

กระบวนการสื่อสารหลักพุทธธรรมเพื่อเสริมสร้างความสุขในยุคดิจิทัล
ขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย*

THE PROCESS OF COMMUNICATING BUDDHIST PRINCIPLES TO
ENHANCE HAPPINESS IN THE DIGITAL AGE OF BUDDHIST
ORGANIZATIONS IN THAI SOCIETY

เพ็ญศรี ปักกะสินธุ์¹, อภินันท์ จันทะนี², และ สมเดช นามเกตุ³

Pensri Pukkasenung¹, Aphinant Chantanee², Somdet Namket³

¹⁻³มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย

¹⁻³Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Nong Khai Campus

Corresponding Author's Email: pensri.puk2511@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษานโยบายและหลักการเผยแผ่หลักพุทธธรรมในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย 2. ศึกษากระบวนการสื่อสารหลักพุทธธรรมเพื่อเสริมสร้างความสุขในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย และ 3. นำเสนอรูปแบบการเผยแผ่หลักพุทธธรรมเพื่อเสริมสร้างความสุขในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารจากองค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย แล้วสังเคราะห์ข้อมูลตามกรอบการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า 1. นโยบายและหลักการเผยแผ่หลักพุทธธรรมมีลักษณะเป็นการเผยแผ่เชิงระบบที่ยึดพุทธธรรมเป็นฐาน และบูรณาการการบริหารจัดการ โครงสร้างองค์กร การกำกับควบคุม และเครือข่ายการสื่อสารให้สอดคล้องกับบริบทสังคมดิจิทัล องค์กรมุ่งใช้การเผยแผ่เป็นกลไกในการพัฒนามนุษย์ คุณธรรม ความรู้ และความสุขของสังคม 2. กระบวนการสื่อสารหลักพุทธธรรมเป็นกระบวนการเชิงระบบที่มีการวางแผน ออกแบบสาร และเลือกใช้กิจกรรม สื่อ เทคโนโลยี และแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างเหมาะสม พร้อมส่งเสริมการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของผู้รับสารอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ การเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ และพฤติกรรม ตลอดจนความสุขเชิงพุทธจากการนำหลักธรรมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และ 3. รูปแบบการสื่อสารหลักพุทธธรรมเพื่อเสริมสร้างความสุขในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทยที่สังเคราะห์ได้คือ “PERFORMANCE MODEL” ซึ่งเป็นรูปแบบเชิงระบบภายใต้กรอบการสื่อสาร SMCR เชื่อมโยงผ่านมิติการวิเคราะห์ 11 มิติในลักษณะ

* Received 29 April 2026; Revised 21 May 2026; Accepted 13 July 2026

ระบบพลวัตที่มีการป้อนกลับอย่างต่อเนื่อง โดยบูรณาการด้านนโยบาย องค์กร กระบวนการสื่อสาร และเทคโนโลยี เพื่อมุ่งผลลัพธ์ด้านความรู้ ความเข้าใจ และความสุขเชิงพุทธของผู้รับสาร อันเป็นทั้งองค์ความรู้ใหม่และแนวทางเชิงปฏิบัติในการพัฒนาการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การสื่อสารหลักพุทธธรรม, การเผยแผ่พระพุทธศาสนา, ความสุขเชิงพุทธ, ยุคดิจิทัล, PERFORMANCE MODEL

บทนำ

ประเทศไทยเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างชัดเจน (พิสิฐพงษ์ จันทแสง, 2567) โดยเทคโนโลยีสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตของมนุษย์อย่างรอบด้าน การเรียนรู้ การทำงาน และการสื่อสารของประชาชนในทุกช่วงวัยล้วนถูกขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างชัดเจน ปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสูงถึงร้อยละ 92.23 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2569) การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้การเผยแผ่พระพุทธศาสนาในสังคมไทยจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทใหม่ โดยอาศัยการบูรณาการองค์ความรู้ด้านการสื่อสาร การบริหารจัดการ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อพัฒนารูปแบบการเผยแผ่หลักพุทธธรรมให้มีประสิทธิภาพ ทันสมัย และเข้าถึง

อย่างไรก็ตาม ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลมิได้นำมาซึ่งประโยชน์เพียงด้านเดียว หากยังส่งผลกระทบต่องสังคมและสุขภาวะทางจิตใจของมนุษย์ในรูปแบบใหม่ เช่น การเสพติดอย่างขาดวิจาร์ณญาณ ความเครียด ความโดดเดี่ยว และภาวะพร่องความสุขในชีวิตประจำวัน (สุริยเดว ทรีปาตี, 2567) สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาเทคโนโลยีจำเป็นต้องควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม และปัญญาภายในของมนุษย์ ซึ่งพระพุทธศาสนามีบทบาทสำคัญในการตอบสนองต่อปัญหาดังกล่าวผ่านการเผยแผ่หลักธรรมเพื่อเสริมสร้างความสมดุลทางจิตใจ และคุณภาพชีวิต (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต), 2548) ในบริบทขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย แม้จะมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการเผยแผ่มากขึ้น แต่ยังพบว่าการดำเนินงานมีความแตกต่างและยังขาดการบูรณาการเชิงระบบ ทั้งในด้านนโยบาย การจัดองค์กร กระบวนการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี ส่งผลให้การเผยแผ่ยังไม่สามารถสร้างผลลัพธ์ด้านความรู้ ความเข้าใจ และความสุขเชิงพุทธของผู้รับสารได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมาโดยส่วนใหญ่ยังขาดการศึกษาเชิงบูรณาการที่เชื่อมโยงนโยบาย องค์กร กระบวนการสื่อสาร และเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ (Berlo, 1960) รวมถึงยังไม่มีรูปแบบการสื่อสารหลักพุทธธรรมที่อธิบายความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในลักษณะต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำอย่างชัดเจน จึงเป็นช่องว่างสำคัญที่งานวิจัยนี้มุ่งเติมเต็ม

ด้วยเหตุนี้ การวิจัยจึงมุ่งศึกษานโยบาย หลักการ และกระบวนการสื่อสารในการเผยแผ่หลักพุทธธรรมขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย และนำไปสู่การสังเคราะห์รูปแบบการเผยแผ่ที่เหมาะสมในยุคดิจิทัล โดยบูรณาการกรอบแนวคิดการสื่อสารและการบริหารจัดการเข้าด้วยกันในลักษณะเชิงระบบ เพื่อพัฒนาแนวทางการเผยแผ่หลักพุทธธรรมที่สามารถเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความสุขเชิงพุทธของผู้รับสารได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษานโยบายและหลักการเผยแผ่หลักพุทธธรรมในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย
2. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารหลักพุทธธรรมเพื่อเสริมสร้างความสุขในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบการเผยแผ่หลักพุทธธรรมเพื่อเสริมสร้างความสุขในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา มุ่งศึกษานโยบายและหลักการเผยแผ่หลักพุทธธรรม กระบวนการสื่อสารหลักพุทธธรรมขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย และสังเคราะห์รูปแบบการเผยแผ่หลักพุทธธรรมเพื่อเสริมสร้างความสุขในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย ภายใต้กรอบแนวคิดการสื่อสารของเบอร์โล (SMCR Model) ร่วมกับแนวคิดการบริหารจัดการสมัยใหม่

แหล่งข้อมูลที่ศึกษา ได้แก่ องค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย จำนวน 6 องค์กร โดยคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์ที่มีบทบาทด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนาและมีการใช้สื่อดิจิทัลในการสื่อสาร ได้แก่ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย หอจดหมายเหตุพุทธทาส วัดไร่เจ็ดวัน และวัดพระธรรมกาย เพื่อให้เกิดความหลากหลายของมิติการศึกษา และสามารถนำไปสู่การสังเคราะห์ “รูปแบบการเผยแผ่หลักพุทธธรรมเพื่อเสริมสร้างความสุขในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย” ได้อย่างเป็นระบบและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ระยะเวลาดำเนินการวิจัย พฤษภาคม 2568-มีนาคม 2569

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบบันทึกข้อมูลเอกสาร (Document Analysis Form) ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นตามกรอบมิติการวิเคราะห์ 11 มิติ ได้แก่ นโยบาย การจัดองค์กร การกำกับควบคุม เครือข่ายการสื่อสาร หลักพุทธธรรม การเข้าถึงและการมีส่วนร่วม การสร้างภาพลักษณ์ และสร้างศรัทธา กิจกรรม แอปพลิเคชันและAI รูปแบบการเข้าถึง การประเมินและพัฒนา และผลลัพธ์การเรียนรู้ ตัวแปรทั้ง 11 มิติดังกล่าวได้มาจากการสังเคราะห์องค์ความรู้จากเอกสารและ

ทฤษฎีหลายสาขา แล้วบูรณาการเข้าด้วยกันจนเกิดเป็น “กรอบการวิเคราะห์ใหม่” ที่เหมาะสมกับบริบทขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทยยุคดิจิทัล ตรวจสอบความสอดคล้องของเครื่องมือกับวัตถุประสงค์การวิจัยและกรอบแนวคิดโดยผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา ด้านการบริหารจัดการ และด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการโดยการศึกษาค้นคว้าเอกสารและสื่อดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรกรณีศึกษา ได้แก่ เว็บไซต์ รายงานประจำปี เอกสารเผยแพร่ และสื่อออนไลน์ จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์และจัดหมวดหมู่ตามกรอบมิติที่กำหนดไว้

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนดำเนินการแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) วิเคราะห์ด้านนโยบายและหลักการโดยใช้ตัวแปรมิตินโยบายและหลักการ การจัดองค์กร การกำกับควบคุม และเครือข่ายการสื่อสาร (2) วิเคราะห์กระบวนการสื่อสารหลักพุทธธรรม โดยใช้ตัวแปรมิติ หลักพุทธธรรม การเข้าถึงและการมีส่วนร่วม การสร้างภาพลักษณ์และสร้างศรัทธา กิจกรรม แอปพลิเคชันและ AI รูปแบบการเข้าถึง การประเมินผลและพัฒนา และผลลัพธ์การเรียนรู้ และ (3) สังเคราะห์องค์ประกอบทั้งหมดเพื่อพัฒนาเป็นรูปแบบ “PERFORMANCE MODEL” โดยหลอมรวมข้อมูลจากขั้นตอนที่ (1) และ (2) ภายใต้กรอบการสื่อสาร SMCR Model

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษานโยบายและหลักการเผยแผ่หลักพุทธธรรมในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย พบว่า นโยบายและหลักการเผยแผ่หลักพุทธธรรมมีลักษณะเป็นการเผยแผ่เชิงระบบที่ยึดพุทธธรรมเป็นฐาน โดยมีการบูรณาการด้านการบริหารจัดการ โครงสร้างองค์กร การกำกับควบคุม และเครือข่ายการสื่อสารให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมดิจิทัล องค์กรต่าง ๆ มุ่งใช้การเผยแผ่เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาคนทั้งด้านคุณธรรม ความรู้ และคุณภาพชีวิต โดยมีการกำหนดนโยบายและแนวทางการดำเนินงานที่สอดคล้องกับพันธกิจ และกลุ่มเป้าหมายของแต่ละองค์กรอย่างชัดเจน

2. ผลการศึกษากระบวนการสื่อสารหลักพุทธธรรมเพื่อเสริมสร้างความสุขในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย พบว่า กระบวนการสื่อสารหลักพุทธธรรมเป็นกระบวนการเชิงระบบที่ประกอบด้วยการวางแผน การออกแบบสาร และการเลือกใช้กิจกรรม สื่อ เทคโนโลยี และแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างเหมาะสม โดยมุ่งเน้นการสร้างการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของผู้รับสารอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้การสื่อสารดังกล่าวส่งผลให้ผู้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจ และการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติและพฤติกรรม รวมถึงสามารถนำหลักพุทธธรรมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน อันนำไปสู่ความสุขเชิงพุทธในระดับบุคคลและสังคม

3. ผลการสังเคราะห์รูปแบบการเผยแผ่หลักพุทธธรรมเพื่อเสริมสร้างความสุขในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย พบว่า รูปแบบที่เหมาะสมคือ

“PERFORMANCE MODEL” ซึ่งเป็นรูปแบบเชิงระบบภายใต้กรอบการสื่อสาร SMCR ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร โดยเชื่อมโยงผ่านมิติการวิเคราะห์ 11 มิติ ในลักษณะของระบบพลวัตที่มีการป้อนกลับเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รูปแบบดังกล่าวเน้นการบูรณาการด้านนโยบาย องค์กร กระบวนการสื่อสาร และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อมุ่งผลลัพธ์ด้านความรู้ ความเข้าใจ และความสุขเชิงพุทธของผู้รับสาร จึงถือเป็นทั้งองค์ความรู้ใหม่และแนวทางเชิงปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้พัฒนาการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลได้อย่างเป็นระบบและยั่งยืน องค์ประกอบของรูปแบบการเผยแผ่หลักพุทธธรรมเพื่อเสริมสร้างความสุขในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปลองค์ประกอบของรูปแบบการเผยแผ่หลักพุทธธรรมเพื่อเสริมสร้างความสุขในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย

องค์ประกอบของรูปแบบตามกรอบ SMCR	มิติที่เกี่ยวข้อง	องค์ประกอบย่อย	ความหมายโดยสังเขป	บทบาทในรูปแบบ
ผู้ส่งสาร (Sender)	P, O, C, N	นโยบายและหลักการ, โครงสร้างองค์กร, การกำกับควบคุม, เครือข่ายการสื่อสาร	ความพร้อมเชิงองค์กรของหน่วยงานทางพระพุทธศาสนาในการกำหนดทิศทาง วางระบบการดำเนินงาน ควบคุมคุณภาพ และสร้างเครือข่ายสนับสนุนการเผยแผ่	เป็นฐานต้นน้ำของการเผยแผ่ทำหน้าที่กำหนดทิศทาง สนับสนุนทรัพยากร และสร้างศักยภาพในการสื่อสารหลักพุทธธรรม
สาร (Message)	M, Eg, Rb	หลักพุทธธรรม, การเข้าถึงและการมีส่วนร่วม, การสร้างภาพลักษณ์/สร้างศรัทธา	เนื้อหาและการออกแบบสารพุทธธรรมให้ถูกต้อง เข้าใจง่าย เหมาะสมกับผู้รับสาร ชวนให้เกิดการมีส่วนร่วม และสร้างความเชื่อมั่นต่อสารและองค์กรผู้เผยแผ่	เป็นแกนกลางของการสื่อสาร ทำหน้าที่ถ่ายทอดสาระของหลักพุทธธรรมให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจ และการยอมรับ

ช่องทางการสื่อสาร (Channel)	A, F	กิจกรรมและเทคโนโลยี, รูปแบบสื่อและแพลตฟอร์ม	วิธีการ เครื่องมือ และพื้นที่ในการถ่ายทอดสารพุทธธรรมผ่านกิจกรรม สื่อ เทคโนโลยี และแพลตฟอร์ม ดิจิทัลที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	เป็นกลไกกลางน้ำของการเผยแพร่ ทำหน้าที่นำสารไปสู่ผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับบริบทยุคดิจิทัล
ผู้รับสาร (Receiver)	Ev, Rs	การประเมินผล/การพัฒนา, ผลลัพธ์ของการเรียนรู้	ผลที่เกิดขึ้นกับผู้รับสารทั้งด้าน การเรียนรู้ ความเข้าใจ การเปลี่ยนแปลงทาง คุณธรรม สุขภาวะทางใจ และ ความสุขจากการนำหลักพุทธธรรมไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน รวมถึงข้อมูลสะท้อนกลับเพื่อการพัฒนา	เป็นส่วนปลายน้ำและกลไกสะท้อนผลของการเผยแพร่ ทำหน้าที่ประเมินประสิทธิผลและนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนา กระบวนการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 “เพื่อศึกษานโยบายและหลักการสื่อสารหลักพุทธธรรมในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนา”

ผลการวิจัยพบว่า องค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทยมีการกำหนดนโยบายและหลักการเผยแพร่หลักพุทธธรรมในลักษณะ “พุทธบูรณาการ” โดยผสมผสานหลักพระพุทธศาสนาเข้ากับหลักการบริหารจัดการสมัยใหม่และเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเป็นระบบ ทั้งด้านการวางแผน การจัดองค์กร การกำกับควบคุม และการสร้างเครือข่ายการสื่อสาร ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลมิใช่เพียงการนำสื่อออนไลน์มาใช้เท่านั้น แต่เป็นการปรับโครงสร้างการบริหารและแนวคิดการสื่อสารให้สอดคล้องกับบริบทสังคมร่วมสมัย ทั้งยังมุ่งสร้างการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหาวิเศษ กนตมโม และคณะ (2562) ที่

พบว่า การเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องอาศัยการบริหารจัดการองค์การเชิงระบบควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้การสื่อสารธรรมะเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระสมุห์วีระ สุนทรโร (2565) ที่ชี้ว่า องค์การพระพุทธศาสนาที่ประสบความสำเร็จในการเผยแผ่จะมีนโยบายด้านสื่อดิจิทัลที่ชัดเจนและมีโครงสร้างองค์การรองรับการสื่อสารออนไลน์อย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Henri Fayol (1949) ที่เน้นหลักการบริหารด้านการวางแผน การจัดองค์กร และการควบคุมงานอย่างเป็นระบบ รวมถึงแนวคิด POSDCORB ของ Luther Gulick, & Lyndall Urwick (1973) ที่อธิบายว่า องค์กรที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีระบบการบริหารจัดการที่ชัดเจนและสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะการดำเนินงานขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในงานวิจัยนี้ในระดับสากล ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานของ Manuel Castells (2010) ที่อธิบายว่า สังคมเครือข่าย (Network Society) ทำให้การสื่อสารในยุคดิจิทัลเปลี่ยนจากระบบรวมศูนย์ไปสู่ระบบเครือข่ายที่เชื่อมโยงผู้คนทั่วโลก² รวมทั้งสอดคล้องกับงานของ Paul Soukup (1983) ซึ่งเสนอว่า สื่อดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อการเผยแผ่ศาสนาในโลกสมัยใหม่ โดยเฉพาะการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรศาสนากับผู้รับสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 “เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารหลักพุทธธรรมเพื่อเสริมสร้างความสุขในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย”

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการสื่อสารหลักพุทธธรรมขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทยมีลักษณะเป็น “กระบวนการสื่อสารเชิงพลวัต” ที่เน้นการออกแบบสาร รูปแบบการสื่อสาร และกิจกรรมให้เหมาะสมกับบริบทของผู้รับสารในยุคดิจิทัล โดยมีการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ เพื่อเพิ่มการเข้าถึง การมีส่วนร่วม และการสร้างประสบการณ์ทางธรรมแก่ผู้รับสาร ซึ่งส่งผลต่อการเสริมสร้างความสุข ความเข้าใจในหลักพุทธธรรม และการนำธรรมะไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาริญา ม่วงเกลี้ยง (2564) ที่พบว่า การเผยแผ่ธรรมะผ่านสื่อออนไลน์ช่วยเพิ่มการเข้าถึงของเยาวชนและประชาชนทั่วไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้เกิดการเรียนรู้หลักธรรมในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและร่วมสมัย อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานของ พระอุดมสิทธินายก (กำพล คุณงกโร) (2563) ที่ชี้ว่า การสื่อสารพระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องใช้สื่อที่หลากหลาย มีรูปแบบน่าสนใจ และสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระครูสิริธรรมบัณฑิต (ภาณุวัฒน์ แสนคำ) (2564) ที่พบว่า การเผยแผ่พระพุทธศาสนาในศตวรรษที่ 21 จำเป็นต้องปรับรูปแบบการสื่อสารให้เหมาะสมกับผู้เรียนยุคดิจิทัล โดยเน้นการใช้เทคโนโลยี การสร้างการมีส่วนร่วม และการบริหารจัดการเชิงระบบ ซึ่งสอดคล้องกับ “PERFORMANCE

MODEL” ที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ขึ้น ซึ่งบูรณาการการสื่อสาร การบริหารจัดการ และเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าด้วยกันเพื่อเสริมสร้างความสุขเชิงพุทธแก่ผู้รับสาร

ในเชิงทฤษฎี ผลการวิจัยสอดคล้องกับทฤษฎี SMCR ของ David K. Berlo ซึ่งอธิบายว่าประสิทธิภาพของการสื่อสารขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้งผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร โดยองค์การทางพระพุทธศาสนาในงานวิจัยนี้ได้มีการปรับเนื้อหาธรรมะ รูปแบบสื่อ และช่องทางการสื่อสารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารยุคดิจิทัลอย่างชัดเจน

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานของ Paulo Freire (1970) ที่เสนอแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งมุ่งสร้างการเรียนรู้ผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร มากกว่าการสื่อสารทางเดียว รวมถึงสอดคล้องกับงานของ Martin Seligman (2002) เกี่ยวกับจิตวิทยาเชิงบวก ที่มองว่า การสร้างความสุขเกิดจากการพัฒนาความหมายในชีวิต ความสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับการใช้กิจกรรมทางธรรมและสื่อดิจิทัลในการเสริมสร้างความสุขเชิงพุทธขององค์การทางพระพุทธศาสนาในงานวิจัยนี้

3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 “เพื่อนำเสนอรูปแบบการเผยแผ่หลักพุทธธรรมในการเสริมสร้างความสุขในยุคดิจิทัลขององค์การทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย”

ผลการวิจัยสามารถสังเคราะห์รูปแบบ “PERFORMANCE MODEL” ซึ่งเป็นรูปแบบการเผยแผ่หลักพุทธธรรมเชิงระบบภายใต้กรอบการสื่อสาร SMCR โดยบูรณาการมิติการวิเคราะห์ทั้ง 11 มิติ เข้าไว้ด้วยกันอย่างเป็นองค์รวม ลักษณะสำคัญของรูปแบบดังกล่าวคือ การเชื่อมโยงระหว่างนโยบายองค์กร กระบวนการสื่อสาร เทคโนโลยีดิจิทัล และผลลัพธ์ด้านความสุขเชิงพุทธของผู้รับสาร ผ่านระบบการสื่อสารแบบพลวัตที่สามารถป้อนกลับและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การเผยแผ่หลักพุทธธรรมในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการทั้งศาสตร์ด้านการสื่อสาร การบริหารจัดการ และเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nattapong Yamcharoen (2022) ที่เสนอว่า การเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลควรพัฒนาเป็นระบบนิเวศการสื่อสาร (Communication Ecosystem) ที่เชื่อมโยงผู้ส่งสาร สื่อ และผู้รับสารเข้าด้วยกันอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานของ Monkanit Khattiyakorncharoon (2023) ที่พบว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาจะเกิดประสิทธิผลสูงสุดเมื่อองค์กรมีการวางระบบบริหารจัดการและประเมินผลอย่างชัดเจน

ในระดับนานาชาติ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Peter Senge (1990) ที่เสนอแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ซึ่งเน้นการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องผ่านการเรียนรู้และระบบป้อนกลับ รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดของ Manuel Castells (2010) ที่อธิบายว่า องค์กรในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องพัฒนาเครือข่ายการสื่อสารและการจัดการข้อมูลเพื่อให้สามารถเชื่อมโยงกับผู้คนในสังคมเครือข่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

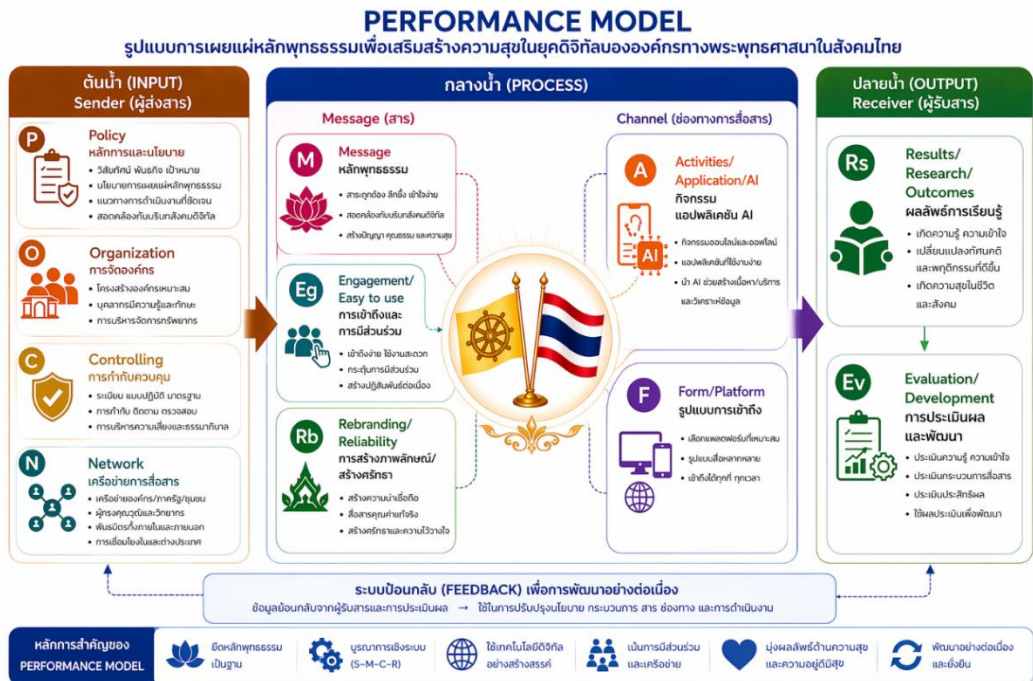
ดังนั้น PERFORMANCE MODEL จึงถือเป็นองค์ความรู้ใหม่ในลักษณะองค์ความรู้เชิงบูรณาการ (Integrated Knowledge Model) ที่สามารถใช้อธิบายกระบวนการเผยแผ่หลักพุทธธรรมในยุคดิจิทัลได้อย่างเป็นระบบ ทั้งในด้านนโยบาย การบริหารจัดการ การสื่อสาร และการสร้างความสุขเชิงพุทธแก่สังคมไทยร่วมสมัย

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาการเผยแผ่หลักพุทธธรรมเพื่อเสริมสร้างความสุขในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย พบว่า การดำเนินงานควรเป็นการสื่อสารเชิงระบบที่บูรณาการพุทธธรรมเข้ากับการบริหารจัดการและเทคโนโลยีดิจิทัล โดยใช้กรอบการสื่อสาร SMCR เป็นโครงสร้างหลัก ผสานกับมิติการวิเคราะห์ 11 มิติ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการเผยแผ่และผลลัพธ์ด้านความรู้ ความเข้าใจ และความสุขเชิงพุทธของผู้รับสารอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ สามารถสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ใหม่ในรูปแบบ “PERFORMANCE MODEL” ซึ่งเป็นรูปแบบการเผยแผ่หลักพุทธธรรมเชิงระบบในยุคดิจิทัล ตามกรอบ SMCR โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 11 ประการ ได้แก่ ส่วนต้นน้ำ ประกอบด้วย นโยบายและหลักการ การจัดองค์กร การกำกับควบคุม และเครือข่ายการสื่อสาร ส่วนกลางน้ำประกอบด้วย หลักพุทธธรรม การเข้าถึงและการมีส่วนร่วม การสร้างภาพลักษณ์และสร้างศรัทธา กิจกรรม แอปพลิเคชัน และ AI รูปแบบการเข้าถึง และส่วนปลายน้ำประกอบด้วย การประเมินและพัฒนา และผลลัพธ์การเรียนรู้

รูปแบบดังกล่าวมีลักษณะเป็นระบบพลวัต (Dynamic System) ที่เชื่อมโยงองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านของการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร เข้าด้วยกันอย่างเป็นวงจร โดยมีการป้อนกลับ (Feedback) เพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อันนำไปสู่การเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความสุขเชิงพุทธของผู้รับสารอย่างยั่งยืน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รูปแบบการเผยแพร่หลักพุทธธรรมเพื่อเสริมสร้างความสุขในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย “PERFORMANCE MODEL”

จากภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำใน PERFORMANCE MODEL เป็นระบบพลวัต (Dynamic System) ที่องค์ประกอบทุกส่วนเชื่อมโยงกันอย่างเป็นวงจร โดยต้นน้ำเป็นฐานกำหนดทิศทาง กลางน้ำเป็นกระบวนการขับเคลื่อน และปลายน้ำเป็นผลลัพธ์และกลไกสะท้อนกลับ อันนำไปสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนของการเผยแผ่หลักพุทธธรรมในยุคดิจิทัล รูปแบบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารหลักพุทธธรรมที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยการบูรณาการระหว่างนโยบาย องค์กร กระบวนการสื่อสาร และเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเป็นระบบ เพื่อมุ่งสู่ผลลัพธ์สูงสุด คือ การเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และ “ความสุขเชิงพุทธ” ของผู้รับสารอย่างแท้จริง อีกทั้งความรู้ดังกล่าวยังมีคุณค่าในเชิงวิชาการ เชิงปฏิบัติ เชิงนโยบาย และเชิงสังคม โดยสามารถใช้เป็นทั้งกรอบแนวคิดทางวิชาการ เครื่องมือพัฒนาองค์กร แนวทางกำหนดยุทธศาสตร์การเผยแผ่ และกลไกในการเสริมสร้างความสุขเชิงพุทธให้แก่สังคมไทยและสังคมโลกในยุคดิจิทัล ถือเป็นองค์ความรู้ใหม่เชิงนวัตกรรมที่บูรณาการการสื่อสาร การบริหารจัดการ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างความสุขเชิงพุทธอย่างยั่งยืน

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า การเผยแผ่หลักพุทธธรรมในยุคดิจิทัลขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทยมีลักษณะเป็นการดำเนินงานเชิงระบบที่ยึดพุทธธรรมเป็นฐานและบูรณาการนโยบาย องค์กร กระบวนการสื่อสาร และเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกระบวนการสื่อสารมุ่งเน้นการวางแผน การออกแบบสาร และการเลือกใช้สื่อและแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร ส่งผลให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม และความสุขเชิงพุทธในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ รูปแบบที่เหมาะสมคือ “PERFORMANCE MODEL” ซึ่งเป็นรูปแบบเชิงระบบภายใต้กรอบการสื่อสาร SMCR ที่เชื่อมโยงผ่านมิติการวิเคราะห์ 11 มิติในลักษณะระบบพลวัตที่มีการป้อนกลับอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ได้แก่ (1) ด้านนโยบาย องค์กรทางพระพุทธศาสนาควรกำหนดนโยบายการเผยแผ่ที่บูรณาการพุทธธรรมกับเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเป็นระบบ (2) ด้านการปฏิบัติ ควรพัฒนารูปแบบการสื่อสารที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร และใช้สื่อดิจิทัลที่หลากหลายและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (3) ด้านการพัฒนาองค์กร ควรเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการสื่อสารดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์เพื่อทดสอบประสิทธิผลของ “PERFORMANCE MODEL” ในบริบทที่แตกต่างกัน รวมถึงการพัฒนาเครื่องมือหรือดัชนีชี้วัดความสำเร็จของการสื่อสารหลักพุทธธรรมในยุคดิจิทัล และการศึกษาปัจจัยเชิงลึกที่ส่งผลต่อความสุขเชิงพุทธของผู้รับสารในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- พระครูสิริธรรมบัณฑิต (ภาณุวัฒน์ แสนคำ). (2564). รูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระสงฆ์เหมาะสมกับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. ในคุชฎินิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, เชียงใหม่.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต). (2548). คนไทยกับเทคโนโลยี. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิปัญญาประทีป.
- พระมหาวิเศษ กนฺตธมฺโม และคณะ. (2562). ศึกษาการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในประเทศไทยยุคดิจิทัล. ในวิทยานิพนธ์ปริญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระสมุห์วีระ สุนทโร. (2565). รูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัล. วารสารพุทธนวัตกรรมการจัดการ, 5(2), 45–58.

- พระอุดมสิทธินายก (กำพล คุณงโร). (2563). พระพุทธศาสนากับสื่อดิจิทัล. วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา, 11(2), 102–115.
- พิสิฐพงษ์ จันทแสง. (2567). ประเทศไทยเข้าสู่ยุคเมืองแห่งดิจิทัล. เรียกใช้เมื่อ 24 ธันวาคม 2567 จาก <https://lib.nbtc.go.th/news/detail/1054>
- วาริญา ม่วงเกลี้ยง. (2564). การสื่อสารธรรมะผ่านสื่อออนไลน์. วารสารนิเทศศาสตร์, 39(1), 78–91.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2569). สรุปผลที่สำคัญการสำรวจการมีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2568. กองสถิติพยากรณ์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรียกใช้เมื่อ 20 มกราคม 2569 จาก <http://www.nso.go.th>
- สุริยเดว ทรีปาตี. (2567). วิจัยชี้เด็กไทย “ความสุข” ลดลงทุกปี. เรียกใช้เมื่อ 26 ธันวาคม 2567 จาก <https://theactive.thaibps.or.th/news/public-health-20240130>
- Berlo, D. K. (1960). The process of communication: An introduction to theory and practice. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Henri Fayol. (1949). General and industrial management (C. Storrs, Trans.) Pitman Publishing. (Original work published 1916).
- Luther Gulick, & Lyndall Urwick. (1937). Papers on the science of administration. The Rumford Press Concord, New Hampshire America.
- Manuel Castells. (2010). The rise of the network society (2nd ed.). Blackwell Publishing.
- Martin Seligman. (2002). Authentic happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment. Free Press.
- Monkanit Khattiyakorncharoon. (2023). Digital transformation and Buddhist communication. Asian Journal of Religious Studies, 12(3), 88–101.
- Nattapong Yamcharoen. (2022). Digital Buddhist communication in Thailand. Journal of Buddhist Communication, 4(1), 55–70.
- Paul Soukup. (1983). Communication and theology. Sheed and Ward.
- Paulo Freire. (1970). Pedagogy of the oppressed. Continuum.
- Peter Senge. (1990). The fifth discipline: The art and practice of the learning organization. Doubleday.