

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้ ประกอบไปด้วยแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการวัดและกิจการคณะสงฆ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับภารกิจ 6 ด้านของคณะสงฆ์
4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
5. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

1.1 ความหมายและแนวคิดของการบริหาร

คำว่า “การบริหาร” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Administration และยังมีคำในภาษาอังกฤษอีกคำที่ใช้แทนกัน คือ Management ซึ่งมีความหมายแคบลงไปเป็นเพียงการจัดการ ผู้บริหารงานองค์กร หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเท่านั้น คำว่า การบริหารนั้น มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน “Administrare” ซึ่งหมายถึง “ช่วยเหลือ” (assist) หรือ “อำนวยความสะดวก” (direct) (พระอธิการผจญ อจาโร (ทนันจง), 2554, หน้า 6)

ทั้งนี้ มีผู้ที่ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการบริหารงานไว้ ดังนี้

จันทรานี สงวนนาม (2536, หน้า 4) กล่าวว่า การบริหารงานเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ซึ่งเป็นสาขาวิชาที่มีการจัดระเบียบอย่างมีระบบ กล่าวคือ มีหลักการ กฎเกณฑ์และทฤษฎีที่เชื่อถือได้ อันเกิดจากการค้นคว้าเชิงวิทยาศาสตร์เพื่อประโยชน์ในการบริหารงาน โดยลักษณะเช่นนี้การบริหารงานจึงเป็นศาสตร์ทางสังคม ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกับวิชาจิตวิทยา สังคมวิทยาและรัฐศาสตร์ แต่ถ้ามองการบริหารงานในลักษณะของการปฏิบัติที่ต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์และทักษะของผู้บริหารงานแต่ละคนที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมายซึ่งเป็นการประยุกต์เอาความรู้หลักการและทฤษฎีไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อม

สุธี สุทธิสมบุญ และสมาน รังสิโยภักดิ์ (2537, หน้า 12) กล่าวว่า การบริหารงานเป็น

การดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยอาศัยปัจจัยต่าง ๆ อันได้แก่ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุสิ่งของ (Material) และวิธีการปฏิบัติงาน (Method) เป็นอุปกรณ์ในการดำเนินงาน

ชงชัย สันติวงษ์ (2537, หน้า 26) กล่าวว่า การบริหารงานเป็นภาระหน้าที่ของผู้นำกลุ่มซึ่งจะต้องจัดการให้ทรัพยากรทั้งที่เป็นตัวคนและวัสดุสามารถประสานเข้าด้วยกันเพื่อร่วมกันทำงานเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพได้และในขณะเดียวกันจะต้องจัดการนำองค์กรให้สัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมภายนอกได้อย่างดีที่สุด

พระเมธีธรรมภรณ์ (ประยูร ธรรมจิตโต) (2539, หน้า 2-3) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง ศิลปะแห่งการทำงานให้สำเร็จโดยอาศัยคนอื่น ซึ่งนักบริหารมีหน้าที่ในการวางแผน จัดองค์กร อำนาจการและควบคุมทรัพยากรบุคคลและทรัพยากรอื่น ๆ ให้ดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกันเพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ หน้าที่ของนักบริหารมีอยู่ 5 ประการ คือ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การแต่งตั้งบุคลากร (Staffing) การอำนาจการ (Directing) และ การควบคุม (Controlling)

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2537, หน้า 14) การบริหาร คือ การดำเนินงานร่วมกันของคณะบุคคล ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริหารขององค์การ ในส่วนที่เกี่ยวกับการวางแผน การจัดตั้งองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ และการควบคุมกิจกรรม ให้ดำเนินไปตามนโยบายจนบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การที่วางไว้อย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพที่สุด

ธีรวุฒิ บุญยโสภณ และวีรพงษ์ เฉลิมจิระวัฒน์ (2537, หน้า 12) การบริหารหรือการจัดการ คือ กระบวนการอย่างหนึ่งภายในองค์การซึ่งมีลำดับการทำงานเป็นขั้นตอน มีกลุ่มบุคคลเป็นกลไกสำคัญในการบริหารงาน มีเงินทุน เครื่องจักร และวัสดุครุภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นองค์ประกอบด้วย

วิโรจน์ สารรัตนะ (2546, หน้า 155) การบริหาร หมายถึง กระบวนการดำเนินงานเพื่อบรรลุจุดหมายขององค์การ โดยอาศัยหน้าที่หลักทางการบริหาร 7 ประการ คือ

1. การวางแผน (Planning) หมายถึง การจัดวางโครงการและแผนปฏิบัติรวมทั้งวิธีปฏิบัติงานไว้ล่วงหน้าเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน
2. การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึง การกำหนดโครงสร้าง อำนาจหน้าที่ การแบ่งส่วนคน และการจัดสายงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปได้ตามวัตถุประสงค์
3. การจัดบุคลากร หรือการจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) หมายถึง การบริหารงานด้านบุคคลอัน ได้แก่ การจัดอัตรากำลัง การสรรหาและการพัฒนาบุคลากร และการเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี

4. การอำนวยการ (Directing) หมายถึง การวินิจฉัยสั่งการ การควบคุมบังคับบัญชาและการควบคุมดูแลปฏิบัติงานในฐานะที่ผู้บริหารเป็นหัวหน้าหน่วยงาน

5. การประสานงาน (Co-ordinating) หมายถึง การสานกิจการด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานเพื่อให้เกิดมีการร่วมมือประสานงานที่ดีและดำเนินไปสู่จุดมุ่งหมายปลายทางเดียวกัน

6. การรายงาน (Reporting) หมายถึง การรายงานผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานเพื่อให้ผู้บริหาร และสมาชิกของหน่วยงานได้ทราบความเคลื่อนไหว และความคืบหน้าของกิจการอย่างสม่ำเสมอ

7. การงบประมาณ (Budgeting) หมายถึง การจัดทำงบประมาณ การจัดทำบัญชี การใช้จ่ายเงินและการควบคุมตรวจสอบทางการเงินและทรัพย์สิน

เกรียงศักดิ์ เขียวยิ่ง (2543, หน้า 5) การบริหาร คือ กระบวนการจัดองค์การและใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ล่วงหน้า

สรุป การบริหาร จึงหมายถึง กระบวนการดำเนินงานให้บรรลุตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ โดยการดำเนินงานนั้นเป็นการดำเนินงานร่วมกับผู้อื่น มีกระบวนการทำงานที่เป็นระบบ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การวินิจฉัย การตัดสินใจ และการควบคุมติดตาม

1.2 ความสำคัญของการบริหาร

คำว่า “การบริหาร” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Administration และยังมีคำในภาษาอังกฤษ

สมพงษ์ เกษมสิน (2539, หน้า 4-5) ได้ให้ความสำคัญของการบริหาร คือ

1. การบริหารนั้นได้เจริญเติบโตควบคู่มากับการดำรงชีพของมนุษย์ และเป็นสิ่งช่วยให้มนุษย์ดำรงชีพอยู่ร่วมกันได้อย่างผาสุก

2. จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นผลทำให้องค์การต่าง ๆ ต้องขยายงานด้านบริหารให้กว้างขวางขึ้น

3. การบริหารเป็นเครื่องบ่งชี้ให้ทราบถึงความเจริญก้าวหน้าของสังคมและวิทยาการด้านต่าง ๆ ทำให้การบริหารเกิดการเปลี่ยนแปลงและก้าวหน้ารวดเร็วยิ่งขึ้น

4. การบริหารเป็นมรรควิธีที่สำคัญในอันที่จะนำสังคมและโลกไปสู่ความเจริญก้าวหน้า

5. การบริหารจะช่วยชี้ให้ทราบถึงแนวโน้ม ทั้งในด้านความเจริญและความเสื่อมของสังคมในอนาคต

6. การบริหารมีลักษณะเป็นการทำงานร่วมกันของกลุ่มบุคคลในองค์การ ฉะนั้นความสำเร็จของการบริหารจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมทางการเมืองอยู่เป็นอันมาก

7. การบริหารมีลักษณะต้องใช้อการวินิจฉัยสั่งการเป็นเครื่องมือ ซึ่งนักบริหารจำต้อง

คำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ การวินิจฉัยสั่งการนี้เองที่เป็นเครื่องแสดงให้ทราบถึงความสามารถของนักบริหาร และความเจริญเติบโตของการบริหาร

8. ชีวิตประจำวันของมนุษย์ไม่ว่าในครอบครัวหรือในองค์กรย่อมมีส่วนเกี่ยวพันกับการบริหารเสมอ ดังนั้น การบริหารจึงเป็นเรื่องน่าสนใจและจำเป็นต่อการดำรงชีพอย่างฉลาด

9. การบริหารกับการเมืองเป็นสิ่งคู่กัน ไม่อาจแยกจากกันโดยเด็ดขาดได้ ดังที่กล่าวกันว่า “การเมืองกับการบริหารนั้นเปรียบเสมือนคนละด้านของเหรียญอันเดียวกัน ฉะนั้นการศึกษาวิชาการบริหารจึงต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมทางการเมือง”

1.3 องค์ประกอบการบริหาร

การบริหารนับว่าเป็นงานที่มีการใช้ศาสตร์ความรู้ต่าง ๆ และเทคนิคทางการบริหาร โดยมีจุดสำคัญของการทำงานของนักบริหาร คือ การต้องรู้จักใช้เทคนิคและแนวคิดทางการบริหารมาใช้ปฏิบัติให้เกิดผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของคนให้ได้ผลงานสูงสุดและดีที่สุดเสมอ โดยมีผู้เสนอองค์ประกอบของการบริหารไว้ ดังนี้

อินสอน บัวเขียว (2537, หน้า 60-72) กล่าวถึงองค์ประกอบของการบริหารซึ่งมีอยู่ 7 ประการ คือ

1. การวางแผน คือ การสร้างความมั่นใจ ซึ่งจะให้แน่ใจได้ว่าการใช้ทรัพยากรเพื่อทำงานจะไม่ผิดพลาด เสียหายและลดการเสี่ยงภัย แผนงานเปรียบเสมือนแผนที่และเข็มทิศช่วยนำทาง หากไม่มีการวางแผนสภาพก็เหมือนกับกำลังเดินอยู่ในความมืดที่ทุกอย่างจะเป็นไปโดยเชื่องช้า ขาดความมั่นใจ งานต่าง ๆ เข้ากันไม่ได้ กลายเป็นเบี้ยหัวแตกและโอกาสผิดพลาดจะเกิดขึ้นได้มาก

2. การจัดองค์การ คือ หน้าที่หรืองานที่เกี่ยวข้องกับการจัดระเบียบ เพื่อให้สิ่งของและบุคคลผู้เข้ามาอยู่ในองค์กร สามารถทำงานเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อประโยชน์ต่องานที่จะมีการประสานกันทำเป็นทีมให้บรรลุวัตถุประสงค์ จุดประสงค์ประการเดียวของการจัดองค์การ คือ เพื่อให้มีการทำงานให้เสร็จตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ตั้งไว้ในแผน กระบวนการจัดองค์การเสมือนกับเป็นขั้นตอนของการเตรียมจัดตำแหน่งงาน กลุ่มงาน และรวมกลุ่มกันเข้าเป็น โครงสร้างเพื่อให้สามารถเป็นพาหนะที่จะให้ทุกฝ่ายนำเอาทรัพยากรมาปฏิบัติงานร่วมกันจนบรรลุในวัตถุประสงค์

3. การจัดคนเข้าทำงาน คือ โดยที่โครงสร้างองค์การจัดขึ้นก็เพื่อให้สามารถนำมาให้คนต่าง ๆ ช่วยกันทำงานตามแผนให้เสร็จ เพื่อให้เชื่อมั่นว่างานที่จัดเตรียมไว้นี้มีทางสำเร็จผลด้วยดี ตัวผู้ทำงานจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องมีความพร้อมตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการเลือกเฟ้นและจัดคนที่มีความรู้ความสามารถต่างกันให้ลงทำงานในตำแหน่งที่ยากง่ายต่างกันอย่างเหมาะสม

4. การสั่งการ คือ เรามักจะได้ยินนักบริหารจำนวนมากพูดว่า 'ไม่รู้จะทำอะไรดีจึงจะทำให้เขารู้สึกรักและผูกพันกับงานที่ทำอยู่' หรือลูกน้องของฉันทำไมช่างไม่มีความนึกคิดมองไกลไปถึงผลงานที่จะได้รับ และทำได้ก็แต่เฉพาะตามขั้นตอนในตำรา หรือ การร่วมแรงร่วมใจทำงานกันเป็นทีมได้หายไปหมดสิ้นจากกลุ่มเหล่านี้ล้วนแต่เป็นปัญหาของการสั่งการที่มีประสิทธิภาพ

5. การประสานงาน คือ การเป็นผู้นำที่เป็นที่ยอมรับและได้รับความนับถืออยู่ที่การรู้จักและเข้าใจคน ตลอดจนการสามารถจูงใจให้คนเหล่านั้นปฏิบัติงานได้ดีจนก้าวหน้าและเติบโตในหน้าที่งานควบคู่พร้อมกันกับการได้รับการเคารพนับถือจากลูกน้อง ในขณะที่ผู้บริหารขยับตัวขึ้นสู่ตำแหน่งที่อยู่สูงขึ้นไปในองค์กรนั้น ประสิทธิภาพการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหางานด้านการปฏิบัติ จะกระทำได้อย่างดีโดยลำพังคนเดียว ดังนั้น การให้โอกาสลูกน้องเข้ามาร่วมชี้แจงและปรึกษาพิจารณาสถานการณ์ร่วมกันก็มีแต่จะช่วยให้เกิดความคิดใหม่ ๆ ที่ดี ๆ ได้มาก

6. การควบคุม ไม่ควรจะเป็นความหมายของการจับผิดหรือเพื่อลงโทษ แต่จะเป็นเครื่องมือใช้เตือนภัยล่วงหน้าให้ทราบถึงสิ่งที่จะผิดพลาดไปจากแผน อาจพูดได้ว่าการควบคุมจะไม่เกิดขึ้นเลยถ้าปราศจากแผน ทั้งนี้ เพราะกลไกสำคัญที่สุดของการควบคุม นั่นก็คือการติดตามความก้าวหน้าของงานเพื่อเทียบกับแผนงานนั่นเอง

7. การประเมินผลและการรายงาน คือ ผลจากการปฏิบัติหน้าที่ในการบริหาร ควรปรากฏออกมาใน 2 ลักษณะ คือ การมีประสิทธิภาพหรือการทำงานสามารถบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ และการมีประสิทธิผล คือ สามารถทำงานได้คุ้มค่า หรือผลประโยชน์ตอบแทนกลับมามากกว่าต้นทุนเสมอ ซึ่งหนทางที่จะได้มามี 2 ทาง คือ ขายได้ราคาสูงขึ้นหรือผลิตได้โดยมีต้นทุนต่ำกว่าเก่า ทั้งสองกรณีต่างแสดงว่าการทำงานมีประสิทธิภาพดีกว่าแต่ก่อน ซึ่งจะทราบได้จากการประเมินผลงานเพื่อทำการปรับปรุงการบริหารเป็นระยะ ทำให้องค์กรสามารถสร้างสมความมั่งคั่งจากกำไรที่สูงขึ้น ท้ายที่สุดจะต้องมีการรายงานให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ ถ้าเป็นองค์กรชุมชนหรือสาธารณะก็ต้องรายงานต่อชุมชนหรือสาธารณะทราบเช่นกัน

สมพงษ์ เกษมสิน (2539, หน้า 7) ได้เสนอว่า องค์ประกอบทางการบริหารที่ใช้ในการบริหารงาน ที่สำคัญมีอยู่ 4 ประการ คือ คน เงิน วัสดุสิ่งของ และวิธีการจัดการ เพราะเหตุผลที่ว่า การบริหารงานเกือบทุกประเภทจำเป็นต้องอาศัย คน เงิน วัสดุสิ่งของ และวิธีการจัดการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ไม่ว่าการบริหารนั้นจะเป็นการบริหารราชการหรือการบริหารธุรกิจก็มีองค์ประกอบคล้ายกัน

ธงชัย สันติวงษ์ (2539, หน้า 15) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบทางการบริหารที่เป็นข้อมูลพื้นฐานที่ผู้บริหารทุกคนจะต้องหันมาให้ความสนใจงานด้านการบริหารเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กรหรือของหน่วยงานที่ตั้งไว้ ซึ่งประกอบด้วย คน เครื่องจักร เงิน

วัสดุ สิ่งของ และนอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงปัจจัยทางการบริหารอีกกลุ่มหนึ่งที่จะช่วยทำให้เกิดความสำเร็จ ประกอบไปด้วย เรื่องการตลาด วิธีการปฏิบัติ การจูงใจในการปฏิบัติงาน และวิธีการบริหารจัดการ

1.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหาร

อองรี ฟาโยล (Henry Fayol) เป็นผู้ริเริ่มแนวคิดการจัดการเชิงบริหาร โดยมีหลักการในการทำงานมีการแบ่งงานกันทำเป็นกิจกรรมย่อย ๆ อย่างชัดเจน ถือว่าเป็นผู้ริเริ่มแนวทางการจัดการแผนใหม่ เรียกว่า กระบวนการบริหารจัดการ มี 5 ประการ (POCCC) ดังนี้

1. การวางแผน (Planning) คือ การศึกษาข้อมูลในปัจจุบันและคาดการณ์ในอนาคต แล้ววางแผนเป้าหมายและแนวทางปฏิบัติไว้
2. การจัดองค์การ (Organizing) คือ การจัด โครงสร้างของหน่วยงานหรือองค์การ ออกเป็นหน่วยงานย่อย ๆ กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงาน การจัดสรรคนเข้าทำงานในตำแหน่งต่าง ๆ
3. การบังคับบัญชาสั่งการ (Commanding) คือ การสั่งให้คนทำงานตามที่มอบหมายงานให้ทำ บังคับบัญชาให้พนักงานทำงานตามภารกิจของหน่วยงาน
4. การประสานงาน (Coordinating) คือ การดูแลควบคุมและอำนวยความสะดวกให้ผู้ทำงานสามารถปฏิบัติได้โดยสะดวก เพิ่มความสามารถ
5. การควบคุม (Controlling) คือ การควบคุมให้งานดำเนินไปตามแผนที่วางเอาไว้ ตรวจสอบให้ผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

หลักการในการบริหารหรือการจัดการนั้น ควรมีความยืดหยุ่นและสามารถประยุกต์ใช้ได้กับนักบริหารทุกระดับในองค์การ เรียกว่า หลักการจัดการสากล 14 ข้อ (Fayol's 14 principle of management) ดังนี้

1. หลักการแบ่งงานกันทำ (Division of work) โดยคำนึงถึงความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของแต่ละคน
2. หลักอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ (Authority and responsibility) โดยให้สอดคล้องกับระดับความรับผิดชอบตามตำแหน่งงานนั้น ๆ
3. หลักระเบียบวินัย (Discipline) พนักงานทุกคนต้องยอมรับและเชื่อฟังในกฎเกณฑ์ระเบียบข้อบังคับที่องค์กรกำหนดขึ้น
4. หลักเอกภาพในการบังคับบัญชา (Unity of command) ในการทำงานนั้น ผู้ใต้บังคับบัญชาทุกคนจะต้องรับฟังคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียวเท่านั้น
5. หลักทิศทางการทำงานอย่างเดียวกัน (Unity of direction) ในการทำงานทุกกลุ่มหรือ

ทุกหน่วยงานในองค์การควรดำเนินการภายใต้แผนงานและทิศทางในการทำงานที่ชัดเจนอย่างเดียวกัน

6. หลักผลประโยชน์ส่วนตัวเป็นรองผลประโยชน์ส่วนรวม (Subordination of individual interests the general interest) ในการทำงานผลประโยชน์ขององค์การต้องมาก่อนผลประโยชน์ส่วนตัวโดยคำนึงถึงความสำเร็จขององค์การเป็นสำคัญ

7. หลักการจ่ายค่าตอบแทนการทำงานที่เป็นธรรม (Remuneration) พนักงานต้องได้รับค่าจ้างที่เป็นธรรมเหมาะสมกับสภาพค่าครองชีพและความพอใจสูงสุดของทั้งฝ่ายคนงานฝ่ายนายจ้าง

8. หลักการรวมอำนาจ (Centralization) หมายถึง การให้มีศูนย์รวมการตัดสินใจและการควบคุมอยู่ที่ส่วนกลาง และให้มีการกระจายอำนาจหน้าที่ที่เหมาะสมสอดคล้องและพอเหมาะกับองค์การนั้น ๆ

9. หลักสายการบังคับบัญชา (Scalar chain) ควรกำหนดลำดับสายของการบังคับบัญชาแต่ละหน่วยงานในองค์การให้ชัดเจน ลดหลั่นกันไปตามลำดับ จากระดับสูงสุดลงมาถึงระดับต่ำสุดขององค์การ ไม่คลุมเครือหรือก้ำก่ากัน

10. หลักของความมีระเบียบ (Order) ทุกสิ่งทุกอย่างควรมีระเบียบแบบแผนการกำหนดตำแหน่งหน้าที่จะต้องพิจารณาจากคุณสมบัติที่เหมาะสม

11. หลักความเสมอภาค (Equity) หมายถึง ผู้บริหารควรยึดหลักการจัดการบนพื้นฐานของความยุติธรรม ความมีเมตตากรุณาต่อผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน โดยทั่วถึงทั้งองค์การปราศจากการลำเอียง

12. หลักความมั่นคง (Stability of tenure of personnel) ฝ่ายบริหารควรสร้างความรู้สึกในเรื่องความมั่นคงในหน้าที่การงานและรักษาพนักงานที่มีคุณภาพไว้กับองค์การเพื่อลดอัตราการออกจากงานให้น้อยลง

13. หลักความคิดริเริ่ม (Initiative) เปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาขององค์การ

14. หลักความสามัคคี (Esprit de corps) ส่งเสริมความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของพนักงานด้วยการทำงานเป็นทีมและมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันเพื่อให้เกิดเอกภาพทั้งองค์การ (พระครูปทุมเขตวิกรม (สมพงษ์ รัววิญ โณ), 2555, หน้า 25-27)

ลูเธอร์ กุลลิก และลินดัล เออร์วิก (Luther H. Gulick & Lyndall Urwick) ได้นำหลักการบริหารจัดการของฟาโยลมาปรับปรุงประยุกต์กับการบริหารราชการ โดยนำเสนอกระบวนการบริหารงาน 7 ประการ เรียกโดยย่อว่า “POSDCORB” ประกอบด้วย

P = Planning หมายถึง การวางแผนเป็นการกำหนดโครงการอย่างกว้าง ๆ ว่าจะทำอะไรบ้าง เพื่ออะไร มีแนวทางปฏิบัติอย่างไร การวางแผนจะต้องทำก่อนการลงมือปฏิบัติ

O = Organizing หมายถึง การจัดการองค์กร กล่าวคือ เป็นการจัดสายงานแบ่งแยกอำนาจการบริหารให้ผู้ปฏิบัติงานทราบบทบาทหน้าที่ของแต่ละคน เพื่อจะได้ทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์

S = Staffing หมายถึง การจัดหาบุคคล เป็นการบริหารงานด้านบุคลากร ได้แก่ การจัดอัตรากำลัง การสรรหา การพัฒนาบุคลากร การสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี การประเมินผลการทำงาน และการให้พ้นจากงาน

D = Directing หมายถึง การวินิจฉัยสั่งการบอกทิศทางการทำงาน เสนอแนะวิธีการทำงานหลังจากที่ได้วิเคราะห์อย่างรอบคอบแล้วว่าควรทำอะไรบ้าง อย่างไร ไปในทิศทางใด

Co = Coordinating หมายถึง การประสานงาน อันได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานย่อยและบุคคลในตำแหน่งต่าง ๆ ให้สามารถทำงานร่วมกันได้ ซึ่งอาจจะต้องใช้เทคนิคต่าง ๆ เช่น การสื่อสาร การกำหนดระเบียบแบบแผนในการทำงาน เป็นต้น

R = Reporting หมายถึง การรายงาน การทำงานทุกอย่างจะมีการรายงานไปยังผู้บังคับบัญชาเหนือตนขึ้นไปว่าตนเองได้ทำอะไรบ้าง อย่างไร ได้ผลประการใด

B = Budgeting หมายถึง การจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่ายให้ถูกต้องเหมาะสมกับกิจกรรม (พระครูปฐมเขตวิกรม (สมพงษ์ รัววิณ โณ), 2555, หน้า 25)

เทลอร์ (Frederick W. Taylor) บิดาแห่งการบริหารที่มีหลักเกณฑ์ ได้พัฒนาการบริหารที่มีหลักเกณฑ์ซึ่งมีพื้นฐานอยู่ในหลักการ (Principles) ที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ต้องมีการคิดค้นและกำหนดวิธีที่ดีที่สุด (One best way) สำหรับงานแต่ละอย่าง คือ ต้องมีการกำหนดวิธีการทำงานที่ดีที่สุดที่ช่วยให้สามารถทำงานเสร็จรวดเร็วไปด้วยดีตามวัตถุประสงค์ มาตรฐานของงานจะต้องมีการจัดวางเอาไว้ โดยมีหลักเกณฑ์ที่ได้พิสูจน์มาแล้วว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุดจริง และในเวลาเดียวกันการจ่ายผลตอบแทนแบบจูงใจต่าง ๆ ก็จ่ายให้ตามผลผลิตทั้งหมด

2. ต้องมีการคัดเลือกและพัฒนาคนงาน โดยตระหนักถึงความสำคัญและคุณค่าของกรรู้จักงานให้เหมาะสมสอดคล้องกับคนงาน นอกจากนี้ต้องมีการอบรมคนงานให้รู้จักวิธีการทำงานที่ถูกวิธีด้วย และในการคัดเลือกคนงานจะต้องมีการพิจารณาเป็นพิเศษที่จะให้ได้คนที่มีความสมบัติที่ดีที่สุดตรงตามงานที่จะให้ทำ

3. ด้วยวิธีการพิจารณาอย่างรอบคอบเกี่ยวกับวิธีการทำงาน ควบคู่กับการพิจารณาคนงานนี้ คนงานจะไม่คัดค้านต่อวิธีทำงานใหม่ที่ได้กำหนดขึ้น เพราะโดยหลักเหตุผล คนงานทุกคนจะเห็นจริงถึงโอกาสที่เขาจะได้รับรายได้สูงขึ้นจากการทำงานถูกวิธีที่จะช่วยให้ได้ผลผลิตสูงขึ้น

4. การประสานร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้บริหารและคนงาน ฝ่ายบริหารควรจะ
ได้ประสานอย่างใกล้ชิดเป็นประจำกับคนงานที่เป็นผู้ปฏิบัติงาน แต่ต้องไม่ใช่โดยการลงมือ
ปฏิบัติงานที่ควรจะเป็นงานของคนงานเท่านั้น (ธงชัย สันติวงษ์, 2543, หน้า 47-48)

สรุป องค์ประกอบของการบริหารจึงประกอบด้วย การวางแผน โดยพิจารณาจากปัจจัย
ทางการบริหาร ประกอบด้วย คน เงิน วัสดุสิ่งของ และการบริหารจัดการ มีระบบการควบคุม การ
ประสานงาน การบังคับบัญชา จนถึงการประเมินผลการปฏิบัติงาน

2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการวัดและกิจการคณะสงฆ์

2.1 การบริหารวัดในประเทศไทย

ความหมายของการบริหารในทางพระพุทธศาสนา (พระมหาเสริมชัย ชยมงคล โส, 2539,
หน้า 3) หมายถึง การดูแลรักษาตนเอง เรียกว่า “กายบริหาร” ไปจนถึงการปกครอง ดูแล รักษาหมู่
คณะภายในวัด อันได้แก่ หมู่พระภิกษุ ชื่อว่า “พระสงฆ์” และสามเณร อุบาสก อุบาสิกา ภรรวาส ที่
มีอยู่หรือพำนักอยู่ในวัด รวมทั้งการจัดการกิจการของวัด เรียกว่า “การบริหารวัด” และ “การ
ปกครองคณะสงฆ์” ในสังฆมณฑลทั่วประเทศ (พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 แก้ไขเพิ่มเติม
พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2535 มาตรา 20, 20 ทวิ และ 21)

“สังฆมณฑล” นับตั้งแต่ส่วนย่อย คือ วัด ถึงส่วนรวม คือ คณะสงฆ์ไทยหมดทั่วทั้ง
ประเทศ ย่อมประกอบด้วย

1. ศาสนบุคคล ได้แก่ พระภิกษุ สามเณร ผู้อยู่ในวัดหรือชุมชนเดียวกัน แต่เฉพาะ
พระภิกษุ 2-3 รูป ชื่อว่า “คณะภิกษุ” พระภิกษุตั้งแต่ 4 รูปขึ้นไป ชื่อว่า “หมู่ภิกษุ” เมื่ออยู่ร่วมกัน
หรือทำสังฆกรรม ร่วมกัน ชื่อว่า “สงฆ์” หมู่ภิกษุสงฆ์หลายหมู่รวมกันทั้งตำบล อำเภอ จังหวัด ภาค
และ/หรือทั่วทั้งประเทศ ชื่อว่า “คณะสงฆ์” เพราะเหตุนี้ พระราชบัญญัติที่ออกมาบังคับใช้ในเรื่อง
เกี่ยวกับพระภิกษุสงฆ์ทั่วประเทศ จึงชื่อว่า “พระราชบัญญัติคณะสงฆ์”

2. ศาสนธรรม คือ พระธรรมคำสอนของสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า อันประกอบด้วย
พระธรรมและพระวินัยอันพระพุทธเจ้าตรัสไว้ดีแล้ว ซึ่งนับเป็นธรรมนุญการปกครองของพระภิกษุ
คณะภิกษุ หมู่พระภิกษุ คือ สงฆ์และคณะสงฆ์จะพึงต้องปฏิบัติตามเพื่อยังประโยชน์ตน ประโยชน์
ท่าน (ผู้อื่น) ให้สำเร็จ ด้วยดี

3. ศาสนสถานและศาสนวัตถุหรือศาสนสมบัติ ได้แก่ วัดและทรัพย์สินต่าง ๆ ทั้ง
สังฆารัมภ์และอสังฆารัมภ์ อันเป็นของวัดหรือของหมู่พระภิกษุสงฆ์สามเณร โดยรวม

4. ศาสนพิธี ได้แก่ กุศลพิธี บุญพิธี ทานพิธีต่าง ๆ เป็นต้น

คำว่า “การบริหารวัด” จึงมีความหมายกว้าง ทั้งการดูแลรักษาตน การปกครอง ดูแล

รักษาหมู่คณะคือพระภิกษุสงฆ์ทั้งวัดรวมทั้งสามเณรและคฤหัสถ์ที่มีที่อยู่หรือพำนักอยู่ในวัด รวมทั้งการจัดการการสาธารณูปการตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 กล่าวว่า เป็นคำนาม หมายถึง “การก่อสร้างและการบูรณปฏิสังขรณ์” สำหรับสาธารณูปการ ที่จัดเป็นระเบียบบริหารการคณะสงฆ์ส่วนกลาง และระเบียบการปกครองคณะสงฆ์ส่วนกลางเรียกว่า “การสาธารณูปการ” นั้น หมายถึง

1. การก่อสร้างและการบูรณปฏิสังขรณ์ ศาสนวัตถุ และศาสนสถาน
2. กิจการอันเกี่ยวกับวัด คือ การสร้าง การตั้ง การรวม การย้าย การยุบเลิก การขอรับพระราชทานวิสุงคามสีมา การยกวัดร้างเป็นวัดมีพระภิกษุจำพรรษา และยกวัดราษฎร์เป็นพระอารามหลวง

3. กิจการของวัดอื่น ๆ เช่น การจัดงานวัด การเรียไร
4. การศาสนสมบัติของวัด

การสาธารณูปการทั้ง 4 ความหมายนี้ ส่วนมากบัญญัติไว้ในหน้าที่เจ้าอาวาสตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ตามมาตรา 37 (1) ว่า เจ้าอาวาสมีหน้าที่บำรุงรักษาวัด จัดกิจกรรมและการศาสนสมบัติของวัดให้เป็นไปด้วยดี การสาธารณูปการตามความหมายที่กล่าวมานี้จะมีลักษณะของการกระทำการสาธารณูปการใน 3 ประการ คือ

1. การกระทำด้วยแรงความคิด แรงงานและทุนทรัพย์รวมถึงการควบคุม
2. การกระทำด้วยเอกสารรายงาน
3. การกระทำโดยการจัดประโยชน์

การกระทำใน 3 ลักษณะนี้บางอย่างเป็นกิจการเฉพาะในหน้าที่ของเจ้าอาวาส เพราะเจ้าอาวาสจะต้องปฏิบัติโดยตรง เจ้าอาวาสเป็นผู้จัดการ โดยเฉพาะงานบางอย่างเริ่มแล้วผ่านการพิจารณาตามลำดับ ทั้งฝ่ายคณะสงฆ์และฝ่ายราชอาณาจักร บางอย่างเริ่มต้นจากเจ้าคณะและหรือเจ้าหน้าที่ทางราชอาณาจักรหรือผู้มีศรัทธามุ่งช่วยการวัดและการคณะสงฆ์ ทั้งนี้ย่อมเป็นไปตามระเบียบแบบแผนคณะสงฆ์ ดังนั้น ผู้จัดการสาธารณูปการ ได้แก่

1. เจ้าอาวาส
2. เจ้าคณะ
3. เจ้าหน้าที่ทางราชอาณาจักร
4. ผู้เจริญด้วยศรัทธามุ่งช่วยการวัด และการคณะสงฆ์

การจัดการสาธารณูปการ หมายถึง การลงมือปฏิบัติงานสาธารณูปการ ซึ่งมีวิธีปฏิบัติแตกต่างกันตามลักษณะงานการก่อสร้างและการบูรณปฏิสังขรณ์ ได้แก่ การก่อสร้างศาสนวัตถุขึ้นใหม่ การซ่อมแซมของเก่า และการปรับปรุงตกแต่งศาสนวัตถุและศาสนสถานที่มีอยู่เดิมหรือที่

เพิ่มเติมขึ้นใหม่เพื่อให้เหมาะสมยิ่งขึ้น การควบคุมและส่งเสริมการสาธารณูปการ เป็นงานที่ละเอียดอ่อนเป็นหัวใจของการคณะสงฆ์แต่ผู้ปฏิบัติโดยตรงคือ เจ้าอาวาส ซึ่งเป็นพระสังฆาธิการระดับวัด เจ้าคณะทุกส่วนทุกชั้นต้องมีความสัมพันธ์กัน 2 ประการ คือ ควบคุมสาธารณูปการและส่งเสริมสาธารณูปการ

การควบคุมดูแลวัดนั้นเจ้าคณะจะเพิกเฉยมิได้ ถ้าเพิกเฉยจะเป็นการละเว้นการปฏิบัติ สอดส่อง ดูแล ชี้แจง แนะนำในการสาธารณูปการของเจ้าอาวาสดังนี้

1. ควบคุมการทำแผนผังวัดให้สอดคล้องกับยุคพัฒนา
2. ควรควบคุมแบบแปลนเสนาสนะแต่ละวัดให้อยู่ในหลักประหยัดและพอเหมาะพอสมควรแก่สภาพท้องถิ่นและก่อสร้างตามแบบแปลน
3. ควบคุมให้แต่ละวัดที่สร้างถาวรวัตถุให้เป็นทรงไทย หรือให้รักษาศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นสำคัญ
4. ควบคุมการเงินและบัญชีรายรับและรายจ่ายของแต่ละวัดให้เป็นไปตามหลักบัญชี
5. ควบคุมดูแลเอกสารต่าง ๆ ของวัด เช่น รายงานขอรับพระราชทานวิสุงคามสีมาให้เป็นไปโดยถูกต้อง
6. ควบคุมการจัดการศาสนสมบัติของวัดให้เป็นไปตามกฎกระทรวงการส่งเสริมกิจการของวัด เจ้าคณะทุกชั้นควรส่งเสริมเจ้าอาวาสในการสาธารณูปการดังนี้
 - 6.1 ออกตรวจตราเยี่ยมเจ้าอาวาสให้เร่งรัดการพัฒนาวัด
 - 6.2 แก้ไขข้อขัดข้องของเจ้าอาวาส ดังนี้
 - 6.2.1 จัดหาช่างดำเนินการก่อสร้าง
 - 6.2.2 จัดแปลนอาคารตลอดแผนผังวัด
 - 6.2.3 ดูแลการหาทุนก่อสร้างด้วยการขอเงินงบประมาณ
 - 6.2.4 ให้คำชี้แจง แนะนำการปฏิบัติงานสาธารณูปการเพื่อเข้าใจให้ถูกต้อง
 - 6.2.5 ขจัดความขัดแย้งระหว่างวัดกับชาวบ้านที่มีการสาธารณูปการเป็นเหตุ
 - 6.3 แนะนำการจัดงานวัดและการเรียกร้อยให้เป็นไปตามระเบียบและคำสั่งของ มหาเถรสมาคม
 - 6.4 ช่วยยกฐานะวัดที่ได้พัฒนาดีแล้ว เป็นวัดพัฒนาตัวอย่าง
 - 6.5 ช่วยยกย่องเจ้าอาวาสผู้มีผลงานสาธารณูปการดี หรือแม่แต่รองเจ้าอาวาส และ/หรือผู้ช่วยเจ้าอาวาสก็ควรยกย่องด้วยแต่อย่าเกินกว่าเจ้าอาวาส
 - 6.6 แนะนำชี้แจงการจัดระเบียบของวัดให้ถูกต้องตามกฎกระทรวง (ฉคต จันทรสม, 2555, หน้า 37-40)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการวัด

ความหมายการบริหารจัดการวัด

กรมการศาสนา (2542, หน้า 31) ได้ให้ความหมายของการบริหารวัดไว้ว่า การบริหารวัด หมายถึง การปกครองบังคับบัญชากำกับดูแล แนะนำ สั่งสอนภิกษุสงฆ์ สามเณร และฆราวาสผู้อยู่ในวัดให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ให้อยู่ในศีลธรรมอันดี และดำเนินกิจกรรม โครงการต่าง ๆ ของวัด ให้สำเร็จด้วยดีมีประสิทธิภาพสูงสุด

พระธรรมกิตติวงศ์ (2541, หน้า 102) กล่าวว่า การบริหารวัด หมายถึง การจัดการ งาน เงิน คน วัสดุ แผนงาน เพื่อให้การดำเนินงานภายในวัดเป็นไปอย่างราบรื่น เกิดประโยชน์ต่อสังคม โดยบุคคลเป็นผู้สร้างงาน ทำงาน และแก้ไขงาน

บุญช่วย จันทร์เห้า (2544, หน้า 90) กล่าวว่า การบริหารจัดการวัด หมายถึง การทำงานให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยการให้เจ้าอาวาส หรือคณะผู้บริหารตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมกัน และใช้ทรัพยากรการบริหารอย่างผสมผสานให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน

สรุป การบริหารจัดการวัดจึงหมายถึง การดูแลศาสนสถานอันเป็นถาวรวัตถุ และการปกครองดูแลคณะสงฆ์หรือตัวบุคคลเพื่อให้ดำเนินการได้อย่างราบรื่น เกิดประสิทธิภาพ

ความสำคัญของการบริหารจัดการวัด

กรมการศาสนา (2542, หน้า 31) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการบริหารวัดไว้ว่าทำให้การดำเนินงานภายในวัดเป็นระบบมากขึ้น ทำให้สะดวกในการประสานงาน ทำให้เกิดประสิทธิภาพ และเกิดความประหยัดในการดำเนินงาน สามารถติดตามตรวจสอบการดำเนินงานได้ และทำให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จ ทุกคนพึงพอใจ

พระศรีปริยัติโมลี (2543, หน้า 101) ได้กล่าวถึงการบริหารงานของวัดว่ามีความสำคัญในการทำให้วัดสามารถพัฒนาไปในแนวทางที่ถูกต้อง กล่าวคือ ทำให้ภิกษุสงฆ์ สามเณรมีความรู้มีความสามารถ ทำให้พระภิกษุสงฆ์ สามเณรปฏิบัติชอบตามพระธรรมวินัย ทำให้วัดสามารถทำหน้าที่เผยแผ่วิถีชีวิตที่ประเสริฐไปสู่สังคม ทำให้ประชาชนรู้สึกที่วัดเป็นของชุมชน ทำให้วัดเป็นศูนย์การศึกษาเล่าเรียน และทำให้วัดมีความร่มรื่นเป็นที่พบนั่นทนทานการของประชาชน

ประเวศ วะสี (2539, หน้า 119) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการบริหารวัดไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. สามารถสร้างสังคมสงฆ์ให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้
2. สามารถสร้างวัดให้เป็นส่วนหนึ่งในการชี้นำทิศทางการพัฒนาที่ถูกต้องแก่สังคม อีกทั้งทำให้วัดเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน
3. การบริหารวัดที่มีประสิทธิภาพจะมีความสำคัญต่อการใช้ทรัพยากรทำให้เกิด

ประโยชน์สูงสุด

การบริหารวัดในสมัยพุทธกาลนั้น พระพุทธเจ้าทรงใช้รูปแบบของการบริหารที่ยึดหลักของพระธรรมและพระวินัยเป็นเบื้องต้น พระสงฆ์ที่อยู่ในวัดนั้นจะยึดหลักของพระธรรมวินัยที่พระพุทธเจ้าบัญญัติไว้เป็นหลักแห่งการอยู่ร่วมกัน การบริหารในสมัยพุทธกาลจึงเป็นการบริหารแบบธรรมาธิปไตย แต่เมื่อกาลเวลาผ่านไป สรรพสิ่งก็เปลี่ยนแปลงตาม ปัจจุบันสังคมได้เกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่ทุกขณะภายใต้การเปลี่ยนแปลงของวัตถุ จิตใจของคนก็เปลี่ยนแปลงตาม วัดเองในยุคสมัยปัจจุบันนี้มีความเกี่ยวเนื่องทางด้านสังคมเป็นอย่างมากด้วยปัจจัยหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะความเกี่ยวเนื่องทางด้านจิตวิญญาณ การบริหารวัดจึงต้องปรับเปลี่ยนระบบรูปแบบเพื่อให้เหมาะสมกับยุคสมัย ทันทับกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา แม้แต่การนำเสนอหลักธรรมคำสอนของพระพุทธเจ้าก็ต้องเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการเพื่อให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและคนในสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ดังนั้น การบริหารวัดในปัจจุบันจึงได้เปลี่ยนรูปแบบ ระบบ วิธีการ การสร้างระบบ ให้เหมาะสมกับผู้อยู่อาศัยในวัดนั้น ๆ และสังคมโดยรอบ เพื่อให้การบริหารเป็นไปตามความหมายที่หมายถึงการปกครอง การดูแลรักษาหมู่คณะและการดำเนินงานหรือการจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ของหมู่คณะหรือองค์กรต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปตามนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กรนั้น ๆ ด้วยดี มีประสิทธิภาพการบริหารจัดการทางด้านพระพุทธศาสนาหรือการบริหารจัดการวัด มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีปัจจัยหลายอย่าง องค์กรประกอบหลายอย่างที่มีความเกี่ยวเนื่องกับการบริหารจัดการ ดังนี้

1. ศาสนบุคคล ได้แก่ พระภิกษุสามเณรที่อยู่อาศัยในวัดหรือชุมชนเดียวกันนั้น
2. ศาสนธรรม ได้แก่ หลักธรรมคำสอนของพระพุทธเจ้าที่จะต้องยึดเป็นหลักเสมอในการบริหารจัดการงานวัดนั้น ๆ จะละเลยเสียไม่ได้ ซึ่งประกอบด้วยพระธรรมและพระวินัย
3. ศาสนสถาน ได้แก่ ศาสนวัตถุหรือศาสนสมบัติ ได้แก่ วัดและทรัพย์สินต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสังฆาริทธิ์และอสังฆาริทธิ์
4. ศาสนพิธี ได้แก่ กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องด้วยพระพุทธศาสนาและชุมชน อันจัดเป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งที่ทำให้พระพุทธศาสนามีความเกี่ยวพันกับสังคมทั่วไป (พระครูพิศาลดิธธรรม, 2553, หน้า 62-64)

สรุป ความสำคัญของการบริหารจัดการวัดจึงหมายถึงการดำเนินการต่าง ๆ ภายในวัด เพื่อให้พระภิกษุ สามเณรที่อยู่ภายในวัดหรือในชุมชน สามารถประพฤติ ปฏิบัติธรรมได้อย่างถูกต้อง และสามารถเผยแผ่หลักธรรมคำสอนขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าต่อประชาชนได้อย่างถูกต้องตามหลักพระพุทธศาสนา

3. แนวคิดเกี่ยวกับภารกิจ 6 ด้านของคณะสงฆ์

3.1 ที่มาและความหมาย

กฎหมายมหาเถรสมาคม ฉบับที่ 15 (พ.ศ. 2535) ข้อ 5 ได้กล่าวถึงกิจการที่คณะสงฆ์จะต้องปฏิบัติซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ 6 ด้าน ดังนี้

1. การเพื่อความเรียบร้อยดีงามหรือการปกครอง
2. การศาสนศึกษา
3. การศึกษาสงเคราะห์
4. การเผยแผ่พระพุทธศาสนา
5. การสาธารณูปการ
6. การสาธารณสงเคราะห์

วิธีดำเนินงานการทั้ง 6 ให้เป็นไปตามที่กำหนดในระเบียบมหาเถรสมาคม แต่บางการคงเป็นไปตามจารีต คือ ปฏิบัติตามจารีตที่มีอยู่ (สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2545, หน้า 15)

3.2 องค์ประกอบของภารกิจ 6 ด้านของคณะสงฆ์

1. การปกครอง หมายถึง การดูแล คຸ້ມครอง บริหาร

ความสำคัญ การปกครองของคณะสงฆ์ไทย เป็นการปกครองในระบอบประชาธิปไตย โดยมีสมเด็จพระสังฆราชสกลมหาสังฆปริณายกทรงเป็นประธาน และมีการบังคับบัญชากันไป ตามลำดับชั้น นับตั้งแต่ระดับมหาเถรสมาคมลงไปจนถึงเจ้าอาวาส พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 แก้ไขปรับปรุง พ.ศ. 2535 ได้ลำดับชั้นการปกครองคณะสงฆ์ไว้ดังนี้

มาตรา 20 คณะสงฆ์ต้องอยู่ภายใต้การปกครองของมหาเถรสมาคม การจัดระเบียบการปกครองคณะสงฆ์ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายมหาเถรสมาคม

หลักการปกครอง เป็นภารกิจที่วัดโดยพระภิกษุผู้เป็นเจ้าอาวาส หรือเจ้าคณะปกครอง ดำเนินการสอดส่อง ดูแล รักษาความเรียบร้อยดีงาม เพื่อให้พระภิกษุสามเณรที่อยู่ในวัด หรือในปกครองปฏิบัติตามพระธรรมวินัย กฎหมาย กฎ ข้อบังคับ ระเบียบ คำสั่ง ประกาศของมหาเถรสมาคม หรือพระบัญชาของสมเด็จพระสังฆราช ภารกิจด้านนี้ครอบคลุมถึงการที่พระภิกษุผู้ทำหน้าที่เป็นเจ้าคณะปกครองทุกระดับ นับตั้งแต่ผู้ช่วยเจ้าอาวาส รองเจ้าอาวาส เจ้าอาวาส เจ้าคณะตำบล เจ้าคณะอำเภอ เจ้าคณะจังหวัด เจ้าคณะภาค เจ้าคณะใหญ่ (หน) นอกจากนี้ ยังรวมถึงการที่พระภิกษุทำหน้าที่เป็นพระกรรมวาจาจารย์ เป็นพระอุปัชฌาย์ในการอุปสมบทกุลบุตร

2. การศาสนศึกษา หมายถึง การเล่าเรียน ฝึกฝน และอบรม

ความสำคัญ การศึกษาในทางพระพุทธศาสนา เป็นการศึกษาเล่าเรียนพระปริยัติธรรม ทั้งแผนกธรรมและบาลี นอกจากจะเป็นการศึกษาหลักธรรมคำสั่งสอนแล้ว ยังได้ชื่อว่าเป็นการสืบต่อ

อายุพระพุทธศาสนาไว้อีกด้วย โดยเฉพาะการศึกษาภาษาบาลี เพราะถ้าไม่รู้ภาษาบาลีแล้วก็จะไม่มีผู้ใดสามารถรู้และเข้าใจพระพุทธรวณะในพระไตรปิฎก ถ้าขาดความรู้เรื่องพระไตรปิฎกแล้วพระพุทธศาสนาก็จะต้องเสื่อมสูญไปด้วย ด้วยเหตุนี้พระมหากษัตริย์ผู้เป็นศาสนูปถัมภกตั้งแต่โบราณมา จึงทรงทำการทำนุบำรุงสนับสนุนการเล่าเรียนพระปริยัติธรรม และทรงยกย่อง พระภิกษุสามเณร ที่เรียนรู้พระพุทธรวณะให้มีฐานันดรพระราชทานราชูปการต่างๆ มีนิตยภัต เป็นต้น

หลักการศาสนศึกษา เป็นภารกิจด้านการจัดการศึกษาพระปริยัติธรรมของคณะสงฆ์ทั้งแผนกธรรม-บาลี แผนกสามัญศึกษา การอุดมศึกษาในมหาวิทยาลัยสงฆ์ทั้งสองแห่ง ภารกิจด้านนี้ครอบคลุมถึงการที่พระภิกษุทำหน้าที่เป็นครูสอน เป็นกรรมการตรวจข้อสอบธรรมบาลีสนามหลวง เป็นเลขานุการสอบธรรม-บาลีสนามหลวง เป็นผู้อำนวยการหรือเป็นประธานจัดสอบธรรม-บาลีสนามหลวง และเป็นเจ้าสำนักเรียน ในฐานะที่เป็นเจ้าอาวาส นอกจากนี้ยังรวมถึงการส่งเสริมการศึกษาพระปริยัติธรรมทุก ๆ วิธีที่ไม่ขัดต่อพระธรรมวินัย เช่น มอบทุนการศึกษาแก่พระภิกษุสามเณรที่สอบไล่ได้ จัดตั้งกองทุนเพื่อการศึกษาพระปริยัติธรรม เป็นต้น

3. การเผยแผ่ หมายถึง ทำให้ขยายออกไป ทำให้ขยายกว้างขวางออกไป

ความสำคัญ การเผยแผ่ คือการทำให้แพร่หลายในลักษณะติดแน่น กระจายไปเช่น เผยแผ่ศาสนา เผยแผ่ธรรม องค์การเผยแผ่ ส่วนคำว่า เผยแพร่ ใช้ในความหมายว่า ประกาศ โฆษณา ทำให้แพร่หลาย ในลักษณะกระจายให้เป็นรูปธรรมหรือให้สัมผัสได้ทางตา หู เป็นต้น

หลักการเผยแผ่ เป็นภารกิจด้านการดำเนินการประกาศพระพุทธศาสนาให้ประชาชนได้รับทราบในทุก ๆ วิธี ที่ไม่ขัดต่อพระธรรมวินัย โดยมุ่งเน้นให้ประชาชนได้มีความรู้ความเข้าใจในหลักธรรมแล้วน้อมนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ได้แก่ การเทศนา การปาฐกถาในโอกาสและสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในวัดและนอกวัด การบรรยายธรรมทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์ การเผยแผ่ธรรมด้วยสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์หรือวิทยุทัศน์ ภารกิจด้านนี้ครอบคลุมถึงการที่วัดหรือพระภิกษุจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นในวัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเผยแผ่ธรรมหรือต้องการให้ประชาชนเข้าวัดปฏิบัติธรรมหรือมุ่งเน้นสืบสานวัฒนธรรมไทยที่ได้รับอิทธิพลมาจากหลักพระพุทธศาสนา เช่น การจัดงานเทศน์มหาชาติ การจัดงานในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา การจัดงานในวันที่กำหนดเป็นวันสำคัญของไทย (วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ เป็นต้น) การจัดโครงการบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน การจัดโครงการบวชเนกขัมมจาริณี (จีพราหมณ์) การจัดอุปสมบทหมู่หรือจัดให้มีการปฏิบัติธรรมเฉลิมพระเกียรติเนื่องในวันเฉลิมพระชนมพรรษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ การจัดพิธีแสดงตนเป็น พุทธมามกะ การจัดให้มีการแสดงธรรมในวันธรรมสวนะ (วันพระ) การจัดส่งพระภิกษุไปสอนศีลธรรมแก่นักเรียนตามโรงเรียนต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีการเผยแผ่ธรรมที่คณะสงฆ์ร่วมกับสำนักงานพระพุทธศาสนา

แห่งชาติจัดให้ดำเนินการในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ หน่วยอบรมประชาชนประจำตำบล (อ.ป.ต.), การอบรมจริยธรรมนักเรียน ข้าราชการ และประชาชน, การส่งเสริมหน่วยเผยแพร่ศีลธรรมและการส่งเสริมหน่วยสงเคราะห์พุทธมามกะผู้เยาว์ เช่น โครงการอุทยานการศึกษาในวัด โครงการสวนสมุนไพรในวัด โครงการวัดพัฒนาตัวอย่าง เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การดำเนินการใด ๆ ของพระภิกษุในพระพุทธศาสนา ที่เป็นไปเพื่อการเผยแผ่ธรรมทางพระพุทธศาสนาทั้งในวัดและนอกวัดถือว่าภารกิจด้านการเผยแผ่ทั้งสิ้น ปัจจุบันการเผยแผ่ต้องดำเนินงานตามระเบียบมหาเถรสมาคม ว่าด้วยการเผยแผ่พระพุทธศาสนา พ.ศ. 2550

4. การสาธารณูปการ หมายถึง การก่อสร้าง การบูรณปฏิสังขรณ์ศาสนสถานภายในวัด

ความสำคัญ การสาธารณูปการโดยรวม หมายถึง การพัฒนาวัดในด้านวัตถุทุกอย่างไม่เฉพาะแต่ศาสนสถานเท่านั้นหากรวมไปถึงการทำวัดให้สะอาด ร่มรื่น สะดวกสบาย การทำถนนทางเดินในวัดและการตกแต่งวัดให้ดูสวยงามสบายตาแก่ผู้พบเห็น นอกจากนี้การสาธารณูปการเป็นงานประจำของเจ้าอาวาสอย่างหนึ่งซึ่งถือว่าเป็นหน้าที่ที่จะต้องทำ ทั้งนี้ เพื่อสร้างสิ่งที่เป็น รักรักษาสิ่งที่มีอยู่แล้วไว้และซ่อมแซมสิ่งที่ชำรุดทรุดโทรมให้คงสภาพไว้เพื่อประโยชน์แก่ชุมชนและพระสงฆ์ภายในวัด ในการนี้ให้รวมถึงการดูแลรักษาศาสนสมบัติของพระพุทธศาสนาที่เป็นสมบัติส่วนรวมของสงฆ์มิใช่สมบัติส่วนตัวของผู้ใดผู้หนึ่ง โดยเฉพาะมีพระพุทธานุญาตให้สงฆ์ช่วยกันดูแลรักษา เช่น ให้ตั้งพระภิกษุทำหน้าที่ดูแลรักษาวัสดุสิ่งของของสงฆ์ ซึ่งเรียกว่า “ภณฑาคาริก” โดยเฉพาะศาสนสมบัติ แบ่งเป็น 2 อย่าง คือ

ศาสนสมบัติวัด คือ ทรัพย์สินของวัดใดวัดหนึ่ง เป็นหน้าที่ของสงฆ์ในวัดนั้น ซึ่งมีเจ้าอาวาส เป็นต้น ช่วยกันดูแล รักษา ให้เป็นไปตามพระธรรมวินัย

ศาสนสมบัติกลาง คือ ทรัพย์สินอันมิใช่เป็นศาสนสมบัติวัด แต่เป็นของสงฆ์ส่วนกลาง เช่น ที่ดิน และผลประโยชน์วัดร้าง ทรัพย์สินที่มีผู้ยกให้สงฆ์ส่วนกลาง ศาสนสมบัติกลาง เป็นหน้าที่ของผู้ปกครองสงฆ์ระดับสูงดูแลรักษา ทั้งนี้ การจัดการศาสนสมบัติภายในวัด จะต้องยึดหลักให้ถูกต้องตามกฎหมาย พระธรรมวินัย มติมหาเถรสมาคมและจะต้องไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่ประชาชนโดยทั่วไปหากไม่จำเป็น

หลักการดำเนินการสาธารณูปการ เป็นภารกิจที่วัดหรือพระภิกษุดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาวัด ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม การบูรณปฏิสังขรณ์ในเขตพุทธาวาส และเขตสังฆาวาส หรือกล่าวง่าย ๆ ก็คือ ภารกิจด้านการก่อสร้าง การซ่อมแซม การจัดให้มีมีการบำรุงดูแลรักษาถาวรวัตถุหรือสาธารณสมบัติของวัด เช่น การสร้างอุโบสถ วิหาร อาคารเรียน ศาลาการเปรียญ หอธรรม กุฏิ เณร การจัดการศาสนสมบัติให้เป็นไปด้วยดี การจัดทำบัญชีเสนาสนะและศาสนสมบัติของวัด เป็นต้น

5. การศึกษาสงเคราะห์ หมายถึง การให้การสงเคราะห์ด้านการฝึกฝนอบรมแก่ประชาชน

ความสำคัญ การศึกษาสงเคราะห์เป็นการจัดการศึกษาที่วัด คณะสงฆ์ดำเนินการขึ้น เพื่อสนองต่อนโยบายของภาครัฐ ในอันที่จะส่งเสริมให้ประชาชน เยาวชน ได้รับการศึกษา

หลักการศึกษสงเคราะห์ เป็นภารกิจด้านการดำเนินการจัดการศึกษาที่เน้นการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่เด็กและเยาวชนให้มีความรู้ความเข้าใจหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา เพื่อสามารถดำรงตนและดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุขและเป็นพลเมืองที่มีความรู้คู่คุณธรรมของประเทศ โดยมีความมุ่งหมาย 4 ลักษณะ คือ

5.1 การจัดการศึกษาเป็นโรงเรียนตามแผนการศึกษาแห่งชาติ โดยมุ่งให้ พระภิกษุสามเณร นักเรียน ได้ศึกษาเพื่อชีวิตและสังคม ได้แก่ โรงเรียนราษฎร์การกุศลของวัด ศูนย์การเรียนรู้ศีลธรรมในวัด (ศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์เดิม หรือวันหยุดอื่น ๆ) ศูนย์อบรมเด็กก่อนเกณฑ์ในวัด วิทยาลัยและมหาวิทยาลัยสงฆ์

5.2 การสงเคราะห์ให้เด็กและประชาชนได้รับการศึกษาในสถานศึกษาของรัฐหรือเอกชน ตามแผนการศึกษาแห่งชาติ เช่น การเป็นผู้นำในการตั้งโรงเรียนในชนบทที่ตั้งวัด การให้สร้างสถานศึกษาในบริเวณวัด การให้ใช้หรือให้เช่าที่ดินวัดหรือที่ธรณีสงฆ์ในการสร้างสถานศึกษาของรัฐหรือท้องถิ่น การเป็นผู้อุปการะโรงเรียนต่าง ๆ การให้ความอุปถัมภ์แก่เด็กวัด

5.3 การสอนศีลธรรมแก่นักเรียน นักศึกษาในระบบโรงเรียนตามแผนการศึกษาชาติ เช่น การสอนธรรมศึกษา การสอนศีลธรรม หน่วยงานพระธรรมทูต และหน่วยอบรมประชาชนประจำตำบล ในการเผยแพร่ศีลธรรมในโรงเรียนและสถานศึกษาต่าง ๆ

5.4 การสงเคราะห์เกื้อกูลแก่การศึกษา สถาบันการศึกษา หรือบุคลากรทางการศึกษา เช่น มอบทุนการศึกษา มอบอุปกรณ์การศึกษา ฯลฯ ภารกิจด้านนี้ ครอบคลุมถึงการที่พระภิกษุผู้เป็นเจ้าของอาวาสได้บริจาคทุนทรัพย์ส่วนตัวเพื่อการศึกษาแก่เด็กในระบบโรงเรียนของรัฐหรือของเอกชน สร้างหรือซ่อมแซมอาคารสถานศึกษา หรือการดำเนินการใด ๆ ของพระภิกษุที่มีความสามารถโดยไม่ขัดต่อพระธรรมวินัยที่เป็น ไปเพื่อการส่งเสริมการศึกษาแก่เด็กและเยาวชนที่อยู่ในวัยเรียน จัดว่าเป็นภารกิจด้านการศึกษสงเคราะห์ทั้งสิ้น

6. การสาธารณสงเคราะห์ หมายถึง การช่วยเหลือเพื่อประชาชนทั่วไป

ความสำคัญ การสาธารณสงเคราะห์นอกจากเป็นการให้ความช่วยเหลือประชาชน ผู้ยากไร้และประสบภัยแล้ว ยังหมายรวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางราชการ เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ การฝึกอาชีพแก่ประชาชน การให้ใช้สถานที่วัดสำหรับดำเนินกิจกรรมเพื่อประโยชน์ส่วนรวม

หลักการสาธารณสงเคราะห์ เป็นภารกิจที่วัดหรือพระภิกษุสงฆ์ดำเนินการช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ที่ไม่ขัดต่อพระธรรมวินัย ทั้งนี้ โดยมุ่งเน้นเพื่อประโยชน์และความสุขแก่ประชาชนเป็นสำคัญ ได้แก่ การสงเคราะห์พระภิกษุสามเณร และวัดที่ประสบภัยและขาดแคลน การให้วัดเป็นสถานที่ประกอบการกุศลเกี่ยวกับเรื่องเกิด แก่ เจ็บ ตาย เช่น การสวดศพ การเผาศพ การทำบุญอุทิศ การถวายสังฆทาน เป็นต้น การให้วัดเป็นสถานที่จัดฝึกอบรมประชาชนด้านอาชีพต่าง ๆ การสงเคราะห์ผู้ป่วยโรคร้ายหรือผู้ป่วยยากไร้ การจัดให้มีโรงพยาบาล การบริจาคทรัพย์ส่วนตัวหรือชักชวนญาติโยมบริจาคทรัพย์จัดสร้างโรงพยาบาล การให้ความรู้ข่าวสารแก่ชุมชนด้านต่าง ๆ เช่น การศึกษา การสาธารณสุขมูลฐาน การปกครอง การช่วยเหลือผู้ประสบภัยหรือการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ เป็นต้น (กองพุทธศาสนสถาน สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2554, หน้า 4-8)

สรุป การบริหารวัดจึงประกอบด้วยภารกิจ 6 ด้าน คือ การปกครอง การศาสนศึกษา การเผยแผ่ การสาธารณูปการ การศึกษาสงเคราะห์ และการสาธารณสงเคราะห์

3.3 กรอบการพัฒนาภารกิจ 6 ด้านของคณะสงฆ์

หมวดที่ 1 ด้านการปกครอง

การดำเนินการบริหารจัดการด้านการปกครอง มีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

1. การจัดทำระเบียบปฏิบัติ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับบุคลากรภายในวัด
 - 1.1 มีระเบียบปฏิบัติกิจวัตรพระภิกษุสามเณร
 - 1.2 มีระเบียบปฏิบัติของศิษย์วัดและผู้อาศัยในวัด
 - 1.3 มีระเบียบปฏิบัติสำหรับบุคคลที่เข้าร่วม หรือจัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายในวัด
2. มีการวางแผนการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ
 - 2.1 เจ้าอาวาสได้มีการมอบหมายหน้าที่บุคลากรภายในวัดตามความรู้ความสามารถ
 - 2.2 จัดทำทะเบียนประวัติพระภิกษุสามเณรและบุคลากรภายในวัด
 - 2.3 จัดทำทะเบียนประวัติวัดไว้เป็นหลักฐาน
 - 2.4 จัดทำสมุดเยี่ยม
3. การพัฒนาและสวัสดิการ
 - 3.1 มีการประชุมอบรมพระภิกษุสามเณรและบุคลากรภายในวัด
 - 3.2 มีการจัดสวัสดิการต่าง ๆ ให้พระภิกษุสามเณรและบุคลากรภายในวัด
 - 3.3 มีการจัดประชุมคณะกรรมการวัดสม่ำเสมอ
 - 3.4 มีการวางแผนการดำเนินงานและโครงการพัฒนาวัดอย่างต่อเนื่อง

หมวดที่ 2 ด้านการศาสนศึกษา

การดำเนินการบริหารจัดการด้านการศาสนศึกษา มีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

1. การจัดการหรือจัดให้มีเพื่อการศึกษา
 - 1.1 จัดการศึกษาพระปริยัติธรรมในวัด
 - 1.2 จัดสอนธรรมศึกษาให้แก่นักเรียนและประชาชนภายในวัด
 - 1.3 จัดพระภิกษุไปสอนธรรมศึกษาในสถานศึกษา
 - 1.4 จัดโครงการปฏิบัติธรรมแก่พระภิกษุสามเณรและบุคลากรภายในวัด
 - 1.5 จัดห้องสมุดทางพระพุทธศาสนาในวัด
2. การส่งเสริมการศาสนศึกษา
 - 2.1 ส่งเสริมให้พระภิกษุสามเณรศึกษาพระปริยัติธรรม
 - 2.2 ส่งเสริมให้พระภิกษุสามเณรและบุคลากรในวัดศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา
 - 2.3 ส่งเสริมให้ศิษย์วัดได้รับการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

หมวดที่ 3 ด้านการเผยแผ่

การดำเนินการบริหารจัดการด้านการเผยแผ่ มีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

1. การจัดกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา เนื่องในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่น วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา เป็นต้น
 - 1.1 การทำบุญตักบาตร
 - 1.2 การแสดงธรรมเทศนา
 - 1.3 การจัดปฏิบัติธรรม
 - 1.4 การเวียนเทียน
 - 1.5 การจัดนิทรรศการที่เกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา
2. การจัดกิจกรรมเนื่องในวันสำคัญของสถาบันพระมหากษัตริย์
 - 2.1 การทำบุญตักบาตร
 - 2.2 การแสดงธรรมเทศนา
 - 2.3 การจัดปฏิบัติธรรม
 - 2.4 การเวียนเทียน
 - 2.5 การจัดนิทรรศการที่เกี่ยวกับพระราชกรณียกิจ
3. การจัดกิจกรรมเนื่องในวันสำคัญตามประเพณี/ท้องถิ่น
 - 3.1 ทำบุญตักบาตร
 - 3.2 การแสดงธรรมเทศนา
 - 3.3 ปฏิบัติธรรม

3.4 กิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรม/ประเพณี

3.5 การจัดนิทรรศการเผยแพร่ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางประเพณี/ท้องถิ่น

4. ทำหน้าที่อบรมส่งเสริมศีลธรรมของพระภิกษุสามเณร เช่น ในโรงเรียน หน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชน หรือประชาชนตามหมู่บ้านต่าง ๆ

5. บุคลากรของวัดทำหน้าที่เผยแพร่พระพุทธศาสนา เช่น เป็นพระธรรมทูต พระวิปัสสนาจารย์ พระจริยานิเทศก์ เป็นต้น

6. มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางพระพุทธศาสนา เช่น วิทยุชุมชน การแจกหนังสือธรรมะ ซีดีธรรมะ หอกระจายข่าว เป็นต้น

7. ภายในวัดมีมุมเรียนรู้พระพุทธศาสนา เช่น มุมหนังสือ ห้องสมุด ป้ายพุทธศาสนสุภาษิต เป็นต้น

8. มีการจัดโครงการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม แก่เยาวชน ประชาชนทั่วไป เช่น โครงการบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน บวชเนกขัมมจาริณี ค่ายคุณธรรม ฯลฯ

หมวดที่ 4 ด้านการสาธารณสุขโลก

การดำเนินการบริหารจัดการด้านการสาธารณสุขโลก มีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

1. บริเวณวัด

ภายในบริเวณวัด มีสิ่งต่าง ๆ ที่จำเป็นเหมาะสม ส่งเสริมสภาพความเป็นร่มณีสถาน โดยดำเนินการในสิ่งต่าง ๆ เช่น

1.1 ป้ายชื่อวัด ตั้งอยู่ในที่ที่เหมาะสม มีขนาดที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ มีความสวยงาม

1.2 แพนผัง ดัดตั้งไว้ในที่เปิดเผย เห็นได้ชัดเจน แสดงอาณาเขตและรายละเอียดสถานที่ต่าง ๆ ภายในวัดชัดเจน

1.3 ป้ายเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ของวัด แสดงหรือเผยแพร่การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของวัด

1.4 ป้ายประวัติวัดโดยย่อ เพื่อแสดงประวัติวัดเผยแพร่แก่บุคคลทั่วไป

1.5 ป้ายนิเทศข้อมูล เพื่อแสดงจำนวนสถิติ ข้อมูลต่าง ๆ ของวัด

1.6 ป้ายคติธรรมหรือพุทธศาสนสุภาษิต เพื่อเผยแพร่คติธรรม คำสอนทางพระพุทธศาสนา เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ หรือเผยแพร่คติธรรมสอนใจ

1.7 มุมหนังสือเพื่อส่งเสริมการอ่าน เพื่อเป็นช่องทางในการเรียนรู้แก่บุคคลทั่วไปที่สนใจ

2. การปรับปรุง พัฒนา ดูแลรักษาสถาปัตยกรรมและภูมิทัศน์ภายในวัด

- 2.1 บริเวณวัดสงบ ร่มรื่น
 - 2.2 มีการจัดบริเวณวัด สถานที่ เป็นระเบียบ
 - 2.3 มีภาชนะรองรับขยะมูลฝอย
 - 2.4 มีบริเวณปลูกดอกไม้ ไม้ประดับ เพื่อความร่มรื่น สวยงาม
 - 2.5 มีการจัดพื้นที่สำหรับนั่งพักผ่อน
 3. ความสะอาด/มั่นคงแข็งแรงของอาคารเสนาสนะต่าง ๆ
 - 3.1 ความสะอาด ของอาคารเสนาสนะและภายในบริเวณวัด
 - 3.2 ความมั่นคงแข็งแรง ของอาคารเสนาสนะมีความมั่นคงปลอดภัยต่อการพำนักอาศัย ใช้ประโยชน์ หรือดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ
 4. วัดมีสิ่งปลูกสร้าง และอาคารเสนาสนะต่าง ๆ เพียงพอและเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ สภาพสะอาด มั่นคงแข็งแรง
 - 4.1 อุโบสถ
 - 4.2 กุฏิ
 - 4.3 ศาลา
 - 4.4 เมรุ
 - 4.5 วิหาร
 - 4.6 ห้องสมุด/พิพิธภัณฑ์
 - 4.7 ถนนและทางเท้าภายในวัด
 - 4.8 เจดีย์
 - 4.9 รั้ววัด/กำแพงวัด
 5. การบริหารจัดการและดูแลศาสนสมบัติของวัด เพื่อให้วัดสามารถบริหารจัดการได้อย่างเป็นระบบ ได้แก่
 - 5.1 การจัดทำบัญชีการเงินของวัด
 - 5.2 การจัดทำทะเบียนทรัพย์สินของวัด
 - 5.3 การแต่งตั้งไวยาวัจกรของวัด
 - 5.4 การแต่งตั้งคณะกรรมการวัด
- หมวดที่ 5 ด้านการศึกษาสงเคราะห์**
- การดำเนินการด้านการศึกษาสงเคราะห์ มีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้
1. การจัดตั้งโรงเรียน ศูนย์อบรม ชมรมต่าง ๆ ในวัด
 - 1.1 จัดตั้งโรงเรียนหรือศูนย์อบรมเด็กก่อนเกณฑ์

- 1.2 จัดตั้งศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิต
- 1.3 จัดตั้งศูนย์ฝึกอาชีพ
- 1.4 จัดตั้งชมรมต่าง ๆ เพื่อรวมกลุ่มจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน
2. การส่งเสริมหรือสนับสนุนการศึกษาสงเคราะห์
 - 2.1 ด้านการศึกษาให้กับโรงเรียนหรือหน่วยงานราชการต่าง ๆ
 - 2.2 ประชาชนในการส่งเสริมอาชีพต่าง ๆ
 - 2.3 กองทุนการศึกษาต่าง ๆ ให้แก่เด็กยากจนหรือผู้ด้อยโอกาส

หมวดที่ 6 ด้านการสาธารณสงเคราะห์

การดำเนินการด้านการสาธารณสงเคราะห์ มีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

1. การให้ความช่วยเหลือ/สงเคราะห์ด้านต่าง ๆ แก่ประชาชน
 - 1.1 การสงเคราะห์ผู้ยากไร้
 - 1.2 การช่วยเหลือผู้ประสบภัยต่าง ๆ
 - 1.3 การระงับข้อพิพาท/ข้อขัดแย้งของชาวบ้าน
 - 1.4 การดำเนินการด้านการสาธารณสงเคราะห์อื่น ๆ
2. การมีส่วนร่วม/สนับสนุน ด้านการสาธารณสงเคราะห์
 - 2.1 การอำนวยความสะดวกในการใช้สถานที่วัดจัดกิจกรรมต่าง ๆ
 - 2.2 การจัดตั้งมูลนิธิ/กองทุนเพื่อการกุศล
 - 2.3 การมีส่วนร่วมในการส่งเสริมอาชีพของประชาชน
 - 2.4 การร่วมมือกับทางราชการเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ
3. การสร้างเครือข่าย/แนวร่วม/อาสาสมัคร/จิตอาสา เพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ
 - 3.1 วัดสร้างเครือข่ายการดำเนินงานด้านสาธารณะกับองค์กรต่าง ๆ
 - 3.2 วัดส่งเสริม สนับสนุน ให้มีจิตอาสา เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา
 - 3.3 วัดจัดให้มีอาสาสมัคร/แนวร่วมในการสอดส่องดูแล และพิทักษ์

พระพุทธศาสนา

4. การมีส่วนร่วมของประชาชน/ส่วนราชการ
 - 4.1 วัดเป็นศูนย์กลางการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน
 - 4.2 ส่วนราชการให้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ

(สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2554, หน้า 10-13)

4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

4.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางตามเงื่อนไขที่กำหนดเป็นสากล 3 ประการ คือ การเดินทางจากที่อยู่ปกติไปที่อื่นชั่วคราว การเดินทางโดยสมัครใจ การเดินทางที่ไม่ใช่ไปประกอบอาชีพหรือหารายได้และมีค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษา โดยที่จุดประสงค์ของการเดินทางไม่เฉพาะเพื่อการพักผ่อนหรือสนุกสนานรื่นเริงเท่านั้น รวมถึงเพื่อประชุม สัมมนา ศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา ติดต่อธุรกิจ หรือเยี่ยมญาติ (ระพีพรรณ ทองหล่อและคณะ, 2545, หน้า 7)

พลอยศรี โปราณานนท์ (2544, หน้า 41) ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง หนึ่งในกิจกรรมต่าง ๆ ที่กระทำในเวลาว่าง แต่แตกต่างจากนันทนาการตรงที่นันทนาการจะเป็นกิจกรรมในยามว่างที่มักกระทำที่บ้านหรือใกล้บ้าน ในขณะที่การท่องเที่ยวมักมีระยะทางเข้ามาเกี่ยวข้อง อาจจะมีการพักค้างคืนและมักมีกิจกรรมทางนันทนาการในแหล่งจุดหมายปลายทางนั้นด้วย

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ จากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นที่เป็นการชั่วคราว เพื่อจุดประสงค์ต่าง ๆ แต่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักเป็นฐาน หรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร

4.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

สุวรรณชัย ฤทธิรักษ์ (2546, หน้า 6) กล่าวว่า การพิจารณาความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถพิจารณาได้ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ดังนี้

ความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1. การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญประการหนึ่งในการสร้างรายได้เข้าประเทศได้เป็นจำนวนมากต่อเนื่องเสมอมา จนกระทั่งในปี 2525 ก็สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศได้เป็นอันดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากการส่งสินค้าประเภทต่าง ๆ ไปจำหน่ายในต่างประเทศและครองลำดับความสำคัญอยู่ลำดับต้น ๆ ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้รายได้สุทธิในรูปแบบเงินตราต่างประเทศจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีส่วนช่วยให้ดุลการชำระเงินของประเทศเกินดุลอีกด้วย

2. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีผลกระทบทวีคูณ ในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งนับจากการพัฒนาสำรวจติดตามประเมินผลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าที่ทวีกว่าปกติประมาณ 2 เท่าตัว

3. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียนและกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะเข้าไปถึงภูมิกษณภูมิกันนั้น ๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกต่าง ๆ มีผู้ลงทุนในหลาย ๆ รูปแบบ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างกว้างขวาง เป็นการกระจายรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

4. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูง ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมือง และสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนการให้บริการในท้องถิ่นนั้น ๆ

5. การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลาสุดแล้วแต่ความเหมาะสม และความสามารถของผู้ขาย

6. การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนในประเทศทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่าง ๆ

ความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อสังคม

1. การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือนเกินดุล

2. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่นทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับบริการแก่ผู้มาเยือนท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ จึงทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน

3. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ ก่อให้เกิดความรู้สึกรักหวงแหนและรักแผ่นดินที่อยู่อาศัย

4. การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการล้นไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำหรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบท

5. การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิต และประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปแบบของเครื่องใช้ในรูปของสินค้าพื้นเมือง และของที่ระลึกไว้สำหรับผู้มาเยือน เป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

6. การท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ สร้างสมประสบการณ์แก่บุคคล อันเป็นผลดีต่อการพัฒนาคุณภาพทรัพยากรมนุษย์

4.3 การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

นับแต่ปี 2522 เป็นต้นมา รัฐบาลได้พัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยบรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (ระหว่างปี พ.ศ. 2520-2524) ซึ่งนับเป็นครั้งแรกที่มีการบรรจุเรื่องการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

แห่งชาติ และต่อมามีการท่องเที่ยวก็ได้รับการบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตลอดมาจนถึงปัจจุบัน (พระครูปลัดสุวัฒนจริยคุณ, 2559, เว็บไซต์) และในวันที่ 20 มีนาคม 2533 คณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดท่องเที่ยว และคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้เสนอให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภาคกลางตอนบน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2538, หน้า 9, อ้างถึงใน อรวรรณ เชื้อน้อย, 2550, หน้า 11) อีกทั้งปัจจัยสำคัญที่ทำให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้รับการยอมรับด้านการท่องเที่ยว เนื่องด้วยความเป็นมรดกโลกของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก จากการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกสมัยสามัญ ณ กรุงคาร์เธจ ประเทศตูนิเซีย เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2534 โดยมีคุณสมบัติการเป็นมรดกโลกตามหลักเกณฑ์มาตรฐานข้อที่ 3 คือ “เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ที่หายากยิ่งหรือเป็นพยานหลักฐานแสดงขนบธรรมเนียมประเพณีหรืออารยธรรม ซึ่งยังคงเหลืออยู่ หรืออาจสูญหายไปแล้ว

นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา หมายถึง อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ที่ได้จดทะเบียนเป็นมรดกโลกจากองค์การยูเนสโกภายใต้ชื่อ “นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและเมืองบริวาร” ในการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกสมัยสามัญ ครั้งที่ 15 เมื่อปี พ.ศ. 2534 ที่เมืองคาร์เธจ ประเทศตูนิเซีย (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2559, เว็บไซต์)

พ.ศ. 2537 รัฐบาลจัดสรรเงินงบประมาณให้กรมศิลปากรดำเนินการตามแผนแม่บทโครงการอนุรักษ์และพัฒนานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นปีแรก โดยสำนักงานศิลปากรที่ 3 พระนครศรีอยุธยาได้ดำเนินการขุดแต่งบูรณะและปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์โบราณสถานในเกาะเมืองและนอกเกาะเมือง ตามแผนแม่บทโครงการอนุรักษ์และพัฒนานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ระยะที่ 1 กรมศิลปากรดำเนินการตามแผนงานโบราณคดีประวัติศาสตร์และการบูรณะโบราณสถานภายในและภายนอกเกาะเมือง รวมทั้งปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์เพื่อที่จะรื้อฟื้นโครงสร้างและบรรยากาศของเมืองประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาให้ปรากฏมากที่สุด พร้อมไปกับการจัดระเบียบควบคุม และปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการหลักให้กับประชาชน เพื่อให้มีความสอดคล้องกลมกลืนไปกับสภาพแวดล้อมของเมืองประวัติศาสตร์ โดยมีการแบ่งพื้นที่นครประวัติศาสตร์ออกเป็น 7 เขต ดังนี้

เขต 1 พื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์

เขต 2 พื้นที่ในเกาะเมืองนอกเขตอุทยานประวัติศาสตร์

เขต 3 พื้นที่นอกเกาะเมืองด้านทิศตะวันออก

เขต 4 พื้นที่นอกเกาะเมืองด้านทิศตะวันตก

เขต 5 พื้นที่นอกเกาะเมืองด้านทิศเหนือ

เขต 6 พื้นที่นอกเกาะเมืองด้านทิศใต้

เขต 7 พื้นที่นอกเหนือจากที่ระบุไว้แล้ว ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (กรมศิลปากร, 2551, หน้า 46 - 47)

ทั้งนี้ วัดที่อยู่ภายในขอบเขตการศึกษาทั้ง 3 วัดอยู่ในพื้นที่นครประวัติศาสตร์ ดังนี้ 1) เขต 3 พื้นที่นอกเกาะเมืองด้านทิศตะวันออก ได้แก่ วัดพนัญเชิงวรวิหาร และวัดใหญ่ชัยมงคล และ 2) เขต 4 พื้นที่นอกเกาะเมืองด้านทิศตะวันตก ได้แก่ วัดท่ากาเรือ (กรมศิลปากร, 2551, หน้า 138 - 183)

ด้วยความสำคัญของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก จึงทำให้วัดภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเฉพาะวัดที่อยู่ภายในเขตพื้นที่นครประวัติศาสตร์ นอกจากจะมีสถานภาพเป็นศาสนสถานแล้ว ยังอยู่ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอีกประการหนึ่งด้วย

5. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

5.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public relation) หมายถึง การสื่อสารสองทาง (two-ways communication) ระหว่างกิจการกับผู้บริโภคเพื่อมุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บริโภครับกับกิจการ และมุ่งสร้างภาพลักษณ์ของกิจการให้เกิดขึ้นแก่ผู้บริโภคตามที่กิจการต้องการ สำหรับความหมายของการสื่อสารสองทาง ได้แก่ กิจการต้องทำการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ของกิจการสู่ผู้บริโภค และรับฟังความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อกิจการ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงมีลักษณะดังนี้

1. เป็นการเผยแพร่ข่าวสารที่ดีต่าง ๆ ของกิจการสู่สาธารณชนเพื่อให้กิจการเป็นที่รู้จัก หมายถึง การสื่อสารอย่างต่อเนื่องกับสาธารณชน ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการตลาด เช่น การกระทำที่เกี่ยวข้องกับสาธารณกุศล หรือข่าวสารที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการตลาด เช่น การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ที่กิจการคิดค้นได้ ข่าวสารนั้นต้องเป็นข่าวสารที่ดี เพื่อให้สาธารณชนได้รู้จักกิจการในด้านที่ดี ส่งผลต่อกิจกรรมทางการตลาดของกิจการ

2. เป็นการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างต่อเนื่องระหว่างกิจการกับประชาชนและผู้บริโภค วัตถุประสงค์หลักของการประชาสัมพันธ์ไม่ได้อยู่ที่การตลาดหรือการเพิ่มยอดขาย

สินค้า แต่มุ่งที่การสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างกิจการกับสังคม เพื่อให้ประชาชนทั่วไปและผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดี ใ่วางใจและเป็นมิตรกับกิจการ

การประชาสัมพันธ์มักเข้าใจสับสนว่าเป็นการโฆษณาสินค้า ในความเป็นจริงการประชาสัมพันธ์เป็นการโฆษณาองค์การ โดยการเผยแพร่ข่าวสารในทางที่ดีและเป็นจริงขององค์การสู่สาธารณชน โดยไม่ได้มุ่งหวังโดยตรงที่จะให้ยอดขายสินค้าของกิจการเพิ่มขึ้น แต่มุ่งสร้างความรู้สึกที่ดีระหว่างประชาชนกับกิจการ ดังนั้น กิจกรรมประชาสัมพันธ์จึงมีกลยุทธ์ในการเผยแพร่ข่าวสารและรับฟังความคิดเห็นประชาชนอย่างต่อเนื่อง นักประชาสัมพันธ์จึงต้องทำทั้งการติดต่อสื่อมวลชนเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร และเก็บข้อมูลข่าวสารของกิจการที่ปรากฏในสื่อมวลชนที่มีการลงรายละเอียดเกี่ยวกับกิจการ หรือตรวจสอบจากอินเทอร์เน็ตและ โซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์ลักษณะและทิศทางของข่าวว่าเป็นไปในทางที่ดีหรือเสีย เพื่อจะได้หาทางปรับทัศนคติของประชาชนให้ถูกต้อง สำหรับเครื่องมือที่จะใช้สื่อสารของนักประชาสัมพันธ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ จดหมาย เครื่องมือสื่อสารดิจิทัล เช่น โทรศัพท์มือถือและอื่น ๆ (สุดาพร กุณฑลบุตร, 2557, หน้า 253-254)

ข้อแตกต่างระหว่างการประชาสัมพันธ์กับการตลาด

ในปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์นับเป็น P ตัวที่ห้าของกลยุทธ์ทางการตลาด นอกเหนือไปจาก Product Price Place และ Promotion ถึงแม้ว่าการประชาสัมพันธ์จะใช้ระยะเวลายาวนานในการปลูกฝังทัศนคติ ความคิดเห็น และภาพลักษณ์ที่ดี แต่เมื่อทำงานประสบผลสำเร็จแล้ว จะสามารถช่วยดึงบริษัทหรือองค์การเข้าสู่ตลาดได้ (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2556, หน้า 3)

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจง ไม่เหมือนกับการสื่อสารแบบอื่น กล่าวคือ การทำประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน ดังนี้

1. เพื่อสร้างเกียรติยศชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์การ
2. เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์และการบริการ
3. เพื่อวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและโอกาส เพื่อการจัดการกับปัญหา และฉกฉวยโอกาส

ให้เกิดประโยชน์กับองค์การ

4. เพื่อกำหนดท่าทีขององค์การที่จะแสดงออกต่อสาธารณชน
5. เพื่อทำให้บุคลากรขององค์การมีทัศนคติที่ดีต่อองค์การ
6. เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านแรงงาน ป้องกันการประท้วง
7. เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนมีสัมพันธภาพและทัศนคติที่ดีต่อองค์การ

8. เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดขึ้นในกลุ่มผู้ถือหุ้น
9. เพื่อแก้ไขปรับปรุงความเข้าใจผิดและอคติที่มีต่อองค์การ
10. เพื่อป้องกันการกล่าวหาโจมตีองค์การ
11. เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นในหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับองค์การ
12. เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นในกลุ่มผู้ขายส่งสินค้าขององค์การ
13. เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นในกลุ่มผู้ผลิตและสมาคมองค์การที่ดำเนินงานใน

ธุรกิจประเภทเดียวกัน

14. เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีในกลุ่มผู้ขายปลีกและดึงดูดความสนใจจากผู้ขายปลีกอื่น ๆ
15. เพื่อดึงดูดบุคลากรชั้นเยี่ยมจากที่ต่าง ๆ ให้สนใจเข้ามาทำงานกับองค์การ
16. เพื่อให้ความรู้แก่สาธารณชนในการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการขององค์การ
17. เพื่อให้ความรู้แก่สาธารณชนในมุมมองที่องค์การต้องการให้เกิดขึ้น
18. เพื่อสร้างทัศนคติให้เกิดขึ้นในกลุ่มลูกค้าและผู้สนับสนุน
19. เพื่อสำรวจทัศนคติของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ที่มีต่อองค์การ
20. เพื่อวางแผนและแนะนำนโยบายแก่องค์การ
21. เพื่อสนับสนุนส่งเสริมสังคมที่องค์การมีส่วนร่วมอยู่
22. เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นตามที่ต้องการ

เจฟกินส์ ได้เสนอแนะว่า การประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์ได้หลากหลาย ดังนี้

1. สร้างความเข้าใจในนโยบายที่เปลี่ยนแปลงหรือนโยบายใหม่
2. แก้ไขความเข้าใจผิดของสาธารณชน
3. แจ้งให้ทราบความก้าวหน้าของโครงการ
4. พัฒนาความรู้ ความเข้าใจ ในผลิตภัณฑ์ใหม่ การบริการใหม่ วัตถุประสงค์ใหม่
5. ทำให้ตลาดการเงินทราบความสำเร็จขององค์การเพื่อการร่วมทุน
6. เอาชนะอคติของชุมชนที่มีต่อองค์การ ความไม่เข้าใจ ความเข้าใจไม่ถูกต้องของ

ชุมชนที่มีต่อองค์การ

7. ดึงดูดใจให้คนเก่ง ๆ อยากมาร่วมงานกับองค์การ
8. สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าปลีก
9. สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและให้ลูกค้ารู้จักองค์การเพิ่มมากขึ้น
10. แสดงให้เห็นความรับผิดชอบขององค์การต่อสังคมในการสนับสนุนโครงการต่าง ๆ
11. แสดงให้เห็นความน่าสนใจ ความสามารถ ความสำคัญของบุคลากรในองค์การ

12. แสดงให้เห็นว่าองค์การส่งเสริมการอนุรักษ์ การนำวัสดุเก่ามาใช้ใหม่ การปกป้องสภาพสิ่งแวดล้อม

13. ทำให้ผลิตภัณฑ์การบริการเป็นที่รู้และเข้าใจต่อตลาดส่งออก

14. สร้างสัมพันธภาพที่ดีกับพรรคการเมือง องค์การลูกค้า กลุ่มพลังมวลชน

15. สร้างสัมพันธภาพที่ดีกับแวดวงอุตสาหกรรมเดียวกัน (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2556, หน้า 6-7)

ประเภทของวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์

1. เพื่อการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) เกี่ยวกับเหตุการณ์ การแนะนำผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับองค์การ ซึ่งวัตถุประสงค์เช่นนี้จะวัดหรือประเมินถึงการบรรลุวัตถุประสงค์ได้ค่อนข้างยาก

2. เพื่อการจูงใจ (Motivation) เช่น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในการบริการใหม่ เพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 20 เพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งเห็นด้วยกับประเด็นปัญหา

นอกจากนี้ ยังสามารถจัดแบ่งวัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ออกเป็น

1. วัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน เช่น เพื่อเสริมสร้างให้พนักงานเกิดความรักความผูกพันต่อองค์การ เพื่อให้พนักงานเข้าใจนโยบายขององค์การ เพื่อให้พนักงานมีวัฒนธรรมองค์การร่วมกัน

2. วัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอก เช่น เพื่อแจ้งข่าวสารแก่ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ความรู้เรื่องต่าง ๆ ตามเป้าหมายขององค์การ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์การ เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการตลาดของบริษัท (ประจวบ อินอ้อด, 2530, หน้า 62 – 63)

โดยสรุป วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์มีอยู่ 4 ประการ คือ 1) สร้างความรับรู้ (To create awareness) โดยการใช้ข่าวสาร (To inform) และให้ความรู้หรือการเรียนรู้ (To educate) 2) สร้างภาพลักษณ์ที่ดี (To create favorable image) 3) แก้ไขความเข้าใจผิด (To correct misunderstanding) 4) ส่งเสริมการตลาด (Sales promotion) (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2556, หน้า 7)

5.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

ความหมายของการตลาด

การตลาด (Marketing) หมายถึง กระบวนการในการวางแผนและดำเนินการในด้านแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดวางจำหน่ายและการส่งเสริมการจำหน่าย ในสินค้าและบริการ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนและทำให้เกิดความพอใจต่อบุคคลและองค์การตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยการใช้ทรัพยากรที่มีเพื่อจัดหาปัจจัยทั้งสี่ให้มีผลดีที่สุดต่อกิจการ จึงเรียกปัจจัยทั้งสี่นี้ว่า “ส่วนผสมทางการตลาด” (Marketing mixed) ซึ่งหมายถึง องค์ประกอบโดย

ตรงที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่นำเสนอสู่ผู้บริโภค ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาดประกอบด้วยปัจจัยด้านการตลาดสี่ชนิดที่มักเรียกกันว่า “4 Ps” ดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่จะเสนอขายสู่ผู้บริโภค

ราคา (price) หมายถึง ราคาของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องจ่ายเพื่อให้ได้สินค้านั้น ๆ ราคาจะต้องมีมูลค่าสูงกว่าต้นทุนของสินค้าหรือบริการ เพื่อจะได้เกิดส่วนต่างเป็นผลกำไรให้แก่งานกิจการ

สถานที่ (place) หมายถึง ช่องทางในการนำสินค้าเสนอขายสู่ผู้บริโภค

การส่งเสริมการขาย (promotion) หมายถึง กระบวนการส่งเสริมและกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์ของกิจการ

และมีเพิ่มเติมอีก 3P ได้แก่ บุคคล (people) สภาพทางกายภาพ (physical) และกระบวนการ (process) ปัจจัยที่เพิ่มนี้บางครั้งเรียกรวมกันว่า “7 P” (สุดาพร กุณฑลบุตร, 2557, หน้า 9-10)

ประโยชน์ของการตลาด

การดำเนินการทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความอยู่รอดหรือล้มเหลวของแต่ละธุรกิจ ตลอดจนส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับท้องถิ่น (local) ระดับชาติ (national) ระดับนานาชาติ (international) และระดับโลก (global) เพราะการตลาดเป็นกิจกรรมในการหารายได้ทางตรงให้แก่ธุรกิจ การเลียนแบบกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจอื่นเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก เนื่องจากเป็นเรื่องของผลประโยชน์และการแข่งขัน ที่สำคัญคือ ทุกธุรกิจต้องเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา ไม่มีการหยุดเพื่อรอคู่แข่ง ธุรกิจใดปรับตัวช้าก็จะเสียเปรียบ และในที่สุดก็จะต้องขาดทุนและเลิกดำเนินธุรกิจ นั่นคือการตลาดมีผลอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศและความเป็นอยู่ของผู้ผลิต ผู้ขาย ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคได้แก่

1. การตลาดก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ (utility) หรือคุณค่าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ

2. การตลาดทำให้การใช้และการเคลื่อนย้ายทรัพยากรต่าง ๆ ของโลกเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพตามหลักผลประโยชน์เปรียบเทียบ นั่นคือ แต่ละประเทศจะผลิตสินค้าที่ประเทศนั้น ๆ สามารถผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีผลประโยชน์เปรียบเทียบสูงเท่านั้น จากนั้นก็จะนำสินค้าที่ตนผลิตได้ไปแลกเปลี่ยนกับสินค้าที่อีกประเทศหนึ่งผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดการพึ่งพาซึ่งกันและกันในรูปแบบของการค้าระหว่างประเทศ การกระทำเช่นนี้ทำให้โลกได้ประโยชน์ในภาพรวม จากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดมากขึ้น

3. การตลาดกระตุ้นให้มีการประดิษฐ์ คิดค้น วิจัย และพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้วิทยาการต่าง ๆ เจริญก้าวหน้าและทำให้มาตรฐานการครองชีพของประชาชนสูงขึ้น

4. การตลาดมีผลต่อการสร้างงานให้กับผู้ใช้แรงงาน ทั้งภาคอุตสาหกรรม การพาณิชย์ และบริการ เพราะเมื่อสินค้าและบริการสามารถขายได้ การผลิตและการใช้ปัจจัยการผลิตต่าง ๆ รวมทั้งแรงงานก็เป็นสิ่งจำเป็นอย่างต่อเนื่อง ทำให้คนมีงานทำ มีเงินได้ และมีความสุข ซึ่งจะส่งผลให้ปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมลดลงตามลำดับ

5. การตลาดเป็นกิจกรรมที่สร้างกำไรให้แก่ธุรกิจ ซึ่งกำไรจะเป็นตัวกระตุ้นการออม การลงทุน และการพัฒนาธุรกิจ ถ้าการลงทุนมากขึ้น จะส่งผลดีต่อการจ้างงาน รายได้ และสภาพเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม

6. การตลาดที่มีประสิทธิภาพทำให้การขายสินค้าและบริการได้มากขึ้น เมื่อสินค้าและบริการที่ผลิตสามารถขายได้ การผลิตก็สามารถทำได้คราวละมาก ๆ เป็นผลให้ต้นทุนเฉลี่ยของสินค้าและบริการต่ำลง หากผู้ผลิตขายสินค้าในราคาต่ำก็จะทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์มากขึ้น หรือถ้าจะขายสินค้าในราคาที่เท่าเดิม ก็จะทำให้ผู้ผลิตได้รับกำไรมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ผลิตยังสามารถเผชิญการแข่งขันที่นับวันจะรุนแรงขึ้นได้อีกด้วย

เนื่องจากการตลาดมีความสำคัญมากสำหรับทุกคนและทุกหน่วยงาน ไม่ว่าหน่วยงานที่แสวงหากำไรหรือไม่แสวงหากำไร จึงเป็นการสมควรที่ทุกคนในหน่วยงานจะต้องให้ความสนใจ ศึกษาและนำความรู้ทางการตลาดมาปรับใช้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ ให้ได้รับความพอใจสูงสุด อันจะนำความเจริญก้าวหน้ามาสู่หน่วยงาน ประเทศชาติ และโลกสืบไป (สมใจ บุญทานนท์, 2552, หน้า 9-11)

แนวคิดการตลาด

เป็นแนวคิดที่จะมีผลต่อการใช้ความพยายามในการบริการลูกค้าเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน ซึ่งนักการตลาดแต่ละคนจะยึดแนวทางใดก็ได้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม คือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิต

เป็นแนวคิดที่เชื่อว่าการเพิ่มผลกำไรนั้น ผู้ผลิตควรเน้นเทคโนโลยีการผลิตที่มีประสิทธิภาพและการผลิตคราวละมาก ๆ เพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาด การผลิต และการตลาด จะทำให้สินค้ามีต้นทุนเฉลี่ยต่ำ สามารถขายได้ในราคาที่ต่ำ เพราะผู้ซื้อนอกจากจะชอบสินค้าคุณภาพดี มีความหลากหลายแล้ว ยังชอบสินค้าราคาต่ำอีกด้วย

2. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

เป็นแนวคิดที่เชื่อว่า ผู้ซื้อชอบสินค้าคุณภาพดี มีประโยชน์ใช้สอยมาก มีความอ่อน

ประสงค์ มีรูปร่างลักษณะแปลกใหม่และมีเอกลักษณ์ ดังนั้นธุรกิจจะต้องทำการวิจัยและพัฒนาสินค้าตามลักษณะดังกล่าวเพื่อให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับการขาย

เป็นแนวคิดที่เชื่อว่าผู้ซื้อจะไม่ซื้อสินค้าหากไม่มีสิ่งจูงใจอื่นร่วมด้วย ดังนั้นนักการตลาดจะต้องพยายามเรียนรู้ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการและความชอบของผู้ซื้อ พร้อมทั้งดึงดูดให้ผู้ซื้อซื้อสินค้าด้วยกลวิธีต่าง ๆ เช่น การเปิดจุดขายให้มากขึ้น ขยายเวลาบริการให้มากขึ้น มีการส่งสินค้าถึงบ้าน มีการตลาดทางไกลที่สามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต รวมทั้งมีการขายโดยพนักงานขาย เป็นต้น

4. แนวคิดการตลาด

เพื่อให้การดำเนินการทางการตลาดบรรลุเป้าหมายของธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพเหนือคู่แข่ง ดังนั้นธุรกิจต้องใช้แนวคิดทางการตลาดในภาพรวม เพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตามแนวความคิดที่ว่าลูกค้าคือพระเจ้า เมื่อธุรกิจบริการลูกค้าให้เป็นที่พอใจหรือเหนือกว่าความคาดหมายแล้ว จะทำให้ลูกค้ามีความภักดีต่อธุรกิจนานเท่านาน และมีการพูดถึงในเชิงบวก ซึ่งจะมีผลดีต่อธุรกิจอย่างมาก

ตามแนวคิดการตลาด การทำกิจกรรมทางการตลาดจึงต้องมีขั้นตอนมาก มีการแบ่งตลาดออกเป็นส่วน มุ่งที่จะเรียนรู้และตอบสนองความต้องการของตลาดเฉพาะส่วนที่เลือกมาเป็นตลาดเป้าหมายแล้วจึงวางแผนการตลาดรวมทั้งประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายการผลิต ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายวิจัยและพัฒนา ตลอดจนฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อกำหนดแผนงานของธุรกิจที่เป็นหนึ่งเดียวกัน ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

5. แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม

เป็นแนวคิดที่เน้นผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างการสร้างกำไรให้ธุรกิจ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการให้ความสำคัญสังคม สิ่งแวดล้อม ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติไปพร้อม ๆ กัน โดยปกติการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เป็นที่พอใจนั้นหากไม่ใช้ความระมัดระวังอาจจะเกิดผลเสียต่อสังคมอย่างมหาศาลก็ได้ แนวคิดนี้ธุรกิจจึงมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมขึ้น

นอกจากผลิตภัณฑ์จะเน้นผลประโยชน์ในระยะยาวของสังคมแล้ว การส่งเสริมการตลาดก็เน้นการส่งเสริมการตลาดเพื่อสังคมเช่นกัน ได้แก่ การโฆษณาเพื่อกระตุ้นให้พัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการขายเน้นกิจกรรมการบริจาคเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม มีการจัดกิจกรรมเพื่อการปลูกจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น การแยกประเภทขยะก่อนทิ้ง การปลูกป่าเพื่ออนุรักษ์ธรรมชาติ (สมใจ บุญทานนท์, 2552, หน้า 13-15)

กลยุทธ์การตลาด

เพื่อให้การดำเนินงานทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ นักการตลาดหรือผู้บริหารการตลาดของแต่ละธุรกิจ จะต้องกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย การกำหนดตลาดเป้าหมายและการกำหนดส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมายมาตอบสนองให้ได้รับความพอใจสูงสุด

1. กำหนดตลาดเป้าหมาย

คือ การกำหนดกลุ่มลูกค้า หรือกำหนดตลาดเป้าหมายที่ประกอบด้วย ผู้มุ่งหวังที่ธุรกิจต้องการนำสินค้าหรือบริการของตนไปตอบสนอง โดยผู้มุ่งหวังสามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ

1.1 บุคคลธรรมดาในตลาดผู้บริโภค หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ซื้อสินค้าไปเพื่อการบริโภคภายในครัวเรือน หรือการบริโภคเพื่อส่วนตัว ไม่ได้นำไปทำการซื้อขายหรือหาประโยชน์ บุคคลเหล่านี้จะถูกเรียกว่า ผู้บริโภคคนสุดท้าย บุคคลในกลุ่มนี้จะซื้อสินค้าที่ตรงกับปัญหาและความต้องการของตน ทั้งนี้อาจซื้อสินค้าด้วยอารมณ์และปริมาณซื้อคราวละไม่มากนัก จึงมักชอบซื้อจากร้านค้าปลีกที่มีบริการต่าง ๆ ประกอบด้วย

1.2 ผู้ซื้อที่เป็นสถาบันหรือหน่วยงานในตลาดอุตสาหกรรม ผู้ซื้อพวกนี้คือตัวแทนของหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ทั้งที่ต้องการแสวงหากำไรและไม่ต้องการแสวงหากำไร ได้แก่ ผู้ผลิตซื้อสินค้าไปเป็นวัตถุดิบในการผลิต คนกลางทางการตลาดซื้อสินค้าไปเพื่อการขายต่อ ผู้ให้บริการซื้อสินค้าไปให้บริการ และฝ่ายจัดซื้อหรือฝ่ายพัสดุ ซื้อสินค้าไปใช้ในการดำเนินงานของหน่วยงาน เป็นต้น ซึ่งบุคคลทั้ง 4 กลุ่มนี้ถูกเรียกว่า ผู้ใช้ที่เป็นสถาบัน หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

ผู้ซื้อในกลุ่มนี้จะมีขั้นตอนในการซื้อสินค้าหลายขั้นตอน คำนึงถึงเหตุผล คือ คุณภาพและความสามารถในการทำกำไรมากกว่าอารมณ์ ซื้อคราวละมาก ๆ และที่สำคัญจะซื้อโดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคคนสุดท้ายที่จะใช้บริการต่อจากตน ดังนั้นจึงเรียกอุปสงค์ประเภทนี้ว่า อุปสงค์แบบต่อเนื่อง

2. กำหนดส่วนประสมการตลาด

หมายถึง การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อตอบสนองและกระตุ้นความต้องการลูกค้าในตลาดเป้าหมาย และให้สอดคล้องกับปัจจัยภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เช่น สอดคล้องกับลักษณะและความเข้มข้นในการแข่งขันของตลาด สภาวะเศรษฐกิจ ลักษณะของตลาดเป้าหมาย นโยบายของรัฐบาล กฎหมาย ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรม เทคโนโลยีสมัยใหม่ ตลอดจนสอดคล้องกับนโยบายการตลาดของธุรกิจคู่แข่ง

ที่สำคัญการกำหนดส่วนประสมการตลาดของธุรกิจ ต้องคำนึงถึงความต้องการและความสามารถในการตอบสนองลูกค้า คือ

2.1 การกำหนดผลิตภัณฑ์ ต้องคำนึงถึงความสามารถของผลิตภัณฑ์ในการแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบ

2.2 การกำหนดราคา ต้องคำนึงถึงต้นทุนของลูกค้า เพราะรายรับของธุรกิจคือรายจ่ายของผู้ซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาจะต้องคำนึงถึงรายได้และสภาพเศรษฐกิจในขณะนั้นประกอบด้วย

2.3 การกำหนดการจัดจำหน่าย ต้องคำนึงถึงความสะดวกในการซื้อของลูกค้า ด้วยการเพิ่มจุดจำหน่าย การส่งสินค้าถึงบ้าน และการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

2.4 การกำหนดการส่งเสริมการตลาด ต้องคำนึงถึงการสื่อสารกับลูกค้า ด้วยการทำกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบถึงผลประโยชน์ที่พึงจะได้รับและความเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ (สมใจ บุญทานนท์, 2552, หน้า 16-19)

การส่งเสริมการตลาด

ความหมายการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด เป็นส่วนประสมทางการตลาดตัวหนึ่งของธุรกิจที่นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ ราคา และการจัดจำหน่ายที่ธุรกิจใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารทางการตลาดกับผู้มุ่งหวัง ทั้งในตลาดอุตสาหกรรมและตลาดผู้บริโภค เพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อกระตุ้นหรือจูงใจให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อสินค้าของธุรกิจนั้น ตลอดจนเพื่อการสร้างทัศนคติ การรับรู้ การเรียนรู้ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ และทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่ธุรกิจ หรืออาจกล่าวได้ว่า การส่งเสริมการตลาด หมายถึง ความพยายามทางการตลาดของธุรกิจในการติดต่อสื่อสารกับตลาด เพื่อกระตุ้นให้รับรู้และซื้อสินค้ามากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจขายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้นด้วย (สมใจ บุญทานนท์, 2552, หน้า 180)

วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด

นอกจากจะกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้มุ่งหวังแล้วยังกระทำเพื่อวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ

1. เพื่อแจ้งข่าวสาร โดยอาจเป็นการแนะนำสินค้าใหม่ อธิบายลักษณะใหม่ของผลิตภัณฑ์ ชี้แจงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แข่งที่ซื้อ เงื่อนไขการซื้อและกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจ

2. เพื่อจูงใจ เป็นการชี้จุดเด่นของสินค้าเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการและเกิดการตัดสินใจซื้อ หรืออาจจูงใจด้วยการกำหนดกิจกรรมในการส่งเสริมการขาย

3. เพื่อเตือนความทรงจำ เป็นการส่งเสริมให้ลูกค้าระลึกถึงสินค้านั้นอยู่เสมอ ด้วยการแจ้งให้ทราบความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา

การตลาดและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะสามารถสำเร็จลุล่วงไปได้จะต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการ ทั้งนี้ การทำการตลาดการท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งนั้นมีความแตกต่างด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับ ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้ หรือไม่สามรถจับต้องได้ โดยขั้นตอนการตลาดและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ผลลัพธ์ที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ก่อนการพัฒนาการตลาดทางการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวควรทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่วนมากเน้นที่ความรู้ ความประทับใจ ความสุนทรีย์ ประสพการณ์ ฯลฯ ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวควรมีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์และสนองความต้องการสูงสุด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะผลักดันการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งจากการโฆษณาปากต่อปากและการกลับมาเยือนอีกครั้ง นอกจากนี้ การสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว (Destination branding) เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพราะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ของประเทศไทยมีความแตกต่างกัน มีอัตลักษณ์และมีศักยภาพที่จะสามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาเยี่ยมชม

2. การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การส่งเสริมการตลาดเป็นกลยุทธ์ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้และสนใจเยือนแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น การส่งเสริมการตลาด เช่น การให้ข้อมูลข่าวสาร การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ หรือการพูดแบบปากต่อปากเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจและต้องการเที่ยว การนำเสนอที่น่าสนใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจการท่องเที่ยววัฒนธรรมแบบยั่งยืน อาจเป็นการประชาสัมพันธ์ การจัดตั้งศูนย์บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือการจัดนิทรรศการภาพถ่าย การใช้สื่อมวลชนมีเดียปฏิสัมพันธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแนวคิดการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่สืบเนื่องต่อไป ซึ่งการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์จะนำจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนวิธีในการดำเนินชีวิตเป็นจุดขาย (Brand Idea) และสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว (Brand communication) เพื่อสร้างการรับรู้และสัมผัสประสบการณ์ (Brand experience) จนเกิดเป็นกระบวนการท่องเที่ยว (Garrod & Fyall, อ้างถึงใน พระมหาธัชชกร สิริมงคล [มาตรา], 2556, หน้า 39)

กิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา

กิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนานับว่าเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เพราะการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้เป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย เนื่องจากเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา เชื้อชาติ ภาษา เผ่าพันธุ์ของประชากรเป็นอย่างมาก ซึ่งถึงแม้ประเทศไทยจะมีความแตกต่างในด้านต่าง ๆ จึงเป็นแรงจูงใจทางด้านศาสนาโดยมีปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ การมีโอกาสไปร่วมแสวงบุญศึกษาธรรมะ ฟังสมาธิ เข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนาที่เคารพนับถือ การได้ไปสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ การทำบุญให้ทาน การบริจาค ช่วยให้เกิดความสุขทางใจแก่นักท่องเที่ยวและถือได้ว่าเป็นการพักผ่อนทางจิตใจด้วย โดยที่กิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา เช่น กิจกรรมการเข้าร่วมพิธีกรรม กิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมการปฏิบัติธรรม กิจกรรมการสืบทอดพระพุทธศาสนา กิจกรรมการเป็นที่พึ่งทางใจ และกิจกรรมการเช่าวัตถุมงคล ซึ่งทำให้วัดและพุทธศาสนิกชนมีความผูกพันกัน เนื่องจากวัดเป็นสถานที่ที่ใช้ประกอบพิธีทางพระพุทธศาสนา วัดจึงกลายเป็นศูนย์รวมจิตใจของพุทธศาสนิกชนชาวไทยมาโดยตลอด อีกทั้งวัดยังเป็นศูนย์รวมแห่งศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อในพระพุทธศาสนาศิลปะต่าง ๆ ที่แสดงออกมาในรูปแบบของพุทธศิลป์ มีความสัมพันธ์กับความเชื่อในพระพุทธศาสนา ประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนต่าง ๆ โดยสามารถแบ่งประเภทของกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ดังนี้

1. กิจกรรมการเข้าร่วมพิธีกรรม เป็นกิจกรรมการเข้าร่วมพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนาในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่น วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา และวันออกพรรษา เป็นต้น
2. กิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นกิจกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมสันทนาการเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นภายในบริเวณวัดเป็นสำคัญ เช่น งานประจำปี งานวัดในเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันสงกรานต์ วันลอยกระทง เป็นต้น
3. กิจกรรมการปฏิบัติธรรม เป็นการทำกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา โดยเป็นกิจกรรมที่ดำเนินการขึ้นภายในวัด อาจจะจัดในรูปแบบของโปรแกรมการปฏิบัติธรรมซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามวิธีการของผู้จัด เช่น การสมาทานศีล 5 การฟังธรรมเทศนา เป็นต้น
4. กิจกรรมการสืบทอดพระพุทธศาสนา เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนา เช่น งานเกี่ยวกับการบูรณปฏิสังขรณ์ศาสนสถานต่าง ๆ ของวัด เช่น งานกฐิน งานผ้าป่า งานบวชนาค เป็นต้น
5. กิจกรรมการเป็นที่พึ่งทางใจ เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นตามความประสงค์ความนับถือ

ความพึงพอใจส่วนตัว โดยที่ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศไทยนับถือศาสนาพุทธ ทำให้การดำเนินกิจกรรมทางศาสนาซึ่งนับว่าเป็นที่พึงทางใจของพุทธศาสนิกชนโดยทั่ว ๆ ไป เช่น การทำบุญตักบาตร การถวายดอกไม้ รูป เทียน เพื่อใช้บูชาพระ เป็นต้น

6. กิจกรรมการเช่าวัตถุมงคล เป็นกิจกรรมที่ทางวัดจัดให้มีการเช่าวัตถุมงคล ตามที่วัดได้จัดทำขึ้นเพื่อหาเงินรายได้เข้าวัดเพื่อนำไปทำนุบำรุงพุทธศาสนาหรือปฏิสังขรณ์ภายในบริเวณวัด และจัดให้พุทธศาสนิกชนทั่วไปได้เข้าไปบูชาตามกำลังศรัทธา เป็นต้น (พระมหาสุริยา มะสันเทียะ, 2558, หน้า 43 - 45)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พระครูสังฆรักษ์พิศวีร์ ชีรปญโญ (2550, บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง “บทบาทของพระสังฆาธิการในการบริหารกิจการคณะสงฆ์ : ศึกษากรณี พระสังฆาธิการในจังหวัดนนทบุรี” ผลการวิจัยพบว่า บทบาทของพระสังฆาธิการในการบริหารกิจการคณะสงฆ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการควบคุมและส่งเสริมการรักษาความเรียบร้อยดีงาม ด้านการศาสนศึกษา ด้านการศึกษา สงเคราะห์ ด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ด้านการสาธารณูปการ และด้านการสาธารณสงเคราะห์ พบว่ามีบทบาทอยู่ในระดับมากทุกด้าน และเมื่อเปรียบเทียบบทบาทของพระสังฆาธิการจังหวัดนนทบุรีที่มีจำนวนพรรษา ระดับการศึกษาสายสามัญ การศึกษาทางเปรียญธรรม ประสบการณ์ในการปฏิบัติหน้าที่ และการสังกัดวัดแต่ละขนาดแตกต่างกันมีบทบาทต่อการบริหารกิจการคณะสงฆ์ในจังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

พระชนดล นาคพิพัฒน์ (2550, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การบริหารกิจการคณะสงฆ์ จังหวัดบุรีรัมย์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทพระสังฆาธิการในการบริหารกิจการคณะสงฆ์ ศึกษาเปรียบเทียบการบริหารกิจการคณะสงฆ์ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการบริหารกิจการคณะสงฆ์จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งผลการวิจัยสรุปว่า พระสังฆาธิการในจังหวัดบุรีรัมย์ มีบทบาทในการบริหารกิจการคณะสงฆ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีบทบาทในการบริหารกิจการคณะสงฆ์ในด้านการปกครองอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านศาสนศึกษา การศึกษาสงเคราะห์ การเผยแผ่พระพุทธศาสนา การสาธารณูปการ และการสาธารณสงเคราะห์ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผลการเปรียบเทียบบทบาทในการบริหารกิจการคณะสงฆ์จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า พระสังฆาธิการที่มีอายุ ตำแหน่งพระสังฆาธิการ จำนวนพรรษา วุฒิการศึกษาทางสามัญ การศึกษาทางธรรม วุฒิการศึกษาทางเปรียญธรรม และประสบการณ์ในการปฏิบัติหน้าที่ของพระสังฆาธิการที่แตกต่างกัน มีบทบาทในการบริหารกิจการคณะสงฆ์ไม่แตกต่างกัน และข้อเสนอแนะในการบริหารกิจการคณะสงฆ์จังหวัดบุรีรัมย์ ควรมีการปกครองพระภิกษุ สามเณร ให้ปฏิบัติตาม

พระวินัยอย่างเคร่งครัด มีกองทุนส่งเสริมด้านการศึกษาแก่พระภิกษุ สามเณร ให้พระภิกษุ สามเณร เอาใจใส่ต่อกิจกรรมด้านพระพุทธศาสนา ให้พระภิกษุ สามเณร ดำเนินกิจกรรมบางอย่างภายในวัด อย่างมีระเบียบ

พระครูปฐมเขตวิกรม (สมพงษ์ รัววิณ โณ) (2555, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ประสิทธิภาพการบริหารงานของวัดพัฒนาตัวอย่างในอำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี” โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการบริหารงานของวัดพัฒนาตัวอย่างในอำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับประสิทธิภาพการบริหารงานของวัดพัฒนาตัวอย่างในอำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี 3) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารงานของวัดพัฒนาตัวอย่างในอำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่พระสงฆ์ที่อยู่ในเขตการปกครองคณะสงฆ์อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี จำนวน 200 รูป และประชาชนที่เป็น ไวยาวัจกร กรรมการวัด มรรคทายก กำนันและผู้ใหญ่บ้าน ในอำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี 160 คน รวม 360 รูป/คน ได้มาโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกข้อมูลภาคสนาม และแบบสอบถามความคิดเห็น การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามใช้โปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้สถิติร้อยละสำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และใช้สถิติ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับระดับความคิดเห็น ข้อมูลจากการบันทึกภาคสนามใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) นอกจากนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ (Interview) โดยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 5 ท่าน วิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาประกอบบริบท (Content analysis technique) ผลการวิจัยพบว่า 1) พระสงฆ์และประชาชน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของวัดพัฒนาตัวอย่างในอำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับมากทุกด้าน 2) ผลการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิภาพการบริหารงานของวัดพัฒนาตัวอย่างในอำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ไม่มีความสัมพันธ์กันซึ่งปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ 3) ปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารงานของวัดพัฒนาตัวอย่างในอำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานีทั้งพระสงฆ์และประชาชน สามารถสรุปได้ดังนี้ พระสังฆาธิการส่วนมากไม่มีการวางกฎระเบียบที่แน่นอนสำหรับการปฏิบัติของผู้ที่อยู่ในปกครอง, พระสังฆาธิการไม่มีมาตรการรองรับความผิดในเรื่องบทลงโทษ ขาดการวางแผนในเรื่องแผนปฏิบัติงานประจำปี ขาดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพในเรื่องตัวบุคลากรผู้สอน ผู้ถ่ายทอดความรู้, บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการสอนธรรมและ

บาลียังใช้หลักการสอนแบบเดิม ๆ, ยังขาดการสร้างแรงจูงใจ สำหรับทั้งผู้ที่เรียน และผู้ที่สอบได้ เปรียญธรรม และขาดเงินงบประมาณสนับสนุนการเรียนในการศึกษาที่เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา 4) ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานของวัดพัฒนาตัวอย่างในอำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานีนั้นมีการบริหารงาน 6 ด้าน คือ 1) ด้านการปกครอง 2) ด้านการศาสนศึกษา 3) ด้านศึกษาสงเคราะห์ 4) ด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนา 5) ด้านการสาธารณูปการ และ 6) ด้านการสาธารณสงเคราะห์

พระสมุห์คำพร สุชาโต (พิเชฐสกุล) (2554, หน้า บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “บทบาทของพระสังฆาธิการในการบริหารกิจการคณะสงฆ์ในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี” ผลการวิจัย พบว่า บทบาทของพระสังฆาธิการในการบริหารกิจการคณะสงฆ์ในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.67 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้ว พบว่าอยู่ในระดับมากเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านการสาธารณสงเคราะห์ที่อยู่ในระดับปานกลาง 1) ระดับความคิดเห็นทั้ง 6 ด้าน สามารถจำแนกระดับความคิดเห็นทั้ง 6 ด้าน ได้ดังนี้ 1) ด้านการปกครองนั้นมีบทบาทในการจัดประชุมพระภิกษุสามเณรเพื่ออบรมสั่งสอนด้านข้อวัตรปฏิบัติตามหลักพระธรรมวินัยมีค่าสูงสุด และมีข้อที่ว่าการบริหารจัดการกิจการของวัด เช่น บัญชีรายรับ-รายจ่ายให้เป็นที่เรียบร้อยดีเป็นอันดับสุดท้าย 2) ด้านศาสนศึกษา มีบทบาทในด้านการจัดตั้งโรงเรียนพระปริยัติธรรมสำหรับบาลีและหรือนักธรรมชั้นภายในวัด และมีการจัดหาทุนการศึกษาให้แก่พระภิกษุสามเณรที่สอบธรรมสอบบาลีเป็นระดับสุดท้าย 3) ด้านศึกษาสงเคราะห์มีบทบาทในด้านการเป็นครูช่วยสอนวิชาพระพุทธศาสนาในสถานศึกษาต่าง ๆ อยู่ในระดับสูงสุด และมีการจัดตั้งโรงเรียนพุทธศาสนาวันอาทิตย์อยู่ในระดับสุดท้าย 4) ด้านการเผยแผ่นั้นมีบทบาทในด้านการจัดตั้งห้องสมุดภายในวัดเพื่อประโยชน์ในการศึกษาแก่พระภิกษุสามเณรและประชาชน แต่มีการจัดให้มีการบรรยายธรรมทางวิทยุกระจายเสียงหรือสถานีวิทยุโทรทัศน์เป็นลำดับสุดท้าย 5) ด้านสาธารณูปการ มีการควบคุมดูแลการก่อสร้างถาวรวัตถุภายในวัดและที่ธรณีสงฆ์อยู่ในระดับสูงสุด และมีการจัดระบบสาธารณูปโภคภายในวัดเป็นลำดับสุดท้าย 6) ด้านสาธารณสงเคราะห์มีการบรรเทาช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติเป็นอันดับสูงสุด และมีการจัดตั้งสถานสงเคราะห์คนชราและเด็กที่ถูกทอดทิ้งเป็นอันดับสุดท้าย 2) ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ โดยด้านการปกครองยังมีปัญหามาก เพราะอำเภอทองผาภูมิมีพื้นที่ทุรกันดารอยู่มาก ทำให้การดูแล ติดต่อประสานงานในการทำงานเป็นไปได้โดยยาก และเสียค่าใช้จ่ายสูง ด้านศาสนศึกษาที่ไม่สามารถจัดหาทุนทรัพย์แก่พระภิกษุสามเณรได้ จึงทำให้สถานศึกษาต่าง ๆ ของคณะสงฆ์ ด้านศึกษาสงเคราะห์ก็ยังมีทุนทรัพย์ในการจัดตั้งโรงเรียนพระปริยัติธรรม โรงเรียนกุศลของวัดเพื่อสงเคราะห์เด็กและเยาวชนน้อยค่อนข้างจำกัดในเรื่องของงบประมาณ ด้านการเผยแผ่ มีการจัดให้มีการเทศน์และการบรรยายธรรม

ในวันสำคัญทางศาสนายังมีน้อย ด้านสาธารณูปการ ก็มีความขัดแย้งระหว่างวัดกับชาวบ้าน และด้านสาธารณสงเคราะห์ มีการเกื้อกูลต่อสาธารณประโยชน์ยังมีน้อย และบางวัดไม่ได้ตระหนักในเรื่องนี้ ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายต่อวงการคณะสงฆ์ได้ พระสังฆาธิการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการติดตามการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชาประสานงานในการบริหารคณะสงฆ์อย่างกระตือรือร้น และสามารถปกครองดูแลให้พระภิกษุสามเณรให้ปฏิบัติตามระเบียบ มติและพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ได้ และควรจัดให้มีกองทุนส่งเสริมทางการศึกษาแก่พระภิกษุสามเณร โดยการจัดหาผู้สนับสนุนด้านปัจจัย เงินทุนและอบรมสั่งสอนให้ประชาชนทั่วไป ในด้านสาธารณูปการนั้นก็ต้องสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างวัดและชาวบ้าน เพื่อให้วัดเป็นที่พึ่งทางใจและเป็นผู้นำสังคมอย่างแท้จริง และควรหมั่นตรวจตราและสอดส่องสิ่งผิดปกติกู้กับวัดและชุมชนซึ่งจะทำให้สังคมแข็งแกร่งขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

พระครูสุชาตวิมลกิจ (เฉลิมชัย อภิชาโต) (2554, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “บทบาทของพระสังฆาธิการในการบริหารกิจการคณะสงฆ์อำเภอมหาราช จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผลการวิจัย พบว่า 1) ความคิดเห็นของพระภิกษุสามเณรที่มีต่อบทบาทในการบริหารกิจการคณะสงฆ์ของพระสังฆาธิการอำเภอมหาราช จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้ง 6 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นในด้านการปกครองด้านการศาสนศึกษา ด้านการสาธารณูปการ และด้านการสาธารณสงเคราะห์ อยู่ในระดับมาก ส่วนความคิดเห็นในด้านการศึกษาสงเคราะห์ และด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนา อยู่ในระดับปานกลาง 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นของพระภิกษุสามเณรที่มีต่อบทบาทในการบริหารกิจการคณะสงฆ์ของพระสังฆาธิการอำเภอมหาราช จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลโดยรวม กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพ อายุพรรษา วุฒิการศึกษาสายสามัญและวุฒิการศึกษาทางธรรม ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีวุฒิการศึกษาทางเปรียญธรรม ต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกัน ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ข้อเสนอแนะแนวทางในการแก้ปัญหาที่นั่นก็คือ พระสังฆาธิการให้ความสำคัญกับการพัฒนางานด้านการศึกษาสงเคราะห์ และด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนาให้มากกว่าเดิม โดยเฉพาะงานด้านการศึกษาสงเคราะห์นั้นถือว่ามีความสำคัญในการพัฒนาสังคมและการพัฒนาองค์การคณะสงฆ์ ส่วนการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ก็มีความสำคัญในการสอนให้บุคคลทั่วไปยึดหลักธรรมคำสอนในทางพระพุทธศาสนา เป็นการสร้างความมั่นคงและส่งเสริมพระพุทธศาสนาให้เจริญรุ่งเรืองด้วย

พระมหาวัชร สิริมงคล (มาตรา) (2556, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธของวัดหนองแวง (พระอารามหลวง) อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น” ผลการวิจัย

พบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 70.7 อายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี 149 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 2) นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธของวัดหนองแวง (พระอารามหลวง) อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธของวัดหนองแวง (พระอารามหลวง) อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ด้านสถานที่ ด้านการสร้างแรงจูงใจ และด้านการให้บริการ อยู่ในระดับมากทุกด้าน 3) นักท่องเที่ยวที่มีอายุและอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธของวัดหนองแวง (พระอารามหลวง) อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธของวัดหนองแวง (พระอารามหลวง) อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ 4) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยววัดหนองแวง (พระอารามหลวง) อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธ ดังนี้ 4.1) ด้านการพัฒนาจิตใจและปัญญา นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และหลักการในการทำบุญให้ทาน เห็นคุณค่าของพุทธศิลป์ เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม ได้รับความรู้ในการพัฒนาปัญญา ได้รับความรู้ในการฝึกสมาธิและปัญญา ได้รับความรู้และหลักธรรมเพื่อความกตัญญูรู้คุณ 4.2) ด้านการดำเนินชีวิต นักท่องเที่ยวดำเนินชีวิตด้วยความมีสติ ทำความดี ละเว้นความชั่ว ทำจิตใจให้บริสุทธิ์ ไม่ประมาทในชีวิต มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เบียดเบียนผู้อื่น เข้าถึงพระพุทธ พระธรรม พระสงฆ์เป็นที่พึ่งที่ระลึก ดำเนินชีวิตตามทำนองคลองธรรม 4.3) ผลที่ได้รับจากการเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความสุข จิตใจที่ฟุ้งซ่านก็สงบลง และมีสติมากขึ้น เมื่อมีสติมากขึ้น ก็ทำให้ทำงาน ได้ดีขึ้น ประสบความสำเร็จมากขึ้น มีกำลังใจในการฝ่าฟันอุปสรรคและผ่านพ้นไปได้ต่อไปภายภาคหน้า จะกลับมากราบไหว้อีกเพื่อเป็นธรรมเนียมปฏิบัติสืบต่อไป ทำให้มีความมั่นใจในการดำเนินชีวิตมากขึ้น จิตใจที่กำลังกระวนกระวายวุ่นวายนี่วุ่นวายก็ระงับ เมื่อได้พบกันสิ่งที่ร้ายก็กลายเป็นดี 5) แนวทางในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธของวัดหนองแวง (พระอารามหลวง) อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น คือ ด้านสถานที่ควรช่วยกันรักษาและร่วมกันพัฒนา โดยเฉพาะเรื่องของความสะอาด เพราะความสะอาดถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ ควรเพิ่มสถานที่จอดรถ ห้องน้ำและปรับปรุงบริการร้านค้า ร้านอาหาร เพิ่มถังขยะ เพื่อสร้างความสะอาดแก่ผู้มาเที่ยว ส่วนด้านการสร้างแรงจูงใจ ควรเพิ่มกิจกรรมส่งเสริมความรู้ กิจกรรมพัฒนาด้านจิตใจและปัญญา ควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวัดผ่านสื่อต่าง ๆ

เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลของการท่องเที่ยวและให้วัดเป็นที่รู้จักในฐานะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด

พระมหาบุญพิเศษฐ์ จันทร์เมือง (2553, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวในพระอารามหลวงชั้นเอก ในเกาะรัตนโกสินทร์” ผลการวิจัย พบว่า ทรัพยากรทางวัฒนธรรมในพระอารามหลวงชั้นเอกทุกวัดมีศักยภาพโดดเด่น ซึ่งทางภาครัฐพร้อมให้การสนับสนุน ภาคเอกชนมีความสนใจร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวยังปลานปล้ำในความงดงามของพระอาราม แต่ในด้านการบริการการท่องเที่ยวของพระอาราม 5 วัดยังไม่ได้มาตรฐาน ยกเว้น วัดพระศรีรัตนศาสดารามและ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม เนื่องจากความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบและผู้เกี่ยวข้องยังไม่สามารถหาข้อสรุปที่เหมาะสมในทิศทางเดียวกันได้ ระหว่างแนวคิดการอนุรักษ์กับแนวคิดเพื่อการพัฒนาวัดเพื่อบริการการท่องเที่ยว รวมถึงการใช้อำนาจบริหารสิ่งต่าง ๆ ของวัด แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวภายในพระอารามหลวงนั้น ควรเน้น 1) การชื่นชมศิลปกรรมต่าง ๆ 2) การน้อมสการไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 3) การฝึกสมาธิภาวนาในวันหยุดและวันพักผ่อน 4) สิ่งที่นักท่องเที่ยวควรได้รับในการมาท่องเที่ยว คือ ความเพลิดเพลิน คติธรรม เกร็ดความรู้ทางศาสนาที่ประกอบด้วยประวัติศาสตร์ที่ละเอียดลึกซึ้ง และ 5) ควรปรับปรุงด้านการบริการท่องเที่ยวของวัดที่ยังไม่เป็นที่ดึงดูดใจเพื่อมาตรฐานแรงจูงใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการสาธารณูปโภค

จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ (2554, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัด โสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา” ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัด โสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณวัด โสธรวรารามวรวิหาร มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณวัด โสธรวรารามวรวิหาร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัด โสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม สูงที่สุด ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัด โสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัด โสธรวรารามวรวิหารแตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวและจุดเริ่มต้นของการเดินทางต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัด โสธรวรารามวรวิหารไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สุมาลี นันทศิริพล (2552, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “สื่อประชาสัมพันธ์และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว “ไหว้พระแก้ววัด” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัย พบว่า 1) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ให้ข่าวสาร “ไหว้พระแก้ววัด” มากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต รองลงมา คือ สื่อสนับสนุนและหนังสือพิมพ์ สื่อที่ให้ข้อมูลน้อยที่สุด คือ โทรทัศน์ สื่อต่าง ๆ มีเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติ ภาพวัด สิริมงคลเครื่องสักการะ โปรแกรมท่องเที่ยว ราคา แผนที่ ที่ตั้ง การเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ร้านอาหาร ที่พักและที่อยู่ติดต่อ ผู้ให้ข่าวสารเป็นบริษัทนำเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การขนส่งมวลชน องค์การบริหารส่วนตำบล และส่วนจังหวัด การให้ข่าวสารเป็นช่วงวันหยุด เช่น ปีใหม่ สงกรานต์และวันสำคัญทางพุทธศาสนา 2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โสด อายุ 20-29 ปี ศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้ 5,001-10,000 บาท กลุ่มตัวอย่างเคยและไม่เคยไป “ไหว้พระแก้ววัด” ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่สนใจเข้าร่วมกิจกรรม “ไหว้พระแก้ววัด” กลุ่มตัวอย่างครึ่งหนึ่งเคยแนะนำกิจกรรม “ไหว้พระแก้ววัด” กับบุคคลที่รู้จักและเคยไปร่วมงานท่องเที่ยวไทย 3) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนมากที่สุดของแต่ละประเภท คือ วิทยุคลื่น FM 95.5 Virgin Hit, โทรทัศน์ช่อง 3, หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, นิตยสารบันเทิง ดารา แฟชั่น และ www.sanook.com 4) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว “ไหว้พระแก้ววัด” จากเพื่อน เพื่อนร่วมงาน อยู่ในระดับน้อย ป้ายโฆษณาและโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสาร “ไหว้พระแก้ววัดกรุงเทพ” มากที่สุด รองลงมา คือ อยุธยาและนครปฐม สื่อที่มีส่วนในการตัดสินใจไปเที่ยว “ไหว้พระแก้ววัด” มากที่สุด คือ บุคคลในครอบครัว ป้ายโฆษณาและโทรทัศน์

พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ (อบอุ้น) (2556, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนา รูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย” ผลการวิจัย พบว่า 1) ผลการศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในสังคมไทย พบว่า มีเส้นทางท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาที่หลากหลาย ในมิติของความเชื่อทางพระพุทธศาสนา ประวัติศาสตร์ กิจกรรมทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยวัดที่มีความงดงามทางด้านพุทธศิลป์กรรมและความเชื่อเรื่อง “พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์” จะเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงมาก 2) ผลการศึกษารูปแบบ กิจกรรม อัตลักษณ์ และกระบวนการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นพบว่า รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวจะปรากฏตามอัตลักษณ์ที่สำคัญตามคติความเชื่อของพระพุทธศาสนาและความเชื่อของท้องถิ่นแต่ละภูมิภาค และมีกระบวนการจัดการที่แตกต่างกันไปตามอัตลักษณ์ของวัดนั้น โดยมีรูปแบบ กิจกรรม อัตลักษณ์ และกระบวนการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน ใน 5 ด้าน คือ 1) รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวตามศรัทธาความเชื่อในพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ 2) รูปแบบ

และกิจกรรมการท่องเที่ยวตามคติความเชื่อทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น

3) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความงดงามของแหล่งพุทธศิลปกรรม 4) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตามแหล่งประวัติศาสตร์ทางพระพุทธศาสนาและประวัติศาสตร์ของบ้านเมือง และ 5) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการปฏิบัติธรรมและกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา

3) กระบวนการจัดการท่องเที่ยวของวัดในสังคมไทย พบว่า มีกระบวนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของวัดในมิติที่หลากหลายทั้งในเชิงกายภาพ การพัฒนาสังคม การพัฒนาจริยธรรม การจัดการกิจกรรมเชิงพุทธ และการส่งเสริมการปฏิบัติธรรม 4) การประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในสังคมไทย ทั้งในด้านกายภาพ/สภาพแวดล้อม การจัดการพุทธศิลปกรรมภายในวัด การรองรับด้านสังคมและวัฒนธรรม การให้คุณค่าทางจิตใจและปัญญาตามหลักพุทธศาสนา การส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการพัฒนาสังคม พบว่า วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับทางการท่องเที่ยวได้ในระดับดี มีเพียงบางวัดที่มีความสามารถในการจัดการเชิงการท่องเที่ยวในระดับดีมาก และก็มีอีกหลายวัดที่ยังมีข้อจำกัดในการพัฒนากิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 5) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา พบว่า มี 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมและการจัดการในเชิงอำนาจการ 2) การมีส่วนร่วมและการจัดการในเชิงอำนาจ และ 3) การมีส่วนร่วมและการจัดการในเชิงการสนับสนุน 6) ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม พบว่า องค์กรต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมและมีความสัมพันธ์ในลักษณะของการเกื้อกูลต่อกันในทุกมิติ ทั้งในเรื่องของการใช้อำนาจเชิงกฎหมาย การอำนาจการและการสนับสนุนเพื่อให้เกิดการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ และการสนับสนุน โดยมีองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่สำคัญ คือ กลุ่มคนสถานที่ท่องเที่ยว กลไกการตลาด การจัดการท่องเที่ยว การเสริมสร้างความสัมพันธ์ องค์กรการจัดการและผลประโยชน์ ซึ่งองค์ประกอบทั้งหมดจะต้องมีกระบวนการที่เกื้อหนุนกัน 7) ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อวัดและวัฒนธรรมทางพระพุทธศาสนา พบว่า มีผลกระทบทั้งในทางบวกและทางลบ เช่น การก่อให้เกิดรายได้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ส่วนผลกระทบทางลบ เช่น การขาดเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม การทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น โดยมีปัญหาอุปสรรคการจัดการด้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาหลายประการ เช่น ปัญหาความเสื่อมโทรมของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาด้านสาธารณูปโภคและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว ปัญหาการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ปัญหาด้านการจัดการท่องเที่ยว ปัญหาหนี้บุคคลซ้ำซ้อน ปัญหาเรื่องการบริหารจัดการภายในวัด เป็นต้น ดังนั้น วัด ชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินการอย่างเหมาะสมเพื่อความยั่งยืนของการเรียนรู้และการพัฒนาจิตใจและสังคม

พระมหาสุริยา มะสันเทียะ (2558, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การเพิ่มคุณค่าการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของพระอารามหลวงในเกาะรัตนโกสินทร์” ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของพระอารามหลวงส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 920 คน คิดเป็นร้อยละ 65.70 ลักษณะที่พบมากที่สุด คือ อายุ 35-44 ปี จำนวน 461 คน คิดเป็นร้อยละ 32.90 สถานภาพโสดโดยส่วนใหญ่ จำนวน 729 คน คิดเป็นร้อยละ 52.10 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 712 คน คิดเป็นร้อยละ 50.90 มีระดับรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 461 คน คิดเป็นร้อยละ 32.90 มีภูมิลำเนาในภาคกลาง จำนวน 785 คน คิดเป็นร้อยละ 56.10 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80 โดยส่วนใหญ่จะตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของพระอารามหลวงในเกาะรัตนโกสินทร์โดยเฉพาะ จำนวน 1,150 คน คิดเป็นร้อยละ 82.10 การศึกษากิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของพระอารามหลวงในเกาะรัตนโกสินทร์โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ประสิทธิภาพในการพยากรณ์ พบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว กิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเนื่องจากมีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณกำลังสอง (R^2) เท่ากับ 0.540 คิดเป็นร้อยละ 54.00 (0.54×100) ตามลำดับ ซึ่งมีค่าตั้งแต่ร้อยละ 40 ขึ้นไป ประสิทธิภาพที่ได้จากกลยุทธ์การตลาดในการเพิ่มคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาประกอบด้วยภาพลักษณ์ 1) ความพึงพอใจ 2) การรับรู้คุณค่าทางพระพุทธศาสนา 3) ต่างมีความสอดคล้องกับการเพิ่มคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ซึ่งเป็นตัวแปรแฝง (น้ำหนักปัจจัยตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($P < 0.05$) โดยให้ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) เท่ากับ 0.640, 0.973 และ 0.623 ตามลำดับ โดยแต่ละปัจจัยสามารถอธิบายความผันแปรของการเพิ่มคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ได้ร้อยละ 41.80, 62.30 และ 76.50 ตามลำดับ