วารสารพุทธนวัตกรรมและการจัดการ
ปีที่ 9 ฉบับที่ 5 กันยายน – ตุลาคม 2569 น. 269-281.

บทความวิจัย

นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 ในเขตกรุงเทพมหานคร

DIGITAL INNOVATION FOR TEMPLE MANAGEMENT IN THE 21ST CENTURY IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA

ณฐา โคตรโสภา[1*], พระมหาฉัตรชัย ปณฺญาวฑฺฒโน (พลศรี)[2]
Natha Kotsopa[1*], Phramaha Chatchai Pannavaddhano (Ponsri)[2]
*Corresponding Author E-mail: Natha.ko@northbkk.ac.th
Received August 18, 2026; Revised October 2, 2026; Accepted October 7, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาระดับความคิดเห็นนวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 และ 2. การเปรียบเทียบนวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 เมื่อจำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะของคณะสงฆ์ ได้แก่ จำนวนพรรษา อายุ วุฒิทางการศึกษาสายสามัญ การศึกษาสายพระปริยัติธรรม (แผนกบาลี) การศึกษาสายพระปริยัติธรรม (แผนกธรรม) และสังกัดนิกายของคณะสงฆ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ คณะสงฆ์ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 รูป เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .811 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า 1. ระดับความคิดเห็นนวัตกรรมดิจิทัลของพระสงฆ์ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีจำนวนพรรษา 10-20 พรรษา จำนวน 265 รูป อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 201 รูป วุฒิทางการศึกษาสายสามัญระดับปริญญาตรี จำนวน 252 รูป การศึกษาสายพระปริยัติธรรม (แผนกบาลี) 4-6 ประโยค จำนวน 212 รูป การศึกษาสายพระปริยัติธรรม (แผนกธรรม) ในระดับนักธรรมชั้นเอก จำนวน 192 รูป สังกัดนิกายมหานิกาย จำนวน 310 รูป โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2. การเปรียบเทียบนวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 เมื่อจำแนกตามอายุ

[1] คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
[1] Faculty of Liberal Arts, North Bangkok University
[2] คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์
[2] Faculty of Social Science, Mahachulalongkornrajvidyalaya University, Buriram Buddhist College

พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 และเปรียบเทียบนวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 เมื่อจำแนกตามจำนวนพรรษา วุฒิทางการศึกษาสายสามัญ การศึกษาสายพระปริยัติธรรม (แผนกบาลี) การศึกษาสายพระปริยัติธรรม (แผนกธรรม) พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ชี้ให้เห็นว่า นวัตกรรมดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อการยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการวัด ทั้งในด้านการสื่อสาร การให้บริการ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการบริหารจัดการภายในองค์กร วัดควรส่งเสริมการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละวัด
คำสำคัญ: นวัตกรรม; ดิจิทัล; การจัดการวัด

Abstract

Objectives of this research article were: 1. To examine opinions regarding digital innovation in monastery administration in the 21st century; and 2. To compare digital innovation in monastery administration in the 21st century based on the characteristics of the Sangha, namely years of ordination (Pansa), age, general education qualifications, Dhamma-Pali education (Pali division), Dhamma-Pali education (Dhamma division), and Sangha sect affiliation. This study employed quantitative research methods. The sample consisted of 400 Buddhist monks residing in the Bangkok area. A questionnaire with a reliability coefficient of 0.811 served as the research instrument. Data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, and one-way analysis of variance (One-way ANOVA).

The research findings were: 1. Opinions regarding digital innovation revealed that the majority of monks residing in the Bangkok area had 10–20 years of monkhood (265 monks), were aged 41–50 years (201 monks), held a bachelor's degree in general education (252 monks), had completed 4–6 grades of the Pali Studies curriculum (212 monks), had attained the the first level of Dhamma Scholar (Nak Tham Ek) (192 monks), and belonged to the Maha Nikaya sect (310 monks). The overall level of opinion regarding digital innovation in temple management in the 21st century was found to be high. 2. A comparison of digital innovations for temple management in the 21st century, classified by age, revealed a statistically significant difference at the .01 level. A comparison of digital innovations in monastery management in the 21st century categorized by years of monkhood, general educational background, and Dhamma-Vinaya education (Pali and Dhamma divisions) revealed no statistically significant differences indicating that digital innovation played a crucial role in enhancing the efficiency of monastery administration,

particularly regarding communication, service provision, information dissemination, and internal organizational management. Monasteries should promote the adoption of digital technologies in ways that are appropriate for their specific contexts.

Keywords: Innovation; Digital; Monastery management

บทนำ

ในศตวรรษที่ 21 เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิต เศรษฐกิจ สังคม และการบริหารจัดการขององค์กรทุกภาคส่วน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้องค์กรจำเป็นต้องปรับตัวให้สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาระบบงาน การให้บริการ การสื่อสาร และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทที่ประชาชนมีความคุ้นเคยกับการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และบริการผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้น องค์กรที่สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม ย่อมมีโอกาสเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ลดขั้นตอนการดำเนินงาน เพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ และสร้างความโปร่งใสในการดำเนินงานได้มากยิ่งขึ้น การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการศาสนสมบัติของวัดควรให้ความสำคัญกับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การบริหารการเปลี่ยนแปลง การทำงานเป็นทีม การสื่อสาร การแก้ปัญหา และการตัดสินใจ ภาวะผู้นำของเจ้าอาวาส ตลอดจนการสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ โดยยึดหลักการบริหารแบบมีส่วนร่วม และธรรมาภิบาล (พระเทพคุณาภรณ์ และคณะ, 2566) วัดเป็นสถาบันทางพระพุทธศาสนาที่มีบทบาทสำคัญต่อสังคมไทยมาอย่างยาวนาน มิได้มีหน้าที่เพียงเป็นสถานที่ประกอบศาสนกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นศูนย์กลางในการส่งเสริมพระพุทธศาสนา การศึกษาพระปริยัติธรรม การอบรมคุณธรรมและจริยธรรม การเผยแผ่พระธรรมคำสอน การสืบทอดศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนเป็นพื้นที่สำหรับกิจกรรมที่เชื่อมโยงพระสงฆ์กับประชาชน ดังนั้น การบริหารจัดการวัดจึงครอบคลุมหลายด้าน ได้แก่ ด้านการปกครอง ด้านการศาสนศึกษา ด้านการศึกษาสงเคราะห์ ด้านการเผยแผ่ ด้านการสาธารณูปการ และด้านการสาธารณสงเคราะห์ ซึ่งแต่ละด้านจำเป็นต้องมีระบบการบริหารจัดการที่เหมาะสม โปร่งใส และสอดคล้องกับบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป วัดมีบทบาทสำคัญในฐานะศูนย์กลางของชุมชน และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพควรมีการวางแผน การพัฒนาทักษะบุคลากร การประสานงานกับหน่วยงานภายนอก รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการติดตามผล และปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง (พระมหาสมชาย ขนฺติสรโณ และพระราชวัชรสารบัณฑิต (ประสาร จนฺทสาโร), 2567) กรุงเทพมหานครมีวัดจำนวน 462 วัด (สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2564) ซึ่งเป็นบริบทของพื้นที่ศึกษาที่มีวัดกระจายอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต

การเปลี่ยนแปลงของสังคมในยุคดิจิทัลทำให้รูปแบบการดำเนินงานของวัด และความต้องการของพุทธศาสนิกชนเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ประชาชนสามารถรับข้อมูลข่าวสาร เข้าร่วมกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา ติดต่อประสานงาน ตลอดจนทำบุญหรือบริจาคผ่านช่องทางออนไลน์ได้มากขึ้น วัดจึงจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรม และความต้องการของประชาชนในยุคดิจิทัล เช่น การจัดทำเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์ของวัด การเผยแพร่ธรรมะ และข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัล ระบบ E-Donation การจัดเก็บข้อมูลของวัดในรูปแบบดิจิทัล การใช้ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริหารงาน และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างวัด พระภิกษุ สามเณร และพุทธศาสนิกชน การบริหารจัดการวัดควรดำเนินการอย่างเป็นระบบ ครอบคลุม การวางแผน การจัดองค์กร การจัดบุคลากร การอำนวยการ การควบคุม การประสานงาน การรายงาน และการงบประมาณ อีกทั้งการมีส่วนร่วมของภาครัฐและประชาชนสามารถช่วยสนับสนุนให้วัดเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และพัฒนาชุมชนได้ (พระครูสังฆรักษ์สำราญ คำศรี และพระมหาวิโรจน์ ธาระพุฒ, 2567)

ในบริบทของกรุงเทพมหานคร วัดมีความหลากหลายทั้งด้านขนาด บทบาท ภารกิจ จำนวนพระภิกษุสามเณร จำนวนพุทธศาสนิกชน และลักษณะของชุมชนที่วัดตั้งอยู่ อีกทั้งกรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อออนไลน์อย่างแพร่หลาย ทำให้วัดในพื้นที่จำเป็นต้องปรับตัวให้สามารถสื่อสาร และให้บริการแก่ประชาชนได้อย่างสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมดังกล่าว นวัตกรรมดิจิทัลจึงสามารถเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับการบริหารจัดการวัด ทั้งในด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน การอำนวยความสะดวกแก่พุทธศาสนิกชน การเผยแผ่พระพุทธศาสนา การจัดการข้อมูล การสร้างเครือข่าย และการส่งเสริมความโปร่งใสในการบริหารงานการปกครองคณะสงฆ์อย่างไรก็ตาม แม้วัดจะเริ่มนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการ และการให้บริการแก่พุทธศาสนิกชนมากขึ้น แต่การประยุกต์ใช้นวัตกรรมดิจิทัลของวัดยังมีความแตกต่างกันตามบริบทความพร้อมของบุคลากร โครงสร้างพื้นฐาน และรูปแบบการบริหารจัดการของแต่ละวัด โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ส่วนหนึ่งยังมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารกับประชาชนเป็นหลัก ขณะที่การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อพัฒนากระบวนการบริหารจัดการภายใน การจัดการข้อมูล การเชื่อมโยงระบบงาน และการปรับรูปแบบการบริหารองค์การยังเป็นประเด็นที่ควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติม (พระมหาบุญโฮม ปริปุณฺณสีโล (ไชยฤทธิ์), 2564)

การศึกษานวัตกรรมดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 ในเขตกรุงเทพมหานครจึงควรพิจารณาในมิติที่ครอบคลุมและเชื่อมโยงกับภารกิจของวัด (ธนพล ก่อฐานะ, 2555) นวัตกรรมการจัดการ (Innovative Management) เป็นงานบริหารไม่ใช่สินค้าใหม่ แต่เป็นระบบการทำงานใหม่ วิธีการทำงานใหม่ การผสมผสานการทำงานใหม่ การสร้างสิ่งใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการ และสิ่งที่เป็นประโยชน์ ได้รับการยอมรับ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2563) โดยสามารถพิจารณา

องค์ประกอบสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นการพัฒนารูปแบบบริการและช่องทางการเข้าถึงพระพุทธศาสนาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน ระบบ E-Donation และบริการข้อมูลออนไลน์ 2) นวัตกรรมกระบวนการ เป็นการนำระบบดิจิทัลมาปรับปรุงขั้นตอนการทำงาน การจัดเก็บข้อมูล การประสานงาน และการบริหารงานให้มีความรวดเร็ว และลดความซ้ำซ้อน 3) นวัตกรรมพฤติกรรม เป็นการส่งเสริมให้พระภิกษุ สามเณร และบุคลากรของวัดมีทัศนคติ ความรู้ และทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง และ 4) นวัตกรรมองค์การ เป็นการปรับโครงสร้าง รูปแบบการบริหาร วัฒนธรรมองค์การ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อสนับสนุนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเป็นระบบ ดังนั้น การนำนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการวัดจึงมีความสำคัญทั้งต่อประสิทธิภาพของการบริหารงานและต่อการตอบสนองความต้องการของพุทธศาสนิกชนในสังคมยุคใหม่ โดยเฉพาะวัดในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งอยู่ท่ามกลางบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสังคมอย่างรวดเร็ว การศึกษานวัตกรรมดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการวัดจะช่วยให้ทราบระดับการนำนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ในด้านต่าง ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาระบบบริหารจัดการวัดให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับบริบทของศตวรรษที่ 21 และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของพระสงฆ์ พุทธศาสนิกชน และชุมชนได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นนวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21
2. เพื่อเปรียบเทียบนวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 เมื่อจำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะของคณะสงฆ์ ได้แก่ จำนวนพรรษา อายุ วุฒิทางการศึกษาสายสามัญ การศึกษาสายพระปริยัติธรรม (แผนกบาลี) การศึกษาสายพระปริยัติธรรม (แผนกธรรม) และสังกัดนิกายของคณะสงฆ์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นนวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 และเพื่อการเปรียบเทียบนวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 เมื่อจำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะของคณะสงฆ์ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม

2. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร ได้แก่ พระสงฆ์ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 15,552 รูป (สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2564)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ พระสงฆ์ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซี และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 รูป และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บข้อมูลจากพระสงฆ์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์การวิจัยและสมัครใจเข้าร่วมการวิจัย จนครบตามจำนวนที่กำหนด

3. การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

แบบสอบถามเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากพระสงฆ์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 1 ฉบับ มี 2 ส่วน ดังนี้ต่อไปนี้

ส่วน 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามที่สามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว ได้แก่ จำนวนพรรษา อายุ วุฒิทางการศึกษาสายสามัญ การศึกษาสายพระปริยัติธรรม (แผนกบาลี) การศึกษาสายพระปริยัติธรรม (แผนกธรรม) และสังกัดนิกายของคณะสงฆ์

ส่วน 2 ข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมการจัดการ ได้แก่ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ 2) นวัตกรรมกระบวนการ 3) นวัตกรรมพฤติกรรม และ 4) นวัตกรรมองค์การ

4. วิธีหาคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ

1. การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60–1.00 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ คือ 0.50 และมีค่า IOC เฉลี่ยทั้งฉบับเท่ากับ 0.854 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก สามารถวัดเนื้อหาได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และมีความเหมาะสมเพียงพอสำหรับนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้

2. ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความเชื่อมั่น (Reliability) จากประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะเหมือนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด คำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา Alpha Coefficient ครอนบาค (Cronbach, Lee.J., 1970) โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.811 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามชุดนี้มีคุณภาพในด้านความตรงของเนื้อหาในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามผ่าน Google Form โดยเริ่มส่งแบบสอบถามในเดือน สิงหาคม ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2568 และได้ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

จากกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ตอบแบบสอบถามผ่านระบบ (Google Form) ซึ่งผู้วิจัยสามารถเก็บแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 400 ฉบับ

6. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 สถิติเชิงบรรยาย ประกอบด้วย การวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

6.2 สถิติอ้างอิง ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย

1. ระดับความคิดเห็นนวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลระดับความคิดเห็นนวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21ภาพรวม

นวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัด	$\overline{X}$	S.D.	**ระดับความคิดเห็น**
1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	4.53	.432	มากที่สุด
2. นวัตกรรมกระบวนการ	3.95	.364	มาก
3. นวัตกรรมพฤติกรรม	4.33	.403	มาก
4. นวัตกรรมองค์การ	4.12	.381	มาก
รวม	4.23	.328	มาก

จากตาราง 1 พบว่า นวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัด โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$=4.23, S.D.= .328) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$=4.53, S.D.= .432) รองลงมา ได้แก่ ด้านนวัตกรรมพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{\overline{X}}$=4.33, S.D.= .403) รองลงมา ได้แก่ ด้านนวัตกรรมองค์การ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$=4.12, S.D.= .381) รองลงมา ได้แก่ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$=3.95, S.D.= .364) ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาการเปรียบเทียบนวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 เมื่อจำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะของคณะสงฆ์

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบนวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะของคณะสงฆ์

คุณลักษณะของคณะสงฆ์	นวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21		
	สถิติ F	p-value	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. จำนวนพรรษา	.149	.862	ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
2. อายุ	6.199**	.001	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
3. วุฒิทางการศึกษาสายสามัญ	1.260	.288	ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
4. การศึกษาสายพระปริยัติธรรม (แผนกบาลี)	.603	.547	ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
5. การศึกษาสายพระปริยัติธรรม (แผนกธรรม)	2.271	.105	ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
6. สังกัดนิกายของคณะสงฆ์	.922	.398	ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)

จากตาราง 2 สรุปผลการทดสอบนวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะของคณะสงฆ์ พบว่า 1) นวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 จำแนกตามจำนวนพรรษา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) นวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 จำแนกตามอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3) นวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 จำแนกตามวุฒิทางการศึกษาสายสามัญ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 4) นวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 จำแนกตามการศึกษาสายพระปริยัติธรรม (แผนกบาลี) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 5) นวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 จำแนกตามการศึกษาสายพระปริยัติธรรม (แผนกธรรม) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 6) นวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 จำแนกตามสังกัดนิกายของคณะสงฆ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ระดับความคิดเห็นนวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 พบว่า นวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัด โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$=4.23, S.D.= .328) สะท้อนให้เห็นว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด อาจเนื่องมาจากเป็นนวัตกรรมที่ผู้รับบริการสามารถมองเห็นและรับรู้ได้โดยตรง เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์ การประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางพระพุทธศาสนา การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการทำบุญ การบริจาคผ่านระบบ

ดิจิทัล รวมถึงการจัดให้มีช่องทางออนไลน์สำหรับติดต่อสอบถามหรือรับบริการต่าง ๆ ลักษณะดังกล่าวเป็นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับปรุงรูปแบบการให้บริการที่มีอยู่เดิมให้เข้าถึงประชาชนได้ง่าย และสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น จึงมีโอกาสที่พระสงฆ์ บุคลากร และประชาชนจะรับรู้ประโยชน์ของนวัตกรรมในด้านนี้ได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของสิรภัทร อาวอร่ามรัศมิ์ และคณะ (2562) พบว่า การวางแผนการเผยแผ่อย่างเป็นระบบต่อเนื่องทุกระยะและ เผยแผ่เชิงรุกโดยสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ เป็นผู้เผยแผ่โดยตรงมากขึ้น ด้านการสื่อสารใช้สื่อบุคคลโดยพระสงฆ์ปฏิบัติตนให้เป็นที่เลื่อมใส ศรัทธา และการใช้วัดเป็นศูนย์กลาง ควบคู่กับการใช้สื่อสมัยใหม่ สร้างความเข้มแข็งทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งเสริมให้มีเว็บไซต์ศูนย์กลางการเผยแผ่พระพุทธศาสนาหลายภาษาเชื่อมโยงสู่วัดหรือศูนย์เผยแผ่พระพุทธศาสนาอื่น ๆ ทั้งใน และต่างประเทศ จัดตั้งศูนย์สื่อสารทางเทคโนโลยี ศูนย์ผลิตสื่อการเผยแผ่โดยมีคณะกรรมการจากหลายภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม ด้านการสนับสนุน สนับสนุนงประมาณ บุคลากร สร้างขวัญกำลังใจ ข้อมูลวิชาการ การจัดตั้งกลุ่มผู้เผยแผ่พระพุทธศาสนาที่เข้มแข็ง สนับสนุนการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์เพื่อพระพุทธศาสนา วัสดุอุปกรณ์ และเครื่องมือการผลิตสื่อที่ทันสมัย

2. การเปรียบเทียบนวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 เมื่อจำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะของคณะสงฆ์ พบว่า นวัตกรรมดิจิทัลการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 ที่แตกต่างกันต่อคุณลักษณะของคณะสงฆ์ ด้านอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของพระมหาอัครพงษ์ พูลผล (2561) พบว่า การบริหารจัดการวัดให้เกิดประสิทธิภาพจำเป็นต้องดำเนินงานให้ครอบคลุมภารกิจการคณะสงฆ์ทั้ง 6 ด้านอย่างเป็นระบบ ได้แก่ 1) ด้านการปกครอง เจ้าอาวาสควรมีความรู้ ความเข้าใจในบทบาทและหน้าที่ของตนเองอย่างชัดเจน มีหลักธรรมาภิบาลในการบริหาร และกำหนดแนวทางการกำกับดูแลพระภิกษุ และสามเณรให้ประพฤติปฏิบัติตามพระธรรมวินัยอย่างถูกต้องและเหมาะสม 2) ด้านการศาสนศึกษา ควรส่งเสริมและพัฒนาการศึกษาของพระภิกษุและสามเณรให้มีความรู้ทั้งด้านพระปริยัติธรรม แผนกธรรม แผนกบาลี และการศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา เพื่อยกระดับองค์ความรู้ทางพระพุทธศาสนา และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติศาสนกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) ด้านการศึกษาสงเคราะห์ วัดควรมีบทบาทในการสนับสนุนและส่งเสริมการศึกษาของเยาวชน และประชาชนทั่วไป โดยจัดกิจกรรมทางวิชาการ มอบทุนการศึกษา หรือจัดแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการพัฒนาความรู้ และคุณธรรมของสังคม 4) ด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ควรพัฒนาศักยภาพของพระภิกษุ และสามเณรให้มีความรู้ความสามารถ และทักษะในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ทั้งในรูปแบบการแสดงพระธรรมเทศนา การจัดกิจกรรมปฏิบัติธรรม และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการสื่อสารและเผยแผ่หลักธรรมให้เข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม 5) ด้านการสาธารณูปการ ควรบริหารจัดการและพัฒนาสภาพแวดล้อมของวัดให้มีความสะอาด ร่มรื่น และสวยงาม พร้อมทั้งก่อสร้างหรือปรับปรุงเสนาสนะ และสิ่งปลูกสร้าง

เท่าที่จำเป็น โดยคำนึงถึงความคุ้มค่า ความเหมาะสม และประโยชน์ใช้สอยสูงสุด 6) ด้านการสาธารณสงเคราะห์ วัดควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและการช่วยเหลือประชาชนอย่างต่อเนื่อง เช่น การสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ การร่วมพัฒนาสาธารณูปโภค การดูแลพระภิกษุสามเณรอาพาธ การช่วยเหลือผู้ยากไร้ และการให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติ ซึ่งสะท้อนบทบาทของวัดในฐานะศูนย์กลางของชุมชนและการเกื้อกูลสังคมตามหลักพระพุทธศาสนา สอดคล้องกับงานวิจัยของพระมหาชาตรี เชื้อบุญจันทร์ (ชาตรี เชื้อบุญจันทร์) และคณะ (2567) พบว่า การจัดการเรียนรู้ภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยจะต้องเน้นการจัดการองค์กรคณะสงฆ์ ได้แก่ ด้านการจัดองค์กร ด้านการสั่งการและด้านการควบคุมส่งผลต่อประสิทธิผลของภารกิจคณะสงฆ์ภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มุ่งเน้นที่การพัฒนาบุคลิกภาพ และทักษะที่จำเป็นสำหรับการใช้ชีวิตในสังคม และการทำงานในอนาคตที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของภารกิจคณะสงฆ์ภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จึงต้องอาศัยการจัดการองค์กรคณะสงฆ์ ได้แก่ การจัดองค์กร การสั่งการ การประสานงานและการควบคุมที่มีประสิทธิผลเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการช่วยเหลือและสงเคราะห์ในคณะสงฆ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของพระจิราวิตย์ ฐิตญาโณ (มนัสธีระบุตร) และพินิจ แกล้วเกษตรกรณ์ (2568) พบว่า ประสิทธิผลการบริหารงานกิจการคณะสงฆ์ ด้านการปกครอง พบว่า มีความแตกต่างกันตามปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากพระสงฆ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีประสบการณ์ในการบริหารงาน บทบาทหน้าที่ และประสบการณ์ในการปฏิบัติงานด้านการปกครองวัดแตกต่างกัน ขณะที่พระสงฆ์ที่มีอายุน้อยอาจมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล และรูปแบบการสื่อสารสมัยใหม่มากกว่า จึงอาจมีแนวทางการนำเทคโนโลยีมาใช้สนับสนุนการบริหารจัดการวัดในลักษณะที่แตกต่างกัน

องค์ความรู้ใหม่

นวัตกรรมดิจิทัล เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น ระบบ E-Donation เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และบริการข้อมูลออนไลน์ 2) นวัตกรรมกระบวนการ ได้แก่ การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูลดิจิทัล ระบบงานอัตโนมัติ และการจัดเก็บเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ 3) นวัตกรรมองค์การ ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างการบริหาร การบูรณาการเทคโนโลยี และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และ 4) นวัตกรรมพฤติกรรม ได้แก่ การพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัล การส่งเสริมการเรียนรู้ของพระสงฆ์และบุคลากร การมีส่วนร่วม และการสร้างวัฒนธรรมดิจิทัลภายในวัด

วารสารพุทธนวัตกรรมและการจัดการ
ปีที่ 9 ฉบับที่ 5 กันยายน – ตุลาคม 2569 น. 269-281.



ภาพที่ 1 องค์ความรู้เกี่ยวกับ โครงสร้าง 4 องค์ประกอบหลักของนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21
ที่มา: สังเคราะห์โดยผู้วิจัย

จากภาพที่ 1 สามารถอธิบายองค์ความรู้เกี่ยวกับ โครงสร้าง 4 องค์ประกอบหลักของนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 ได้ดังนี้

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service Innovation) หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการของวัดด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงพุทธศาสนิกชนได้อย่างทั่วถึง

2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) หมายถึง การปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการภายในวัดด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและระบบดิจิทัล เช่น ระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูลดิจิทัล ระบบงานอัตโนมัติ และการจัดเก็บเอกสารอิเล็กทรอนิกส์

3. นวัตกรรมองค์การ (Organizational Innovation) หมายถึง การพัฒนาโครงสร้าง และรูปแบบการบริหารจัดการของวัดให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมดิจิทัล

4. นวัตกรรมพฤติกรรม (Behavioral Innovation) หมายถึง การพัฒนาความรู้ ทักษะ และทัศนคติของพระสงฆ์ และบุคลากรของวัดให้สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยสรุป องค์ความรู้จากการวิจัยสะท้อนว่า นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการวัดในศตวรรษที่ 21 ไม่ได้หมายถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้เพียงด้านใดด้านหนึ่ง แต่เป็นโครงสร้าง

ที่ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบที่เชื่อมโยง และสนับสนุนซึ่งกันและกัน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ กระบวนการ องค์การ และพฤติกรรม โดยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการมุ่งเน้นการสร้างคุณค่า และความสะดวกแก่พุทธศาสนิกชน นวัตกรรมกระบวนการมุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานภายใน นวัตกรรมองค์การมุ่งปรับโครงสร้างและรูปแบบการบริหารจัดการ และนวัตกรรมพฤติกรรมมุ่งพัฒนาความพร้อมของพระสงฆ์และบุคลากร ดังนั้น การพัฒนานวัตกรรมดิจิทัลของวัดให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม จึงควรดำเนินการทั้งเทคโนโลยี ระบบองค์การ กระบวนการทำงานและคนไปพร้อมกัน เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการวัดที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของพุทธศาสนิกชนและสังคมในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ควรพัฒนาช่องทางบริการดิจิทัลที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น เว็บไซต์ของวัด สื่อสังคมออนไลน์ ระบบประชาสัมพันธ์กิจกรรม ระบบข้อมูลการทำบุญและการบริจาคผ่าน QR Code รวมถึงช่องทางติดต่อสอบถามออนไลน์

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ควรกำหนดแนวทางการส่งเสริมนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการวัดในระดับนโยบาย มีนโยบายสนับสนุนให้วัดพัฒนาระบบงานภายในและฐานข้อมูลดิจิทัล ควบคู่กับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและมาตรฐานการจัดการข้อมูล โดยสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ หรือมหาเถรสมาคม ในการส่งเสริม และทักษะดิจิทัลแก่พระสงฆ์ตามช่วงอายุที่แตกต่างกัน นอกเหนือจากการมีเฉพาะข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปเพียงอย่างเดียว

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษารูปแบบหรือแบบจำลองการบริหารจัดการวัดด้วยนวัตกรรมดิจิทัล (Digital Temple Management Model) และทดสอบความเหมาะสมของโมเดลในวัดที่มีบริบทแตกต่างกัน ทั้งวัดในเมือง วัดชนบท และวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา

เอกสารอ้างอิง

ธนพล ก่อฐานะ. (2555). *นวัตกรรมการจัดการ*. สืบค้น 15 มีนาคม 2569, จาก https://www.gotoknow.org/posts/506666.

พระครูสังฆรักษ์สำราญ คำศรี และพระมหาวิโรจน์ ธาระพุฒ. (2567). แนวทางการบริหารจัดการงานสาธารณูปการตามโครงการวัด ประชา รัฐ สร้างสุข ของคณะสงฆ์เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 6(4), 911–918.

พระจิราวิตย์ ฐิตญาโณ (มนัส ธีระบุตร) และพินิจ แกล้วเกษตรกรณ์. (2568). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารกิจการคณะสงฆ์ กรณีศึกษา: วัดในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร. *วารสารสถาบันวิจัยพิมลธรรม*, 12(1), 1–14.

พระเทพคุณาภรณ์ (โสภณ โสภณจิตฺโต) และคณะ. (2566). การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการศาสนสมบัติของวัดในกรุงเทพมหานคร. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 12(4), 53–62.

พระมหาชาตรี เชื้อบุญจันทร์ (ชาตรี เชื้อบุญจันทร์) และคณะ. (2567). แนวทางการจัดการองค์กรคณะสงฆ์ในประเทศไทย ภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. *วารสารสถาบันวิจัยพิมลธรรม*, 11(2), 1–18.

พระมหาบุญโฮม ปริปุณฺณสีโล (ไชยฤทธิ์). (2564). *การปกครองคณะสงฆ์ไทยสมัยต่าง ๆ*. สืบค้น 15 มีนาคม 2569, จาก http://www.mahabunhome.com/song_pokkrong.html

พระมหาสมชาย ขนฺติสรโณ (มะลิซ้อน) และพระราชวัชรสารบัณฑิต (ประสาร จนฺทสาโร). (2567). รูปแบบการบริหารจัดการวัดเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. *วารสารมหาวิทยาการนวัตกรรมปริทรรศน์*, 7(6), 136–151.

พระมหาอัครพงษ์ พูลผล. (2561). *แนวทางการพัฒนาการบริหารกิจการคณะสงฆ์สังกัดมหานิกายของเจ้าอาวาสในจังหวัดชุมพร* (สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์). สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2563). *องค์ความรู้นวัตกรรม*. สืบค้น 15 มีนาคม 2569, จาก https://www.nia.or.th/service/innovation-intelligence

สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.(2564). *สรุปจำนวนวัด*. สืบค้น 3 เมษายน 2569, จาก https://www.onab.go.th/th/content/category/index/id/805

สิรภัทร อาวอร่ามรัศมิ์ และคณะ. (2562). ยุทธศาสตร์การเผยแผ่พระพุทธศาสนาของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ ในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2559 - 2568). *วารสารบัณฑิตศาส์นมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย*, 17(1), 1–13.

Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing.* New York: Harper & Row.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.