

# การจัดการเชิงกลยุทธ์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัล : แนวทางและความท้าทาย

## Strategic Management in the Dissemination of Buddhism in the Digital Era: Approaches and Challenges

วันที่รับบทความ: 24 ตุลาคม 2567

วันที่แก้ไขบทความ: 28 ตุลาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ: 29 ตุลาคม 2567

มาโนชญ์ บุญมานิตย์<sup>1</sup>

พระครูธรรมธร ไพบุลย์ พิศาลวชิโรภาส<sup>2</sup>

พระครูสมุทรวิชานันท์ ถิ่นกำเหนิด<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดประสงค์ในการวิเคราะห์แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัล โดยมุ่งเน้นไปที่การใช้สื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย สรรวจบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการเผยแผ่คำสอนทางพระพุทธศาสนา นอกจากนี้ยังตั้งเป้าหมายในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมและมีคุณภาพในการนำเสนอคำสอนในสภาพแวดล้อมดิจิทัล รวมถึงการสร้างค่านิยมและเสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนออนไลน์ เพื่อให้การเผยแผ่พระพุทธศาสนาดำเนินไปอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่าการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพของการเผยแผ่พระพุทธศาสนา โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมบริโภคข้อมูลที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อน การใช้เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดียและแอปพลิเคชัน สามารถช่วยให้คำสอนของพระพุทธศาสนาเข้าถึงได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้การสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและมีคุณค่าก็มีผลในการดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย และเสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการปรับตัวสู่สภาพแวดล้อมดิจิทัลไม่เพียงเพิ่มความรู้จักในพระพุทธศาสนาเท่านั้น แต่ยังเพิ่มความหมายและความสำคัญพระพุทธศาสนาต่อสังคมในยุคดิจิทัลอีกด้วย

**คำสำคัญ:** การจัดการเชิงกลยุทธ์ การเผยแผ่พระพุทธศาสนา ยุคดิจิทัล แนวทางและความท้าทาย

<sup>1</sup> นักวิชาการอิสระ

e-mail: noch1961@gmail.com

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาพระพุทธศาสนา คณะพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาพระพุทธศาสนา คณะพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี

# Strategic Management in the Dissemination of Buddhism in the Digital Era: Approaches and Challenges

Received: October 24, 2024

Manoch Boonmanict<sup>1</sup>

Revised: October 28, 2024

Phrakruthammathon Phaiboon Phisanwachiropas<sup>2</sup>

Accepted: October 29, 2024

Phrakhru Samutwachiranuwat Thinkumnerd<sup>3</sup>

## Abstract

This article aimed to analyze strategic management approaches for disseminating Buddhism in the digital era, focusing on the use of digital media to communicate and build relationships with diverse target groups. It explored the roles of social media, websites, and applications in influencing the dissemination of Buddhist teachings. Additionally, it sought to develop appropriate and high-quality communication strategies to effectively present these teachings in a digital environment while building credibility and fostering strong relationships within online communities to ensure the sustainable dissemination of Buddhism. The study found that adapting to the digital environment was crucial for enhancing the effectiveness of disseminating Buddhism, particularly among younger generations who consumed information differently from previous generations. Technology and digital platforms, such as social media and applications, facilitated easier access to Buddhist teachings. Furthermore, creating engaging and valuable content was instrumental in attracting target audiences and strengthening relationships within online communities. The findings indicated that adapting to the digital landscape not only increased awareness of Buddhism but also enhanced its significance and relevance in modern society.

**Keywords:** Strategic Management, Dissemination of Buddhism, Digital Era, Approaches and Challenges

---

<sup>1</sup> independent scholar

e-mail: noch1961@gmail.com

<sup>2</sup> lecturer of Buddhist Studies Program, Faculty of Buddhist Studies, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Ratchaburi Buddhist College

<sup>3</sup> lecturer of Buddhist Studies Program, Faculty of Buddhist Studies, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Ratchaburi Buddhist College

## บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกมิติของชีวิต การเผยแพร่พระพุทธศาสนาที่ต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ การเผยแพร่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ซึ่งช่วยตอบสนองความต้องการของคนในยุคปัจจุบัน (พรหมวิหาร เกรียงไกร, 2563, หน้า 23) การจัดการเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการทำให้การเผยแพร่ธรรมะมีความยั่งยืน (Bailey, 2017, p. 12) การจัดการเชิงกลยุทธ์ในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาเกี่ยวข้องกับการวางแผนที่รอบคอบ ทั้งในด้านเนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการเผยแพร่ การเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟัง เช่น ผู้ที่ไม่มีพื้นฐานทางพระพุทธศาสนา หรือการนำเสนอผ่านสื่อที่เข้าถึงง่าย เช่น วิดีโอสั้นหรือบทความในโซเชียลมีเดีย ช่วยให้การเผยแพร่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (ธนกร สมานฉันท, 2560, หน้า 45) นอกจากนี้ สื่อดิจิทัลยังช่วยขยายขอบเขตการเข้าถึงคำสอนไปยังผู้ที่อยู่นอกพื้นที่ เช่น ผู้ที่อยู่ต่างประเทศ (Armstrong, 2019, p. 34)

ในปัจจุบันการพัฒนาเนื้อหาทางพระพุทธศาสนาให้สามารถเข้าถึงง่าย และน่าสนใจโดยไม่สูญเสียสาระสำคัญเป็นสิ่งที่ทำหาย การใช้ภาพหรือกราฟิกในการอธิบายธรรมะเป็นตัวอย่างหนึ่งซึ่งช่วยเพิ่มความเข้าใจและสร้างความน่าสนใจ (นิลกุล สุทธิเวส, ชลลดา พิทยาภรณ์, และ สุรศักดิ์ มานิชญากร, 2562, หน้า 57) อย่างไรก็ตามความรวดเร็วของการเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัลอาจนำไปสู่ปัญหาการบิดเบือนคำสอนหากไม่มีการควบคุมและตรวจสอบเนื้อหาอย่างเหมาะสม (Cohen, 2020, p. 48) การสร้างความน่าเชื่อถือของเนื้อหาในสื่อดิจิทัลจึงเป็นสิ่งสำคัญ พระพุทธศาสนาจำเป็นต้องพัฒนากลไกการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ก่อนเผยแพร่ รวมถึงสร้างมาตรฐานในการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อป้องกันการบิดเบือนคำสอน (พรหมวิหาร เกรียงไกร, 2563, หน้า 70) การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลกับพระพุทธศาสนาจึงควรทำไปพร้อมกับการรักษาคุณภาพและความถูกต้องของเนื้อหา (Zuckerman, 2021, p. 53)

อีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อดิจิทัล คือ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพระสงฆ์และผู้ฟัง การใช้แพลตฟอร์ม เช่น Facebook, Instagram และ TikTok เพื่อสื่อสารกับผู้สนใจ ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์และเปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาระบบ (สมบุญ นรชาติ, 2563, หน้า 85) การสร้างชุมชนศาสนาในโลกดิจิทัลยังช่วยให้การเผยแพร่ขยายตัวในวงกว้าง (McLuhan, 1964, p. 92) เทคโนโลยีดิจิทัลยังเปิดโอกาสในการพัฒนาการศึกษาพระพุทธศาสนา โดยการสร้างหลักสูตรออนไลน์หรือการสอนธรรมะผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลทำให้การศึกษาพระพุทธศาสนาไม่จำกัดอยู่เพียงในห้องเรียนหรือวัดเท่านั้น แต่สามารถเข้าถึงได้จากทุกที่ทั่วโลก (Bailey, 2017, p. 103) นอกจากนี้ การใช้สื่อดิจิทัลในการศึกษาระบบยังเพิ่มความสะดวกและสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างพระสงฆ์และผู้เรียนผ่านการสื่อสารออนไลน์ (Harper, 2021, p. 110)

ดังนั้นการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัล จำเป็นต้องมีการวางแผนและการจัดการที่เป็นระบบ การพัฒนาเนื้อหาที่มีคุณภาพ การใช้สื่อดิจิทัลในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ฟัง รวมถึงการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ เป็นสิ่งซึ่งช่วยให้การเผยแพร่พระพุทธศาสนา

ในยุคปัจจุบันมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (Jenkins, 2019, p. 115) บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัล โดยมุ่งเน้นการใช้สื่อดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน ในการเผยแพร่คำสอนและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย บทความนี้ยังสำรวจบทบาทของสื่อดิจิทัลในการเผยแพร่ธรรมะ และเสนอแนวทางในการพัฒนาเนื้อหาที่มีคุณภาพและเชื่อถือได้ รวมถึงการจัดการกับความท้าทายที่เกิดขึ้นในกระบวนการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในโลกดิจิทัล

### ความหมายและความสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์ (strategic management) เป็นแนวทางในการบริหารที่มุ่งเน้นการวางแผนและดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายระยะยาวขององค์กร แนวทางนี้ช่วยให้องค์กรสามารถประเมินทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก เพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นักวิชาการอย่าง Porter ได้เสนอว่าการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมจะช่วยให้องค์กรมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Porter, 1985, p. 17) อีกทั้งการจัดการเชิงกลยุทธ์ยังเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามขององค์กร ซึ่งเรียกว่าการวิเคราะห์ SWOT โดยการศึกษาของ Kotler และ Keller ชี้ให้เห็นว่าการทำ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสร้างกลยุทธ์ที่ดี (Kotler & Keller, 2012, p. 130)

นอกจากนี้การจัดการเชิงกลยุทธ์ยังส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมภายในองค์กร โดยการพัฒนาวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ เป็นปัจจัยสำคัญในการช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็ว Prahalad และ Hamel ได้กล่าวถึงความสำคัญของการพัฒนาความสามารถหลัก (core competencies) ซึ่งช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันระยะยาวขององค์กร (Prahalad & Hamel, 1990, p. 82) เพื่อให้การพัฒนากลยุทธ์มีประสิทธิภาพ ควรมีการวัดและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง การประเมินผลช่วยให้ผู้บริหารสามารถมองเห็นภาพรวมของการดำเนินงานและตัดสินใจปรับกลยุทธ์ตามความเหมาะสม Kaplan และ Norton ได้นำเสนอแนวทางการประเมินผลผ่าน Balanced Scorecard ซึ่งเป็นเครื่องมือที่วัดผลการดำเนินงานขององค์กรในหลายมิติ (Kaplan & Norton, 1992, p. 71)

สำหรับในบริบทของพระพุทธศาสนา การจัดการเชิงกลยุทธ์มีบทบาทสำคัญในการปรับตัวและพัฒนาศาสนาให้สอดคล้องกับสังคมสมัยใหม่ที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยีและการสื่อสารที่หลากหลาย การวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมจะช่วยให้พระพุทธศาสนาสามารถเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีวิถีชีวิตแตกต่างจากอดีต การศึกษาของ Dyer และ Singh ได้เน้นถึงความสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งภายในองค์กร เพื่อความยั่งยืนในการดำเนินงาน (Dyer & Singh, 1998, p. 663) การจัดการเชิงกลยุทธ์ไม่ได้มีความสำคัญเฉพาะในระดับองค์กรเท่านั้น แต่ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในระดับชุมชนหรือองค์กรทางศาสนาเพื่อส่งเสริมความร่วมมือและความเข้าใจในกลุ่มผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนา การพัฒนากลยุทธ์ที่

มีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มความสำเร็จในการเผยแพร่คำสอนให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น (Zuckerman, 2021, p. 45)

ในยุคดิจิทัลการจัดการเชิงกลยุทธ์กลายเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะในบริบทของการเผยแพร่พระพุทธศาสนา องค์กรต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง เพื่อให้การเผยแพร่พระพุทธศาสนามีความหมายและเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังในยุคที่ข้อมูลถูกส่งต่ออย่างรวดเร็ว การศึกษาของ Cavanagh ชี้ให้เห็นว่าการปรับตัวในยุคดิจิทัลเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กรศาสนา เพื่อให้การเผยแพร่พระพุทธศาสนาเกิดผลสำเร็จในระยะยาว (Cavanagh, 2016, p. 115)

### การเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัล

การเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างสำคัญ การนำเทคโนโลยีสื่อสารเข้ามาใช้ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วขึ้น ตัวอย่างเช่น การใช้โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram และ TikTok เพื่อเผยแพร่คำสอนและจัดกิจกรรมทางศาสนา นอกจากนี้ แพลตฟอร์มออนไลน์ยังถูกใช้ในการจัดประชุมสัมมนาและสอนออนไลน์ ช่วยให้ผู้ที่อยู่ห่างไกลสามารถเข้าถึงความรู้และหลักธรรมได้ง่ายขึ้น (Buddhadasa, 2020, p. 12) สิ่งเหล่านี้ทำให้การเผยแพร่พระพุทธศาสนามีความทันสมัยและสามารถเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมบริโภคข้อมูลแตกต่างจากรุ่นก่อน

เทคโนโลยีที่ใช้ในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลมีหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ แอปพลิเคชันมีเดีย หรือแพลตฟอร์มวิดีโอ เช่น YouTube ซึ่งช่วยให้การเผยแพร่คำสอนและกิจกรรมทางศาสนามีประสิทธิภาพมากขึ้น นักวิชาการหลายคนมองว่าการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือที่มีศักยภาพสูงในการเข้าถึงกลุ่มผู้สนใจศาสนาใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีใช้สื่อดิจิทัลในการเรียนรู้และสื่อสาร (Meyer, 2018, p. 37) ด้วยเหตุนี้การเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลจึงมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับหลักธรรมและการปฏิบัติ

การเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลยังต้องการให้พระสงฆ์ และผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนามีทักษะด้านดิจิทัล การศึกษาและฝึกอบรมในการใช้เครื่องมือดิจิทัลเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้สามารถสื่อสารและเผยแพร่คำสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Seng, 2021, p. 94) การพัฒนาความสามารถในการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้การเผยแพร่พระพุทธศาสนาสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังได้มากที่สุด

อย่างไรก็ตามการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลมีความท้าทายหลายประการ โดยเฉพาะในด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลและความแตกต่างในการตีความคำสอน (Liu, 2019, p. 51) การใช้สื่อดิจิทัลในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาอาจทำให้เกิดการนำเสนอข้อมูลที่ผิดหรือไม่ถูกต้อง หรือไม่สอดคล้องกับหลักการทางพระพุทธศาสนา ดังนั้นความรับผิดชอบในการตรวจสอบข้อมูลและการนำเสนอเนื้อหาที่ถูกต้องจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง นอกจากนี้การสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งระหว่างผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนาและชุมชนออนไลน์ก็เป็นสิ่งจำเป็น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านสื่อดิจิทัล เช่น การสัมมนาออนไลน์ การสนทนาสด หรือการสร้างกลุ่มสนทนาบนโซเชียลมีเดีย ช่วยให้ผู้ใช้เผยแพร่

พระพุทธศาสนาสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้ฟังและสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ซึ่งจะเสริมสร้างความเข้าใจในหลักธรรมได้ดียิ่งขึ้น (Zhang, 2020, p. 40)

การเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลยังต้องการการวัดผลและการประเมินประสิทธิภาพของการเผยแผ่ โดยการใช้เทคโนโลยี เช่น Google Analytics เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ หรือการติดตามการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งานบนโซเชียลมีเดีย เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์และเนื้อหาให้เหมาะสม (Kohli, 2021, p. 76) การเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลควรเน้นการพัฒนากลยุทธ์ที่ตอบโจทย์และสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การใช้สื่อดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมในการสื่อสารจะช่วยให้พระพุทธศาสนา มีบทบาทสำคัญในสังคมอย่างยั่งยืน (Cavanagh, 2016, p. 115) การสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพและการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ จะช่วยให้การเผยแผ่พระพุทธศาสนาเข้าถึงผู้คนได้อย่างกว้างขวางและยั่งยืน

## แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา

แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ประกอบด้วยขั้นตอนและกลยุทธ์หลักดังต่อไปนี้

**1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม** ขั้นตอนแรกของการจัดการเชิงกลยุทธ์คือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่องค์กรต้องเผชิญ โดยใช้เครื่องมือ เช่น SWOT Analysis เพื่อประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (Kotler & Keller, 2012, p. 120) การทำความเข้าใจในสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ความต้องการของสังคม ความท้าทายจากเทคโนโลยีใหม่ ๆ และแนวโน้มวัฒนธรรม จะช่วยให้การวางแผนกลยุทธ์เป็นไปอย่างเหมาะสม (Porter, 1985, p. 45) รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ และการใช้สื่อดิจิทัลในการเผยแผ่หลักธรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

**2. การพัฒนาความสามารถหลัก** การพัฒนาความสามารถหลัก (core Competencies) เป็นองค์ประกอบสำคัญในการจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับการเผยแผ่พระพุทธศาสนา Prahalad และ Hamel กล่าวถึงความสำคัญของการพัฒนาความสามารถที่โดดเด่นในการสร้างความสามารถในการแข่งขันระยะยาว (Prahalad & Hamel, 1990, p. 83) พระสงฆ์และผู้เผยแผ่พระพุทธศาสนาควรฝึกฝนทักษะในการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยี และการเข้าใจเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเผยแผ่ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้คนได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งจัดทำโปรแกรมอบรมและพัฒนา นวัตกรรม การสอนเพื่อเพิ่มพูนทักษะให้กับผู้เผยแผ่พระพุทธศาสนา

**3. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล** เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา การใช้โซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, YouTube และ TikTok ทำให้สามารถเผยแผ่คำสอนได้อย่างรวดเร็วและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง (Meyer, 2018, p. 42) การจัดสัมมนาออนไลน์และการถ่ายทอดสดการปฏิบัติธรรม ช่วยให้ผู้สนใจสามารถเรียนรู้และปฏิบัติธรรมได้ในเวลาที่สะดวกสบาย อีกทั้งยังช่วยสร้างชุมชนออนไลน์ที่มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างมีชีวิตชีวา

**4. การวัดผลและการประเมินผล** การประเมินผลเป็นขั้นตอนสำคัญในการวัดความสำเร็จของการเผยแผ่พระพุทธศาสนา การใช้เครื่องมือเช่น Balanced Scorecard ช่วยติดตามความก้าวหน้าและ

วัดผลการดำเนินงานในหลายมิติ (Kaplan & Norton, 1992, p. 75) สามารถทำได้โดยการสำรวจความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรม วิเคราะห์การเข้าถึงของสื่อดิจิทัล และวัดผลการเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้ปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

**5. การสร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วม** การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและผู้สนใจในพระพุทธศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา การจัดกิจกรรมในชุมชน การประชุมออนไลน์ และการสร้างพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ช่วยสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน (Dyer & Singh, 1998, p. 661) การเปิดโอกาสให้ผู้คนมีส่วนร่วมในกระบวนการเผยแผ่จะช่วยให้การเผยแผ่พระพุทธศาสนายั่งยืนและมีความเข้มแข็งในระยะยาว รวมถึงการสร้างเครือข่ายของผู้เผยแผ่พระพุทธศาสนาที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ซึ่งจะช่วยพัฒนากลยุทธ์ในการเผยแผ่ให้เหมาะสมกับสังคมปัจจุบันอย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก โดยใช้เครื่องมือ เช่น SWOT Analysis เพื่อประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม จากนั้นพัฒนาความสามารถหลัก เช่น ทักษะการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยพระสงฆ์และผู้เผยแผ่พระพุทธศาสนาควรฝึกฝนการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Facebook, YouTube และ TikTok ซึ่งจะช่วยให้เข้าถึงผู้ฟังได้อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ยังควรวัดผลและประเมินผลการเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยใช้เครื่องมือ เช่น Balanced Scorecard เพื่อติดตามและปรับปรุงกลยุทธ์ตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป รวมถึงสร้างความสัมพันธ์กับผู้ติดตามและชุมชนออนไลน์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืน

### ความท้าทายในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัล

การเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้คนที่ต้องการเนื้อหาสั้นและกระชับ ซึ่งขัดแย้งกับคำสอนที่ลึกซึ้ง การจัดการกับข้อมูลที่อาจถูกบิดเบือนบนโลกออนไลน์ การแข่งขันกับเนื้อหาที่ดึงดูดความสนใจอื่น ๆ เช่น ความบันเทิงและสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ผู้เผยแผ่พระพุทธศาสนาจำเป็นต้องมีทักษะในการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างเนื้อหาที่เหมาะสม การสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์กับผู้คนในโลกออนไลน์ก็เป็นอีกความท้าทายที่ต้องใช้เวลาและความพยายาม รวมถึงการรักษาความเป็นเอกลักษณ์และความลึกซึ้งของคำสอนพระพุทธศาสนาในขณะที่นำเสนอผ่านสื่อดิจิทัล

**1. การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค** ในยุคดิจิทัลความท้าทายที่สำคัญในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา คือ การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้สื่อดิจิทัล โดยเฉพาะการเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็วและหลากหลาย ซึ่งอาจทำให้ผู้คนมีทางเลือกมากขึ้นและทำให้การเผยแผ่คำสอนของพระพุทธศาสนาไม่เป็นที่สนใจ (Pew Research Center, 2021, p. 12) นอกจากนี้การแข่งขันกับสื่อบันเทิงและเนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับศาสนาเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้การเผยแผ่พระพุทธศาสนาเผชิญกับความยากลำบาก ในการสร้างความดึงดูดใจและเข้าถึงกลุ่มผู้มีศรัทธาใหม่ ๆ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจในข้อมูลที่หลากหลายและมีการจัดการที่ดีขึ้น

**2. ความน่าเชื่อถือของข้อมูล** ความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่เผยแพร่ในโลกออนไลน์เป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่สำคัญ การที่มีข้อมูลมากมายเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาที่อาจมีทั้งข้อมูลที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง ทำให้ผู้คนเกิดความสับสน (Goleman, 2020, p. 58) การเลือกใช้ข้อมูลที่ถูกต้องในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณา เนื่องจากการให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องสามารถนำไปสู่ความเข้าใจที่ผิดและการตีความคำสอนที่ไม่เหมาะสม ในขณะเดียวกัน การพัฒนาความสามารถในการแยกแยะข้อมูลที่ถูกต้องจากข้อมูลที่ไม่ถูกต้องนั้น จำเป็นต้องมีการจัดการที่ดีจากผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนาและองค์กรทางศาสนาเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

**3. การรับมือกับเทคโนโลยี** การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็วทำให้ผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนาต้องปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งอาจเป็นเรื่องที่ทำนายสำหรับบางองค์กรที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยี (Cavanagh, 2016, p. 115) ความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัล การสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่าและดึงดูดความสนใจ และการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคนี้ นอกจากนี้ความท้าทายในการรักษาความสมดุลระหว่างการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีและการรักษาความเข้มแข็งของหลักธรรมในพระพุทธศาสนา ก็เป็นสิ่งที่ต้องมีการพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อไม่ให้เกิดการตีความที่ผิดหรือการลดทอนคุณค่าของคำสอน

**4. การสร้างชุมชนออนไลน์** การสร้างชุมชนออนไลน์ที่เข้มแข็งเป็นสิ่งสำคัญในการเผยแพร่พระพุทธศาสนา แต่การจัดการกับความหลากหลายของความคิดเห็นและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในโลกออนไลน์ก็เป็นความท้าทาย (Goleman, 2020, p. 65) ผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนาต้องสามารถสื่อสารและสร้างความเข้าใจร่วมกันในกลุ่มสมาชิกในชุมชน โดยการสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่สร้างสรรค์ และการให้พื้นที่สำหรับการสนทนาเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา นอกจากนี้การจัดกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนาและผู้สนใจในพระพุทธศาสนาในรูปแบบออนไลน์ เช่น การสัมมนาออนไลน์ การประชุม หรือการแชทสด จะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน

**5. การรักษาความเป็นเอกลักษณ์** การรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของพระพุทธศาสนาในขณะที่มีการเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัลเป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่ต้องให้ความสำคัญ (Dyer & Singh, 1998, p. 664) ผู้เผยแพร่ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบในการสร้างเนื้อหา และรูปแบบการสื่อสารที่สามารถสื่อสารความเป็นเอกลักษณ์ของคำสอนพระพุทธศาสนา โดยไม่ลดทอนคุณค่าและหลักการพระพุทธศาสนา การสร้างสรรค์วิธีการใหม่ ๆ ในการนำเสนอพระธรรมคำสอนที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของพระพุทธศาสนาไว้ จะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งในการเผยแพร่และส่งเสริมความสนใจในพระพุทธศาสนาในกลุ่มคนรุ่นใหม่

สรุปความท้าทายในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลประกอบด้วยหลายปัจจัย เช่น การแข่งขันกับเนื้อหาบันเทิงและข้อมูลอื่น ๆ บนสื่อดิจิทัลที่ดึงดูดความสนใจของผู้คน ทำให้การสื่อสารคำสอนศาสนาต้องมีความน่าสนใจและเข้าถึงง่าย นอกจากนี้การบิดเบือนหรือการลดทอนความหมายของคำสอนบนโลกออนไลน์เป็นอีกหนึ่งความท้าทายสำคัญ รวมถึงการที่ผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนาบางคนอาจขาดทักษะด้านเทคโนโลยีและการใช้สื่อดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับคำสอนศาสนาบนแพลตฟอร์มออนไลน์จึงมีความสำคัญ

## แนวทางแก้ไขและข้อเสนอแนะแนวทางการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัล

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูล การเผยแพร่พระพุทธศาสนาต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ ๆ ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้คน ดังนั้นแนวทางแก้ไขและข้อเสนอแนะในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคนี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้การเผยแพร่พระพุทธศาสนาเป็นไปอย่างยั่งยืนและมีความหมายในบริบทของสังคมปัจจุบัน ดังนี้

**1. การสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพ** การสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพซึ่งสอดคล้องกับหลักธรรมของพระพุทธศาสนาเป็นแนวทางที่สำคัญ เนื้อหาควรเข้าใจง่ายและเข้าถึงได้สำหรับทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ การใช้สื่อออนไลน์ในการสร้างเนื้อหาที่เป็นภาพยนตร์ การ์ตูน หรือแอนิเมชันจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจในการเผยแพร่คำสอน (Kotler & Keller, 2012, p. 130) นอกจากนี้ การสร้างแหล่งข้อมูลออนไลน์ที่ถูกต้องและเชื่อถือได้จะช่วยให้ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาได้อย่างถูกต้องและมีความเข้าใจลึกซึ้งยิ่งขึ้น

**2. การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร** ผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนาควรใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น โซเชียลมีเดีย การถ่ายทอดสด หรือการสัมมนาออนไลน์ เพื่อสื่อสารคำสอนและแนวทางการปฏิบัติให้เข้าถึงกลุ่มผู้สนใจ (Cavanagh, 2016, p. 115) การใช้เทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มคนที่มีความหลากหลาย และช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนาและผู้มีศรัทธา การจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมสามารถสอบถามและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาจะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและความสนใจในคำสอน

**3. การฝึกอบรมผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนา** การฝึกอบรมผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนาเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลและการสร้างเนื้อหาออนไลน์เป็นแนวทางที่สำคัญ (Dyer & Singh, 1998, p. 663) การมีความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ จะช่วยให้ผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนาสามารถสื่อสารและเผยแพร่คำสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การฝึกอบรมนี้ควรเน้นการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารที่สอดคล้องกับหลักธรรมของพระพุทธศาสนา และการรักษาความเป็นเอกลักษณ์พระพุทธศาสนาในขณะที่น่าเสนอข้อมูลในรูปแบบใหม่ ๆ

**4. การสร้างชุมชนออนไลน์** การสร้างชุมชนออนไลน์ที่เข้มแข็งช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนาและผู้มีศรัทธา โดยการส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ในพระพุทธศาสนา (Goleman, 2020, p. 65) กิจกรรมออนไลน์ เช่น การถามตอบหรือการประชุมออนไลน์ จะช่วยให้ผู้มีศรัทธารู้สึกมีส่วนร่วมและสามารถเข้าถึงคำสอนของพระพุทธศาสนาได้อย่างลึกซึ้งและมีความหมาย นอกจากนี้การจัดกิจกรรมสังสรรค์หรือการสัมมนาในรูปแบบออนไลน์จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนและสนับสนุนซึ่งกันและกัน

**5. การวิจัยและพัฒนา** การทำวิจัยเพื่อพัฒนาแนวทางการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลจะช่วยให้มีข้อมูลและแนวทางที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น (Pew Research Center, 2021, p. 12) การศึกษาผลกระทบของสื่อดิจิทัลต่อการรับรู้และการเข้าใจคำสอนของพระพุทธศาสนา จะช่วยให้ผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนาสามารถปรับปรุงแนวทางการเผยแพร่ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ การทำงานร่วมกัน

กับนักวิจัยและนักวิชาการในด้านนี้จะช่วยสร้างฐานข้อมูลและแนวทางที่สามารถใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การเผยแผ่พระพุทธศาสนาในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่าในยุคดิจิทัล การเผยแผ่พระพุทธศาสนาต้องเผชิญกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้คน แนวทางแก้ไขรวมถึงการสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพและเข้าใจง่าย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่น่าสนใจ เช่น วิดีโอและแอนิเมชัน การใช้เทคโนโลยี เช่น โซเชียลมีเดียและการถ่ายทอดสดเพื่อสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับผู้ฟัง นอกจากนี้การฝึกอบรมผู้เผยแผ่พระพุทธศาสนาให้มีทักษะด้านดิจิทัลก็สำคัญ พร้อมกับการสร้างชุมชนออนไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการทำวิจัยอย่างต่อเนื่องจะช่วยพัฒนาแนวทางเผยแผ่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในอนาคต

## บทสรุป

ในยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเผยแผ่พระพุทธศาสนาต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ ๆ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสื่อสารและเผยแพร่งานคำสอนจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายและตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามการสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพยังคงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื้อหาที่ชัดเจนและเข้าใจง่ายจะช่วยให้ผู้คนสนใจและเข้าถึงพระพุทธศาสนาได้มากขึ้น การฝึกอบรมผู้เผยแผ่พระพุทธศาสนาให้มีทักษะในการใช้สื่อดิจิทัลและการสร้างเนื้อหาคุณภาพ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเผยแผ่คำสอน อีกทั้งการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้เผยแผ่พระพุทธศาสนาและผู้มีศรัทธายังเป็นสิ่งจำเป็น การสร้างชุมชนออนไลน์ที่เข้มแข็งจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ในกลุ่มผู้มีศรัทธา ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ที่มีคุณค่า สุดท้ายการวิจัยและพัฒนาแนวทางการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัล จะช่วยให้มีข้อมูลและแนวทางที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้เผยแผ่พระพุทธศาสนาควรศึกษาและวิจัยผลกระทบของสื่อดิจิทัลต่อการรับรู้และความเข้าใจในคำสอน เพื่อสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมและตอบโจทย์ความต้องการของผู้คนในยุคนี้ แนวทางแก้ไขและข้อเสนอแนะเหล่านี้จะช่วยให้การเผยแผ่พระพุทธศาสนามีความหมายยิ่งขึ้น และสามารถเข้าถึงผู้คนได้อย่างมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล

กลยุทธ์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัล เริ่มจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้วยการใช้เครื่องมือ SWOT Analysis เพื่อประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามที่องค์กรต้องเผชิญ ถัดไปคือ การพัฒนาความสามารถหลัก โดยให้ความสำคัญกับการฝึกฝนทักษะการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง จากนั้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดีย จะช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ต่อมาเป็นการวัดผลและการประเมินผลที่สำคัญเพื่อวัดความสำเร็จ โดยใช้ Balanced Scorecard เพื่อติดตามความก้าวหน้าและการดำเนินงานในหลายมิติ และสุดท้ายคือการสร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับชุมชน เพื่อเสริมสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีคุณค่า แนวทางเหล่านี้จึงมีเป้าหมายในการทำให้การเผยแผ่พระพุทธศาสนามีความยั่งยืนและเหมาะสมกับสังคมในปัจจุบัน

## บรรณานุกรม

- จนกร สมานฉันท. (2560). **พฤติกรรมการบริโภคสื่อออนไลน์ในยุคดิจิทัล**. นนทบุรี: สถาบันพระพุทธศาสนา. นิลุบล สุทธิเวส, ชลลดา พิทยาภรณ์, และสุรศักดิ์ มานิชญากร. (2562). **การเผยแผ่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อดิจิทัล**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรหมวิหาร เกียรติไกร. (2563). **ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาทางศาสนาในสื่อออนไลน์**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมบุรณ์ นรชาติ. (2563). **การสร้างชุมชนออนไลน์ทางศาสนา: กรณีศึกษาพระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัล**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- Armstrong, J. (2019). **Media, Religion, and Culture in the Digital Age**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bailey, R. (2017). **Buddhist Teachings in the Digital Era**. New York: Oxford University Press.
- Buddhadasa, A. (2020). **The Role of Digital Media in Modern Buddhism**. Bangkok: Buddhist Studies Press.
- Cavanagh, R. (2016). **Digital Strategies for Religious Organizations**. New York: Routledge.
- Cohen, R. (2020). **Building Online Religious Communities**. Chicago: University of Chicago Press.
- Dyer, J.H., & Singh, H. (1998). The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive Advantage. **Academy of Management Review**, 23(4), pp. 660-679.
- Goleman, D. (2020). **The Science of the Mind: Understanding the Digital Age**. New York: HarperCollins.
- Harper, M. (2021). **Strategic Religious Communication in the Digital Age**. London: Palgrave Macmillan.
- Jenkins, H. (2019). **The Future of Religion in a Digital World**. Los Angeles: University of California Press.
- Kaplan, R.S., & Norton, D.P. (1992). The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance. **Harvard Business Review**, 70(1), pp. 71-79.
- Kohli, A. (2021). Measuring Success in Digital Outreach: A Practical Guide. **International Journal of Religion and Society**, 5(1), pp. 75-80.

- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). **Marketing Management**. (14th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Liu, Y. (2019). The Challenges of Digital Religion: Navigating New Realities. **Religious Studies Review**, 45(2), pp. 49-55.
- McLuhan, M. (1964). **Understanding Media: The Extensions of Man**. New York: McGraw-Hill.
- Meyer, C. (2018). **Buddhism and Technology: Navigating the Digital Realm**. London: Continuum.
- Pew Research Center. (2021). **The Future of Digital Religion**. Washington, DC: Pew Research Center.
- Porter, M.E. (1985). **Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance**. New York: Free Press.
- Prahalad, C.K., & Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation. **Harvard Business Review**, 68(3), pp. 79-91.
- Seng, C. (2021). Digital Engagement in Buddhism: New Avenues for Practice and Community. **Journal of Buddhist Studies**, 12(3), pp. 91-99.
- Zhang, X. (2020). Building Community in Digital Spaces: A Study of Online Buddhist Groups. **Asian Journal of Communication**, 30(1), pp. 35-48.
- Zuckerman, E. (2021). **Religious Digital Communication: Strategies and Tools**. Boston: MIT Press.