

การศึกษาเรื่อง "การตลาดและผลต่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนา" นี้ มีความมุ่งหมายที่จะศึกษาการจัดกิจกรรมทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่นำมาใช้ในวัด และผลต่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนา รวมถึงความจำเป็นและวัตถุประสงค์ของการทำการตลาดของวัดต่างๆ ด้วย

การศึกษานี้ ใช้วิธีการศึกษาจากเอกสาร และการวิจัยภาคสนาม โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน ๕ วัด ซึ่งมีการทำการตลาดที่แตกต่างกัน ด้วยวิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ โดยมุ่งเน้นการศึกษากิจกรรมต่างๆ ที่ทางวัดจัดขึ้น

ผลการศึกษาพบว่า แต่ละวัดมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่คล้ายคลึงกัน ขึ้นอยู่กับว่าทางวัดจะเน้นกิจกรรมในส่วนใด และวัดต่างๆ มักจะเน้นการจัดกิจกรรมทางด้านการตลาด และจัดตามประเพณีนิยม มากกว่ากิจกรรมในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาซึ่งควรเป็นกิจกรรมหลัก โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือการหารายได้เข้าวัด เพราะความจำเป็นในการรับภาระค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าบูรณะซ่อมแซมถาวรวัตถุภายในวัด

ตามหลักพระธรรมวินัยแล้ว การจัดกิจกรรมต่างๆ โดยมิได้มุ่งเน้นที่การเผยแผ่พระพุทธศาสนานั้น ย่อมเป็นการไม่เหมาะสม เพราะการบวชในพระพุทธศาสนา เป็นการสละทุกสิ่งเพื่อแสวงหาทางหลุดพ้น กิจกรรมหลักของพระสงฆ์จึงเป็นการศึกษาพระธรรมวินัย และการปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานแต่กิจกรรมที่มุ่งเน้นการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ย่อมเป็นประโยชน์ต่อพุทธศาสนิกชนจำนวนมาก วัดก็ย่อมได้รับ "เงินทำบุญ" จากผู้มีจิตศรัทธาเหล่านั้นด้วย

การเผยแผ่พระพุทธศาสนาจะมีประสิทธิภาพมากขึ้น ถ้าพระสงฆ์เป็นผู้รักษาพระวินัยอย่างเคร่งครัด มีความรู้ความเข้าใจในพระพุทธศาสนาอย่างดี เพราะผู้ที่พบเห็นย่อมเกิดศรัทธาได้ง่าย ไม่จำเป็นต้องทำการตลาดใดๆ เพราะพุทธศาสนิกชนย่อมให้ความอุปถัมภ์พระสงฆ์ด้วยความศรัทธา

The thesis 'MARKETING AND ITS EFFECTS ON THE PROPAGATION OF BUDDHISM' aims to examine temple activities and their effect on the spread of Buddhism including the need and purpose of these activities. This examination is done through documentary evidence and practical fieldwork by non-participating observations and informal interviews concerning commercial activities organised by five representative temples. The result of the examination is that each temple organise similar activities varying only in emphasis. They concentrate on marketing and cultural rather than proselytising activities which should have been their main purpose. The principal reason for the commercial activities of the temples is to raise funds. Temples are now responsible for their outgoings such as, utilities and repairs, hence the focus on worldly activities for financial reward. However, according to the Dhamma-Vinaya, activities that do not aim for the promulgation of the religion are not appropriate because entry into the monastic order means 'going forth' (from home to the homeless life) in order to achieve the 'unbinding'. The goal of the Sangha should therefore be the study and practice of the Dhamma-Vinaya for the benefit of oneself and of others. The spread of Buddhism would be more effective if the Sangha would strictly adhere to the Vinaya, deeply imbibe in the doctrine and rigorously follow the practice. Marketing efforts would be unnecessary because followers would have confidence and readily support these Sangha members.