

กระบวนการสื่อสารกับสาธารณชน กระบวนการตัดสินใจและปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าร่วม โครงการ “จิตประภัสสรตั้งแต่ก่อนอยู่ในครรภ์” ของเสถียรธรรมสถาน

มาลีวรรณ สุขวัฒน์*
ปาริชาติ สถาปิตานนท์*

Abstract

The purpose of this research is to study the public communication process, decision making process and communication factors of the couples who are members and planning to have their own babies, the mothers who are pregnant, and those who have already given birth, by means of qualitative research implemented by non-participation observation, media and documentary studies and in-depth interview of 6 staffs and 33 members.

The results of the research are as follows : The public communication process of Pregnant Mothers Program consists of 2 objectives which are informing the information and inviting target group to participate in the program. There are 3 main

* มาลีวรรณ สุขวัฒน์ (นศ.ม. นิเทศศาสตร์พัฒนการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552) และ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (Ph.D. International & Intercultural Development Communication, Ohio University) ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง รองศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งจากวิทยานิพนธ์เรื่อง กระบวนการสื่อสารกับสาธารณชน กระบวนการตัดสินใจและปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการ “จิตประภัสสรตั้งแต่ก่อนอยู่ในครรภ์” ของเสถียรธรรมสถาน โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้รับการประเมินผลการสอบวิทยานิพนธ์ในระดับดีมาก ของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2552

points in the communication : first, the adaptation of Buddhism-science to body and mind; second, Dhamma in daily life; third, the investment of life for their children. The main target groups are the couples who are planning to have their own babies, the mothers who are pregnant, and those who have already given birth. The five secondary target groups are the young who are planning to have babies, people who come to practice Dhamma, visitors, the people involve, and ordinary people. The communication strategies the staffs use are 1. Message strategies that consist of 3 strategies which are truth and rational message, challenge to perform and sharing experience 2. Media strategies that consist of 5 strategies which are words of mouth communication, opportunity of utilizing potential channels, media integration, hospital network, and formal and regular activities.

Decision making process that begins from internal factors of parents includes 1. They are worried 2. They want to do good things for their babies 3. They believe in Buddhism and 4. They believe in Sathira-dhammasathan. Besides, there are 4 external factors which are friends or people whom they have good relationship with information from

mass media and trend of Dhamma which make them decide to join the program. We can divide the decision making process into 3 periods. The first one is Pre-decision making period that is the step of information searching. Secondly, Decision making period which consists of 2 steps that are considering and deciding steps. The last one is Post-decision making period that is learning by participating the program.

The communication factors that lead to the participation of Pregnant Mothers Program compose of 4 factors. 1. Sender factors : good personality and morality, having knowledge and experience of pregnant mothers, being reliable and being good at communicating 2. Message factors : verbal communication includes easy-to-understand Dhamma, tips for pregnant mothers, examples and experience; non-verbal communication : a touch of love and unique activities 3. Channel factors : words of mouth communication, various communication channels and media integration. 4. Receiver factors : the need of mental happiness, believe in Buddhism and practice the dhamma, prepare good life for the babies and believe that good acts lead to good life.

บทนำ

โครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ เป็นโครงการที่ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างครอบครัวที่เริ่มตั้งแต่การปรับเปลี่ยนการปฏิบัติตนของพ่อแม่ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจตั้งแต่ลูกอยู่ในครรภ์ เพราะอารมณ์ของแม่จะส่งผลต่อพัฒนาการของลูก แนวคิดของโครงการจึงใช้หลักธรรมะมาช่วยจัดการกับอารมณ์ของแม่เพื่อส่งผลดีไปถึงลูกในครรภ์ เปิดโอกาสให้

พ่อแม่ได้สื่อสารกับลูกในท้องด้วยธรรมะ ประยุกต์หลักการทางพุทธศาสตร์และวิทยาศาสตร์ได้อย่างลงตัวสามารถทำให้ธรรมะกลายเป็นเรื่องใกล้ตัวของการดำเนินชีวิตของพ่อและแม่ในการที่จะสร้างลูกให้เป็นคนดีและสร้างสัมพันธภาพที่ดีขึ้นในครอบครัวด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารกับสาธารณชน กระบวนการ

ตัดสินใจและปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นจนอยู่ในครรภ์” เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางให้กับหน่วยงาน องค์กรหรือสถาบันอื่นๆ ในการทำโครงการที่ส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว โครงการเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมสำหรับคุณแม่ที่ตั้งครรภ์ หรือโครงการที่เกี่ยวกับการนำธรรมะมาใช้เพื่อพัฒนาคนและสังคมให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ปัญหานำการวิจัย

1. คณะทำงานของเสถียรธรรมสถานมีกระบวนการสื่อสารกับสาธุชนเกี่ยวกับโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นจนอยู่ในครรภ์อย่างไร
2. กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นจนอยู่ในครรภ์ของพ่อแม่ที่เตรียม ตั้งครรภ์หรือกำลังตั้งครรภ์หรือให้กำเนิดลูกแล้วที่เป็นสมาชิกของโครงการมีขั้นตอนอย่างไร
3. ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นจนอยู่ในครรภ์ ของพ่อแม่ที่เตรียม ตั้งครรภ์หรือกำลังตั้งครรภ์หรือให้กำเนิดลูกแล้วที่เป็นสมาชิกของโครงการประกอบด้วยอะไรบ้าง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของเสถียรธรรมสถานกับสาธุชนเกี่ยวกับโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นจนอยู่ในครรภ์
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นจนอยู่ในครรภ์ ของพ่อแม่ที่เตรียม ตั้งครรภ์หรือกำลังตั้งครรภ์ หรือให้กำเนิดลูกแล้วที่เป็นสมาชิกของโครงการ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นจนอยู่ในครรภ์ ของพ่อแม่ที่เตรียมตั้งครรภ์หรือกำลังตั้งครรภ์หรือให้กำเนิดลูกแล้วที่เป็นสมาชิกของโครงการ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

ประมะ สตะเวทิน (2546) สรุปความหมายของการสื่อสารว่า เป็นกระบวนการของการถ่ายทอดสาร (message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร (source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร (receiver) โดยผ่านสื่อ (channel) ดังนั้น การสื่อสาร คือ กระบวนการในการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลจากบุคคลหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) ไปยังอีกบุคคลหนึ่ง (ผู้รับสาร) โดยผ่านสื่อ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะคติ พฤติกรรม เกิดความเข้าใจและสามารถที่จะกระทำโต้ตอบกลับไปกลับมา ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้

องค์ประกอบของการสื่อสาร ประกอบด้วย 1. ผู้ส่งสาร (Source/Sender) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจะกระทำการสื่อสารความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตน ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงอาจเป็นคนๆ เดียวหรือหลายคนก็ได้ โดยทำหน้าที่ส่งสารผ่านทางช่องทางสารไปยังผู้รับสาร เช่น กลุ่มนักเรียน หรือสถาบัน เช่น พรรคการเมือง บริษัท หน่วยงาน สถาบันสื่อมวลชน ฯลฯ ก็ได้ 2. สาร (Message) หมายถึง ผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสารและวัตถุประสงค์ของตนที่ปรากฏออกมา (actual physical product of the source) ในรูปของรหัส (code) เช่น เมื่อเราพูด สารก็คือสิ่งที่เราพูด เมื่อเราเขียน สารก็คือสิ่งที่เราเขียน เมื่อเราแสดงกิริยาท่าทาง สารก็คือกิริยาท่าทาง เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์ สารก็คือข่าวและข้อความในหนังสือพิมพ์ 3. ช่องสารหรือสื่อ (Channel) เป็นสิ่งที่นำหรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสารให้ปรากฏ เช่น เมื่อเราพูด คลื่นเสียงและอากาศเป็นสื่อ เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์ คลื่นแสงและกระดาษหนังสือพิมพ์เป็นสื่อ เมื่อเราดูโทรทัศน์คลื่นแสง คลื่นเสียงและจอโทรทัศน์เป็นสื่อ 4. ผู้รับสาร (Receiver) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ผู้รับสารอาจเป็นคนๆ เดียว หรือ

หลายคน เช่น กลุ่มผู้ฟังการอภิปราย มวลชน หรือสถาบัน เช่น บริษัท องค์กร พรรคการเมือง เป็นต้น ซึ่งในกระบวนการสื่อสาร ผู้ส่งสารคำนึงถึงผู้รับสารเสมอ เพราะผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการสื่อสาร (ประมะ สตะเวทิน, 2546) การที่ผู้รับสารจะรับสารได้ดีแค่ไหนขึ้นอยู่กับปัจจัยในตัวของผู้รับสาร อันได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคติ ความรู้ สถานภาพทางสังคมและวัฒนธรรม ขอบเขตประสบการณ์ 5. ปฏิกริยาโต้กลับ (Feedback) คือ ปฏิกริยาของผู้รับสารที่แสดงตอบสนองสารของผู้ส่งสาร ที่ทำให้ผู้ส่งสารสามารถทราบผลของการสื่อสารว่าบรรลุวัตถุประสงค์ของตนหรือไม่ เพียงใด ผู้รับสารตีความหมายตรงกับความต้องการที่ผู้ส่งสารตั้งใจหรือไม่ นอกจากนี้ยังเป็นการควบคุมพฤติกรรม การสื่อสารในเวลาต่อมาของผู้ส่งสาร กล่าวคือ ผู้ส่งสารสามารถใช้การสื่อสารกลับเพื่อปรับปรุง คัดแปลง แก้ไข หรือคงไว้ซึ่งเนื้อหาสาระและวิธีการในการสื่อสารของตน

2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)

การสื่อสารการตลาด หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสื่อความหมาย สร้างความเข้าใจ สร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค โดยมุ่งหวังที่จะให้เกิดพฤติกรรมตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจนั้น (สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์, 2530) และในกระบวนการของการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication Process) องค์ประกอบทุกประการของปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ต่างก็มีบทบาทในการเป็นสัญลักษณ์เพื่อที่จะถ่ายทอดความคิดจากผู้ผลิตไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

3. แนวคิดการตลาดประสบการณ์ (Experiential Marketing)

ประสบการณ์สามารถสร้างความแตกต่างให้สินค้า

และบริการ การตลาดประสบการณ์เป็นการสร้างประสบการณ์ในเชิงบวก ในรูปแบบประสบการณ์ทางกายภาพและอารมณ์ ซึ่งกลยุทธ์การตลาดประสบการณ์ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ คือ 1. SENSE Marketing คือ การตลาดเสริมสร้างประสบการณ์ที่มุ่งเน้นการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสของลูกค้ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้มีความสนใจและเปิดใจรับสิ่งที่นำเสนอ 2. FEEL Marketing การบริการการตลาดที่มุ่งเน้นประสบการณ์ในด้านความรู้สึกและอารมณ์ให้กับลูกค้เพื่อสร้างทัศนคติด้านบวกและความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้า 3. THINK Marketing การตลาดสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้เพื่อสร้างความคิด ลูกค้ต้องการหาความรู้และคำตอบ เป็นการมองในภาพกว้างและเชิงลึกในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ 4. ACT Marketing การตลาดส่งเสริมประสบการณ์ด้านการบริโภคสินค้าของลูกค้กลุ่มเป้าหมาย โดยนำเสนอทางเลือกใหม่ให้ลูกค้มีส่วนร่วมในกิจกรรม และ 5. RELATE Marketing การตลาดสร้างความสัมพันธ์จากประสบการณ์ที่มีองค์ประกอบ SENSE FEEL THINK และ ACT จากประสบการณ์เฉพาะด้านในแต่ละส่วน นำมาผสมผสานเกี่ยวโยงกัน จากประสบการณ์เฉพาะบุคคลขยายผลสู่กลุ่มคนในระดับต่างๆ เช่น ครอบครัว ญาติ กลุ่มเพื่อนและผู้บังคับบัญชา เป็นต้น

4. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท (2549) ได้สรุปความหมายของการโน้มน้าวใจว่า หมายถึงการสื่อสารของมนุษย์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้มีอิทธิพลเหนือผู้อื่น โดยการเปลี่ยนความเชื่อ ค่านิยม หรือทัศนคติ ซึ่งองค์ประกอบขั้นพื้นฐานของการโน้มน้าวใจ ประกอบด้วย องค์ประกอบภายนอกของผู้รับสารและองค์ประกอบภายในผู้รับสาร นอกจากนี้องค์ประกอบด้านความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Source Credibility) ก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการโน้มน้าวใจเพราะบุคคลยังมีความน่าเชื่อถือมากเท่าใด การจูงใจก็ยิ่งมีประสิทธิภาพขึ้นเท่านั้น (Oppenheimer and Pravda, 1968) กล่าวคือ ผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูงจะ

มีความสามารถในการชักจูงใจมากกว่าผู้ที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อและการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อ หรือช่องสาร (Channel) เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสาร โดยเป็นพาหนะหรือตัวกลางในการนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร หากผู้ส่งสารที่ต้องการส่งสารไปยังผู้รับสารไม่มีสื่อเพื่อการส่งสาร การสื่อสารนั้นย่อมไม่เกิดผล

สำหรับการศึกษาเรื่อง กระบวนการสื่อสารกับสาธารณชน กระบวนการตัดสินใจและปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ ของเสถียรธรรมสถาน มีสื่อที่เกี่ยวข้องคือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อกิจกรรมและสื่อใหม่

โดยประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อมวลชนนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่เห็นพ้องว่า สื่อมวลชนมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงใจคนให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้นๆ

สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) การใช้สื่อเฉพาะกิจนั้น จะทำให้ผู้ใช้สื่อข่าวสารข้อมูลสำหรับเผยแพร่พรรคเรื่องหนึ่งเรื่องใดไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจงและเหมาะสมกับสภาพของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ประชาชนเป้าหมายได้รับข่าวสารความรู้โดยตรงและถูกต้อง ช่วยให้เกิดการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติ

สื่อกิจกรรม ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2548) สรุปไว้ว่า การจัดกิจกรรมต่างๆ เป็นการสื่อสารที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งในการนำยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ โดยเฉพาะในด้านการเผยแพร่ข้อมูล การสร้างการมีส่วนร่วม และการพัฒนาสัมพันธภาพ โดยองค์กรอาจดำเนินการจัดกิจกรรมเอง หรือร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ

ในการจัดกิจกรรม โดยสามารถแบ่งกิจกรรมออกเป็นประเภทต่างๆ คือ กิจกรรมเชิงวิชาการ กิจกรรมเชิงสนุกสนานและ/หรือเรียกร้องความสนใจต่างๆ กิจกรรมเชิงธุรกิจ และกิจกรรมเชิงการณรงค์

สื่อใหม่ (New Media) ด้วยลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากเดิมของสื่อใหม่ การเปิดรับและการใช้สื่อใหม่ จึงส่งผลต่อการใช้ชีวิตของผู้รับสื่อ เช่น จากเดิมที่เด็กเรียนรู้จากโทรทัศน์ เปลี่ยนมาเป็นการเรียนรู้โลกเสมือนจริงในเกมคอมพิวเตอร์ วัยรุ่นเริ่มสร้างชุมชนของตนบนพื้นที่ไซเบอร์และมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ทั้งๆ ที่ตัวไม่ได้อยู่ใกล้ชิดกัน หรือแม้กระทั่งที่ไม่เคยเห็นหน้าตากันเลย

6. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ (Decision Making)

คาร์โรลและจอห์นสัน (1990) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการซึ่งบุคคล กลุ่ม หรือองค์กรกำหนดทางเลือกหรือการเลือก รวบรวมและประเมินข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับทางเลือกและเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

ขั้นตอนการตัดสินใจ

McGuire (1989) กล่าวว่า ภายหลังจากเกิดการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ผู้รับสารจะเกิดการตอบสนอง โดยเป็นการประมวลผลข้อมูลข่าวสาร (Information Processing) เป็นขั้นตอนต่างๆ 12 ขั้นตอน คือ ขั้นเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ขั้นตั้งใจ ขั้นสนใจ ขั้นเข้าใจ ขั้นเรียนรู้ ทักษะ ขั้นยอมรับและเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ขั้นจดจำเนื้อหา ขั้นแสวงหาข้อมูลข่าวสารและนึกขึ้นได้ ขั้นตัดสินใจตามสิ่งที่นึกขึ้นได้ ขั้นปฏิบัติตามการตัดสินใจ ขั้นสนับสนุนการกระทำ และขั้นยืนยัน ภายหลังจากการกระทำ

เซอร์เบิร์ต เอ. ไชมอน ได้ให้ข้อคิดที่ว่า กระบวนการตัดสินใจนั้น มีขั้นตอน 4 ระดับ คือ

1. ระดับกิจกรรมในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Intelligence activity) คือ การเสาะแสวงหาข่าวสารข้อมูล สภาพแวดล้อมต่างๆ เพื่อการตัดสินใจ

2. ระดับกิจกรรมในการสร้างแบบหรือออกแบบ (Design activity) คือ การประดิษฐ์ การพัฒนา และการวิเคราะห์แนวทางต่างๆ ที่จะนำไปปฏิบัติได้

3. ระดับกิจกรรมในการเลือก (Choice activity) คือ การเลือกแนวทางเฉพาะที่จะทำได้

4. ระดับกิจกรรมในการทบทวน (Review activity) คือ การประเมินค่าของการเลือกในทางเลือกที่ผ่านมา

Janis (1968) ได้กล่าวว่า ขั้นตอนของการตัดสินใจ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับลำดับของการเปลี่ยนแปลงความสมดุลในด้านสิ่งสนใจของผู้ตัดสินใจ ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการตอบสนองต่อข่าวสารที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นทางเลือก คือ

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นประเมินสิ่งท้าทาย (Appraising the Challenge)

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นแสวงหาทางเลือก (Surveying Alternatives)

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นชั่งน้ำหนักทางเลือก (Weighting Alternatives)

ขั้นตอนที่ 4 ขั้นพิจารณาผูกมัด (Deliberating about Commitment)

ขั้นตอนที่ 5 ขั้นยืนยันทนแม้ได้รับการตอบสนองทางลบ (Adhering despite Negative Feedback)

โดยขั้นตอน 5 ขึ้นดังกล่าว จะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อเป็นการตัดสินใจโดยใช้เหตุผล หากการตัดสินใจไม่ได้เป็นการใช้เหตุผล ขั้นตอนที่ 2 3 และ 4 ก็จะหมดความสำคัญ หรืออาจถูกข้ามไป

7. แนวความคิดเกี่ยวกับศาสนา ความเชื่อและหลักธรรมคำสอนในพระพุทธศาสนา

Weber Hill (1973) กล่าวว่า ศาสนาเป็นคำตอบของปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับชีวิต ไม่ว่าจะเป็นความทุกข์ ความผิดหวัง ความเจ็บป่วย และความตาย คำตอบของปัญหาเหล่านี้ จะกลายเป็นที่ยอมรับกันในสังคม และจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคน

ความเชื่อทางศาสนาจะส่งผลต่อพฤติกรรมต่างๆ

ของคน Johnson (1970) กล่าวว่า ศาสนามีความสำคัญต่อระบบความเชื่อและการปฏิบัติของคน ซึ่งระบบความเชื่อนี้เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อท่าที ความรู้สึกนึกคิด และการกระทำของคน ความเชื่อทางศาสนา จึงเป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจให้พ่อแม่ที่เตรียมตั้งครรภ์หรือกำลังตั้งครรภ์ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรฯ เป็นอย่างมาก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาวิจัยจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ คณะทำงานโครงการ อันได้แก่ แม่ชีคันสนีย์ เสถียรสุด ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งโครงการ เจ้าหน้าที่ประจำโครงการ เจ้าหน้าที่บ้านสายสัมพันธ์ อาสาสมัครและวิทยากร อาสาสมัคร จำนวน 6 คน และพ่อแม่ที่เตรียมตั้งครรภ์ กำลังตั้งครรภ์ หรือให้กำเนิดลูกแล้วไม่เกิน 1 ปี ที่เป็นสมาชิกโครงการจำนวน 33 คน ร่วมกับการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และการศึกษาเอกสารและสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่อนุอยู่ในครรภ์ของสตรีธรรมสถาน

โครงการจิตประภัสสรตั้งแต่อนุอยู่ในครรภ์ ก่อตั้งขึ้นที่สตรีธรรมสถานในวันคล้ายวันเกิดของท่านพุทธทาสภิกขุ คือวันที่ 27 พฤษภาคม 2547 โดยแม่ชีคันสนีย์ เสถียรสุด โครงการจิตประภัสสรตั้งแต่อนุอยู่ในครรภ์เป็นโครงการที่มุ่งส่งเสริมให้พ่อแม่ได้ศึกษาและปฏิบัติตนตามหลักพุทธวิธีที่มีธรรมะเป็นแนวทางในการครองชีวิตครอบครัว และให้กำเนิดลูกที่มีจิตประภัสสร นั่นคือ จิตใจที่สงบ ปราศจากอารมณ์ที่

ขุนมัว เพื่อให้ลูกเติบโตเป็นคนที่มีคุณภาพในสังคมและดำเนินชีวิตอย่างมีความสุขในทุกช่วงวัย

จุดเริ่มต้นของโครงการ เกิดจากประสบการณ์การทำงาน “บ้านสายสัมพันธ์” ของแม่ชีสันสนีย์ เสถียรสุด ที่ใช้หลักธรรมะในการช่วยเหลือผู้หญิงที่ตั้งครรภ์เมื่อไม่พร้อมหรือถูกกระทำทางเพศ มากกว่า 18 ปี ทำให้เกิดความเข้าใจในปัญหาของเด็กและผู้หญิงอย่างลึกซึ้งและเกิดการเรียนรู้ว่า การแก้ปัญหาที่ดีที่สุดคือการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุของปัญหา ดังนั้น หากทำให้คนที่กำลังจะเป็นพ่อแม่มีคุณธรรม ประพฤติตนอยู่ในศีลธรรมอันดีงาม ก็จะส่งผลให้ลูกดีมาเกิดและเติบโตเป็นคนที่มีคุณภาพต่อไปในสังคม วัตถุประสงค์ของโครงการ คือ เพื่อส่งเสริมให้พ่อแม่ศึกษา ปฏิบัติและแบ่งปันประสบการณ์การใช้พุทธวิธีในการครองชีวิต ครอบครัวและให้กำเนิดชีวิตของลูกอย่างมีจิตประภัสสร และเพื่อสร้างวงศาคณาญาติให้พ่อแม่มีที่ปรึกษาระยะยาวในการครองชีวิตครอบครัว และให้กำเนิดชีวิตของลูกอย่างมีจิตประภัสสร

โครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นั้นอยู่ในครรภ์มีกิจกรรมหลักๆ 2 กิจกรรม คือ “การอบรมวิถีชีวิตของครอบครัวจิตประภัสสร” ซึ่งจัดขึ้นทุกวันอาทิตย์ต้นเดือน พ่อแม่ที่เป็นสมาชิกสามารถมาเข้าร่วมเมื่อไหร่ก็ได้ ก็ครั้งก็ได้ นอกจากนั้นยังมี “ค่ายครอบครัวจิตประภัสสรตั้งแต่นั้นอยู่ในครรภ์” เป็นหลักสูตร 2 วัน 1 คืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการต่อยอดกิจกรรมและเปิดโอกาสให้ครอบครัวที่สนใจได้มีโอกาสเรียนรู้วิถีชีวิตของการปฏิบัติธรรมที่กลมกลืนอยู่ในวิถีชีวิตประจำวันของครอบครัว ซึ่งจัดขึ้นเพียงปีละ 3 ครั้งเท่านั้น

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยที่ตอบปัญหาการวิจัยทั้ง 3 ข้อ

ปัญหาคำถามวิจัยข้อที่ 1 : คณะทำงานของเสถียรธรรมสถานมีกระบวนการสื่อสารกับสาธารณชนเกี่ยวกับโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นั้นอยู่ในครรภ์อย่างไร

คณะทำงานทำการสื่อสารกับสาธารณชน โดยมีเป้าหมายของการสื่อสารที่สำคัญ คือ 1. เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับโครงการ 2. เพื่อเชิญชวนให้เข้าร่วมโครงการ โดยมีประเด็นในการสื่อสาร 3 ประเด็น คือ 1. เรื่องกายใจบนพื้นฐานของหลักการเชิงพุทธ-วิทยาศาสตร์ เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับโครงการโดยประยุกต์นำหลักวิทยาศาสตร์และพุทธศาสดามาเชื่อมโยงกับร่างกายและจิตใจได้อย่างลงตัว 2. หลักธรรมะในวิถีชีวิต เป็นการนำเสนอข้อมูลกับสาธารณชนว่าเป็นโครงการที่นำหลักธรรมะมาเป็นแนวทางปฏิบัติในการดำเนินชีวิตประจำวัน เป็นเรื่องที่ใกล้ตัว และ 3. ทุนชีวิตที่พ่อแม่ลงทุนเพื่อลูกในด้านจิตใจ เป็นการนำเสนอทางเลือกให้กับบุคคลที่กำลังจะมีบทบาทเป็นพ่อแม่ โดยมุ่งส่งเสริมให้พ่อแม่ลงทุนกับการเตรียมความพร้อมให้กับลูกตั้งแต่อยู่ในครรภ์ด้วยการรักษาจิตใจของตนเองให้บริสุทธิ์ ไม่ขุนมัว ซึ่งเป็นการลงทุนที่คนทุกคนขั้นสามารถทำได้

กลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการ คือ พ่อแม่ที่เตรียมตั้งครรภ์ กำลังตั้งครรภ์ หรือพ่อแม่ที่ให้กำเนิดลูกแล้วไม่เกิน 1 ปี และกลุ่มเป้าหมายรอง 5 กลุ่ม คือ เยาวชนหนุ่มสาวที่กำลังจะสร้างครอบครัว กลุ่มผู้มาปฏิบัติธรรม กลุ่มผู้ที่มาเยี่ยมชมเสถียรธรรมสถาน ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องและประชาชนทั่วไป

กลยุทธ์ด้านสาร ที่คณะทำงานใช้ในการสื่อสารกับสาธารณชนประกอบด้วย 3 กลยุทธ์หลัก คือ

1. เน้นการนำเสนอสาระที่เป็นข้อเท็จจริงอย่างเป็นเหตุเป็นผล โดยเป็นแบบการอ้างเหตุไปสู่ผล (cause to effect) ซึ่งเป็นเนื้อหาที่สามารถอธิบายได้ตามหลักวิทยาศาสตร์ อาทิ การที่แม่มีความวิตกกังวล ก็จะส่งผลกระทบต่อไปสู่ลูกในครรภ์ได้ เป็นต้น ซึ่งกลยุทธ์การนำเสนอสารนี้เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างความมั่นใจให้กับสาธารณชนในการที่จะตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ

2. เน้นการนำเสนอสาระที่ท้าทายให้ปฏิบัติ เป็นการท้าทายให้ปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติตัว โดย

ดำเนินชีวิตตามหลักธรรมะเพื่อจะได้ในสิ่งที่ต้องการ นั่นคือ ลูกที่อยู่ในครรภ์เกิดมาเป็นคนที่มึนงงใจดี พ่อแม่ต้องพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นการท้าทายให้มาพิสูจน์โดยมีการนำเสนอข้อมูลของพ่อแม่ที่ประสบความสำเร็จได้จริงควบคู่ไปด้วย

3. เน้นการแบ่งปันประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เนื้อหาสาระจะเป็นประสบการณ์จริงของพ่อแม่ที่เข้าร่วมโครงการมาแล้วคู่กันฟัง ทั้งในวันอบรมวิถีชีวิตของครอบครัวจิตประภัสสรและผ่านทางสื่อต่างๆ ทำให้เกิดการแบ่งปันความทุกข์และความสุข เกิดเป็นกำลังใจและแรงบันดาลใจให้กับคนอื่น

กลยุทธ์ด้านสื่อ ที่คณะกรรมการใช้ในการสื่อสารกับสาธารณชนประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ คือ

1. การสื่อสารผ่านสื่อบุคคลแบบปากต่อปากเป็น กลยุทธ์ที่ใช้ในการเผยแพร่โครงการตั้งแต่ช่วงเริ่มแรกจนกระทั่งปัจจุบัน โดยในช่วงแรกที่ก่อตั้งโครงการก็ใช้วิธีการบอกปากต่อปาก ชักชวนคุณแม่ที่ตั้งท้องหรือคนรู้จักที่เคยมาปฏิบัติธรรมที่เสถียรธรรมสถานให้มาเข้าร่วมโครงการ พอเข้าร่วมแล้วก็รู้สึกว่าได้ ก็ไปบอกต่อๆ กันไป จนทำให้โครงการเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นและมีผู้สนใจเข้าร่วมโครงการเพิ่มมากขึ้นในทุกปี

2. การสื่อสารในทุกที่มีโอกาส คณะทำงานโครงการที่มีบทบาทสำคัญในการทำการสื่อสารกับสาธารณชน คือ แม่ชีศันสนีย์ เสถียรสุต โดยท่านจะทำการสื่อสารเรื่องราว ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ผ่านสื่อต่างๆ ต่อสาธารณชนในทุกที่มีโอกาส โดยในช่วงแรกก่อนที่จะมีโครงการเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมชัดเจน แม่ชีศันสนีย์ เสถียรสุต จะสื่อสารกับสาธารณชนในลักษณะการขายไอเดีย แนวคิดที่เกี่ยวกับการปฏิสนธิจิต ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของโครงการ จนกระทั่งโครงการได้เกิดเป็นรูปธรรม มีกิจกรรมที่ชัดเจน การสื่อสารในทุกที่มีโอกาสก็ยังคงดำเนินต่อไป แต่เนื้อหาที่สื่อสารจะเปลี่ยนเป็นในลักษณะของการบอกเล่ากิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในโครงการและบอกถึงความเคลื่อนไหวในโครงการว่ากำลังจะมีกิจกรรมพิเศษอะไรเกิดขึ้นบ้าง รวมถึงกิจกรรม

ต่อเนื่องและกิจกรรมอื่นๆ ของเสถียรธรรมสถานด้วย ส่งผลให้สาธารณชนได้รู้จักโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่อนอยู่ในครรภ์เพิ่มมากขึ้น

3. การบูรณาการช่องทางที่หลากหลาย คณะทำงานโครงการได้ทำการสื่อสารทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ โดย **การสื่อสารเชิงรุก** คือ การสื่อสารผ่านสื่อที่ผลิตเองซึ่งเป็นสื่อกลางของเสถียรธรรมสถาน ได้แก่ รายการวิทยุสาวิกา (สื่อวิทยุ) รายการธรรมะสวัสดิ์ (สื่อโทรทัศน์) นิตยสารสาวิกา อริยะสร้างได้ และคอลัมน์ “มองนอกคูโน” ในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก สื่อใหม่ และสื่อเพลง นอกจากนี้ยังสื่อสารผ่านสื่อเฉพาะกิจที่ผลิตขึ้นมาเฉพาะของโครงการ ได้แก่ ตัวกิจกรรมโครงการ แผ่นพับโครงการ บอร์ดหรือป้ายโครงการ สื่อเพลงที่แต่งขึ้นเฉพาะโครงการ และชุมชนจิตประภัสสรที่จัดตั้งอยู่ในบริเวณของเสถียรธรรมสถาน เพื่อให้สาธารณชนได้เห็นสื่อ ข้อมูล กิจกรรมต่างๆ ของโครงการ รวมถึงสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ และสุดท้ายคือ การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนที่เป็นพันธมิตร ซึ่งเป็นสื่อที่เคยได้ร่วมงานกัน หรือรู้จักกันกับคณะทำงานโครงการอยู่แล้ว สำหรับการสื่อสารเชิงรับ ได้แก่ จักระบบการประสานงานกับสื่อหลากหลายที่เข้ามาทำข่าวเกี่ยวกับโครงการ

4. การสื่อสารผ่านเครือข่ายโรงพยาบาล ในช่วงมุ่งสื่อสารผ่านแผนกสูตินรีเวช เพราะกลุ่มเป้าหมายหลักคือ พ่อแม่ที่กำลังตั้งครรภ์ โดยใช้แผ่นพับประชาสัมพันธ์โครงการ ทั้งนี้ ถึงแม้การสื่อสารผ่านเครือข่ายโรงพยาบาลจะไม่บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ แต่ก็มีคุณหมอพยาบาลบางส่วนที่เห็นถึงประโยชน์ของโครงการและอาสาให้ความรู้ทางด้านการดูแลครรภ์ให้กับสมาชิกโครงการ และในปัจจุบันการสื่อสารผ่านเครือข่ายโรงพยาบาลได้เปลี่ยนเป็นในลักษณะของการได้รับเชิญไปบรรยายให้กับคุณหมอ พยาบาล ตามโรงพยาบาลต่างๆ แทนที่การสื่อสารในเชิงรุกอย่างในอดีต

5. สร้างกิจกรรมให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปแบบและสม่ำเสมอ กิจกรรมหลักที่เกิดขึ้นเป็นประจำ 2 กิจกรรม ได้แก่ 1. การอบรมวิถีชีวิตครอบครัวเพื่อจิตประภัสสร

ในทุกวันอาทิตย์ตื่นนอน ประกอบด้วยกิจกรรมที่เน้นสื่อสารกับสมาชิกโครงการแต่ก็มีผู้ปฏิบัติธรรม/บุคคลทั่วไปร่วมด้วย ซึ่งเป็นความตั้งใจของแม่ชีสันสนีย์ เสดียรสุด ที่ต้องการเปิดโอกาสให้ทั้ง 2 กลุ่มได้เป็นกำลังใจซึ่งกันและกัน และเป็นส่วนหนึ่งในการทำให้คนอีกกลุ่มได้ข้อคิดดีๆ สามารถนำไปพัฒนาตนเองได้ และกิจกรรมเฉพาะสมาชิกโครงการ ที่มีรูปแบบกิจกรรมและเนื้อหาโดยตรงเฉพาะเกี่ยวกับการตั้งครรภ์ การปฏิบัติตนของพ่อแม่ 2. ค่ายครอบครัวจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ เป็นการอบรมแบบ 2 วัน 1 คืน เพื่อเสริมสร้างพื้นฐานในเรื่องหลักอานาปานสติภาวนา อันเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการปฏิบัติธรรมในครอบครัว และกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ คอนเสิร์ต การทอดผ้าป่า การระดมทุน ซึ่งถึงแม้จะไม่ใช่เพื่อโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์โดยตรง แต่ก็ใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่โครงการและบอกเล่าถึงความเคลื่อนไหวผลสำเร็จของโครงการได้อีกช่องทางหนึ่ง

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 : กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ของพ่อแม่ที่เตรียมตั้งครรภ์หรือกำลังตั้งครรภ์หรือให้กำเนิดลูกแล้วที่เป็นสมาชิกของโครงการมีขั้นตอนอย่างไร

กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ เกิดจากปัจจัยภายในตนเองของพ่อแม่เป็นหลัก และมีปัจจัยภายนอกเป็นตัวกระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ โดยปัจจัยภายในตนเองของพ่อแม่ประกอบด้วย 4 ปัจจัยย่อย ปัจจัยแรก คือ มีความทุกข์ กังวลใจ ต้องการให้สภาพจิตใจดีขึ้น ซึ่งประกอบด้วย ความทุกข์ที่เกิดจากการตั้งครรภ์เมื่ออายุมาก ทำให้เกิดความกังวลใจกลัวว่าลูกจะผิดปกติ ความทุกข์ที่เกิดจากการมีลูกยาก ทุกข์เพราะเคยแท้งลูกมาก่อน และทุกข์เพราะตั้งครรภ์เมื่อไม่พร้อมหรือมีปัญหาชีวิต ปัจจัยที่สองคือ มีความตั้งใจที่จะทำสิ่งดีๆ เพื่อลูก ปัจจัยที่สาม คือ ความศรัทธาในพุทธศาสนา การปฏิบัติธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ

ความเชื่อและทัศนคติเดิมของพ่อแม่ที่เป็นสมาชิกโครงการอยู่แล้ว และปัจจัยสุดท้ายคือ ความศรัทธาต่อเสถียรธรรมสถาน สำหรับปัจจัยภายนอกหรือบริบทแวดล้อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ จิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์คือ เพื่อน/คนใกล้ชิด เพราะเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดก็คือบุคคลที่พ่อแม่มีความผูกพัน ไว้วางใจ เมื่อมีความทุกข์เกิดขึ้นในใจก็มักจะระบายออก หรือปรึกษากับบุคคลที่ตนเองสนิทและไว้วางใจ ดังนั้น คำแนะนำจากเพื่อนหรือคนใกล้ชิดจึงมีอิทธิพลมากต่อการที่จะตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ขาวจากสื่อมวลชนก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเช่นกัน โดยสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุด เนื่องจากถ่ายทอดข้อมูลได้ทั้งภาพและเสียง ทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจวัตถุประสงค์ของโครงการและเห็นภาพของกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นกับตนได้ถ้าไปเข้าร่วมโครงการ และปัจจัยภายนอกปัจจัยสุดท้ายคือ กระแสธรรมะที่มาแรง สื่อมวลชนนำเสนอข่าวสารโดยชูประเด็นเกี่ยวกับธรรมะกับชีวิตมากขึ้น จึงส่งผลให้โครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

เมื่อปัจจัยภายในตนเองและปัจจัยภายนอกหรือบริบทแวดล้อม ต่างส่งผลสนับสนุนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ ทำให้พ่อแม่กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจที่จะเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ โดยใน **ระยะที่ 1 ของกระบวนการตัดสินใจ** คือ ระยะก่อนการตัดสินใจ เป็นการแสวงหาข้อมูล ขาวสาร เกี่ยวกับโครงการจากสื่อบุคคล คือ เพื่อนที่เคยเข้าร่วมโครงการหรือเคยไปปฏิบัติธรรม และได้เห็นรูปแบบกิจกรรมโครงการมาก่อนและได้แนะนำ บอกต่อ การโทรไปสอบถามเจ้าหน้าที่โครงการ และแสวงหาข้อมูลด้วยตนเองทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ของเสถียรธรรมสถาน **ระยะที่ 2 ระยะการตัดสินใจ** เป็นระยะที่มีความสำคัญมากที่สุด เพราะเป็นระยะที่เกิดการตัดสินใจแน่อนแล้วว่า จะเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ ซึ่งในระยะนี้ประกอบด้วย

ขั้นพิจารณาและขั้นตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ โดยการคิดพิจารณาพ่อแม่จะพิจารณา 3 ข้อหลักๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ ได้แก่ ความสอดคล้องกับความต้องการ วัน เวลา สถานที่ และความคุ้มค่ากับเวลา เนื่องจากเป็นโครงการที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งกับลูก ในครรภ์และพ่อแม่ ไม่มีความเสี่ยงหรือผลเสียอะไรจากการเข้าร่วมโครงการ พ่อแม่ที่มาเข้าร่วมโครงการ มีทั้งที่มาอย่างต่อเนื่องและไม่ต่อเนื่อง **ระยะที่ 3 ระยะหลังการตัดสินใจ** เป็นระยะที่พ่อแม่ได้เข้าร่วมโครงการ และได้เห็นถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการแล้ว เกิดความพึงพอใจและเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆ ของเสถียรธรรมสถาน นอกจากนี้ยังมีการแนะนำโครงการให้กับคนอื่นๆ ต่อไปอีกด้วย

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3 : ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ก่อนอยู่ในครรภ์ ของพ่อแม่ที่เตรียมตั้งครรภ์หรือกำลังตั้งครรภ์หรือให้กำเนิดลูกแล้ว ที่เป็นสมาชิกของโครงการประกอบด้วยอะไรบ้าง

ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร คณะทำงานโครงการที่เป็นผู้ส่งสารที่มีบทบาทสำคัญที่สุด คือ แม่ชีศันสนีย์ เสถียรสุต โดยปัจจัยด้านผู้ส่งสารที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย 4 ปัจจัยย่อย ได้แก่ บุคลิกภาพดี สุขุม เป็นมิตร มีศีลธรรม มีความรู้ ประสบการณ์การทำงานกับเด็กและหญิงตั้งครรภ์, มีทักษะในการสื่อสารที่ดี สามารถอธิบายเรื่องยากให้เข้าใจง่ายและมีความน่าเชื่อถือและเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับในสังคม **ปัจจัยด้านสาร** ประกอบด้วย *วจนสาร* ซึ่งประกอบไปด้วย 1. เนื้อหาด้านหลักธรรมะที่เข้าใจง่าย เป็นการนำหลักธรรมมาประยุกต์ใช้กับชีวิต โดยอธิบายด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย 2. เนื้อหาให้ความรู้ด้านการดูแลครรภ์ เนื้อหาในส่วนนี้จะตอบโจทย์ของพ่อแม่ได้เป็นอย่างดี 3. เนื้อหาที่ ยกตัวอย่างให้เห็น ง่ายต่อการนำไปปฏิบัติ มียกตัวอย่างเรื่องใกล้ตัว การใช้คำนิยามที่จดจำได้ง่าย อาทิ “จี๋เอ๋ บ้าย บาย” ที่สื่อความหมายถึงการรู้เท่าทันอารมณ์ของ

ตนเอง 4. เนื้อหาที่เป็นประสบการณ์จริง เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นการพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างพ่อแม่ที่เป็นสมาชิกโครงการ สำหรับ *อวัจนสาร* เน้นที่การสัมผัสแสดงความรักที่นำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว ได้แก่ การโอบกอด ลูบท้อง และการบิบนวด นอกจากนี้ อวัจนสารในความหมายของการวิจัยในครั้งนี้ยังหมายถึง รูปแบบการปฏิบัติธรรมที่แตกต่าง ไม่น่าเบื่อ ทำได้ง่ายเหมาะสมกับทั้งพ่อแม่ที่เคยและไม่เคยเข้าวัดปฏิบัติธรรม อาทิ การนอนภวานา การเดินชมสวน หรือการเดินจงกรม และช่วงศิลปะกับสติ เป็นการประยุกต์เอาหลักการทางศิลปะมาผนวกเข้ากับหลักพุทธศาสนา **ปัจจัยทางด้านช่องทางการสื่อสาร** ประกอบด้วย 3 ปัจจัยย่อย คือ 1. ปากต่อปาก จุดเริ่มต้นของการขยายวงกว้าง ซึ่งเริ่มจากการสื่อสารกับบุคคลใกล้ชิดแล้วก็บอกต่อๆ กันไปจนขยายเป็นวงกว้าง ส่งผลให้มีสมาชิกเพิ่มมากขึ้นทุกปี 2. การใช้ช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง ทั้งสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อใหม่ 3. การบูรณาการสื่อ (Integration) โดยใช้สื่อผสมผสานกันเพื่อให้นำเสนอเนื้อหาโครงการได้อย่างครบถ้วน **ปัจจัยทางด้านผู้รับสาร** ประกอบไปด้วย 4 ปัจจัยย่อย คือ 1. ความต้องการที่พึงพอใจ 2. ความศรัทธาในพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรมอยู่แล้ว เป็นปัจจัยภายในตนเองที่พ่อแม่มีอยู่เป็นทุนเดิม ดังนั้น เมื่อเกิดความทุกข์ ไม่สบายใจ ธรรมะจึงเป็นสิ่งที่พ่อแม่คำนึงถึงและอยากจะใช้เป็นเครื่องมือที่ช่วยบรรเทาทุกข์ 3. ต้องการเตรียมความพร้อมทางด้านจิตใจให้ลูกเพื่อให้ลูกเติบโตมาเป็นคนที่มั่งใจดี เป็นคนที่มีคุณภาพ และสามารถอยู่รอดในสังคมที่วุ่นวายในปัจจุบันได้ และ 4. เชื่อในการคิดดี ทำดี แล้วจะได้ในสิ่งที่ดี

อภิปรายผลการวิจัย

1. กระบวนการสื่อสารกับสาธารณชนเกี่ยวกับโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ก่อนอยู่ในครรภ์

สามารถอธิบายได้เป็น 3 ประเด็น คือ

1.1 การสื่อสารการตลาดเพื่อผลิตภัณฑ์ทางสังคม (Marketing Communication on Social Product)

โครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์เป็นโครงการที่นำเสนอในเรื่องของการปฏิบัติธรรมสำหรับพ่อแม่ที่เตรียมหรือกำลังตั้งครรภ์ โดยประยุกต์หลักการทางพุทธศาสนากับวิทยาศาสตร์เข้าด้วยกัน แล้วปรับเปลี่ยนเป็นรูปแบบกิจกรรมต่างๆ ที่เหมาะสมเพื่อปรับเปลี่ยนวิธีคิดและพฤติกรรมของพ่อแม่เพื่อให้เกิดผลดีกับลูกในครรภ์ รวมถึงความสัมพันธ์ที่ดีของพ่อแม่ ซึ่งหากพิจารณาตามหลักการสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication) แล้ว โครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ก็เปรียบเสมือนสินค้าทางสังคม (social product) ที่นำเสนอบริการที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและการปฏิบัติธรรม โดยคณะทำงานโครงการก็เปรียบเสมือนทีมประชาสัมพันธ์ที่มุ่งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการให้เป็นที่รู้จักและสร้างการยอมรับเพื่อให้คนเข้ามาใช้บริการ นั่นก็คือ การเข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการ โดยกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ก็คือ พ่อแม่ที่เตรียมตั้งครรภ์ กำลังตั้งครรภ์หรือให้กำเนิดลูกแล้ว ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการ และกลุ่มเป้าหมายรองคือ เยาวชนหนุ่มสาวที่กำลังจะสร้างครอบครัว กลุ่มผู้มาปฏิบัติธรรม กลุ่มผู้ที่มาเยี่ยมชมเสถียรธรรมสถาน ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไป

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัย พบว่า คณะทำงานโครงการได้ทำการสื่อสารการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (product communication) ไปยังสาธารณชน โดยให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการตั้งแต่วัตถุประสงค์ แนวคิด รูปแบบกิจกรรม ฯลฯ เพื่อให้พ่อแม่กลุ่มเป้าหมายซึ่งเปรียบเสมือนลูกค้า (Customers) ของโครงการได้รู้จักโครงการมากยิ่งขึ้น โดยบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ก็คือ แม่ชีคันสนีย์ เสถียรสุด ซึ่งสอดคล้องกับที่ Wrrwin P. Bettinghaus (1968) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนั้น ขึ้นอยู่

กับความศรัทธาเชื่อมั่น (Trustworthiness) ของผู้รับสาร ที่ให้ความไว้วางใจต่อผู้ส่งสารว่า เป็นผู้ที่มีความเมตตา กรุณา โอบอ้อมอารีเข้ากับคนอื่นได้ง่าย จากการวิจัยยังพบว่า กิจกรรมพิเศษที่เสถียรธรรมสถานจัดขึ้น อาทิ การจัดงานทอดผ้าป่า การระดมทุนหรือการจัดคอนเสิร์ตต่างๆ เปรียบเสมือนการส่งเสริมการขาย (sale promotion) ที่มีการจัดกิจกรรมพิเศษขึ้นมาเพื่อดึงดูดใจให้คนเข้ามาในเสถียรธรรมสถาน

นอกจากนี้ จากการศึกษาวิจัยพบว่า คณะทำงานดำเนินโครงการโดยมุ่งนำเสนอประสบการณ์ดีๆ ให้กับพ่อแม่ที่เป็นสมาชิกโครงการ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน และการได้รับความรู้ด้านต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Schmitt (1999) ได้อธิบายไว้เกี่ยวกับการตลาดประสบการณ์ (Experiential Marketing) ที่เป็นการทำการตลาดที่เน้นการส่งมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่า และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ซึ่งลูกค้าในที่นี้ก็คือ พ่อแม่ที่เป็นสมาชิกโครงการ โดยจะสอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดประสบการณ์ในส่วนของการจัดประกอบทางด้าน Feel Marketing คือ การบริหารตลาดที่มุ่งเน้นประสบการณ์ในด้านความรู้สึกและอารมณ์ให้กับลูกค้า เพื่อสร้างทัศนคติด้านบวกและความรู้สึกที่ดีต่อสินค้า ซึ่งเมื่อเทียบกับโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ก็คือ การที่พ่อแม่ได้เกิดความรู้สึกประทับใจในประสบการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นร่วมกับโครงการ เกิดความภาคภูมิใจ จึงทำให้ประทับใจกับโครงการและเข้าร่วมอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับกลยุทธ์ด้าน Act Marketing คือ การตลาดส่งเสริมประสบการณ์ด้านการบริโภคสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย โดยนำเสนอทางเลือกใหม่ให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในกิจกรรม ซึ่งในกระบวนการสื่อสารกับสาธารณชนของโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ก็มีประเด็นการสื่อสารที่สร้างทางเลือกให้กับพ่อแม่ในการที่จะลงทุนทางด้านจิตใจเพื่อลูก โดยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเองตามแนวทางพุทธศาสนาเพื่อส่งผลที่ดีต่อลูกในครรภ์

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า โครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ซึ่งเป็นโครงการที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ทางสังคม (Social product) ก็สามารถที่จะใช้หลักการสื่อสารทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้เช่นเดียวกันกับผลิตภัณฑ์ทางการตลาดทั่วไป เพียงแต่วัตถุประสงค์หลักไม่ได้อยู่ที่ผลกำไรที่เป็นตัวเงิน แต่เป็นกำไรในแง่สังคมที่เนื้อหาและกิจกรรมของโครงการจะก่อให้เกิดการเสริมสร้างสถาบันครอบครัวที่เข้มแข็ง สร้างเด็กที่เป็นอนาคตของชาติที่มีจิตใจที่ดีไม่สร้างปัญหาให้กับสังคม และประเทศชาติต่อไป

1.2 สร้างการยอมรับด้วยการสร้างเอกลักษณ์ จากการศึกษาวิจัย พบว่า โครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์เป็นโครงการที่มีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างจากโครงการปฏิบัติธรรมอื่นๆ เริ่มตั้งแต่กลุ่มเป้าหมายของโครงการที่เป็นพ่อแม่ที่ตั้งครรภ์ ซึ่งยังไม่มีหน่วยงานหรือองค์กรใดที่จัดกิจกรรมการปฏิบัติธรรมโดยเฉพาะสำหรับกลุ่มพ่อแม่ที่ตั้งครรภ์ที่จะได้ทำกิจกรรมร่วมกันได้ใกล้ชิด ซึ่งความโดดเด่นนี้เองถือเป็นจุดขาย (selling point) ของโครงการ ที่นำเสนอเรื่องของความใกล้ชิดและเป็นกันเอง

จากการศึกษาวิจัย พบว่า คณะทำงานได้ทำการสื่อสารกับสาธารณชนเพื่อให้เกิดการยอมรับโครงการด้วยการชูประเด็นการสื่อสารที่บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับที่ ศรีกัญญา มงคลศิริ (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ : 2551) ที่กล่าวว่า การสร้างแบรนด์หรือแบรนด์ดิ้ง (Branding) เป็นการสร้างความหมาย (Meaning) ให้แก่สินค้า และความหมายที่ดีก็คือ ความหมายที่ทำให้สินค้ามีความแตกต่าง โดดเด่นและเหนือคู่แข่ง ซึ่งความหมายที่แตกต่าง โดดเด่น และเหนือคู่แข่ง ของแต่ละแบรนด์ คือ ตัวกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเช่นกัน

1.3 กลยุทธ์เชิงสาร (Message Strategy) และกลยุทธ์เชิงสื่อ (Media Strategy) ภายหลังจากความสำเร็จของโครงการ จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า การนำเสนอเนื้อหาสาระของโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอน

อยู่ในครรภ์จะเป็นการนำเสนอข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง มีความเป็นเหตุเป็นผล ซึ่งสอดคล้องกับงานของ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ (2546) ที่พบว่า มีการนำเสนอข้อเท็จจริงเพื่อชี้แจงรายละเอียดข้อมูลต่างๆ เพื่อดำเนินโครงการณรงค์ด้านสุขภาพ นอกจากนี้ คณะทำงานมีการใช้จุดจูงใจเชิงอารมณ์ (Emotional Appeals) 2 ด้าน คือ ด้านของความรัก (Love Appeals) และความกลัว (Fear Appeals) ผสมผสานกัน คือ การที่จะดูแลสิ่งที่พ่อแม่ห่วงใยและรักมากที่สุดได้ จะต้องเริ่มด้วยการปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติตัวโดยใช้หลักธรรมะเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตในช่วงระหว่างที่ตั้งครรภ์ ทำจิตใจตนเองให้สงบ สบาย เพราะถ้าพ่อแม่จิตใจไม่ดี จะส่งผลกระทบต่อจิตใจของลูก นอกจากนี้ยังใช้จุดจูงใจเชิงเหตุผล (Rational Appeals) โดยยกตัวอย่างครอบครัวที่ประสบความสำเร็จได้จริงเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้รับสาร เป็นการแสดงหลักฐานเพื่อยืนยันข้อมูลที่เป็นจริง

จากผลการศึกษาวิจัย ยังพบว่า กลยุทธ์ด้านสารที่เน้นการ sharing การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์คนอื่น แบ่งปันประสบการณ์ซึ่งกันและกันทำให้ช่วยเสริมความเข้าใจได้มากขึ้น ซึ่งคณะทำงานได้นำเสนอสารที่เน้นให้พ่อแม่ที่เป็นสมาชิกโครงการได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตั้งครรภ์ ดูแลครรภ์ ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับ พรดี สะสมบัตติ (2548) ที่พบว่า กลุ่มนมแม่นำเสนอสารที่ใช้คุณแม่ที่มีประสบการณ์เหมือนกันหรือเคยมีประสบการณ์เรื่องการเลี้ยงลูกด้วยน้ำนมมารดา มาถ่ายทอดประสบการณ์ให้คุณแม่ท่านอื่นทราบ โดยเน้นเรื่องของ การให้กำลังใจซึ่งกันและกัน และเสนอแนะแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องผ่านทางวารสาร และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

สำหรับกลยุทธ์ด้านสื่อ (Media Strategy) จากการศึกษาวิจัย พบว่า คณะทำงานโครงการที่มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารกับสาธารณชน คือ แม่ชีคันสนีย์ เสถียรสุด โดยท่านจะทำการสื่อสารในทุกๆ ที่มีโอกาส

ซึ่งสอดคล้องกับ Rogers (1971) ที่ให้ความเห็นว่าการส่งสารซ้ำหลายๆ ครั้ง จะทำให้สารนั้นถูกยอมรับโดยผู้รับสารมากขึ้น และทำให้ผู้รับสารจำเนื้อหาสารได้ดีขึ้นและมีประสิทธิภาพในการจดจำมากขึ้น

การบูรณาการช่องทางที่หลากหลายเป็นกลยุทธ์ด้านการใช้สื่อที่คณะทำงานโครงการใช้ในการสื่อสารกับสาธารณชนเกี่ยวกับโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ โดยจะทำการเผยแพร่โครงการให้เป็นที่รู้จักผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิรินันต์ ลิมนชัยพรกุล (2545) ที่พบว่า การแปรรูปโรงพยาบาลบ้านแพ้ว มีการใช้สื่อหลายช่องทาง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับที่ กิตติมา สุรสนธิ (2545) กล่าวว่ารูปแบบวิธีการใช้สื่อให้มีประสิทธิภาพ โดยการใช้สื่อแบบผสม (Mix media หรือ Media forum) เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่สามารถสร้างความน่าสนใจและการเข้าใจการรับรู้ข่าวสารได้อย่างต่อเนื่อง

2. กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ของพ่อแม่ที่เตรียมตั้งครรภ์ กำลังตั้งครรภ์ หรือให้กำเนิดลูกแล้วที่เป็นสมาชิกโครงการนั้น เริ่มมาจากปัจจัยภายในตนเองของพ่อแม่เป็นปัจจัยหลัก และมีปัจจัยภายนอกหรือบริบทแวดล้อมเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรภัทร์ สังข์น้อย (2541) ยุพดี บุรณ์ชวาล (2546) อรุยา วงศ์ไชยคง (2547) วรวิทย์ โอนพรัตน์วิบูล (2549) และ ทองไพเราะ สดวารินทุ (2543) แม้ว่างานวิจัยทั้ง 5 เรื่องจะเป็นการตัดสินใจที่มีเรื่องของความเปลี่ยนแปลง การยอมรับ การสูญเสียหรือความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยในครั้งนี้ที่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการที่เป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์ เกี่ยวข้องกับธรรมชาติตาม แต่ก็สามารถสรุปได้ว่า ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจกระทำ

พฤติกรรมใดของบุคคลก็ตาม จะมีปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจที่เหมือนกันหรือคล้ายกัน คือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกนั่นเอง

สำหรับปัจจัยภายในตนเองของพ่อแม่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ ที่ค้นพบในการวิจัยครั้งนี้คือ สภาวะจิตใจอารมณ์ที่กำลังเป็นทุกข์ รวมถึงความตั้งใจดีที่จะทำสิ่งดีๆ เพื่อลูก ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สอดคล้องกับที่ Carroll and Johnson (1990) กล่าวว่า ในการตัดสินใจ ผู้ตัดสินใจจะมีความรู้สึกทางจิตใจเกิดขึ้นด้วย ซึ่งความรู้สึกทางจิตใจเหล่านี้ บุคคลจะได้นำไปพิจารณาทางเลือกและเลือกทางเลือกที่จะสร้างความพอใจสูงสุดให้กับตนเอง

นอกจากนี้ ปัจจัยภายในตนเองที่สำคัญอีก 2 ประการ คือ ความเชื่อ ความศรัทธาในพุทธศาสนา การปฏิบัติธรรมและความศรัทธาต่อเสถียรธรรมสถาน ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการของพ่อแม่ที่เป็นสมาชิกโครงการ ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับที่ Shull, Delbecq and Commings (1970) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่บุคคลเกิดความรู้สึกต่อปรากฏการณ์ต่างๆ ตามค่านิยมและความเชื่อที่มีอยู่ จึงเกิดพฤติกรรมทางเลือก เพื่อนำไปสู่สถานการณ์ที่พึงปรารถนาอันเป็นเป้าหมายขององค์กร นอกจากนี้ปัจจัยภายในตนเองดังกล่าวแล้ว ปัจจัยภายนอกหรือบริบทแวดล้อมก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์เช่นกัน ซึ่งจากการศึกษาวิจัยพบว่า เพื่อนหรือคนใกล้ชิดญาติพี่น้องเป็นสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับที่โรเจอร์และเมย์เนนกล่าวว่า สื่อบุคคล เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม โดยผู้รับสารบางคนมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือและยอมรับความคิดเห็นหรือทฤษฎีของสื่อบุคคลที่เขารู้จักคุ้นเคยมากกว่าบุคคลที่เขาไม่รู้จักคุ้นเคย

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับโครงการจิตประภัสสร

ตั้งแต่ต้นจนอยู่ในครรภ์ รวมถึงกระแสธรรมชาติที่มาแรงในสังคม ก็เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Joseph T. Klapper (1960) ได้กล่าวว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของคน โดยประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตนและจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นของตนเอง

ผลการวิจัยครั้งนี้ ยังพบว่า กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นจนอยู่ในครรภ์ของพ่อแม่ที่เตรียมตั้งครรภ์ กำลังตั้งครรภ์ หรือให้กำเนิดลูกแล้วที่เป็นสมาชิกโครงการ แบ่งออกได้เป็น 3 ระยะ คือ ระยะก่อนการตัดสินใจ ระยะการตัดสินใจ และระยะหลังการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรภัทร์ สังข์น้อย (2541) ที่ศึกษาเรื่องขั้นตอนของการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติผู้เสียชีวิต และ ยุพดี บุรณ์ชวาล (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภครถยนต์ความอ้วนของวัยรุ่นสตรีในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ขั้นตอนการตัดสินใจแบ่งออกได้เป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะก่อนการตัดสินใจ ระยะการตัดสินใจ และระยะหลังการตัดสินใจ เช่นเดียวกัน แต่มีความแตกต่างกันในขั้นตอนย่อยของแต่ละระยะของการตัดสินใจ และไม่ได้มีขั้นตอนย่อยๆ ที่ละเอียดเท่าที่งานวิจัยของ วรภัทร์ สังข์น้อย และยุพดี บุรณ์ชวาล เนื่องด้วยในการศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นจนอยู่ในครรภ์เป็นการศึกษาด้านกระบวนการตัดสินใจทำในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์และไม่มีผลเสียหายนหรือผลกระทบใดๆ ทั้งต่อตนเองและผู้อื่น อีกทั้งยังสอดคล้องกับความเชื่อความศรัทธาเดิมของกลุ่มเป้าหมายอยู่แล้ว

จากการศึกษาวิจัย พบว่า กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นจนอยู่ในครรภ์ มีขั้นตอนในแต่ละระยะที่ไม่ซับซ้อน ซึ่งผู้วิจัยขออภิปรายในรายละเอียด ดังนี้

2.1 ระยะก่อนการตัดสินใจ

ระยะก่อนการตัดสินใจเป็นขั้นตอนของการแสวงหา

ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นจนอยู่ในครรภ์ โดยหลังจากที่พ่อแม่ที่เป็นสมาชิกโครงการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นจนอยู่ในครรภ์จากเพื่อน/บุคคลใกล้ชิดรวมถึงสื่อมวลชนแขนงต่างๆ แล้วก็จะเริ่มแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Janis (1968) อธิบายว่า หลังจากที่ถูกกระตุ้นจากข้อมูลข่าวสารที่มาทำทนาย บุคคลจะเริ่มแสวงหาคำอธิบายและข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม และยังคงสอดคล้องกับ McGuire (1989) ที่กล่าวถึงการแสวงหาข้อมูลข่าวสารว่า เป็นหนึ่งในขั้นตอนของการตัดสินใจกระทำพฤติกรรม โดย McGuire เรียกว่า ขั้นตอนการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและนึกขึ้นได้

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Herbert A. Simon ที่กล่าวว่า ระดับกิจกรรมในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Intelligence activity) คือ การเสาะแสวงหาข่าวสารข้อมูล สภาพแวดล้อมต่างๆ เพื่อการตัดสินใจ นอกจากนี้ ผลการศึกษาวิจัยที่ได้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะนารถ จันทราโชติวิทย์ (2543) ที่พบว่า ผู้ปกครองมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความผิดปกติของเด็กเพื่อจัดการความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้น ทั้งจากแพทย์ เพื่อน ญาติพี่น้อง และสื่อต่างๆ โดยแบ่งกระบวนการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเป็น 3 ระยะ และในแต่ละระยะก็จะมีการแสวงหาข้อมูลที่แตกต่างกันออกไป

นอกจากนี้ จากผลการวิจัย พบว่า สื่อบุคคลและสื่อเว็บไซต์เป็นแหล่งสารที่สำคัญที่พ่อแม่เลือกที่จะแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม โดยสื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อนหรือผู้แนะนำที่มีประสบการณ์การเข้าร่วมโครงการมาก่อนหรือมีข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ การสอบถามจากเจ้าหน้าที่ของโครงการ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการจริงๆ ซึ่งสอดคล้องกับที่ พรสิทธิ์ พัฒนานุรักษ์ (2526) กล่าวว่า ผู้ส่งสารที่มีความรู้ในเนื้อหาสาระของเรื่องที่จะสื่อสาร จะส่งผลให้เกิดความแจ่มชัดและความเข้าใจที่ปรากฏกับผู้รับสาร นอกจากนี้ การแสวงหาข้อมูลด้วยตนเองทางเว็บไซต์ก็เป็นช่องทาง

ที่พ่อแม่เกือบทุกครอบครัวจะเข้าไปหาข้อมูลรายละเอียดต่างๆ จากในเว็บไซต์เสถียรธรรมสถาน เพราะสามารถจะหาข้อมูลได้ในทันทีที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของสื่อใหม่ที่ Lister, Martin and other (2003) กล่าวไว้ว่า สื่อใหม่เป็นประสบการณ์ใหม่ของการรวมตัวเป็นกลุ่ม การกำหนดอัตลักษณ์และการก่อเกิดเป็นชุมชน ซึ่งเป็นสื่อที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ด้านกาละเทศะ และสถานที่ ทั้งระดับส่วนตัวและสังคม เป็นสื่อที่ไม่จำกัดขอบเขตเวลาและพื้นที่

2.2 ระยะการตัดสินใจ

หลังจากที่พ่อแม่ได้ข้อมูลเพียงพอจากการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่อนอนอยู่ในครรภ์แล้ว ก็เข้าสู่ระยะการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วยขั้นคิดพิจารณาและขั้นตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ เป็นการคิดพิจารณาว่าจะเข้าร่วมโครงการดีหรือไม่ ซึ่งเป็นการประเมินข้อดี-ข้อเสียของการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ซึ่งผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับที่ Carroll and Johnson (1990) กล่าวว่า ลำดับขั้นตอนการตัดสินใจหลังจากที่มีการเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของทางเลือกต่างๆ (Judgement or Choice) แล้วก็จะเข้าสู่การตัดสินใจกระทำการเลือก (Action) ที่ตนเองพอใจ และสอดคล้องกับที่ Janis (1968) อธิบายว่า บุคคลจะเลือกการกระทำที่ดีที่สุด และจะพิจารณาอย่างรอบคอบถึงข้อดี-ข้อเสียจนกระทั่งตนเองเกิดความมั่นใจว่าเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด ซึ่งตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของตน

2.3 ระยะหลังการตัดสินใจ

ระยะสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่อนอนอยู่ในครรภ์ คือ ระยะหลังการตัดสินใจ เป็นขั้นการเรียนรู้จากการเข้าร่วมโครงการ เป็นการยืนยันการตัดสินใจของพ่อแม่ซึ่งได้รับประโยชน์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้จากการที่ได้เข้าร่วมโครงการแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับที่ Everette M. Roger (1971) กล่าวถึงในกระบวนการยอมรับ (Adoption Process) ว่าหลังจากที่บุคคลทดลอง

ปฏิบัติสิ่งใหม่ (Trail) อันเกิดมาจากการประเมินว่าดีแล้วนั้นก็จะเข้าสู่ขั้นตอนการเกิดการยอมรับสิ่งใหม่ (Adoption) หลังจากที่ได้ทดลองใช้หรือปฏิบัติแล้วเห็นว่าดี แล้วจะขยายการปฏิบัติออกไปเรื่อยๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับที่ Carroll and Johnson (1990) กล่าวว่า การได้รับข้อมูลย้อนกลับหลังจากที่กระทำการตัดสินใจแล้วนั้น ข้อมูลที่ได้รับอาจมีผลทำให้เกิดความรู้ใหม่หรือมีเกณฑ์ใหม่สำหรับการตัดสินใจที่จะเกิดขึ้นต่อไป

3. ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่อนอนอยู่ในครรภ์

3.1 ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร

แม้ชีคันสนีย์ เสถียรสุด เป็นผู้ส่งสารที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในการสื่อสารและสามารถโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี เนื่องจากแม้ชีคันสนีย์ เสถียรสุดเป็นบุคคลที่ปฏิบัติตนอยู่ในศีลธรรม มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Oppenheimer and Pravda (1968 ; อ้างในพีระ จริยะโสภณ 2529) ที่กล่าวว่า ผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูงจะมีความสามารถในการชักจูงใจมากกว่าผู้ที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ

นอกจาก แม้ชีคันสนีย์ เสถียรสุด แล้ว ก็ยังมีคณะทำงานที่เป็นวิทยากรอาสาสมัครที่มีความรู้ความชำนาญในด้านต่างๆ มาบรรยายให้ความรู้ อาทิ เช่น คุณหมอ พยาบาล ซึ่งการใช้สื่อบุคคลที่มีความรู้ ความชำนาญนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรดี สะสมบัติ (2548) ที่ศึกษาเรื่องการใช้สื่อบุคคลในการรณรงค์ของกลุ่มนมแม่ ซึ่งพบว่า กลุ่มนมแม่มีการใช้บุคลากรทางการแพทย์มาสนับสนุนให้ความรู้ อบรม และแนะนำเทคนิคเกี่ยวกับการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ อธิบายพร้อมกับยืนยันข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับคุณแม่ และงานวิจัยของอรณิข จิตรแสวง (2549) ที่พบว่า แพทย์เป็นสื่อบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจดูแลสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิก ศูนย์สุขภาพ

ผู้สูงอายุ กรุงเทพมหานครมากที่สุด และยังสอดคล้องกับที่ ประมะ สตะเวทิน (2546) กล่าวว่า สื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการสื่อสาร ซึ่งปัจจัยหนึ่งของผู้ส่งสารที่มีผลต่อความสำเร็จของการสื่อสาร คือ ความรู้เรื่องที่จะสื่อสาร (Knowledge of the subject matter)

นอกจากนี้ จากผลการวิจัย พบว่า คณะทำงานโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ มีทักษะการสื่อสารที่โดดเด่นในการอธิบายเรื่องยากให้เข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับ ชิตาภา สุขพล่า (2546) ที่กล่าวว่า ผู้สื่อสารที่มีทักษะความสามารถในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียงเรื่องราวให้เข้าใจได้ง่าย เลือกใช้ถ้อยคำได้เหมาะสม เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการสื่อสาร

3.2 ปัจจัยด้านสาร

จากการศึกษาวิจัย พบว่า โครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์มีการนำเสนอเนื้อหาสารใน 2 รูปแบบ คือ วัจนสารและอวัจนสาร โดยเนื้อหาที่เป็นในรูปวัจนสารจะเป็นการให้ความรู้เรื่องการดูแลครรภ์และหลักธรรมะสำหรับนำมาเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพ่อแม่เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับลูก สำหรับอวัจนสารจะเป็นในรูปแบบของกิจกรรมที่หลากหลาย น่าสนใจ ซึ่งจะสามารถดึงดูดใจพ่อแม่กลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดีเพราะเนื้อหาสอดคล้องกับปัจจัยภายในของพ่อแม่ที่มีอยู่เป็นทุนเดิม ซึ่งสอดคล้องกับที่ จารุณี บุญนิพัทธ์ (2539) กล่าวว่า บุคคลแต่ละบุคคลจะรับข่าวสารที่ตนมีความสนใจและจะเกิดผลสัมฤทธิ์ทางการสื่อสาร

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า สารในรูปแบบอวัจนสารที่โครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ใช้จะเน้นไปที่การสัมผัส เพื่อเป็นการสื่อสารในเรื่องความรัก ความเข้าใจระหว่างพ่อแม่และลูก เป็นการเปิดโอกาสให้พ่อแม่ได้แสดงความรักต่อกัน ซึ่งสอดคล้องกับที่ Wood (2000 ; อ้างใน สุรัตน์ ตรีสุกต) กล่าวว่า การสัมผัสเป็นการพัฒนาอย่างแรกสุดใน

บรรดาการพัฒนาประสาทสัมผัสของมนุษย์ เป็นการสร้างความอบอุ่นให้กันและกัน

3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสาร

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์มากที่สุด คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก โดยพ่อแม่ที่เป็นสมาชิกโครงการส่วนใหญ่ได้รู้จักหรือรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์จากการแนะนำของเพื่อน บุคคลใกล้ชิด ซึ่งสอดคล้องกับลาซาร์สเฟลด์และแมนเชล (อ้างใน นิธิกุล แสนอาทิตย์, 2547) กล่าวว่า การพูดคุยเป็นกันเองเป็นส่วนตัว ทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเองและทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับที่ Rosen Emanuel (2000) กล่าวไว้ว่า ผลลัพธ์ที่สามารถเป็นหัวข้อในการบอกเล่าแบบปากต่อปาก (Buzz) ได้ ต้องเป็นผลลัพธ์ที่เป็นประสบการณ์ส่วนบุคคล (Personal Experience Products) คือ การที่บุคคลนำเสนอประสบการณ์หรือความประทับใจจากการประเมินผลลัพธ์หรือบริการของตนไปบอกเล่า จากผลการวิจัย พบว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญในการเผยแพร่โครงการ เป็นการบอกเล่าจากประสบการณ์จริงของผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการหรือรู้จักโครงการมาก่อน ทำให้เกิดการสร้างเครือข่าย ขยายวงกว้างออกไปทำให้สาธารณชนได้รู้จักโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ยังมีการบูรณาการสื่อ (Integration) โดยการใช้สื่อหลายประเภทร่วมกันในการประชาสัมพันธ์โครงการ เพื่อให้สามารถนำเสนอข้อมูลของโครงการได้อย่างครบถ้วน ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย และบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการได้ ซึ่งสอดคล้องกับที่ พนม คล้าษา (2549) กล่าวว่า แนวทางการพิจารณาเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ โดยการบูรณาการสื่อ (Integration) คือ การใช้สื่อผสมผสานกัน เกื้อหนุนกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

3.4 ปัจจัยด้านผู้รับสาร

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า การเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นอนอยู่ในครรภ์ เกิดมาจากปัจจัยภายในตัวผู้รับสารเอง ซึ่งโดยปกติในช่วงเวลาของการตั้งครรภ์ แม่มักจะเกิดความทุกข์กังวลใจเกี่ยวกับร่างกายและจิตใจของตนเอง กลัวว่าจะส่งผลกระทบต่อลูกในครรภ์ โดยเมื่อเกิดความทุกข์ขึ้นก็นึกถึงหลักธรรมะการเข้าวัด ซึ่งเป็นความเชื่อ ความศรัทธาเดิมที่มีอยู่แล้ว เมื่อพ่อแม่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นอนอยู่ในครรภ์ที่มีรูปแบบโครงการที่ดำเนินงานตามหลักพุทธศาสนา ซึ่งสอดคล้องกับความศรัทธาเดิม จึงทำให้พ่อแม่ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ได้โดยง่าย ซึ่งสอดคล้องกับ Weber Hill (1973 ; อ้างใน กุลนรี แนวพนิช 2547) กล่าวว่า ศาสนาเป็นคำตอบของปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับชีวิต ไม่ว่าจะเป็นความทุกข์ ความผิดหวัง ความเจ็บป่วย และความตาย คำตอบของปัญหาเหล่านี้จะกลายเป็นที่ยอมรับกันในสังคมและจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคน และยังสอดคล้องกับที่ Johnson (1970) กล่าวว่า ศาสนามีความสำคัญต่อระบบความเชื่อและการปฏิบัติของคน ซึ่งระบบความเชื่อนี้เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อทำให้ความรู้สึกนึกคิดและการกระทำของคน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ใจทิพย์ สอนดี (2543) ที่พบว่า ความเชื่อความศรัทธาเป็นปัจจัยภายในที่ส่งผลให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการบวชป่าชุมชนอีกด้วย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรมีการพัฒนาเว็บไซต์เสถียรธรรมสถาน ให้มีข้อมูลที่ครบถ้วน ทันสมัยอยู่เสมอ อาทิ การทำปฏิทินกิจกรรมของเสถียรธรรมสถาน การพัฒนาระบบเว็บไซต์ให้สามารถฟังรายการสด “วิทยุสาวิกา” ออนไลน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ เป็นต้น เพื่อให้ผู้ที่สนใจหรือสมาชิกโครงการสามารถติดตามข่าวสารเกี่ยวกับโครงการได้อย่างต่อเนื่อง เพราะจากผลการวิจัย พบว่า กลุ่ม

เป้าหมายส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนทำงาน มีฐานะปานกลาง ซึ่งมีการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ จึงทำให้สื่อเว็บไซต์เป็นช่องทางการสื่อสารที่พ่อแม่ที่เป็นสมาชิกส่วนใหญ่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับการโครงการเพื่อประกอบการตัดสินใจที่จะเข้าร่วมโครงการ

2. คณะทำงานโครงการควรทำการสื่อสารกับสาธารณชนให้ชัดเจนว่า การเข้าร่วมกิจกรรมโครงการไม่ได้จำกัดเฉพาะคู่สามีภรรยาที่ต้องการมาทำกิจกรรมร่วมกันเท่านั้น แต่คุณแม่เลี้ยงเดี่ยวก็สามารถมาเข้าร่วมได้ เพื่อขจัดความกลัว ความรู้สึกแปลกแตกต่างจากครอบครัวอื่นๆ จะได้ไม่เกิดการลังเลที่จะเข้าร่วมโครงการหรืออาจทำโครงการเฉพาะคุณแม่เลี้ยงเดี่ยวขึ้นมาโดยตรงก็ได้ เพราะจากผลการวิจัย พบว่า สมาชิกที่เข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นอนอยู่ในครรภ์นั้น มีคุณแม่ที่เป็นคุณแม่เลี้ยงเดี่ยวมาเข้าร่วมกิจกรรมเช่นกัน แต่จากการสัมภาษณ์คุณแม่เลี้ยงเดี่ยวในตอนแรกที่ได้รู้จักโครงการหรือเห็นข้อมูล รูปภาพกิจกรรมต่างๆ ของโครงการ จะไม่กล้ามาเข้าร่วมโครงการเพราะตนเองไม่มีสามีมาด้วย กล่าวว่าจะยังทำให้รู้สึกไม่ดี

3. หน่วยงานหรือองค์กรใดๆ ที่จะทำโครงการเกี่ยวกับธรรมะหรือโครงการอื่นๆ ทั่วไป ควรที่จะมีการสร้างเอกลักษณ์หรือเครื่องหมายของโครงการตนเองมาเสนอให้ชัดเจน เพื่อให้โครงการมีความน่าสนใจ และสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการยอมรับและตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ เพราะโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นอนอยู่ในครรภ์ประสบความสำเร็จและได้รับการตอบรับที่ดีอย่างต่อเนื่องนั้น ปัจจัยสำคัญที่ผู้วิจัยพบจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ การสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างและโดดเด่น ทำให้โครงการมีความพิเศษกว่าโครงการปฏิบัติธรรมอื่นๆ ทั่วไป

4. เพื่อให้โครงการมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น คณะทำงานควรมีการติดตามผลของสมาชิกโครงการในระยะยาวว่า หลังจากที่ได้พ่อแม่ได้เข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นอนอยู่ในครรภ์แล้ว ความสัมพันธ์

ในครอบครัวดีขึ้นหรือไม่ เด็กที่เกิดมามีจิตใจที่ดี อารมณ์ดีหรือไม่ อย่างไร เพื่อที่จะนำมาพัฒนาหรือปรับปรุงกิจกรรม และเนื้อหาของโครงการให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น และสามารถบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องของกระบวนการสื่อสาร กระบวนการตัดสินใจ และปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการจิตอาสาตั้งแต่ต้นจนอยู่ในครรภ์ แต่ไม่ได้มีการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัย ที่ทำการศึกษาว่า มีความเกี่ยวข้องหรือมีผลกระทบต่อกันหรือไม่ อย่างไร จึงควรมีการทำวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อจะได้ข้อมูลที่ชัดเจน ครบถ้วน รอบด้าน และทราบถึงความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัย และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น

2. ควรทำการศึกษาวิจัยโครงการโรงเรียนพ่อแม่ ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่อง ซึ่งกลุ่มเป้าหมายคือครอบครัวพ่อแม่ลูก ที่มีลูกอายุตั้งแต่แรกเกิด - 12 ปี เพื่อศึกษาว่า กระบวนการสื่อสารกับสาธารณชนเพื่อเผยแพร่โครงการ ให้เป็นที่รู้จักมีความสอดคล้องต่อเนื่องจากโครงการจิตอาสาตั้งแต่ต้นจนอยู่ในครรภ์หรือไม่ อย่างไร และ ขั้นตอนการตัดสินใจรวมถึงปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการโรงเรียนพ่อแม่ นั้น มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

3. ควรจะมีการศึกษาบทบาทผู้นำทางศาสนาหญิง คือ แม่ชี ว่ามีบทบาทและอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจอย่างไร เพราะจากผลการศึกษา พบว่า แม่ชีชั้นสนียะเสถียรสุด เป็นสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ โดยกลุ่มเป้าหมายมีความศรัทธาเชื่อถือในฐานะที่เป็นผู้นำทางศาสนาเช่นเดียวกับ พระสงฆ์

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรณิการ์ อัครวเรศ. สื่อและเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : โครงการตำราคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. กรุงเทพมหานคร : เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์, 2543.
- กุลนรี แนวพานิช. กระบวนการสื่อสารในการจัดการโครงการสะพานบุญ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- ชวรัตน์ เชิดชัย. การสื่อสารและสาธารณะมิติ. กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.
- จิตาภา สุขพล่า. การสื่อสารระหว่างบุคคล. ชลบุรี : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2546.
- ประม อดะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์, 2546.
- ปิยธร. ธรรมะ ภูมิคุ้มกันชีวิตลูก. นิตยสาร Modern Mom 14, 160 (กุมภาพันธ์ 2552) : 78-79.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. การจัดการสื่อสารเชิงประยุกต์. กรุงเทพมหานคร : [ม.ป.ท.] 2547.
- _____. การสื่อสารประเด็นสาธารณะและการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

- พนม คล้ายยา. การประยุกต์สื่อเพื่อการพัฒนา 1. เอกสารประกอบการสอน. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- พรดี สะสมบัติ. กระบวนการสื่อสารในการรณรงค์เรื่องการใช้ถุงด้วยน้ำนมมารดาของกลุ่มแม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- แม่ชีคันสนีย์ เสถียรสุด. **ธรรมสวัสดิ์**. นิตยสารสาวิกา 8 , 72 (2549)
- ยุพดี บุรณชวล. ปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคยาลดความอ้วนของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- วรภัทร์ สังข์น้อย. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติผู้เสียชีวิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. การสื่อสารการตลาด. เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจโฆษณา หน่วยที่ 1-5 กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.
- เสถียรธรรมสถาน. โครงการจิตประภัสสรตั้งแต่ต้นนอนอยู่ในครรภ์. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา : <http://www.sdsweb.org/th/contentimage//Jitpsorn/Project-52/1-JM-Concept.pdf> [2552, พฤษภาคม 20]
- เสรี วงษ์มณฑา. กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพมหานคร : Diamond in Business World, 2542.
- อรรณพ ปิณฑน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2546.

ภาษาอังกฤษ

- Berlo, David K. **The Process of Communication**. New Jersey : Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1960.
- Bettinghaus, E.P. **Persuasive Communication**. New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1980.
- Carroll, J.S. and Johnson, E.J. **Decision Research : A Field Guide**. California : Sage Publications, Inc., 1990.
- Defleur, M. **Theories of Mass Communication**. New York : David McKay Company, 1970.
- Rogers, E.M. with Shoemaker, F.F. **Communication of Innovations : A Cross-cultural Approach**. New York : The free Press, 1971.
- Rosen, Emanuel. **The Anatomy of Buzz : Creating Word-of-Mouth Marketing**. London : Harper Collins, 2000.