

ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง
กับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

The Relationship Between Communication Strategy of the Department of Marine and
Coastal Resources and The Motivation to Preserve Mangrove Forests among Working Age

วรดา อินโท^{1*} และพรพรหม ชวมงาม²

Worada Intho^{1*} and Pornprom Chomngam²

¹นักศึกษา ปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

²อาจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

^{1*}Master Student of Strategic Communications Bangkok University

²Lecturer from the Faculty of Communications Arts Bangkok University

*Corresponding Author Email: pornprom.c@bu.ac.th

Received: 14 September 2023

Revised: 30 October 2023

Accepted: 5 November 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน 2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนของวัยทำงานกรุงเทพมหานคร และ 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งกับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ มีเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ วัยทำงานเพศชายและหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ช่วง 23-59 ปี และทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 199 คน ที่มีจากคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ G*Power ที่มีระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ที่มาจากการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Cluster sampling แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน ผลการวิจัย พบว่า 1) กลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งโดยภาพรวมของกลยุทธ์การสื่อสาร อยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 4.15$, S.D. = 0.81) เน้นกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าและเครื่องมือประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เนื่องจากเมื่อกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งมีการประชาสัมพันธ์เรื่องการอนุรักษ์ป่าชายเลนของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งในทุกครั้งจะมีโลโก้กำกับอยู่ในจุดที่เห็นเด่นชัด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นขององค์กร รวมทั้งยังมีการนำเสนอผลงานภารกิจของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง และเชิญชวนให้มาร่วมอนุรักษ์ป่าชายเลน เด่นชัด และมีเอกลักษณ์อีกด้วย 2) แรงจูงใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนของวัยทำงานกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมของแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลน อยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 1.01) แรงจูงใจด้านความมั่นคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้วัยทำงานต้องการอนุรักษ์ป่าชายเลน เพื่อต้องการป้องกันภัยธรรมชาติที่จะส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน และ 3) กลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: กลยุทธ์การสื่อสาร, กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, แรงจูงใจ

Abstract

This research consists purposes were 1. to examine communication strategy of the Department of Marine and Coastal Resources 2. to study the motivation to preserve Mangrove Forests among working age in Bangkok

and 3. to investigate the relationship between communication strategy of the Department of Marine and Coastal Resources and the motivation to preserve mangrove forests among working age in Bangkok is an exploratory research. Questionnaire is a tool for gathering data. The sample consisted of 199 working aged group of males and female, aged 25-60 years in Bangkok. Percentage mean standard deviation and Pearson Product Moment Correlation Statistics was used to analyze the data. The results of the study found that 1) Communication strategy of the Department of Marine and Coastal Resources Overall, the communication strategy is at a high level (\bar{x} = 4.15, S.D. = 0.81), emphasizing brand image building strategies and other public relations tools because when the Department of Marine and Coastal Resources publicizes the Department of Marine and Coastal Resources' mangrove conservation. Every sea and coastline is marked with its logo in a prominent place. To build confidence in the organization There was also a presentation of the missions of the Department of Marine and Coastal Resources. and inviting people to join in conserving mangrove forests, which are conspicuous and unique 2) Motivation for conserving mangrove resources among working people in Bangkok Overall, the motivation for conserving mangrove forests is at a high level (\bar{x} = 3.74, S.D. = 1.01). Security motivation is an important factor that makes working people want to conserve mangrove forests. To prevent natural disasters that will affect the well-being of the people and 3) Communication strategy of the Department of Marine and Coastal Resources is related to the motivation to preserve Mangrove Forests among working age in Bangkok statistically significant at the 0.01 level.

Keywords: Communication Strategy, The Department of Marine and Coastal Resources, Motivation

บทนำ

กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ได้ยึดหลักการกิจ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ในการอนุรักษ์ ป่าชายเลน ทรัพยากรป่าชายเลน ทะเลและชายฝั่ง และงานด้านต่างๆ ของกรมฯ แต่เนื่องจากภารกิจต่าง ๆ นั้นยังไม่ได้รับการตอบรับจากบุคคลภายนอกอย่างเพียงพอ หรือเรียกอย่างว่าประชาชนยังขาดการรับรู้ถึงปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้น รวมทั้งยังขาดความเข้าใจในเรื่องของการอนุรักษ์ทรัพยากรด้านป่าชายเลน ดังนั้น กรมฯ จึงได้ก่อตั้งส่วนสื่อสารองค์กรขึ้น (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2559) เพื่อวางแผน และกลยุทธ์การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และกิจกรรมของกรมฯ พร้อมดำเนินการเกี่ยวกับศูนย์บริการประชาชน ศูนย์ข้อมูลข่าวสารและห้องสมุดและการเผยแพร่ภารกิจเพื่อส่งเสริมองค์กร ประมวลกิจกรรม ความรู้ ความก้าวหน้า ข้อมูล ข่าวสาร ข้อเท็จจริงเพื่อเผยแพร่แก่หน่วยงานภายในและภายนอก รวมทั้งสื่อมวลชนและสาธารณชน พร้อมทั้งออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ จัดนิทรรศการและกิจกรรมเพื่อสนับสนุนกิจกรรม เพื่อนำมาเผยแพร่สู่บุคคลภายนอกองค์กรผ่านกลยุทธ์การสื่อสารในรูปแบบต่างๆ หลายรูปแบบ ได้แก่ สื่อออนไลน์ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก การร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายทั้งภาคเอกชน และประชาชน (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2559, ออนไลน์)

กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง (2556) ให้นิยาม ป่าชายเลน คือ ระบบนิเวศที่ประกอบด้วยพันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์หลายชนิด โดยดำรงชีวิตร่วมกันในสภาพแวดล้อมที่เป็นดินเลน น้ำกร่อยและที่มึ่น้ำทะเลท่วมถึงอย่างสม่ำเสมอ ป่าชายเลนมีประโยชน์ทั้งทางด้านนิเวศวิทยา การดำรงชีวิตของมนุษย์และยังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อชายฝั่งทะเล เช่น เป็นแหล่งอาหาร พืชในป่าชายเลนสามารถนำมาใช้เป็นผักพื้นบ้านหลายชนิด เศษซากพืชหรือใบไม้ของป่าชายเลนสามารถถูกย่อยให้กลายเป็นอินทรีวิตได้

รวมทั้งยังช่วยรักษาสมดุลของระบบนิเวศชายฝั่งและบริเวณใกล้เคียง โดยเฉพาะหญ้าทะเลและปะการัง และรากต้นไม้ในป่าชายเลนยังช่วยป้องกันการกัดเซาะชายฝั่งได้อีกด้วย นอกจากนี้ ป่าชายเลนยังช่วยกักเก็บคาร์บอน หรือก็คือการช่วยลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในอากาศได้ (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2556)

กลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรจึงมีความสำคัญอย่างมากในการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ พร้อมปลูกจิตสำนึกให้กับบุคคลภายนอก (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2554) เพื่อให้เกิดการตระหนักถึงปัญหาของทรัพยากร รวมถึงได้ทราบถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับทรัพยากรป่าชายเลน และหากการสื่อสารขององค์กรประสบความสำเร็จก็จะสามารถชักจูงให้ประชาชนเกิดแรงจูงใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน โดยเฉพาะประชนกลุ่มวัยทำงานที่เป็นกลุ่มประชากรของคนรุ่นใหม่ในยุคปัจจุบัน หากกลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรสามารถเข้าถึงกลุ่มดังกล่าวได้ ก็จะสามารถปลูกฝังและปลูกจิตสำนึก อีกทั้งยังสามารถทำให้กลุ่มวัยทำงานเกิดแรงจูงใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนมากยิ่งขึ้น (ณัฐชมล ตันหยงมาศ, 2564)

แรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานจะเกิดขึ้นได้นั้นเราต้องเริ่มจากการให้ประชาชนกลุ่มวัยทำงาน หันมาสนใจร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์ป่าชายเลน โดยการปลูกจิตสำนึก ให้ตระหนักถึงการปลูก ดูแล และรักษาป่าชายเลนด้วยกลยุทธ์วิธีต่างๆ ของกรมฯ เพื่อโน้มน้าวให้กลุ่มวัยทำงานเกิดความต้องการจากภายในของตนเองในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน จนกลายเป็นแรงขับเคลื่อน (Kenneth, 2009, p.8) และการตื่นตัวในการอยากอนุรักษ์ป่าชายเลน ซึ่งหากวัยทำงาน ได้รับแรงกระตุ้นจากภายในแล้วนั้น ก็จะทำให้เกิดความคาดหวังที่จะให้ป่าชายเลนกลับมาสมบูรณ์ และตั้งเป้าหมายในการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม Keller, J. M. (2010, p.12) ประชาชนที่ต้องการอนุรักษ์ป่าชายเลนต่อไปในอนาคต

ดังนั้น จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้นนี้ ส่งผลให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ด้านป่าชายเลนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้องค์กรสามารถนำงานวิจัยนี้ไปปรับกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน
2. เพื่อศึกษาถึงแรงจูงใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งกับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยนี้มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คือ เกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร พบว่า ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2554) ได้กล่าวไว้ว่ากลยุทธ์การสื่อสารคือการวางแผนการดำเนินงานที่มีความสอดคล้องกับภารกิจ วิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร โดยอาศัยความร่วมมือจากบุคลากรในองค์กรในการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนไปตามทิศทางที่วางไว้ได้ โดยแบ่งได้ ดังนี้ (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2548 อ้างในสุภาพร นิงานนท์, 2559)

1. กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก เป็นการดำเนินงานขององค์กรในรูปแบบการวางแผน การตัดสินใจ และการปรับแก้ไขงานต่าง ๆ ขององค์กร กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรับ คือการวางแผนการดำเนินการต่าง ๆ ขององค์กร ในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น รวมทั้งเพื่อรับมือกับวิกฤตต่าง ๆ

2. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์องค์กร Jenkins (1993) ได้นิยามความหมายของภาพลักษณ์องค์กรว่าเป็นภาพขององค์กรหนึ่งโดยรวมทุกสิ่ง ไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่รู้จัก เข้าใจ และมีประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ โดยการ

นำเสนออัตลักษณ์องค์กรให้เป็นที่จดจำแก่บุคคลภายนอก โดยกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นไปในทิศทางทางเดียวกันและตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ประกอบด้วยกลยุทธ์ 10 ข้อ ดังนี้ (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2548)

- 2.1) การเผยแพร่ข่าวสาร (Publicity) โดยต้องเผยแพร่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างการจดจำให้แก่บุคคลภายนอก
- 2.2) กลยุทธ์ในการใช้สื่อ (Media Strategies) มวลชน ท้องถิ่น หรือสื่อต่าง ๆ ที่กำลังเป็นที่นิยม และถูกสนใจ โดยต้องมีเนื้อหาที่น่าสนใจ
- 2.3) การสร้างชุมชนสัมพันธ์ (Community Relations) ต้องทำให้ชุมชน เกิดความรู้สึกอันดี หรือรู้สึกเป็นมิตรต่อองค์กร และต้องมีความสัมพันธ์อันดีต่อชุมชน
- 2.4) กิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility-CSR) เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร โดยผ่านการเป็นจิตอาสาให้มีความสำคัญกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม
- 2.5) การสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ (Networking and Relations) โดยองค์กรต้องสร้างเครือข่าย เพื่อสะดวกต่อการประสานงานด้านต่าง ๆ
- 2.6) การเพิ่มความเข้มข้นในการจัดกิจกรรมพิเศษ (Social Events) กิจกรรมพิเศษจะเป็นเหมือนจุดดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย และจะสามารถตอบวัตถุประสงค์ขององค์กรได้
- 2.7) การพัฒนาบุคลากรและการสื่อสาร (Resource Development and Internal Communication) การบริหารที่ดีได้นั้น คนในองค์กรจะต้องมีความพร้อมและความเข้าใจอันดีต่อองค์กร เพราะบุคลากรถือว่าเป็นคนสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
- 2.8) การบริหารประเด็นข่าว (Issue Management) ทุก ๆ ปีจะต้องมีการวางแผนเอาไว้ล่วงหน้า เกี่ยวกับข่าวสารต่าง ๆ ที่จะปรากฏในสื่อ
- 2.9) การจัดการภาวะวิกฤต (Crisis Management) เป็นการวางแผนรับมือกับปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้นล่วงหน้า เพื่อรองรับความเสียหาย หรือลดสภาวะวิกฤตต่าง ๆ ในองค์กร
- 2.10) การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าและเครื่องมือประชาสัมพันธ์อื่น ๆ (Brand Image Building Strategies and Other Public Relations Tools) การประชาสัมพันธ์ถือว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งที่องค์กรใช้มากที่สุด เพราะการประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและจำนวนมาก อีกทั้งยังสามารถครอบคลุมพื้นที่ของสื่อต่าง ๆ ได้ตามที่ต้องการและยังช่วยดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ประกอบด้วย

1.1 ประชากร ได้แก่ วิทยากร ช่วงอายุระหว่าง 23 - 59 ปี ทั้งเพศชาย และหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่สามารถระบุขอบเขตของจำนวนประชากรได้อย่างครบถ้วน (Infinite population) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่สามารถปรับใช้ได้จริง

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ วิทยากร จำนวน 199 คน ซึ่งตัวอย่างได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มผู้ตอบออกเป็น 2 Clusters คือ ช่วง 1-30 พฤศจิกายน 2565 และ 1-30 ธันวาคม 2565 ผู้วิจัยเชื่อว่า ปัจจัยด้านประชากรในแต่ละ Cluster มีลักษณะทั่วไปไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามออนไลน์ได้ในช่วง 1-30 ธันวาคม 2565 และหยุดเก็บข้อมูลเมื่อผู้ตอบมีจำนวนครบ 199 คน (โดยใช้วิธีการคำนวณด้วยโปรแกรม G*Power เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเมื่อคำนวณออกมาจะต้องเก็บตัวอย่างขั้นต่ำ เท่ากับ 172 คน)

2. เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ประกอบด้วย (1) การเผยแพร่ข่าวสาร (2) กลยุทธ์ในการใช้สื่อ (3) การสร้างชุมชนสัมพันธ์ (4) กิจกรรมเพื่อสังคม (5) การสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ (6) การเพิ่มความเข้าใจในการจัดกิจกรรมพิเศษ (7) การพัฒนาบุคลากรและการสื่อสาร (8) การบริหารประเด็นข่าว (9) การจัดการภาวะวิกฤต และ (10) การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าและเครื่องมือ เป็นแบบประมาณค่าแบบ Likert scale 5 ระดับ และตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลน ประกอบด้วย 1) แรงจูงใจด้านความมั่นคง (2) แรงจูงใจด้านสังคม (3) แรงจูงใจด้านชื่อเสียง (4) แรงจูงใจด้านอำนาจ (5) แรงจูงใจด้านความสามารถ (6) แรงจูงใจด้านความสำเร็จ และ (7) แรงจูงใจด้านการเงิน เป็นแบบประมาณค่าแบบ Likert scale 5 ระดับ ตลอดจน ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาหาคุณภาพภาพของเครื่องมือ ได้แก่ 1) นำแบบสอบถามพบที่ปรึกษาและดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ 2) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอนำเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาโดยหาค่าความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับข้อคำถาม (Index of Item-Objective Congruence: IOC) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2543, น.249) พบว่ามีค่า IOC เท่ากับ 0.88 และ 3) การทดลองใช้เครื่องมือกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีของ Cronbach (1951, p.274; อ่างโนบุญชม ศรีสะอาด, 2558) ซึ่งผลการประเมินค่าความเชื่อมั่นมีค่าเท่ากับ 0.96

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ การใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีวิธีการดำเนินงาน ดังนี้ 1) นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบนำร่องจากกลุ่มตัวอย่างมาสร้างเป็นแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ โดยผู้วิจัยใช้บริการจากเว็บไซต์ Google ที่เรียกว่า Google form ในการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ขึ้นมา หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังในเขตกรุงเทพมหานคร ที่กลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลชายฝั่งทะเล โดยผู้วิจัยได้ทำจดหมายขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลการวิจัยโดยผ่าน Google Form เป็นที่เรียบร้อย 2) ตรวจสอบแบบสอบถามออนไลน์ที่ได้รับมา เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติทางการวิจัยเพื่อหาค่าสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งกับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน

ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง

กลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง	\bar{x}	S.D.	ระดับ
การเผยแพร่ข่าวสาร	3.98	0.86	มาก
กลยุทธ์ในการใช้สื่อ	4.15	0.80	มาก
การสร้างชุมชนสัมพันธ์	4.20	0.80	มาก
กิจกรรมเพื่อสังคม	4.18	0.77	มาก
การสร้างเครือข่ายสัมพันธ์	4.18	0.83	มาก
การเพิ่มความเข้าใจในการจัดกิจกรรมพิเศษ	4.17	0.78	มาก
การพัฒนาบุคลากรและการสื่อสาร	4.08	0.88	มาก
การบริหารประเด็นข่าว	4.18	0.77	มาก
การจัดการภาวะวิกฤต	4.19	0.82	มาก
การสร้างภาพลักษณ์องค์กรและเครื่องมือประชาสัมพันธ์อื่นๆ	4.21	0.79	มาก
การเผยแพร่ข่าวสาร	3.98	0.86	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า โดยภาพรวมของกลยุทธ์การสื่อสาร อยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 4.15$, S.D. = 0.81) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การสร้างภาพลักษณ์องค์กรและเครื่องมือประชาสัมพันธ์อื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = 0.79) อันดับสอง คือ การสร้างชุมชนสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.80) อันดับสาม คือ การจัดการภาวะวิกฤต อยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 4.19$, S.D. = 0.82) อันดับสี่ มีจำนวนเท่ากันคือ กิจกรรมเพื่อสังคม อยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.77) การสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ อยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.83) และการบริหารประเด็นข่าว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.77) อันดับห้า คือ การเพิ่มความเข้าใจในการจัดกิจกรรมพิเศษ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = 0.78) อันดับห้า คือ กลยุทธ์ในการใช้สื่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.15$, S.D. = 0.80) อันดับหก คือ การพัฒนาบุคลากรและการสื่อสารอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.88) และอันดับสุดท้าย การเผยแพร่ข่าวสาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$, S.D. = 0.86) ตามลำดับ

2. เพื่อศึกษาถึงแรงจูงใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลน

แรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลน	\bar{x}	S.D.	ระดับ
แรงจูงใจด้านความมั่นคง	4.26	0.71	มาก
แรงจูงใจด้านสังคม	3.87	0.94	มาก
แรงจูงใจด้านชื่อเสียง	3.53	1.14	มาก
แรงจูงใจด้านอำนาจ	3.47	1.15	ปานกลาง

แรงจูงใจด้านความสามารถ	3.91	0.93	มาก
แรงจูงใจด้านความสำเร็จ	3.76	0.98	มาก
แรงจูงใจด้านการเงิน	3.38	1.20	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า โดยภาพรวมของแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลน อยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 1.01) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ แรงจูงใจด้านความมั่นคงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = 0.71) อันดับสอง คือ แรงจูงใจด้านความสามารถ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 0.93) อันดับสาม คือ แรงจูงใจด้านสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$, S.D. = 0.94) อันดับสี่ คือ แรงจูงใจด้านความสำเร็จ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$, S.D. = 0.98) อันดับห้า คือ แรงจูงใจด้านชื่อเสียง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$, S.D. = 1.14) อันดับหก คือ แรงจูงใจด้านอำนาจ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.47$, S.D. = 1.15) และอันดับสุดท้าย คือ แรงจูงใจด้านการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$, S.D. = 1.20) ตามลำดับ

3. ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งกับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งกับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลตามตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างตัวแปรกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งกับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	แรงจูงใจด้านความมั่นคง	แรงจูงใจด้านสังคม	แรงจูงใจด้านชื่อเสียง	แรงจูงใจด้านอำนาจ	แรงจูงใจด้านความสามารถ	แรงจูงใจด้านความสำเร็จ	แรงจูงใจด้านเงิน	แรงจูงใจในการอนุรักษ์
กลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง	.583**	.716**	.523**	.536**	.660**	.668**	.518**	.745**
การเผยแพร่ข่าวสาร	.415**	.569**	.477**	.419**	.429**	.513**	.410**	.578**
กลยุทธ์ในการใช้สื่อ	.538**	.657**	.493**	.448**	.582**	.596**	.421**	.659**
การสร้างชุมชนสัมพันธ์	.584**	.699**	.446**	.433**	.669**	.603**	.450**	.681**
กิจกรรมเพื่อสังคม	.552**	.655**	.394**	.490**	.625**	.580**	.459**	.662**

การสร้าง เครือข่าย สัมพันธ์	.481**	.648**	.422**	.529**	.617**	.605**	.511**	.679**
การเพิ่มความ เข้าใจในการ จัดกิจกรรม พิเศษ	.588**	.708**	.475**	.496**	.652**	.614**	.478**	.707**
การพัฒนา บุคลากรและ การสื่อสาร	.518**	.573**	.447**	.457**	.540**	.610**	.468**	.640**
การบริหาร ประเด็นข่าว	.539**	.656**	.557**	.570**	.634**	.686**	.521**	.743**
การจัดการ ภาวะวิกฤต	.534**	.660**	.552**	.505**	.630**	.605**	.482**	.705**
การสร้าง ภาพลักษณ์ องค์กรและ เครื่องมือ ประชาสัมพันธ์ อื่น ๆ	.539**	.664**	.473**	.509**	.616**	.639**	.487**	.696**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (2-tailed).

จากตารางที่ 3 พบว่า โดยภาพรวม กลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($r = .745^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

การเผยแพร่ข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .578^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

กลยุทธ์ในการใช้สื่อ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .659^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

การสร้างชุมชนสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .681^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

กิจกรรมเพื่อสังคม มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .662^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

การสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .679^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

การเพิ่มความเข้าใจในการจัดกิจกรรมพิเศษ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .707^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

การพัฒนาบุคลากรและการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .640^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

การบริหารประเด็นข่าว มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .743^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

การจัดการภาวะวิกฤต มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .705^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย การสร้างภาพลักษณ์องค์กรและเครื่องมือประชาสัมพันธ์อื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .696^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งกับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน พบว่า โดยภาพรวมของกลยุทธ์การสื่อสาร อยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 4.15, S.D. = 0.81$) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การสร้างภาพลักษณ์องค์กรและเครื่องมือประชาสัมพันธ์อื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21, S.D. = 0.79$) อันดับสอง คือ การสร้างชุมชนสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20, S.D. = 0.80$) อันดับสาม คือ การจัดการภาวะวิกฤต อยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 4.19, S.D. = 0.82$) อันดับสี่ มีจำนวนเท่ากันคือ กิจกรรมเพื่อสังคม อยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 4.18, S.D. = 0.77$) การสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ อยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 4.18, S.D. = 0.83$) และการบริหารประเด็นข่าว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.18, S.D. = 0.77$) อันดับห้า คือ การเพิ่มความเข้าใจในการจัดกิจกรรมพิเศษ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17, S.D. = 0.78$) อันดับหก คือ กลยุทธ์ในการใช้สื่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.15, S.D. = 0.80$) อันดับหก คือ การพัฒนาบุคลากรและการสื่อสารอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08, S.D. = 0.88$) และอันดับสุดท้าย การเผยแพร่ข่าวสาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98, S.D. = 0.86$) ตามลำดับ

2. เพื่อศึกษาถึงแรงจูงใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยภาพรวมของแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลน อยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 3.74, S.D. = 1.01$) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ แรงจูงใจด้านความมั่นคงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.26, S.D. = 0.71$) อันดับสอง คือ แรงจูงใจด้านความสามารถ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91, S.D. = 0.93$) อันดับสาม คือ แรงจูงใจด้านสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87, S.D. = 0.94$) อันดับสี่ คือ แรงจูงใจด้านความสำเร็จ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76, S.D. = 0.98$) อันดับห้า คือ แรงจูงใจด้านชื่อเสียง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53, S.D. = 1.14$) อันดับหก คือ แรงจูงใจด้านอำนาจ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.47, S.D. = 1.15$) และอันดับสุดท้าย คือ แรงจูงใจด้านการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38, S.D. = 1.20$) ตามลำดับ

3. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งกับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยภาพรวม กลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($r = .745^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งกับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. กลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ผลการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์องค์กรและเครื่องมือประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เนื่องจากด้านการอนุรักษ์ป่าชายเลนของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง มีโลโก้กำกับอยู่ในจุดที่เห็นเด่นชัด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นขององค์กร และมีการนำเสนอผลงานภารกิจของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง และเชิญชวนให้มาร่วมอนุรักษ์ป่าชายเลน เติมน้ำ และเมื่อเอกลักษณ์ จึงทำให้กลุ่มวัยทำงานสามารถจดจำกลยุทธ์ของหน่วยได้ดีที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Jefkins (1993) ที่ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นภาพขององค์กรหนึ่งโดยรวมทุกสิ่ง ไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่รู้จัก เข้าใจ และมีประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ โดยการนำเสนออัตลักษณ์องค์กรให้เป็นที่จดจำแก่บุคคลภายนอก อย่างโลโก้ เครื่องแบบ หรือ สัญลักษณ์

2. แรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ แรงจูงใจด้านความมั่นคง ด้วยวัยทำงานต้องการอนุรักษ์ป่าชายเลน เพื่อต้องการป้องกันภัยธรรมชาติที่จะส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน และให้ระบบนิเวศสิ่งมีชีวิตในป่าชายเลนเกิดความยั่งยืน นอกจากนี้วัยทำงานมุ่งอนุรักษ์ป่าชายเลน เพื่อลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และเพื่อให้ธรรมชาติกลับมาสมบูรณ์ ซึ่งตรงกับแนวคิดของถวิล เกื้อกูลวงศ์ (2528) ที่ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจด้านความมั่นคง มักอยู่ในรูปแบบของจิตสำนึกในการต้องการความปลอดภัย ส่วนความมั่นคงในรูปจิตสำนึกนั้นเป็นสิ่งที่มนุษย์พัฒนาขึ้นมาตั้งแต่เกิดโดยการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่อยู่ใกล้ชิดที่จะทำให้เป็นคนที่มีจิตใจมั่นคงหรืออ่อนแอได้

3. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งกับแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจการอนุรักษ์ป่าชายเลนอยู่ในระดับมาก ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้กำหนดไว้ แสดงให้เห็นว่า เมื่อกลยุทธ์การสื่อสารที่กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งด้านต่าง ๆ ถูกนำมาใช้ เพื่อสื่อถึงบทบาท ภารกิจ และภาพลักษณ์ขององค์กร ให้เข้าถึงง่ายและมีประสิทธิภาพ สามารถช่วยให้กลุ่มเป้าหมายหันมาร่วมกันอนุรักษ์ป่าชายเลนได้อย่างมาก อย่างกรณีที่กรมได้มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการให้ความรู้ด้านป่าชายเลน หรือประชาสัมพันธ์ชักชวนให้ร่วมกิจกรรมการปลูกป่าของหน่วยงาน โดยลงผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ อย่าง Facebook IG เว็บไซต์ Tik Tok และ YouTube ของหน่วยงาน รวมทั้งการจัดกิจกรรมพิเศษอย่างการจัดนิทรรศการให้ความรู้ การลงพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาให้กับประชาชน การร่วมมือกับประชาชนจัดกิจกรรมสร้างรายได้ให้กับชุมชน อีกทั้งการบุคคลที่มีชื่อเสียงมาประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวที่หน่วยงานดูแลอยู่ ก็สามารถเป็นแรงกระตุ้นให้ประชาชนหันมาสนใจอยากร่วมอนุรักษ์ป่าชายเลน และเป็นแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงบทบาทในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนได้มากขึ้น ฉะนั้น กลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ในด้านต่าง ๆ นั้น ก็มีส่วนในการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการอยากอนุรักษ์ป่าชายเลนของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับณัฐชมล ต้นหยงมาศ (2564) พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารของ สสส. กับแรงจูงใจในการออกกำลังกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะกลยุทธ์การสื่อสารด้านการสร้างภาพลักษณ์องค์กรและเครื่องมือประชาสัมพันธ์อื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในระดับมาก เนื่องจากหน่วยงาน สสส. เป็นหน่วยงานของรัฐ จึงมีความน่าเชื่อถือ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ ความปลอดภัยของผู้บริโภคและออกกำลังกาย ตลอดจน การจัดกิจกรรมในการมีส่วนร่วมกันในสังคม ซึ่งเปิดโอกาสให้มีการส่งเสริมแรงจูงใจในการออกกำลังกายได้อีกด้วย

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่ากรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง เป็นหน่วยงานที่สามารถนำกลยุทธ์การสื่อสารทั้ง 10 ด้าน มาเป็นแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนได้ ซึ่งตรงกับยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2554) ที่ได้นำกลยุทธ์การสื่อสารมาวางแผนการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ที่มีความสอดคล้องกับภารกิจ วิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร โดยอาศัยบุคลากรภายในหน่วยงานในการดำเนินงานตามกลยุทธ์ เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนไปตามทิศทางที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

ข้อค้นพบ หรือองค์ความรู้ใหม่

จากการผู้วิจัยพบว่า สามารถนำกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง มาเป็นแบบแผนในการดำเนินงานด้านกลยุทธ์การสื่อสารของหน่วยงานอื่น ๆ โดยนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับภารกิจ วิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร เพื่อให้กลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรสามารถ จูงใจให้ประชาชนหันมาสนใจองค์กรนั้น ๆ มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ควรนำข้อมูลการค้นคว้าครั้งนี้ไปใช้กับการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารให้เกิดแรงจูงใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนมากยิ่งขึ้น

1.2 ควรจัดตั้งโครงการในการเพิ่มการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรในการเผยแพร่ข่าวสารด้านต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้น

1.3 ควรนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการจัดตั้งโครงการหรือกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ได้ เช่น กิจกรรมจิตอาสา เพื่อปลูกต้นไม้ โกงกาง หรือกิจกรรมพิเศษเพื่อปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ป่าชายเลน

1.4 นำการวิจัยนี้ ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรในหน่วยงานให้มีความรู้ความสามารถมากขึ้นและอบรมให้เป็นบุคลากรต้นแบบในการปลูกจิตสำนึกให้ตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์ป่าชายเลน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งที่เป็นประโยชน์ต่อการนำกลยุทธ์ไปวิจัยกับหน่วยงานของตนเองได้

2.2 ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาถึงแรงจูงใจด้านต่าง ๆ ของประชาชนต่อการอนุรักษ์ป่าชายเลนให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งในกลุ่ม Generation อื่นได้

2.3 ผู้ที่สนใจสามารถนำกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งไปใช้กับการคิดค้นและศึกษาข้อมูลในรูปแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพได้

2.4 ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการอนุรักษ์ป่าชายเลนได้

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง. (2559). *ส่วนการสื่อสารองค์กร*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2565,

จาก <https://dmcrth.dmcr.go.th/prd>

_____. (2559). *ข้อมูลทั่วไปของป่าชายเลน*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2565, จาก https://km.dmcr.go.th/c_11

ถวิล เกื้อกลางศ์. (2528). *การจูงใจเพื่อผลงาน*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ณัฐชวล ตันหยงมาศ. (2564). *ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารของหน่วยงาน สสส. กับแรงจูงใจ*

ในการออกกำลังกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2548). *พลังแห่งภาพลักษณ์*. กรุงเทพฯ: ฐานมีเดีย เน็ตเวิร์ค.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2554). *การวางแผนและการประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: 21 เซ็นจูรี่.
- สืบสกุล ใจสมุทร. (2554). *แรงจูงใจในการออกกำลังกายของประชาชนในจังหวัดสตูล ปี พ.ศ. 2553*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุภาพร นิภานนท์. (2559). *กลยุทธ์การสื่อสารและการบริหารประเด็นเพื่อผลักดันนโยบายระบบสุขภาพมาตรฐานเดียว*. (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด และคณะ. (2558). *พื้นฐานการวิจัยการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กทม: ตักสิลาการพิมพ์.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2543). *การวัดด้านจิตพิสัย*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน์.
- Jefkins, F. (1993). *Planned Press and Public Relations*. (3rded). Great Britain: Alden.
- Keller, J. M. (2010). *Motivational design for learning and performance: The ARCS model approach*. New York: Springer.
- Kenneth, W. T. (2009). *The Four Intrinsic Rewards that Drive Employee Engagement*. Retrived 15 may 2023, from <http://iveybusinessjournal.com/publication/the-four-intrinsic-rewards-that-drive-employee-engagement/>