำนึงถึงศักยภาพของสื่อแต่ละชนิด เพื่อทำการใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการรณรงค์ อันนำไปสู่ประสิทธิผลของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับ พิมศิริ สมสกุล (2548) พบว่า กระบวนการสื่อสารและประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ใช้สื่อมวลชน สื่ออินเตอร์เน็ต และสื่อเฉพาะกิจ และ ประกายกาวิล ศรีจินดา (2548) พบว่า โครงการ "สัจจะอธิษฐาน" มีการใช้สื่อต่าง ๆ ที่หลากหลายโดยมีโปสเตอร์เป็นสื่อหลัก และสื่ออื่น ๆ ประกอบด้วย โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ บิลบอร์ด แบนเนอร์ รวมไปถึงสื่อทันสมัยอื่น ๆ อาทิ เว็ปไซด์, เอ็ม-การ์ด และอี-การ์ด เป็นต้น

นอกจากนี้ **ผู้วิจัยเกิดข้อค้นพบที่ว่า การเลือกใช้กรอบแนวทางเชิงการรรณรงค์หรือการเลือกใช้กรอบแนวทางการประชาสัมพันธ์ มาเป็นแนวทางในการดำเนิน**

โครงการรณรงค์นั้น มีความแตกต่างกันตรงที่การเลือกใช้สื่อ ซึ่งจะเห็นได้ว่าโครงการรณรงค์ที่ใช้กรอบแนวทางเชิงการรณรงค์นั้น จะมีการนำสื่อบุคคล และสื่อกิจกรรมมาใช้ในการสื่อสารกับสาธารณชน ซึ่งสื่อทั้ง 2 นี้มีประสิทธิภาพสามารถโน้มน้าวใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมได้ อีกทั้งยังเป็นการสื่อสาร 2 ทางที่สามารถโต้ตอบกันได้ แสดงความคิดเห็นร่วมกันได้ ดังนั้น แนวโน้มที่โครงการรณรงค์ในลักษณะนี้จะประสบความสำเร็จจึงมีสูง สอดคล้องกับ Scharmm (1979) ที่ระบุว่า การสื่อสารในลักษณะสองทาง (Two-way Communication) จะช่วยก่อให้เกิดพลังและกระตุ้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการรณรงค์ เกศินี จุฑาวิจิตร (2542) ที่ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลในลักษณะเห็นหน้าค่าตากัน หรือเผชิญหน้าเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) มีบทบาทสำคัญต่อการโน้มน้าวใจหรือชักจูงใจ และ Rogers and Shoemaker (1971) กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับสารนั้น ควรใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลจะมีประโยชน์มาก ในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และเกิดพฤติกรรมในการรับสารนั้น ซึ่งแตกต่างจากโครงการรณรงค์ที่นำกรอบแนวทางการประชาสัมพันธ์มาใช้ เพราะจากการวิเคราะห์สื่อจะเห็นได้ว่า โครงการเหล่านี้ส่วนใหญ่ใช้การสื่อสารทางเดียวโดยใช้สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเตอร์เน็ต ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้าง และอย่างรวดเร็ว แต่สื่อประเภทนี้ไม่สามารถโน้มน้าวใจให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้ ทำหน้าที่ได้เพียงการกระตุ้นเตือนเท่านั้น นอกจากนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้มีการเลือกใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย และการเลือกใช้สื่อของโครงการฯ เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของสาธารณชนให้หันมาอนุรักษ์เต่าทะเล ซึ่งเป็นไปในลักษณะเดียวกันกับโครงการรณรงค์ที่ประสบความสำเร็จ อาทิ โครงการ "เมาไม่ขับ" และโครงการรณรงค์เรื่องการเลี้ยงลูกด้วยน้ำนมมารดาของกลุ่ม "นมแม่" ที่มีการดำเนินโครงการรณรงค์ในลักษณะนี้

7. กลยุทธ์ด้านสาร

โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย มีการนำกลยุทธ์ด้านสารมาใช้ ดังนี้ กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริง กลยุทธ์การใช้หลักเหตุและผล (Rational) กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม กลยุทธ์การบอกแนวทางในการอนุรักษ์ กลยุทธ์การบอกประโยชน์ที่จะได้รับ กลยุทธ์การโน้มน้าวใจโดยใช้อารมณ์ (Emotional Appeals) กลยุทธ์การนำเสนอสิ่งแปลกใหม่ กลยุทธ์ความเป็นเอกลักษณ์ กลยุทธ์นำเสนอสารจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม (Status) กลยุทธ์การผูกโยงกับหลักศาสนา กลยุทธ์การนำเสนอสารที่เน้นข้อความสะดุดหู กลยุทธ์การชี้ให้เห็นผลกระทบ และกลยุทธ์การมีส่วนร่วม สอดคล้องกับ พรดี สะสมบัติ (2548) พบว่า

กลยุทธ์การใช้สารของกลุ่มนมแม่ ซึ่งได้แก่ กลยุทธ์การนำเสนอสารที่เป็นข้อเท็จจริง เสนอความเป็นเหตุเป็นผล ใช้กลุ่มอ้างอิงหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง นำเสนอสารที่เน้นข้อความสะดุดหู นำเสนอสารที่ให้กำลังใจ และสารที่เป็นการสร้างสัญลักษณ์ร่วม ชรัมพร จิตต์โกศล (2547) พบว่า โครงการลดอุบัติเหตุทางการจราจรของเครือข่ายลดอุบัติเหตุ ใช้กลยุทธ์ด้านการ ได้แก่ กลยุทธ์สารที่เร้าความกลัว เสนอความเป็นเหตุเป็นผล เสนอข้อเท็จจริง เสนอสารจากกลุ่มอ้างอิง สารที่เป็นแนวคิดหลักและแนวคิดย่อย สารที่เน้นข้อความสะดุดหู และสารที่สร้างสัญลักษณ์ร่วม ณัฐวิภา สินสุวรรณ (2548) พบว่า กระบวนการเรียกร้องผ่านสื่อของกลุ่มสนับสนุนการไม่สูบบุหรี่ในการขับเคลื่อนกฎหมายควบคุมการบริโภคยาสูบในประเทศไทย ใช้กลยุทธ์การนำเสนอสาร ประกอบด้วย การให้ข้อเท็จจริง การให้ความคิดเห็น การให้ข้อมูลต่างประเทศ การใช้ความน่ากลัว การแสดงพลังสนับสนุนนักการเมือง และประกายกาวิล ศรีจินดา (2548) พบว่า โครงการ "สัจจะอธิษฐาน" มีการใช้กลยุทธ์สารที่หลากหลายแนวทาง คือ การเน้นความทันสมัย การเน้นข้อความสะดุดหู สะดุดตา การใช้สัญลักษณ์ร่วม การนำเสนอพฤติกรรมที่พึงประสงค์โดยคนมีชื่อเสียง ในบางกลยุทธ์

จากการนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบกับวิจัยที่เป็นโครงการรณรงค์เหมือนกันนี้ ทำให้ **ผู้วิจัยเกิดข้อค้นพบว่า การนำกลยุทธ์ด้านสารมาใช้ไม่มีกฎตายตัว เพียงแต่ต้องคำนึงถึงปัจจัย 2 ประการ คือ กลยุทธ์ด้านสารที่เลือกใช้ต้องเหมาะสมกับโครงการรณรงค์ และกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก** สอดคล้องกับ ปาริชาต สถาปิตานนท์ และคณะ (2546) ที่กล่าวว่า โครงการรณรงค์ต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ในอันที่จะนำเสนอสารของตนสู่สาธารณชน และควรปรับให้เหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา สถานการณ์ และสภาวะแวดล้อม ซึ่งจะก่อให้เกิดสมดุลในการสื่อสารระหว่างหน่วยงาน ผู้ส่งสารกับกลุ่มเป้าหมายผู้รับสาร นอกจากนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า ถ้าโครงการรณรงค์เรื่องที่ใกล้เคียงกันโอกาสจะใช้กลยุทธ์ด้านสารที่เหมือนกันจะมีสูง เช่น โครงการลดอุบัติเหตุทางการจราจรของเครือข่ายลดอุบัติเหตุ กับกระบวนการเรียกร้องผ่านสื่อของกลุ่มสนับสนุนการไม่สูบบุหรี่ ที่นำกลยุทธ์สารที่เร้าความกลัวมาใช้เหมือนกัน อย่างไรก็ตามการที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เลือกใช้กลยุทธ์ด้านสารที่มีความหลากหลาย เนื่องจากโครงการฯ มีกลุ่มเป้าหมายถึง 4 กลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการรับสาร ความชอบแตกต่างกัน เพื่อให้การรณรงค์ประสบความสำเร็จโครงการฯ จึงต้องนำกลยุทธ์ต่าง ๆที่เหมาะกับแต่ละกลุ่มเป้าหมายมาใช้ เพื่อดึงความสนใจของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด สอดคล้องกับ Schramm (1979) ที่เสนอว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ข่าวสารต้องมีคุณสมบัติ คือ กระตุ้นหรือเร้าความต้องการของผู้รับสาร และต้องสอดคล้องกับสถานการณ์ที่ผู้รับสารเกี่ยวข้อง และ **ผู้วิจัยยังเกิดข้อค้นพบอีกว่า สำหรับโครงการที่มีเนื้อหาสารในที่มีประเด็นที่มีความ**

ต่างกัน กลยุทธ์ด้านสารก็จะมีความแตกต่างกันไปด้วย จากงานวิจัยเรื่องต่าง ๆ ไม่พบว่ามีการเลือกใช้ กลยุทธ์ชนิดใดชนิดหนึ่งเพียงชนิดเดียวอย่างเด่นชัด หากแต่มีการผสมผสานกลมกลืนกันไป ดังนั้น การสอดแทรกกลยุทธ์การกำหนดสารที่หลากหลายจะช่วยให้หน่วยงานหรือองค์การที่ต้องการสื่อ "สาร" ของการรณรงค์ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ได้ดีกว่าการกำหนดกลยุทธ์สารแบบใดแบบหนึ่งอย่างตายตัวเพียงแบบเดียว

8. กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อ

กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายนำมาใช้ ประกอบด้วย กลยุทธ์การทำตนให้เป็นตัวอย่าง กลยุทธ์การนำเสนอทุกครั้งที่มีโอกาส กลยุทธ์การใช้กิจกรรมสร้างกระแสสนับสนุน และกลยุทธ์การเชื่อมโยงกับสถาบันพระมหากษัตริย์ กลยุทธ์การใช้สื่อทุกช่องทาง กลยุทธ์การสัมผัสจากประสบการณ์จริง และกลยุทธ์การนำเสนออย่างต่อเนื่อง ไม่สอดคล้องกับ พรดี สะสมบัติ (2548) พบว่า กลยุทธ์การใช้สื่อของกลุ่มนมแม่ประกอบด้วย การซื้อสื่อเองในราคาพิเศษ การใช้สื่อบุคคลที่มีชื่อเสียง การนำเสนอประสบการณ์ตรงในการแก้ปัญหา การจับกระแส การเลือกนำเสนอประเด็นที่สังคมสนใจ ความสม่ำเสมอในการตอบรับ การใช้สัมพันธภาพพอันดีกับสื่อ การวางตนพร้อมที่จะให้ข่าว และการใช้สื่อผสม ชรัมพร จิตต์โกศล (2547) พบว่า กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อของโครงการลดอุบัติเหตุทางการจราจรของเครือข่ายลดอุบัติเหตุ ได้แก่ การซื้อสื่อเองในราคาพิเศษ เป็นผู้ให้การสนับสนุนในรายการต่าง ๆ ซื้อสื่อตามจุดใจกลางเมือง ออกสื่อซ้ำหรือย้ำบ่อยๆ ใช้สื่อผสม ใช้สื่อบุคคลที่มีชื่อเสียง นำเสนอประสบการณ์ตรง ใช้สื่อให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย สร้างพันธมิตรสื่อวางตนพร้อมที่จะให้ข่าว และใช้การสื่อสารสองทาง ณัฐวิภา สินสุวรรณ (2548) พบว่า กระบวนการเรียกร้องผ่านสื่อของกลุ่มสนับสนุนการไม่สูบบุหรี่ในการขับเคลื่อนกฎหมายควบคุมการบริโภคยาสูบในประเทศไทย ใช้กลยุทธ์ด้านสื่อ ประกอบด้วย การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการแพทย์ การใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขา การล็อบบี้ การจัดเหตุการพิเศษ การแถลงข่าว การจัดสัมมนา การประชุม หนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ และประกายกาวิล ศรีจินดา (2548) พบว่า กลยุทธ์การใช้สื่อของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน" มีการใช้สื่อที่หลากหลายและผสานกันไปหลายแนวทาง

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีการเลือกใช้กลยุทธ์ด้านสื่อที่แตกต่างจากโครงการรณรงค์อื่น ๆ ค่อนข้างมาก โดยกลยุทธ์ที่สอดคล้องเห็นจะมีแต่กลยุทธ์การใช้สื่อทุกช่องทาง เพราะจะทำให้เนื้อหาสารถูกส่งไปหาผู้รับสารได้ทั่วถึง สอดคล้องกับ บุษบา สุธีธร (2530) กล่าวว่า โครงการรณรงค์ได้มีการเลือกใช้สื่ออย่าง

ผสมผสาน เพราะสื่อแต่ละชนิดก็มีข้อดีข้อด้อยที่แตกต่าง ๆ กันออกไป และกลยุทธ์การนำเสนออย่างต่อเนื่องเท่านั้น จะทำให้ผู้รับสารสามารถจดจำโครงการฯ ได้ การก่อให้เกิดความร่วมมือกับโครงการฯ จะสูงขึ้น ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า สื่อแต่ละชนิดมีข้อดี ข้อจำกัด และคุณสมบัติของสื่อที่แตกต่างกัน แต่เมื่อเอาส่วนดีของสื่อแต่ละประเภทมาใช้รวมกัน จะทำให้เกิดประสิทธิผลทางการสื่อสารได้ สอดคล้องกับ Kotler and Roberto (1991 อ้างถึงใน กิตติ กันภัย 2545) ที่ว่า การนำเสนอสารซ้ำๆ กัน จะช่วยให้สารเป็นที่จดจำได้มาก โดยใช้ความถี่ ซึ่งหมายถึง อัตราความบ่อยครั้งที่กลุ่มเป้าหมายได้รับสาร การย้ำ คือ การย้ำเตือนเป็นระยะ ๆ เพื่อผู้รับสารจะได้ไม่ไม่ลืมสารนั้น ๆ ตลอดจนความต่อเนื่องในการให้ข่าวสาร และ Zimbado (1991) กล่าวถึงอิทธิพลของการเสนอข่าวสารบ่อย ๆ ครั้งในทฤษฎีเกี่ยวกับ Familiarity ว่า การที่สารนั้น ๆ มีการเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ซ้ำ ๆ บ่อย ๆ จะทำให้เกิดความคุ้นเคยกับข่าวสาร อันจะก่อให้เกิดความสนใจการยอมรับ ซึ่งนับว่าเป็นขั้นตอนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปตามเนื้อหาที่นำเสนอนั้น ๆ ในที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

1. กองทัพเรือควรให้ความสำคัญกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นอย่างมาก และพัฒนาการทำงานของโครงการฯ ให้เป็นระบบ เนื่องจากการทำงานเพื่อพัฒนาประเทศในลักษณะนี้ สามารถดึงสาธารณชนเข้ามาเป็นพันธมิตรอย่างใกล้ชิดกับกองทัพเรือได้ ซึ่งสาธารณชนเหล่านี้จะมีความเข้าใจกองทัพเรือมากขึ้น มีสัมพันธไมตรีที่ดีกับกองทัพเรือ และยังคอยช่วยสนับสนุนภารกิจของกองทัพเรือในด้านต่าง ๆ อาทิ การซื้ออาวุธ ฯลฯ

2. กองทัพเรือควรเรียนรู้เทคโนโลยีทางการสื่อสาร และเทคนิคการทำประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาคธุรกิจที่เข้ามาเป็นภาคีเครือข่าย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการสื่อสารของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เนื่องจากในอนาคตถ้าภาคีเครือข่ายเหล่านี้ไม่ได้สนับสนุนกองทัพเรือในด้านการทำประชาสัมพันธ์แล้ว กองทัพเรือจะได้สามารถทำการประชาสัมพันธ์ไปสู่สาธารณชนในวงกว้างได้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง

3. เนื่องจากกระแสสังคมในขณะนี้กำลังให้ความสำคัญกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างยิ่ง กองทัพเรือควรอาศัยจังหวะนี้รีบดึงหน่วยงานภาคธุรกิจเข้ามาช่วยสนับสนุนการอนุรักษ์เต่าทะเล และช่วยกันขับเคลื่อนโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือให้เป็นที่รู้จักในสังคมต่อไป

4. เมื่อกองทัพเรือให้ความสำคัญ และดำเนินงานโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ อย่างมีประสิทธิภาพ หน่วยงานอื่น ๆ จะขอเข้ามาร่วมเป็นภาคีเครือข่ายให้การสนับสนุนกองทัพเรือในการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะเดียวกันกองทัพเรือควรวางกฎกติกาการดำเนินการอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกันกับภาคีเครือข่ายอย่างชัดเจน เพื่อป้องกันการถูกเอาเปรียบจากหน่วยงานภาคธุรกิจ

5. กองทัพเรือควรให้ภาคีเครือข่ายหน่วยงานภาคธุรกิจที่นำเต่าทะเลไปจัดแสดงโชว์ตั้งชื่อเต่าทะเลเหล่านั้น เพื่อภาคีเครือข่ายจะได้ให้การเลี้ยงดูเต่าทะเลอย่างจริงจัง ตลอดจนการจัดสรรงบประมาณในการอุปการะเต่าทะเลจะได้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

6. กองทัพเรือควรทำโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ให้เป็นโครงการฯ เชิงรุก โดยทูลเชิญพระบรมวงศานุวงศ์ทรงอุปถัมภ์โครงการฯ อาทิ ทูลเชิญสมเด็จพระเทพพระรัตนราชสุดา สยามบรมราชกุมารี มาทรงปั้นเต่าทะเล เพื่อนำเงินรายได้มาใช้ในการดำเนินโครงการฯ ต่อไป

7. กองทัพเรือควรจะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลทุกครั้งที่ภาคีเครือข่ายหน่วยงานต่าง ๆ ขอสนับสนุนเต่าทะเลจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือไปทำกิจกรรมปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ เนื่องจากกองทัพเรือต้องนำเสนอภาพความเป็นหน่วยงานหลักในการอนุรักษ์เต่าทะเล ที่ได้สร้างมาเป็นระยะเวลายาวนานให้สาธารณชนรับรู้รับทราบต่อไป

8. กองทัพเรือควรเพิ่มระยะเวลาเตรียมการจัดกิจกรรมให้มากขึ้น เนื่องจากที่ผ่านมาโครงการฯ จัดกิจกรรมอย่างกระชั้นชิด ทำให้ไม่สามารถใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนสาธารณชนให้มาร่วมงานได้อย่างหลากหลาย เพราะสื่อบางชนิดต้องใช้ระยะเวลาในการผลิต เช่น ไวนิ้ว โปสเตอร์ ประกอบกับภาคีเครือข่ายสามารถให้การสนับสนุนได้แต่มีอุปสรรคเรื่องเวลา

ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่ต้องการทำโครงการรณรงค์

1. แกนนำหลักควรเตรียมความพร้อมด้านของข้อมูลที่จะทำการรณรงค์ไปยังสาธารณชนและข้อมูลสำหรับแนะนำโครงการกับภาคีเครือข่าย เช่น ความเป็นมาของโครงการข้อมูลที่บ่งชี้ถึงความจำเป็นที่โครงการต้องเร่งทำการรณรงค์ ข้อมูลทางด้านสถิติเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นอย่าง

ชัดเจน กรณีตัวอย่าง ฯลฯ เนื่องจากการมีข้อมูลที่น่าเชื่อถือจะทำให้สาธารณชนเชื่อ และนำพาโครงการรณรงค์ไปสู่ความสำเร็จ

2. แกนนำหลักควรหาภาคีเครือข่ายเข้ามาช่วยกับขับเคลื่อนโครงการรณรงค์ให้ก้าวไปข้างหน้า เพราะหน่วยงานเพียงหน่วยงานเดียวไม่สามารถทำให้โครงการรณรงค์ประสบความสำเร็จได้ เพราะทุกหน่วยงานมีข้อจำกัด และทุกหน่วยงานมีศักยภาพที่เด่นในตนเอง การแสวงหาภาคีเครือข่ายจึงเป็นทางออกอีกทางหนึ่งให้กับโครงการรณรงค์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงลักษณะภาคีเครือข่าย และมีข้อค้นพบว่าภาคีเครือข่ายที่ทำงานเชิงรุก จะเป็นภาคีเครือข่ายที่ได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน หากมีการวิจัยครั้งต่อไปขอเสนอแนะให้ทำการวิจัยที่มุ่งพิสูจน์การทำงานในเชิงรุกของเครือข่ายว่า ถ้าเครือข่ายทำงานเชิงรุกภาคีเครือข่ายจะได้รับผลประโยชน์ร่วมจริงหรือไม่อย่างไร

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ศึกษากระบวนการสื่อสารไปยังสาธารณชนของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย แต่ไม่สามารถรับรู้ถึงผลของการสื่อสารเหล่านี้ได้ หากมีการวิจัยครั้งต่อไปขอเสนอแนะให้ทำการวิจัยเชิงปริมาณที่มุ่งไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ เพื่อให้ทราบประสิทธิผลของการสื่อสาร และนำปรับปรุงแก้ไขสำหรับการสื่อสารในครั้งต่อไป

3. การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษากระบวนการสื่อสารภายในเครือข่ายโดยภาพรวม ไม่ได้ศึกษาเจาะลึกไปยังกลยุทธ์ในการสื่อสาร ซึ่งจะมีส่วนทำให้เครือข่ายของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ แพร่ขยายไปได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น การวิจัยในครั้งต่อไปควรจะเน้นไปยังกลยุทธ์การเชื่อมโยงเครือข่ายของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการขยายเครือข่ายต่อไป