

ภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนาในมุมมองของพุทธศาสนิกชนชาวไทย

THE IMAGE OF BUDDHISM IN THE VIEW OF THAI BUDDHISTS

สุรัตน์ พักน้อย

อินทกะ พิริยะกุล

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนาในมุมมองของพุทธศาสนิกชนชาวไทย 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยภาพลักษณ์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพุทธศาสนิกชนชาวไทย และนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนทาง และบริหารจัดการภายในองค์กรพระพุทธศาสนา ให้ตรงตามความต้องการของพุทธศาสนิกชนได้ การศึกษารั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม และคำนวณขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Yamane ได้ตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน CHAID (Chi-square Automatic Interaction Detector) และสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยอย่างง่าย

ผลการศึกษาพบว่า

1. ภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.56) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน เห็นว่าภาพลักษณ์ของศาสนบุคคลหรือพระสงฆ์ (มีค่าเฉลี่ย 3.44) และภาพลักษณ์ของศาสนวัตถุหรือสิ่งปลูกสร้างภายในวัด อยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.69)

2. จากการศึกษาความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ที่มีต่อความจงรักภักดีของพุทธศาสนิกชนในประเทศไทย พบว่า ภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของพุทธศาสนิกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีอำนาจในการทำนายหรือพยากรณ์ตัวแปรตาม ได้ 38.3%

3. แนวทางการบริหารจัดการภายในองค์กรพระพุทธศาสนา ให้สอดคล้องกับความต้องการของพุทธศาสนิกชน มีดังนี้



3.1 มีการจัดธรรมะเคลื่อนที่เพื่อบรรยายหลักธรรมคำสอนในพระพุทธศาสนา ทั้งในหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และองค์กรภาคประชาชนเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนจัดทำสื่อเผยแพร่ ธรรมะในช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น

3.2 มีการบูรณาการความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชนในการ บูรณปฏิสังขรณ์ศาสนสถานภายในวัดต่าง ๆ เพื่อให้มีความคงทนถาวร มีความสวยงาม และ ดำรงอยู่คู่สังคมไทย

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์, ความจงรักภักดี, พระพุทธศาสนา, มุมมองของพุทธศาสนิกชนชาวไทย

Abstract

The objective of this research was to study the image of Buddhism and correlation between image of Buddhism and Thai Buddhist royalty, and used the results to develop a new system for managing Buddhism images according to desires of Thai Buddhists. The size of the data was calculated using Yamane formula and 400 samples by were collected through Cluster sampling. The empirical data was analyzed using percentage, arithmetic mean, CHAID (Chi-square Automatic Interaction Detector), and simple regression correlation coefficient.

Results suggested that

1. The study reveals that image of Buddhism in Thailand as a whole was at the high average ($\bar{x} = 3.56$), which can be separated into rating of Buddhism image on religious figures or monks ($\bar{x} = 3.44$) and rating of image on religious symbol or buildings ($\bar{x} = 3.69$)

2. There is a significant correlation between image of Buddhism and royalty of the Buddhist ($p \leq .05$, $r = 0.383$)

3. The findings above led the researcher to the following recommendations:



3.1 Buddhist organizations should increase more Dharma activities among governmental institutions, private sectors, and public organizations while creating new mediums for people to access information regarding Buddhism.

3.2 Everyone should be involved in the restoration of religious objects in order to create a long lasting image of Buddhism in Thailand.

Keywords: Image, Loyalty, Buddhism, The view of Thai Buddhists

บทนำ

พระพุทธศาสนาได้ก่อเกิดขึ้นจากพระสัมมาสัมพุทธเจ้าทรงตรัสรู้ เมื่อวันขึ้น 15 ค่ำ เดือนวิสาขะหรือเดือน 6 ณ ใต้ต้นพระศรีมหาโพธิ์ ตำบลอุรุเวลาเสนานิคม แคว้นมคธ ประเทศอินเดีย 45 ปี ก่อนพุทธศักราช ปัจจุบันสถานที่แห่งนี้ได้ถูก เรียกว่า พุทธคยา (เสถียร โพธิ์นันทะ, 2513) จากนั้นได้มีการนำหลักธรรมคำสอนออกเผยแพร่ออกไปสู่พื้นที่ต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ทั้งภายในประเทศอินเดียเอง และประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก จนกระทั่งเมื่อประมาณปี พ.ศ. 236 หลังจากการทำสังคายนาครั้งที่ 3 พระเจ้าอโศกมหาราชทรงได้ส่งสมณทูตไปเผยแผ่พระพุทธศาสนาไปยังดินแดนต่าง ๆ รวมทั้งหมดจำนวน 9 สาย โดยในสายของพระโสณะและพระอุตตระ ได้เดินทางมาเผยแผ่พระพุทธศาสนาในประเทศไทย ซึ่งในยุคสมัยนั้นยังเรียกว่า ดินแดนสุวรรณภูมิ จนทำให้หลักคำสอนของศาสนาพุทธค่อย ๆ แทรกซึมเข้าสู่ความคิด การรับรู้ และความรู้สึกของคนไทย โดยเฉพาะพระมหากษัตริย์ไทยที่ทรงให้การยอมรับนับถือ และเลื่อมใสในพระพุทธศาสนาตั้งแต่ครั้งนั้นมา ตลอดจนได้มีการสืบทอดจากรุ่นหนึ่งสู่อีกหนึ่งรุ่นมาถึงปัจจุบันนี้ (กรมการศาสนา, 2525) ยิ่งไปกว่านั้น หลักธรรมคำสอนดังกล่าวยังได้ถูกนำมาตีความ เพื่อนำไปยึดโยงเข้ากับประเพณี พิธีกรรม และวัฒนธรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันของคนในสังคมตั้งแต่เกิดจนตาย เช่น ประเพณีการเกิด ประเพณีการบวช การตาย การทำบุญเลี้ยงพระในวันขึ้นบ้านใหม่ และวันสำคัญต่าง ๆ เป็นต้น

ในอดีตพระพุทธศาสนาในประเทศไทยจึงมีความมั่นคงเป็นอย่างมาก เป็นเพราะสามารถตอบสนองความต้องการของคนในสังคมได้ในทุกมิติของชีวิต คือ ความต้องการทางด้านวัตถุ ด้านสังคม ด้านอารมณ์และจิตใจ และด้านจิตวิญญาณ (อนันต์ วิริยะพินิจ, 2529) จนทำให้พระสงฆ์ถูกให้ความหมายว่าเป็นเพื่อนาบุญ และมีบทบาทสำคัญต่อการรักษา



พระพุทธศาสนา โดยมีพุทธศาสนิกชนทำหน้าที่ให้การสนับสนุน ในด้านปัจจัย 4 แก่พระสงฆ์ที่จำเป็นต้องดำรงชีวิตในวิถีความเป็นสมณะ และบำเพ็ญสมณธรรมเพื่อเข้าถึงความจริงสูงสุดในพระพุทธศาสนา ดังคำกล่าวที่ว่า “คฤหัสถ์ถวายขาให้พระสงฆ์ ส่วนพระสงฆ์มอบตาให้แก่คฤหัสถ์” การถวายขาคือการถวายความสะดวกในการศึกษาเล่าเรียนธรรมะ ปฏิบัติธรรม เผยแผ่ธรรม และปกป้องพระธรรม พระสงฆ์จึงมีหน้าที่สำคัญในการมอบดวงตา คือ ปัญญาแห่งธรรมที่ได้จากการศึกษาเล่าเรียน และปฏิบัติธรรมนั้นให้แก่คฤหัสถ์เป็นการตอบแทน นี่คือนิเวศน์ที่แท้จริงของพระสงฆ์

ต่อมาสังคมไทยได้เริ่มรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาอย่างต่อเนื่อง จนทำให้ในช่วงรัชกาลที่ 5 ได้เกิดการปฏิรูปคณะสงฆ์ในประเทศไทย ด้วยการออกพระราชบัญญัติ ปกครองคณะสงฆ์ พ.ศ. 2445 จนมีการรวมศูนย์อำนาจ เข้าสู่รัฐและควบคุมพระสงฆ์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งรูปธรรมที่แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจน คือรัฐได้กำหนดให้หน่วยงานต่าง ๆ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล และสถานสงเคราะห์ เป็นต้น เข้ามาทำหน้าที่เฉพาะด้านการดูแลคนในสังคม เช่น โรงเรียนจะมีครูทำหน้าที่สอนหนังสือ โรงพยาบาลจะมีแพทย์เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการรักษาโรค และสถานสงเคราะห์ทำหน้าที่ให้การสงเคราะห์ ช่วยเหลือประชาชนที่ตกทุกข์ได้ยาก เมื่อเป็นเช่นนี้ พระสงฆ์จึงถูกลดบทบาทจากในอดีตที่เป็นทั้ง ครูที่ทำหน้าที่สอนหนังสือ เป็นผู้นำทางจิตวิญญาณ ในการเยียวยาทางจิตใจ และเป็นนักบุญ โดยการเปิดโรงทานเพื่อแจกจ่ายอาหารให้กับคนในสังคม ให้มีบทบาทที่ยึดโยงอยู่กับการตีความตามพระธรรมวินัยเป็นหลัก หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า พระสงฆ์ได้ถูกกำกับ ควบคุมโดยกฎระเบียบตามกรอบที่รัฐกำหนด จนทำให้มีความเหินห่างออกจากชีวิตมนุษย์และสังคม (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2554) (พระไพศาล วิสาโล, 2542)

ยิ่งไปกว่านั้น บุคลากรในพระพุทธศาสนาเอง ทั้งพระสงฆ์ที่มีความแตกแยกกันทางความคิดอันเกิดจากการตีความหลักธรรมคำสอนที่แตกต่างกัน จนทำให้เกิดรอยแยกในพระพุทธศาสนาของเมืองไทยอย่างรุนแรง และพระสงฆ์ที่ปฏิบัติตนไม่เหมาะสมตามหลักพระธรรมวินัยที่ปรากฏตามภาพสื่อช่องทางต่าง ๆ เช่น พระสงฆ์ยกยอกทรัพย์ ฉ้อโกง ยุ่งเกี่ยวกับการเมือง และเสพเมถุน เป็นต้น ล้วนเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่เป็นส่วนสำคัญในการกัดกร่อน บั่นทอน และทำลายภาพลักษณ์เชิงบวกของพระพุทธศาสนา จนนำไปสู่การเกิดภาวะวิกฤตศรัทธา ที่ส่งผลทำให้ประชาชนเกิดความคิดไม่อยากเข้าวัด ไม่อยากไปทำบุญกับพระสงฆ์



มีความคิดอยากเปลี่ยนไปนับถือศาสนาอื่น และมีการนับถือพุทธศาสนาตามบัตรประชาชนเท่านั้น

จากปรากฏการณ์ทางสังคมในแวดวงพระพุทธศาสนาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงเกิดคำถามสำคัญที่ตามมาคือ แล้วภาพลักษณ์ของพุทธศาสนาในมุมมองของพุทธศาสนิกชนชาวไทยเป็นอย่างไร และมีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีของพุทธศาสนิกชนชาวไทยหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของพุทธศาสนาในมุมมองของพุทธศาสนิกชนชาวไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยภาพลักษณ์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพุทธศาสนิกชนชาวไทย
3. เพื่อกำหนดแนวทางในการส่งเสริมและบริหารจัดการองค์กรพระพุทธศาสนา ให้สอดคล้องตามความต้องการของพุทธศาสนิกชนชาวไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ และแนวคิดความจงรักภักดี โดยมีรายละเอียดในแต่ละแนวคิดโดยสังเขปดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดภาพลักษณ์ของ Robinson and Barlow (Robinson and Barlow, 1959) ซึ่งได้ให้ความหมายไว้ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การสถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้น ๆ อาจจะได้มาจากทั้งประสบการณ์ทางตรง (Direct Experience) และประสบการณ์ทางอ้อม (Indirect Experience) ของตัวเอง โดยมีองค์ประกอบดังนี้ 1) ผู้บริหาร (Executive) องค์กรจะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับผู้บริหาร ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ มีวิสัยทัศน์ 2) พนักงาน (Employees) องค์กรจะดีควรมีบุคลากรที่มีรู้ ทักษะ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 3) กิจกรรมสังคม (Social Activities) คือ การดูแลเอาใจใส่สังคม ร่วมกิจกรรมการกุศล หรือสร้างประโยชน์ให้กับสังคม 4) อุปกรณ์ในสำนักงาน (Equipments and Stationeries) องค์กรต้องมีสิ่งที่แสดงสัญลักษณ์ขององค์กร ได้แก่ สำนักงาน อาคาร สิ่งปลูกสร้าง และอุปกรณ์สำนักงาน เมื่อกล่าวโดยสรุปแล้ว ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์การ (Institutional Image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อองค์การหรือสถาบัน ทั้งภาพของตัว



สถาบันหรือองค์กร การบริหารจัดการ และบุคคลที่เป็นผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานภายในองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และทำประโยชน์แก่สาธารณะ

ในแง่หนึ่ง ภาพลักษณ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะก่อให้เกิดความร่วมมือ และการได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จนสามารถบรรลุเป้าหมายวัตถุประสงค์ และวิสัยทัศน์ขององค์กรได้ เมื่อเป็นเช่นนี้ องค์กรต่าง ๆ จึงต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับการดำเนินงานของหน่วยงานของตน ซึ่งกลยุทธ์ที่สามารถสร้างภาพลักษณ์องค์กรได้โดยง่ายมาจากคำว่า ภาพลักษณ์ (Image) โดย I ในที่นี้ย่อมาจากคำว่า Institution คือ การสร้างภาพลักษณ์ด้วยตัวสถาบัน ได้แก่ อาคาร สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก M ย่อมาจาก Management คือ การจัดการโดยผู้บริหารในการกำหนดภาพลักษณ์ให้เป็นที่พอใจของประชาชน A ย่อมาจาก Action คือ ผลประกอบการ อันได้แก่กระบวนการผลิตเพื่อให้สินค้าที่ออกวางจำหน่าย มีประสิทธิภาพของงานหรือการให้บริการต่าง ๆ G ย่อมาจาก Goodness คือ การสร้างภาพลักษณ์ด้วยการทำความดี เช่น การกระทำที่รับผิดชอบต่อสังคม และ E ย่อมาจาก Employee คือ การสร้างภาพลักษณ์ด้วยบุคลากร เพราะบุคลากรทุกคนในหน่วยงานเปรียบเสมือนตัวแทนของหน่วยงานที่จะสร้างความประทับใจหรือความเกลียดชังให้แก่ผู้ติดต่อกับองค์กร (รัชนิ วงศ์สมิตร, 2547)

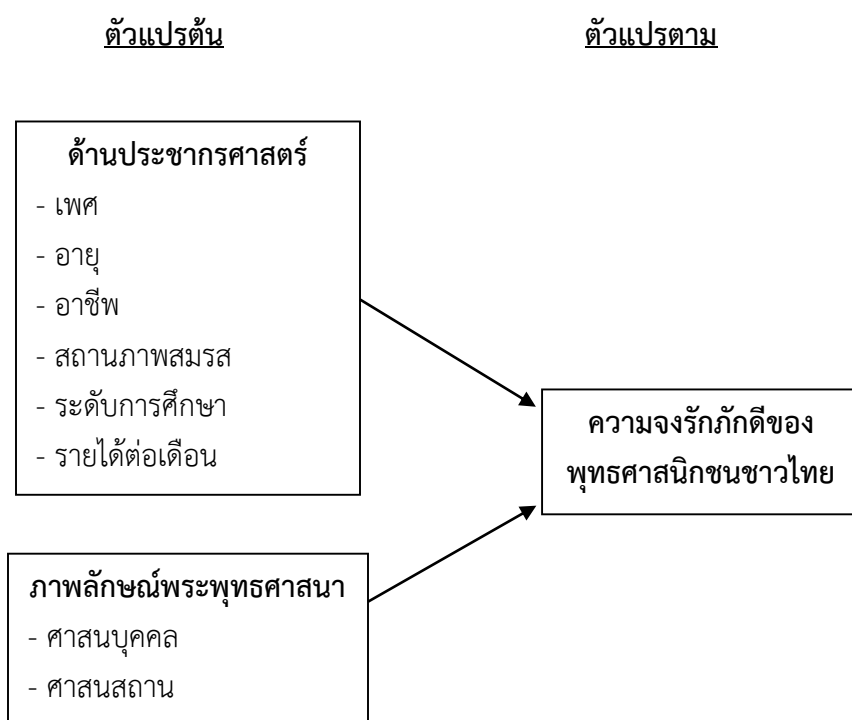
จากกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาปรับประยุกต์ใช้ในการศึกษาภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนา โดยมองว่าภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนา มีองค์ประกอบในด้านศาสนบุคคล ที่หมายถึง พระภิกษุ สามเณรซึ่งถือว่าเป็นทั้งผู้บริหาร พนักงน และบุคลากรผู้ขับเคลื่อนองค์กรให้มีภาพลักษณ์ที่ดี และธำรงองค์กรให้ดำรงอยู่ และด้านศาสนวัตถุ หมายถึงวัดและถาวรวัตถุสิ่งปลูกสร้าง รวมถึงวัสดุอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ภายในวัด ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นการรับรู้ ความรู้สึก และความเลื่อมใสของพุทธศาสนิกชน ที่มีต่อภาพลักษณ์ขององค์กรพระพุทธศาสนา

2. แนวคิดความจงรักภักดี ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ Hoy & Rees (กรองกาญจน์ ทองสุข, 2554) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า ความจงรักภักดีเป็นสิ่งที่ทำให้แสดงออกถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับองค์กร ถ้ามีความจงรักภักดีที่มีต่อองค์กรมากแนวโน้มอัตราการลาออกก็จะน้อยลง องค์ประกอบของความจงรักภักดี ประกอบด้วย 3 มิติ ดังนี้ 1) พฤติกรรมที่แสดงออก (Behavioral Aspect) มีการตอบสนองออกมาโดยแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจจะ



มาจากทัศนคติของบุคคลทำให้เกิดพฤติกรรมขึ้น บุคคลนั้นจะมีทัศนคติเชิงบวกต่อสิ่งที่ได้ทำถึงแม้ว่าจะไม่สอดคล้องกับทัศนคติในตอนแรกก็ตาม ถ้าทำไปแล้วคนเราก็จะทำการเปลี่ยนแปลงทัศนคติให้ดีขึ้น หรือการไม่อยากย้ายจากองค์กรนั้น 2) ความรู้สึก (Affective Aspect) หมายถึง อารมณ์ความรู้สึกที่เกิดจากความชอบหรือไม่ชอบ เช่น การมีความรักต่อองค์กรหรือความพึงพอใจในองค์กรนั้น 3) การรับรู้ (Cognitive Aspect) หมายถึง ค่านิยมความเชื่อที่บุคคลได้ยึดถือ เช่น ความเชื่อมั่นในองค์กรหรือความไว้วางใจในองค์กร

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาภาพลักษณ์ของพระพุทธรศาสนาในมุมมองของพุทธศาสนิกชนชาวไทย โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การศึกษาในเชิงเอกสาร (Documentary Study) ทำการศึกษาจากข้อมูลที่ถูกรวบรวมหรือได้ถูกบันทึกขึ้นโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่งมาก่อน ทั้งจากหนังสือ ตำรา บทความ



วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ อินเตอร์เน็ต ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับภาพลักษณ์และความจงรักภักดี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

2. การศึกษาในภาคสนาม (Field Study) ผู้วิจัยได้ทำการเตรียมเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ตลอดจนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นชาวไทยทั้งชายและหญิงที่มีอายุ 13 ปี ขึ้นไป ที่นับถือศาสนาพุทธ โดยแบ่งออกเป็น 4 ภาค ประกอบด้วย ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster sampling) ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มคนขนาดใหญ่ ที่กระจายตัวอยู่ตามพื้นที่กว้างขวางทั่วประเทศ (ผ่องพรรณ ตรัยมงคลกุล และคณะ, 2545) สำหรับการกำหนดขนาดตัวอย่างที่ทราบจำนวนประชากรที่นับถือศาสนาพุทธอย่างชัดเจน ผู้วิจัยได้คำนวณขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Yamane ซึ่งได้ตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง และได้ทำการกระจายกลุ่มตัวอย่างไปยังภาคต่าง ๆ ใน 4 ภาค ดังนี้

- ภาคเหนือ จำนวน 74 ตัวอย่าง
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 144 ตัวอย่าง
- ภาคกลาง จำนวน 138 ตัวอย่าง
- ภาคใต้ จำนวน 44 ตัวอย่าง

2.2 การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือเพื่อทำการวิจัย ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาลดทอนให้กลายเป็นตัวแปร และทำการนิยามเชิงปฏิบัติการ ข้อมูลในแต่ละตัวแปร เพื่อนำไปสู่การกำหนดข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งในแต่ละตัวแปรผู้วิจัยได้นิยามเชิงปฏิบัติการดังนี้



- เพศ หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายและเพศหญิง
- อายุ หมายถึง ช่วงเวลานับตั้งแต่เกิดจนถึงปัจจุบัน
- อาชีพ หมายถึง การทำงานซึ่งมีผลตอบแทนออกมาในรูปของรายได้ เพื่อบุคคลนำไปดำรงชีพทั้งของตนเองและครอบครัว ประกอบด้วย นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัท ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ธุรกิจส่วนตัว และอื่น ๆ
- สถานภาพสมรส หมายถึง ความผูกพันระหว่างชายกับหญิงในการเป็นสามีภรรยา ซึ่งแบ่งเป็น โสด สมรส/อยู่ด้วยกัน และม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
- ระดับการศึกษาสูงสุด หมายถึง การเรียนในระดับสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี
- รายได้ต่อเดือน หมายถึง เงินหรือผลประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับในแต่ละเดือน

ส่วนที่ 2 ประเด็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ผู้วิจัยได้ให้ความหมายภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพรวมทั้งหมดของวัดที่พุทธศาสนิกชนทั่วไปรับรู้ สัมผัสจากประสบการณ์ตรงและทางอ้อม และมีความรู้สึกประทับใจต่อสิ่งที่พบเห็นดังกล่าว ทั้งความรู้สึที่มีต่อศาสนบุคคล และศาสนวัตถุภายในวัด ตลอดจนแนวทางในการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านศาสนบุคคลและศาสนสถาน

- ด้านศาสนบุคคล หมายถึง สิ่งที่ประชาชนทั่วไปรับรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมและการปฏิบัติตนของพระสงฆ์ที่อาศัยและปฏิบัติศาสนกิจอยู่ภายในวัด เช่น การศึกษา การปฏิบัติตน และการเผยแผ่ธรรมะ

- ด้านศาสนวัตถุ หมายถึง การรับรู้และความประทับใจของประชาชนทั่วไปต่อสิ่งปลูกสร้างที่อยู่ภายในวัด เช่น โบสถ์ วิหาร ศาลาการเปรียญ กุฏิที่พักอาศัย และรูปเคารพต่าง ๆ เป็นต้น ตลอดจนสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ภายในวัด

ส่วนที่ 3 ประเด็นเกี่ยวกับความจงรักภักดี ผู้วิจัยได้ให้ความหมายความจงรักภักดี หมายถึง การสนับสนุนส่งเสริม ความเลื่อมใส ความเคารพนับถือในพระพุทธศาสนา

ในข้อคำถามส่วนที่ 2 และ 3 ดังกล่าว มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Likert Scale Questions) ใน 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้น้ำหนักคะแนนดังนี้



ระดับความสำคัญมากที่สุด	5	คะแนน
ระดับความสำคัญมาก	4	คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	3	คะแนน
ระดับความสำคัญน้อย	2	คะแนน
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	1	คะแนน

ในส่วนของการทดสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบเครื่องมือ จำนวน 5 ท่าน และนำเครื่องมือมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง ทั้งความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง แล้วนำเครื่องมือแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดสอบเครื่องมือกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน จากนั้นนำข้อมูลมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha Coefficient วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามสูตรของครอนบาค (Cronbach)

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติต่าง ๆ ในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้ 1) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จัดทำตารางแจกแจงความถี่เป็นผลค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2) การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างโดยตรวจสอบผลกระทบของลักษณะส่วนบุคคล (Demographic) โดยใช้สถิติ CHAID (Chi-square Automatic Interaction Detector) และ 3) การทดสอบตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดี โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยอย่างง่าย Simple Regression Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงของตัวแปรต้นเพียง 1 ตัวแปรกับตัวแปรตาม

ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างพุทธศาสนิกชาวไทย จำนวน 400 คน มีรายละเอียดของผลการวิจัยดังนี้



1. ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนาโดยภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.56 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.589 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีรายละเอียดดังนี้

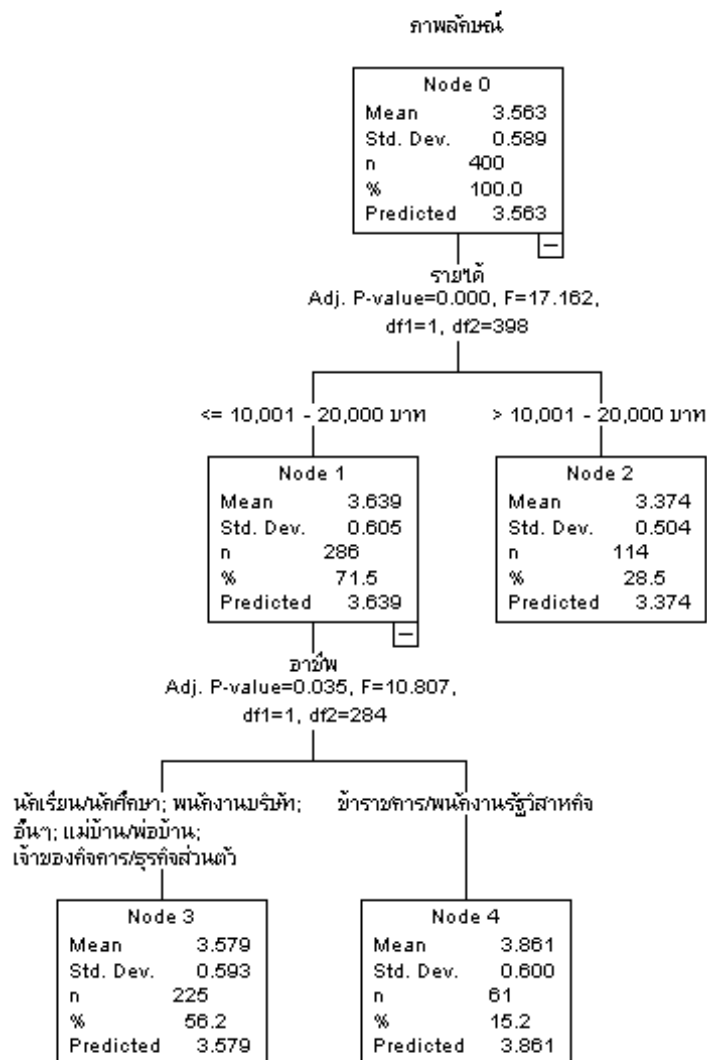
1.1 ด้านศาสนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อศาสนบุคคลหรือพระสงฆ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.44 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.684 ทั้งนี้ เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน ส่วนใหญ่คิดว่าพระสงฆ์มีความประพฤติปฏิบัติเป็นที่เคารพนับถือ รองลงมาพระสงฆ์ได้มีการจัดกิจกรรมการเผยแผ่ธรรมะที่น่าสนใจและมีประโยชน์ และพระสงฆ์เป็นผู้ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบตามพระธรรมวินัย ตามลำดับ

1.2 ด้านศาสนวัตถุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อศาสนวัตถุ หรือสิ่งปลูกสร้างภายในวัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.69 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.618 ทั้งนี้ เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน ส่วนใหญ่คิดว่าภายในวัดมีความร่มรื่นเป็นธรรมชาติ รองลงมามีความคิดเห็นว่ภายในวัดมีสิ่งปลูกสร้างที่สวยงาม และภายในวัดมีอุโบสถ วิหาร การเปรียญเพื่อประกอบศาสนากิจที่เหมาะสม ตามลำดับ

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนา ดังแสดงในภาพที่ 1 พบว่า ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันและมีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนาต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ รายได้ (ค่า p-value เท่ากับ 0.000) และอาชีพ (ค่า p-value เท่ากับ 0.035) โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,001-20,000 บาท (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.639 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.605) และประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.861 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.600)



ภาพที่ 1 แสดงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนาต่างกัน



2. ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนามีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของพุทธศาสนิกชนชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ตัวแปรอิสระ 1 ตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้ อย่างมีนัยสำคัญทาง



สถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีอำนาจในการทำนายหรือพยากรณ์ตัวแปรตาม ได้ 38.3% ($R^2 = 0.383$) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (Beta) เท่ากับ 0.619

3. ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะให้มีการส่งเสริมภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนา ทั้งในส่วนของศาสนบุคคล และศาสนสถานในหลากหลายรูปแบบ อาทิ ด้านศาสนบุคคล ควรจัดให้มีธรรมะเคลื่อนที่เพื่อบรรยายหลักธรรมคำสอนในพระพุทธศาสนาทั้งในหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และองค์กรภาคประชาชนเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนจัดทำสื่อเผยแพร่ธรรมะในช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น ส่วนในด้านศาสนสถาน ควรมีการบูรณาการความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชนในการบูรณปฏิสังขรณ์ศาสนสถานภายในวัดต่าง ๆ เพื่อให้มีความคงทนถาวร มีความสวยงาม และดำรงอยู่คู่สังคมไทย

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น สามารถนำประเด็นที่สำคัญและน่าสนใจมาอภิปรายผลร่วมกับแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ของพุทธศาสนาในมุมมองของพุทธศาสนิกชนชาวไทย

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ต่อพุทธศาสนาในมุมมองของพุทธศาสนิกชนในครั้งนี้ ได้สะท้อนให้เห็นว่าความคิดเห็นต่อศาสนบุคคลหรือพระสงฆ์ และศาสนสถานของประชาชนทั่วประเทศอยู่ในระดับสูง ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากพระสงฆ์ส่วนใหญ่ยังคงมีความประพฤติปฏิบัติที่เหมาะสม เป็นไปตามหลักพระธรรมวินัย พระสงฆ์ทำหน้าที่เผยแผ่ธรรมะให้ประชาชนได้เข้าถึงหลักคำสอนของพระพุทธศาสนา และมีศาสนสถานที่เหมาะสมในการประกอบกิจกรรมทางศาสนา จนทำให้พุทธศาสนิกชนส่วนใหญ่เกิดความศรัทธา เลื่อมใสมีศรัทธาคลาญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระราชปัญญารังษี (พระราชปัญญารังษี, 2553) เรื่อง บทบาทที่คาดหวังและที่เป็นจริงของพระสงฆ์ไทยที่พบว่า ความยึดมั่นในศาสนาของพุทธศาสนิกชนขึ้นอยู่กับความพึงพอใจต่อการปฏิบัติตนของพระสงฆ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับในส่วนของการศึกษาองค์ประกอบด้านประชากรกับภาพลักษณ์ของพุทธศาสนาในมุมมองของประชาชน เมื่อทำการอภิปรายภายใต้มุมมองของแนวคิดการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ได้สะท้อนให้เห็นว่ากระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) อัน



เป็นกระบวนการหนึ่งที่สำคัญในการก่อร่างสร้างภาพลักษณ์ให้กับมนุษย์ โดยเฉพาะการขัดเกลาผ่านสถาบันที่เป็นทางการต่าง ๆ เช่น การอบรมสั่งสอนภายในครอบครัว การเรียนการสอนเกี่ยวกับศาสนาในสถาบันการศึกษา และการอบรมหลักธรรมาภิบาลในการทำงานของหน่วยงานราชการ (Elkin, Frederick , 1989) ตลอดจนการปฏิสัมพันธ์ของผู้คนในหน่วยงานต่าง ๆ ล้วนเป็นส่วนสำคัญในการก่อรูปให้เกิดภาพลักษณ์ของตนเองเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นมา และทำให้บุคคลรู้จักตนเองมากยิ่งขึ้น เมื่อเป็นเช่นนี้ ภาพลักษณ์ของบุคคลจึงไม่ใช่สิ่งที่เกิดได้เองตามธรรมชาติ และไม่ได้ถูกบ่มเพาะให้เกิดขึ้นภายในสถาบันใดสถาบันหนึ่งเท่านั้น หากแต่สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกปริมณฑลของการดำเนินชีวิตของมนุษย์

โดยเฉพาะในพื้นที่ของการประกอบอาชีพ ซึ่งประชาชนได้ใช้ชีวิตในการทำงานเป็นช่วงเวลาที่ติดต่อกันอย่างยาวนาน ตั้งแต่ช่วงอายุ 15-59 ปี (กระทรวงสาธารณสุข, 2557) เมื่อเป็นเช่นนี้ กฎและระเบียบ แนวทางการปฏิบัติ และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในที่ทำงาน จึงเป็นสิ่งสำคัญในการขัดเกลาบุคคลให้มีความคิด ความรู้สึก และภาพลักษณ์หรือมุมมองต่อโลกไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งโดยง่าย โดยเฉพาะกลุ่มบุคคลที่ต้องทำงานในระบบ เช่น ระบบราชการ และรัฐวิสาหกิจ ที่อยู่ในระดับปฏิบัติการ ที่มีเงินเดือนน้อย ซึ่งมีหน้าที่หลักในการปฏิบัติงานให้ความช่วยเหลือ ให้บริการ และมีการปฏิสัมพันธ์กับประชาชนผู้มารับบริการอย่างต่อเนื่อง จนทำให้บุคคลเหล่านี้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ในแง่นี้ จากประสบการณ์การทำงานของเจ้าหน้าที่ของรัฐ และรัฐวิสาหกิจเหล่านี้ ได้ทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดการซึมซับความคิดเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือ การดูแลผู้อื่น เข้าสู่ความคิด ความรู้สึก และตกลึกแห่งความคิด จนทำให้กลายเป็นบุคคลที่มีมุมมองเชิงบวกต่อสรรพสิ่งภายในสังคม ตลอดจนมีภาพลักษณ์ในเชิงบวกต่อพระพุทธศาสนา ซึ่งแตกต่างไปจากประชาชนที่มีอาชีพและมีรายได้ที่ต่างออกไป หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า กระบวนการขัดเกลาทางสังคมโดยเฉพาะในกลุ่มข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจในระดับปฏิบัติการ จะส่งผลต่อมุมมองภาพลักษณ์ต่อพระพุทธศาสนา

นอกจากนี้ ผลการศึกษาชิ้นนี้ได้ตอกย้ำให้เห็นว่า มุมมองของพุทธศาสนิกชนที่มีต่อพระพุทธศาสนา มีการเปลี่ยนแปลงไป โดยเงื่อนไขหนึ่งที่มีความสำคัญคือการประกอบอาชีพ และเงินตรา ซึ่งคนส่วนใหญ่มีความมุ่งมั่น และใช้เวลาส่วนใหญ่ในการทำมาหากิน เพื่อให้มีรายได้



และมีตำแหน่งหน้าที่การงานสูง จนเกิดการ ละทิ้งและไม่มีเวลาในการเข้าร่วมประกอบพิธีกรรมตามวิถีทางของพุทธศาสนิกชนชาวไทย

2. ภาพลักษณ์ของพุทธศาสนามีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของพุทธศาสนิกชนชาวไทย

จากผลการศึกษาได้สะท้อนให้เห็นว่าภาพลักษณ์ของพุทธศาสนามีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของพุทธศาสนิกชน ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากภาพลักษณ์ของศาสนบุคคลและศาสนสถานที่ปรากฏในสายตาของพุทธศาสนิกชนเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก เช่น พระสงฆ์มีการปฏิบัติตามหลักพระธรรมวินัยอย่างเคร่งครัด มีความรู้ความสามารถในการเผยแผ่หลักธรรมคำสอน และเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจให้แก่พุทธศาสนิกชน เป็นต้น จากวิถีการปฏิบัติเช่นนี้ จึงทำให้พุทธศาสนิกชนที่รับรู้ สัมผัสภาพลักษณ์สิ่งเหล่านี้ ย่อมเกิดความคิด ความรู้สึกที่ดีต่อพุทธศาสนา จนก่อเกิดเป็นความศรัทธาและเลื่อมใสเลื่อมคลาญ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวจึงมีความสอดคล้องกับงานของจันทิมา พูลทรัพย์ (จันทิมา พูลทรัพย์ , 2558) ที่ทำการศึกษาศึกษาปัจจัยการตัดสินใจในการทำบุญของพุทธศาสนิกชน วัดจำปา เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ที่พบว่าพุทธศาสนิกชนส่วนใหญ่มีความศรัทธาในพระพุทธรูปในพระพุทธรูปในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากหลักคำสอนของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าเป็นสิ่งที่นำไปปฏิบัติได้จริง เป็นสิริมงคล และส่งเสริมให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองในชีวิต

3. แนวทางการส่งเสริมพระพุทธรูป

จากผลการศึกษาได้สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า วัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของศาสนบุคคลและศาสนสถานที่ให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งผู้วิจัยมองว่า หากหลายหน่วยงานร่วมมือกันดำเนินกิจกรรมดังกล่าวทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ ย่อมก่อให้เกิดผลดีต่อพุทธศาสนิกชนที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ง่ายและมีความศรัทธาต่อพุทธศาสนาอย่างมั่นคง ขณะเดียวกันยังช่วยธำรงพุทธศาสนาให้ดำรงอยู่คู่สังคมไทยสืบไป



ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และประเด็นสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า พุทธศาสนิกชนมีความคิดเห็นที่ดีต่อภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนาในระดับมาก ทั้งในส่วนของศาสนบุคคลหรือพระสงฆ์ และศาสนสถานหรือสิ่งปลูกสร้างภายในวัด ดังนั้น เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของศาสนบุคคลให้ดียิ่งขึ้น พระสงฆ์ควรมีแนวทางการเผยแผ่ศาสนาในเชิงรุก ผ่านการลงพื้นที่ชุมชน เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน ตลอดจนแสดงบทบาทของพระสงฆ์ในมิติอื่น ๆ เช่น เป็นนักพัฒนาสังคมร่วมกับคนในชุมชน ทั้งนี้เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับหลักคำสอนของพุทธศาสนา และส่งเสริมให้พุทธศาสนามีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของประชาชนเพิ่มมากขึ้น สำหรับในด้านศาสนสถาน ควรมีการบูรณาการความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชนในการบูรณปฏิสังขรณ์ศาสนสถานภายในวัดต่าง ๆ เพื่อให้มีความคงทนถาวร มีความสวยงาม และให้ดำรงอยู่คู่สังคมไทย

1.2 ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนามีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีของพุทธศาสนิกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรบูรณาการความร่วมมือในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนาผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การจัดกิจกรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนา

1.3 ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า ควรมีการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านศาสนบุคคล ผ่านการจัดให้มีธรรมะเคลื่อนที่เพื่อบรรยายหลักธรรมคำสอนในพระพุทธศาสนาทั้งในหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และองค์กรภาคประชาชนเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนจัดทำสื่อเผยแพร่ธรรมะในช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น ส่วนในด้านศาสนสถาน ควรมีการบูรณาการความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชนในการบูรณปฏิสังขรณ์ศาสนสถานภายในวัดต่าง ๆ ดังนั้น พระสงฆ์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านพระพุทธศาสนาควรร่วมมือกันจัดกิจกรรมธรรมะเคลื่อนที่เพื่อบรรยายหลักธรรมคำสอนภายในหน่วยงานต่าง ๆ และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ธรรมะในหลากหลายช่องทางมากขึ้น



2. ประเด็นสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการวิจัยในเชิงคุณภาพ ในประเด็นภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนาในมุมมองของประชาชน โดยเน้นที่กลุ่มประชาชนที่ประกอบอาชีพรับราชการ รัฐวิสาหกิจ ทั้งนี้เพื่อสะท้อนข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับมุมมอง การให้ความหมาย และวิถีปฏิบัติตามหลักธรรมคำสอนของพุทธศาสนาของบุคคลกลุ่มดังกล่าว

เอกสารอ้างอิง

- กรมการศาสนา. (2525). ประวัติพระพุทธศาสนาแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี ภาค 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กรมการศาสนา.
- กรองกาญจน์ ทองสุข. (2554). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของบุคลากรในวิทยาลัยการอาชีพร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด. กรุงเทพมหานคร: การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2557). คู่มือการจัดบริการสุขภาพ “กลุ่มวัยทำงาน” แบบบูรณาการ 2558. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- จันทิมา พูลทรัพย์ . (2558). ปัจจัยการตัดสินใจในการทำบุญของพุทธศาสนิกชน วัดจำปา เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร . กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต .
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2554). ปาฐกถา 60 ปี เศรษฐศาสตร์ ธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: โอเพ่นบุ๊กส์.
- ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล และคณะ. (2545). การออกแบบการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พระไพศาล วิสาโล. (2542). พระธรรมปิฎกกับอนาคตของพระพุทธศาสนา. กรุงเทพมหานคร: กองทุนพัฒนาธรรม.
- พระราชปัญญารังษี. (2553). บทบาทที่คาดหวังและที่เป็นจริงของพระสงฆ์ไทย. วารสารเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการและงานวิจัยปีที่ 17.
- รัชนี้ วงศ์สมุทร. (2547). หลักการประชาสัมพันธ์. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เสถียร โพธิ์นันทะ. (2513). ประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนา.



อนันต์ วิริยะพินิจ. (2529). บทบาทของพระสงฆ์กับการพัฒนาชุมชน. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Elkin, Frederick . (1989). The Child and Society. New York : McGraw-Hill Inc.

Robinson and Barlow. (1959). Image public relations. Public Relations Journal, 15, 10-13.