



ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำบุญแก้ปีชงวัดจีนนิกายของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย*

CAUSAL FACTORS THAT INFLUENCE DECIDED TO MAKE MERIT, FIX THE YEAR, BREW CHINESE TEMPLES, SECTS OF THE GROUP GENERATION Y

เศรษฐพงษ์ จงสงวน, สโรชนี ศิริวัฒนา และ อนันต์ รัศมี

Sresthapongs Chongsanguan, Srochinee siriwattana and Ananta Rusmee

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Graduate School, Suan Sunandha Rajabhat University

Email: s63584917016@ssru.ac.th and srochinee.si.@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

ตั้งแต่โบราณระบบโหราศาสตร์จีนที่มีความเชื่อเรื่องนักษัตรประจำปีโดยใช้สัญลักษณ์รูปสัตว์ 12 ตัว เรียกว่า “ปีนักษัตร” ปีนักษัตรมีทั้งสมพงศ์กันและขัดแย้งกัน ทุกคนจะมีสัตว์ประจำปีเกิดของตน เรียกปีที่ขัดแย้งกับปีเกิดของตน และส่งผลไม่ดีนั้นว่า “ปีชง” อันมาจากคำว่า “ชง” ที่หมายถึง ปฏิปักษ์ต่อกัน เป็นพลังบางอย่างที่มองไม่เห็นกระแทกใส่ดวงชะตาส่งผลให้เกณฑ์ดวงชะตาตกต่ำในทุกด้าน ชาวจีนจึงเชื่อว่า ผู้ที่เผชิญกับเรื่อง ปีชงจะมีสิ่งร้าย ๆ เข้ามาในชีวิต และต้องทำพิธีกรรมเพื่อแก้ปีชง การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาาระดับของปัจจัยหลัก ปัจจัยตั้ง ภาพลักษณ์ของวัด ความพึงพอใจของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย และการตัดสินใจทำบุญแก้ปีชงของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย 2) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำบุญแก้ปีชงของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย 3) เสนอแนวทางการส่งเสริมให้กลุ่มเจนเอเรชั่นวายตัดสินใจทำบุญแก้ปีชง โดยใช้แนวทางการวิจัยแบบผสม การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ พุทธศาสนิกชนที่มาทำบุญแก้ปีชงที่วัดจีนนิกายที่มีกิจกรรมแก้ปีชง 4 วัด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ วัดมังกรกมลาวาส วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ วัดโพธิ์แมนคุณาราม และวัดทิพย์วารีวิหาร จำนวน 300 ราย เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา และแบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับของปัจจัยหลัก ปัจจัยตั้ง ภาพลักษณ์ของวัด ความพึงพอใจของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย และการตัดสินใจทำบุญแก้ปีชงของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย อยู่ในระดับมาก
2. การตัดสินใจทำบุญแก้ปีชงของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ได้รับอิทธิพลทางตรงจากภาพลักษณ์ของวัด มากที่สุด รองลงมาคือ ความพึงพอใจของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ปัจจัยหลัก และปัจจัยตั้ง ตามลำดับ
3. แนวทางการส่งเสริมให้กลุ่มเจนเอเรชั่นวายตัดสินใจทำบุญแก้ปีชง คือควรส่งเสริมภาพลักษณ์ของวัดจีนนิกาย โดยสร้างความรู้ความเข้าใจ การจดจำ ความเชื่อ ความคิด และการตระหนักถึงคุณสมบัติต่าง ๆ ของวัดจีนนิกายที่กลุ่มเจนเอเรชั่นวายสามารถจดจำและระลึกถึงได้เมื่อก้าวถึงวัดจีนนิกายนั้น สร้างบุคลากรของวัด ทั้งบรรพชิต และคฤหัสถ์ ให้อยู่ในการประพฤติปฏิบัติที่ดีงามอบรมให้บุคลากรของวัดมีความรู้ทัศนคติ ที่ดีในการบริการเพื่อให้ตอบสนองความพึงพอใจในบริการของพุทธศาสนิกชนทุกกลุ่ม ดูแลบำรุงรักษาอาคารสถานที่ บรรยากาศ สิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรม ให้อยู่ในสภาพเหมาะสมกับการใช้งาน และรวมทั้งดูแลภูมิทัศน์ของวัดจีนนิกายให้คงเอกลักษณ์ เหมาะสมกับการรองรับพุทธศาสนิกชน พร้อมทั้งการจัด

* Received June 18, 2023; Revised September 9, 2023; Accepted September 14, 2023



กิจกรรมภายในวัด การทำบุญแก้ปีชง ตลอดจนกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยนี้ วัดจีนนิกายสามารถใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำแผนพัฒนา ภาพลักษณ์ของวัด ทั้งด้านกายภาพ การสร้างกิจกรรมในการเผยแผ่ความรู้ทางพระพุทธศาสนาและประเพณีวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกัน การวางแผนส่งเสริมคุณภาพของบุคลากรของวัด ทั้งฝ่ายบรรพชิตและคฤหัสถ์ ยังเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์สำหรับผู้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคด้านความเชื่อของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย

คำสำคัญ: ทำบุญแก้ปีชง; ตัดสินใจทำบุญ; เจนเอเรชั่นวาย

ABSTRACT

Since the ancient Chinese astrology system, there is a belief in the annual zodiac using 12 animal symbols called the "zodiac year". Everyone will have an animal for their year of birth. Name the year that conflicts with the year of one's birth. And that bad result is called "Year of Chong" which comes from the word "Chong" which means antagonism to each other. It was some unseen power that slammed into fate, resulting in deterioration of the fate criteria in every aspect. Chinese people believe that those who face the matter There will be bad things coming into your life. and must perform rituals to correct the year of fertility. Satisfaction of the Generation Y group and the decision to make merit to solve the brewing year of the Generation Y group 2) Study the causal factors influencing the decision to make merit and fix bad year of Generation Y 3) Propose a guideline to encourage Generation Y to make merit making decision to fix bad year using a mixed research approach Quantitative research. The sample group was Buddhists who come to make merit in the Chinese temple with activities to solve the brewing year 4 temples in Bangkok and its vicinity: Wat Mangkon Kamalawat Wat Boromracha Kanchana Phisek Anusorn Wat Pho Man Khunaram and Thipayawaree Viharn Temple, totaling 300 cases. The instrument used was a questionnaire. Data were analyzed by descriptive statistics. and structural equation modeling qualitative research The key informant was a senior monk of the Chinese Sangha Sect. Representative of the National Office of Buddhism and representatives of Buddhists, totaling 20 cases, selected by specific method and analyze the data with content analysis

The results showed that

1. Level of push factor, pull factor, image of the temple Satisfaction of the Generation Y group and the decision to make merit to solve the brewing year of the Generation Y group at a high level.
2. Decision to make merit to fix the year of the Generation Y group It was directly influenced by the image of the temple the most, followed by the satisfaction of the Generation Y group, the push factor, and the pull factor, respectively.
3. Guidelines for promoting The Generation Y group decided to make merit in order to correct Pi Chong, meaning that it should promote the image of the Chinese temple



sect. By creating knowledge, understanding, remembering, beliefs, thoughts, and awareness of the various qualities of the Chinese temple sect that the Generation Y group can remember and remember when talking about that Chinese temple sect. Build the temple's personnel, both ordained and layman, to be in good conduct. Train the temple's personnel to have knowledge and attitudes. good in service in order to satisfy the service satisfaction of all groups of Buddhists Take care of the maintenance of the building, place, atmosphere, construction, architecture in a condition suitable for use. and as well as taking care of the landscape of the Chinese temple to maintain its identity suitable for supporting Buddhists along with activities within the temple making merit to solve the year as well as other related activities the results of this research Chinese temple sects can be used as information for developing plans. image of the temple both physical creation of activities to propagate Buddhist knowledge and related cultural traditions planning to promote the quality of the temple's personnel, both for the monks and the layman It is also useful information for those who study consumer behavior in terms of the beliefs of Generation Y group

Keywords; Make merit to celebrate the bad year; Decided to make merit; Generation Y

บทนำ

ความเชื่อเป็นสิ่งที่ยึดโยงจนกลายเป็นรากฐานของวิถีไทยมาช้านาน จากความเป็นสังคมพุทธวัฒนธรรมที่รับเอาแนวคิด วิถีปฏิบัติ และความเชื่อต่าง ๆ ที่กลืนกลายจนเป็นวัฒนธรรมความเชื่อแบบไทยสืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน โดยแบบแผนความเชื่อต่าง ๆ นั้น ล้วนถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยผลการศึกษาของบริษัท Lucky Heng Heng ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมของคนไทยเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องโชครางพบว่า คนไทยกว่า ร้อยละ 75 หรือประมาณ 52.5 ล้านคน เชื่อในเรื่องการดูดวง และทำบุญ โดยกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y) เชื่อเรื่องดูดวงเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 43.4 ของกลุ่มผู้ที่เชื่อเรื่องโชครางทั้งหมด รองลงมาคือ Gen Z และ Gen X ตามลำดับ ขณะที่ Baby Boomer มีความเชื่อเรื่องการดูดวงน้อยที่สุด นั่นอาจสะท้อนให้เห็นว่าความเชื่อเป็นสิ่งที่สืบทอดอยู่อย่างเหนียวแน่น โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Y ซึ่งถือเป็นกลุ่มคนที่เป็นกำลังหลักของชาติในปัจจุบันที่ยังต้องการสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจภายใต้สถานการณ์รอบตัวที่ผันผวน

ความเชื่อจากวัฒนธรรมจีน ที่สามารถสืบค้นไปได้ถึงก่อนสมัยอยุธยา การอพยพของชาวจีนโพ้นทะเลได้นำพาวิถีแบบจีน ทั้งการดำรงชีวิต อาหารการกิน การแต่งกาย สิ่งของเครื่องใช้ ภาษา วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และศาสนาของชาวจีนมาเผยแพร่ในประเทศไทย ซึ่งในช่วงแรกศาสนาพุทธนิกายมหายาน และศาสนาเต๋าจากจีนนั้นยังคงมีความแตกต่างจากศาสนาพุทธนิกายหินยานอันเป็นศาสนาพุทธนิกายหลักของชาวไทยอยู่ไม่น้อย แต่เมื่อระยะเวลาผ่านไป ศาสนาพุทธนิกายมหายานก็ได้หลอมรวมเข้ากับสังคมไทย ดังจะเห็นได้จากการที่ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระราชทานพระบรมราชานุญาตให้สร้างวัดมหายาน คือ วัดเล่งเน่ยยี่ จากนั้นพระราชทานชื่อวัดว่า วัดมังกรกมลาวาส เพื่อให้ชาวจีนประกอบศาสนกิจ จะได้มีการไหว้เทพเจ้าเพื่อขอพรให้เป็นสิริมงคลและให้แคล้วคลาดจากภัยอันตรายทั้งปวง

ระบบโหราศาสตร์จีนที่มีความเชื่อว่าทุกอย่างในโลกล้วนอยู่กันเป็นคู่ (Dualism) มีหยิน-หยางเป็นตัวแทนกฎแห่งจักรวาลที่มีพลังต่างขั้วที่สร้างแรงดึงดูดเข้าหากัน ในทางดาราศาสตร์จีนได้แบ่งวงรอบท้องฟ้าออกเป็น 12 ส่วนเท่า ๆ กัน หากแต่แทนสัญลักษณ์ของราศีบนฟากฟ้าเป็นรูปสัตว์ 12 ตัว และใช้นับ



แทนความหมายรูปสัตว์ 1 ตัวต่อ 1 ปี หรือที่เราเรียกว่า “ปีนักษัตร” และยังมีความเชื่อว่า หนึ่งชั่วอายุของมนุษย์ยืนยาวประมาณ 1 รอบ เท่ากับ 60 ปี

ด้วยเหตุนี้ ชาวจีนจึงมีเทพคุ้มครองปีนักษัตรคือ “เทพไท่ส่วย” (God of age) หรือเทพผู้คุ้มครองดวงชะตาของมนุษย์ถึง 60 องค์ แต่ในเมืองไทยมักจะไม่นับหรือเคยเห็นว่าในวัดหรือศาลเจ้าใดที่มีรูปเคารพของเทพไท่ส่วยมากหรือครบจำนวน ส่วนใหญ่จะเป็นรูปเคารพแบบองค์รวมในรูปเคารพเดียว ในทำนองเดียวกับความเชื่ออื่น ๆ ของชาวจีน เมื่อมีปีที่ดี ก็ย่อมมีปีที่ไม่ดีด้วยเช่นกัน ตั้งแต่โบราณชาวจีนเรียกปีที่ไม่ดีนั้นว่า “ปีชง” อันมาจากคำว่า “ชง” ที่หมายถึง ปฏิปักษ์ต่อกัน เป็นพลังบางอย่างที่มองไม่เห็นกระแทกใส่ดวงชะตาส่งผลให้เกณฑ์ดวงชะตาดกต่ำในทุกด้าน ชาวจีนจึงเชื่อว่า ผู้ที่เผชิญกับเรื่อง ปีชงจะมีสิ่งร้าย ๆ เข้ามาในชีวิต นอกจากนี้ความเชื่อเรื่องปีชงยังมีความสัมพันธ์กับความเชื่ออื่น อาทิ กานจื้อ ความเชื่อเรื่องปีนักษัตร ความเชื่อเรื่องห้าธาตุ ความเชื่อไท่ส่วย และลัทธิเต๋า อันเป็นความเชื่อของชาวจีนแต่โบราณที่มีความซับซ้อนเป็นอย่างมาก ในขณะเดียวกัน ปีชงยังกระทบกับความกลัวของผู้คน ที่เชื่อว่า ตนเองนั้นจะมีเคราะห์ภัยที่เป็นไปตามกฎแห่งธรรมชาติ แม้จะหลีกเลี่ยงไม่ได้แต่ย่อมหาทางแก้ไขจึงเป็นที่มาของธรรมเนียมของพิธีกรรมไหว้เทพเจ้า “ไท่ส่วย” เพื่อร้องขอให้ท่านช่วยบรรเทาเคราะห์กรรมผ่อนหนักให้เป็นเบา หรือเป็นการแก้ขงแก้ไขดวงชะตาเสริมบารมีพลังชีวิต โดยมีพิธีกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยแก้ขง ทั้งการเซ่นไหว้ การปิดกระดาดที่ร่างกาย และฝากดวงเพื่อให้พระสงฆ์จีนช่วยสวดมนต์ทำพิธีแก้ขงนั้นเพื่อช่วยลบล้าง “กรรมเก่า” ซึ่งเมื่อพิจารณาอย่างถ่วงถือนั้นอาจเป็นกุศโลบายของคนโบราณที่ต้องการให้ผู้คนสักการะเทพเจ้าเพื่อเป็นการเตือนตนให้หมั่นทำความดี หรือการบริจาคทานเพื่อลดความตระหนี่ และช่วยเหลือผู้อื่น อันสอดคล้องกับความเชื่อของชาวพุทธที่ว่า การสร้างกรรมใหม่ด้วยกรรมดี สิ่งเหล่านี้ย่อมส่งผลให้ผู้ที่ทำให้เกิดความรู้สึกสบายใจ มีขวัญและกำลังใจที่จะเผชิญกับเรื่องราว ๆ ต่าง ๆ รอบ ๆ ตัวต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยหลัก ปัจจัยตั้ง ภาพลักษณ์ของวัด ความพึงพอใจของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย และการตัดสินใจทำบุญแก้ปีชงของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำบุญแก้ปีชงของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย
3. เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมให้กลุ่มเจนเอเรชั่นวายตัดสินใจทำบุญแก้ปีชง

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ประชากรในการศึกษานี้คือพุทธศาสนิกชนที่มาทำบุญแก้ปีชงที่วัดจันทนิยา ได้แก่ วัดมังกรกมลาวาส (เล่งเน่ยยี่) วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) วัดทิพยวารีวิหาร (วัดกัมโล่วยี่) และวัดโพธิ์แมนคุณาราม (วัดโพธิ์มิ่งปออิงยี่) ที่มีอายุระหว่าง 21 - 37 ปี ขนาดตัวอย่าง 300 คน เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามด้วยการแจกแบบสอบถามตามวัดจันทนิยา และทางออนไลน์ และใช้สถิติพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล



ผลการวิจัย

ตาราง 1 การตัดสินใจทำบุญแก้ปีชงของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปล ผล
การสื่อสารแบบปากต่อ	4.49	0.61	มาก
1. ตั้งใจที่จะแนะนำวัดจีนนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้แก่บุคคลอื่น	4.47	0.76	มาก
2. จะสนับสนุนให้เพื่อน หรือคนรู้จักมาทำบุญแก้ ปีชงที่วัดจีนนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้เสมอ	4.52	0.69	มากที่สุด
3. มักกล่าวถึง วัดจีนนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้ อยู่บ่อยครั้ง ระหว่างการสนทนาเกี่ยวกับการทำบุญแก้ปีชง	4.46	0.77	มาก
4. มักจะเล่าถึงประสบการณ์ดี ๆ จากการทำบุญแก้ปีชงที่ได้รับจากวัดจีนนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้ ให้กับเพื่อน หรือคนรู้จักได้ ฟังอยู่เสมอ	4.42	0.71	มาก
ความตั้งใจกลับมาทำบุญซ้ำ	4.60	0.51	มากที่สุด
1. หากต้องการทำบุญแก้ปีชง จะเลือกวัดจีนนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้ เป็นตัวเลือกแรกเสมอ	4.62	0.61	มากที่สุด
2. มีความตั้งใจที่จะมาทำบุญแก้ปีชงที่วัดจีนนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้ อีกครั้งในการเดินทางครั้งต่อไป	4.62	0.59	มากที่สุด
3. ตั้งใจที่จะทำบุญแก้ปีชงที่วัดจีนนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้ อีกครั้งในอนาคต	4.64	0.63	มากที่สุด
4. ตั้งใจที่จะทำกิจกรรมอย่างอื่น เช่น การทำบุญ หรือ เยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ภายในบริเวณของที่วัดจีนนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้ในอนาคต	4.53	0.64	มากที่สุด
5. ตั้งใจอย่างมากที่จะกลับมาทำบุญแก้ปีชง หรือกิจกรรมอย่างอื่นที่วัดจีนนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้เมื่อมีโอกาส	4.59	0.64	มากที่สุด



ความเต็มใจที่จะจ่าย	4.30	0.69	มาก
1. เต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวมาทำบุญแก้ปี ชงที่วัดจันนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้	4.49	0.67	มาก
2. แม้ว่าการเดินทางมาทำบุญแก้ปีชงที่วัดจันนิกายที่ทำบุญ แก้ปีชงปีนี้ จะมีค่าใช้จ่ายสูง และต้องใช้เวลามาก แต่ก็ยินดีที่จะ กลับมาอีกครั้งในอนาคต	4.29	0.83	มาก
3. พร้อมที่จะให้การสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของวัดจัน นิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้ แม้ว่าจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นก็ตาม	4.20	0.86	มาก
4. มักจะใช้จ่ายเพื่อการเดินทางทำบุญแก้ปีชงที่วัดจันนิกายที่ ทำบุญแก้ปีชงปีนี้มากกว่าวัดจันนิกายศาลเจ้า หรือวัดอื่น ๆ	4.21	0.91	มาก
5. แม้ว่าค่าใช้จ่ายในการทำบุญแก้ปีชงที่วัดจันนิกายหรือวัด อื่น ๆ จะมีต้นทุนน้อยกว่าที่วัดจันนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้ แต่ก็ยัง เลือกทำบุญแก้ปีชงที่วัดแห่งนี้	4.31	0.85	มาก
ภาพรวมการตัดสินใจทำบุญแก้ปีชงของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย	4.46	0.54	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ภาพรวมการตัดสินใจทำบุญแก้ปีชงของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก และมากที่สุด โดยที่พุทธศาสนิกชนกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มาทำบุญแก้ปีชงที่วัดจันนิกาย มีความตั้งใจกลับมาทำบุญซ้ำมากกว่าด้านอื่น ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมาคือ การสื่อสารแบบปากต่อ ($\bar{X} = 4.49$) และความเต็มใจที่จะจ่าย ($\bar{X} = 4.30$) ตามลำดับ

การสื่อสารแบบปากต่อ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายการ พบว่า พุทธศาสนิกชนกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มาทำบุญแก้ปีชงที่วัดจันนิกาย มีการสื่อสารแบบปากต่อ อยู่ในระดับมาก และมากที่สุด เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มักจะกล่าวถึงวัดจันนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้ในทางที่ดี ($\bar{X} = 4.59$) จะสนับสนุนให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาทำบุญแก้ปีชง ที่วัดจันนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้เสมอ ($\bar{X} = 4.52$) ตั้งใจที่จะแนะนำวัดจันนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้แก่บุคคลอื่น ($\bar{X} = 4.47$) มักกล่าวถึง วัดจันนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้ อยู่บ่อยครั้งระหว่างการสนทนาเกี่ยวกับการทำบุญแก้ปีชง ($\bar{X} = 4.46$) และมักจะเล่าถึงประสบการณ์ดี ๆ จากการทำบุญแก้ปีชงที่ได้รับจากวัดจันนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้ ให้กับเพื่อน หรือคนรู้จักได้ฟังอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.42$) ตามลำดับ ความตั้งใจกลับมาทำบุญซ้ำ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายการ พบว่า พุทธศาสนิกชนกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มาทำบุญแก้ปีชงที่วัดจันนิกาย มีความตั้งใจกลับมาทำบุญซ้ำ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกรายการ เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ตั้งใจที่จะทำบุญแก้ปีชงที่วัดจันนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้อีกครั้งในอนาคต ($\bar{X} = 4.64$) มีความตั้งใจที่จะมาทำบุญแก้ปีชงที่วัดจันนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้ อีกครั้งในการเดินทางครั้งต่อไป ($\bar{X} = 4.62$) หากต้องการทำบุญแก้ปีชง จะเลือกวัดจันนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้ เป็นตัวเลือกแรกเสมอ ($\bar{X} = 4.62$) ตั้งใจอย่างมากที่จะกลับมาทำบุญแก้ปีชง หรือกิจกรรมอย่างอื่นที่วัดจันนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้ เมื่อมีโอกาส ($\bar{X} = 4.59$) และตั้งใจที่จะทำกิจกรรมอย่างอื่น เช่น การทำบุญ หรือ เยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ภายในบริเวณของวัดจันนิกายที่ทำบุญแก้ปีชงปีนี้ในอนาคต ($\bar{X} = 4.53$) ตามลำดับ



ความเต็มใจที่จะจ่าย อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายการ พบว่า พุทธศาสนิกชนกลุ่มเจนเนอร์ชั่นวายที่มาทำบุญแก้ปิ้งที่วัดจันทนิทาย มีความเต็มใจที่จะจ่าย อยู่ในระดับมากทุกรายการ เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวมาทำบุญแก้ปิ้งที่วัดจันทนิทายที่ทำบุญแก้ปิ้งปีนี้ ($\bar{X} = 4.49$) แม้ว่าค่าใช้จ่ายในการทำบุญแก้ปิ้งที่วัดจันทนิทายหรือวัดอื่น ๆ จะมีต้นทุนน้อยกว่าที่วัดจันทนิทายที่ทำบุญแก้ปิ้งปีนี้ แต่ก็ยังเลือกทำบุญแก้ปิ้งที่วัดแห่งนี้ ($\bar{X} = 4.31$) แม้ว่าการเดินทางมาทำบุญแก้ปิ้งที่วัดจันทนิทายที่ทำบุญแก้ปิ้งปีนี้ จะมีค่าใช้จ่ายสูง และต้องใช้เวลามาก แต่ก็ยินดีที่จะกลับมาอีกครั้งในอนาคต ($\bar{X} = 4.29$) มักจะใช้จ่ายเพื่อการเดินทางทำบุญแก้ปิ้งที่วัดจันทนิทายที่ทำบุญแก้ปิ้งปีนี้มากกว่าวัดจันทนิทาย ศาลเจ้า หรือวัดอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.21$) และพร้อมที่จะให้การสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของวัดจันทนิทายที่ทำบุญแก้ปิ้งปีนี้ แม้ว่าจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นก็ตาม ($\bar{X} = 4.20$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยพบว่า ระดับของปัจจัยหลักปัจจัยตั้ง ภาพลักษณ์ของวัด ความพึงพอใจของกลุ่มเจนเนอร์ชั่นวาย และการตัดสินใจทำบุญแก้ปิ้งของกลุ่มเจนเนอร์ชั่นวาย อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ บติศร อัทธวงศ์ไพศาล และธাত্রี ใต้ฟ้าพล ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแก้ปิ้งของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อ ทักษะคติ และพฤติกรรมในการแก้ปิ้งของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครการตัดสินใจทำบุญแก้ปิ้งของกลุ่มเจนเนอร์ชั่นวาย ได้รับอิทธิพลทางตรงจากภาพลักษณ์ของวัด มากที่สุด รองลงมาคือ ความพึงพอใจของกลุ่มเจนเนอร์ชั่นวาย ปัจจัยหลัก และปัจจัยตั้งตามลำดับ และ สอดคล้องกับงานวิจัยของภารดี มหาพันธ์ ศึกษาเรื่อง ความเชื่อเรื่องปิ้งของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตเทศบาลเมืองแสนสุข จังหวัดชลบุรี แนวทางการส่งเสริมให้กลุ่มเจนเนอร์ชั่นวายตัดสินใจทำบุญแก้ปิ้ง คือควรส่งเสริมภาพลักษณ์ของวัดจันทนิทาย โดยสร้างความรู้ความเข้าใจ การจดจำ ความเชื่อ ความคิด และการตระหนักถึงคุณสมบัติต่าง ๆ ของวัดจันทนิทายที่กลุ่มเจนเนอร์ชั่นวายสามารถจดจำและระลึกถึงได้เมื่อกล่าวถึงวัดจันทนิทายนั้น สร้างบุคลากรของวัด ทั้งบรรพชิต และคฤหัสถ์ ให้อยู่ในการประพฤติปฏิบัติที่ดีงามอบรมให้บุคลากรของวัดมีความรู้ทักษะคติ ที่ดีในการบริการเพื่อให้ตอบสนองความพึงพอใจในบริการของพุทธศาสนิกชนทุกกลุ่ม ดูแลบำรุงรักษาอาคารสถานที่ บรรยากาศ สิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรม ให้อยู่ในสภาพเหมาะสมกับการใช้งาน และรวมทั้งดูแลภูมิทัศน์ของวัดจันทนิทายให้คงเอกลักษณ์ เหมาะสมกับการรองรับพุทธศาสนิกชน พร้อมทั้งการจัดกิจกรรมภายในวัด การทำบุญแก้ปิ้ง ตลอดจนกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และ สอดคล้องกับงานวิจัยของวุฒิชาติ สุนทรสมัย ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของภาพลักษณ์และคุณค่าตามการรับรู้ของแหล่งท่องเที่ยวต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ ข้อ 2 ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำบุญแก้ปิ้งของกลุ่มเจนเนอร์ชั่นวาย

1. การตัดสินใจทำบุญแก้ปิ้ง ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก 1.1 ความพึงพอใจของกลุ่มเจนเนอร์ชั่นวาย 1.2 ภาพลักษณ์ของวัด 1.3 ปัจจัยหลัก และ 1.4 ปัจจัยตั้ง ผลการวิเคราะห์ พบว่า การตัดสินใจทำบุญแก้ปิ้ง ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก ความพึงพอใจของกลุ่มเจนเนอร์ชั่นวาย ภาพลักษณ์ของวัด ปัจจัยหลัก และปัจจัยตั้ง

2. ความพึงพอใจของกลุ่มเจนเนอร์ชั่นวายได้รับอิทธิพลทางตรงจาก 2.1 ภาพลักษณ์ของวัด 2.2 ปัจจัยหลัก และ 2.3 ปัจจัยตั้งผลจากการวิเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจของกลุ่มเจนเนอร์ชั่นวายได้รับอิทธิพลทางตรงจากภาพลักษณ์ของวัด ปัจจัยหลัก และปัจจัยตั้ง



3. ภาพลักษณ์ของวัดได้รับอิทธิพลทางตรงจาก 3.1 ปัจจัยหลัก และ 3.2 ปัจจัยดิ่ง ผลการวิเคราะห์ พบว่า ภาพลักษณ์ของวัด ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยหลัก และ ปัจจัยดิ่ง

อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ผลจากการวิเคราะห์แบบจำลองในรูปแบบค่าสถิติ แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรแฝง ซึ่งส่งผลทางตรง และทางอ้อมต่อการตัดสินใจทำบุญแก้ปิ้ง ผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างมาเสนอค่าอิทธิพลทางตรง และทางอ้อม และผลรวมของตัวแปรแฝงทุกตัว เพื่อแสดงอิทธิพลทางตรง และทางอ้อมระหว่างตัวแปรที่ศึกษา พบว่า การตัดสินใจทำบุญแก้ปิ้งของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ได้รับอิทธิพลทางตรงภาพลักษณ์ของวัด มากที่สุด รองลงมาคือ ความพึงพอใจของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ปัจจัยหลัก และปัจจัยดิ่งตามลำดับ

นอกจากนี้ ยังพบว่า การตัดสินใจทำบุญแก้ปิ้งของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากปัจจัยดิ่ง มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยหลัก และภาพลักษณ์ของวัด โดยเมื่อพิจารณาอิทธิพลรวมพบว่า ภาพลักษณ์ของวัด มีอิทธิพลโดยรวมต่อการตัดสินใจทำบุญแก้ปิ้งของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยดิ่งปัจจัยหลัก และความพึงพอใจของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ตามลำดับ

แนวทางการส่งเสริมให้กลุ่มเจนเอเรชั่นวายตัดสินใจทำบุญแก้ปิ้ง จากผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า จากแนวทาง การส่งเสริมด้านภาพลักษณ์ของวัด การสร้างความประทับใจที่เกิดจากเอกลักษณ์ และความแตกต่างที่กลุ่มเจนเอเรชั่นวายมีต่อวัดนิกายจีนที่ตนเองทำบุญเพื่อแก้ปิ้ง การส่งเสริมด้านภาพลักษณ์ของวัดในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) เป็นเรื่องที่น่าสนใจที่สามารถทำได้หลากหลายวิธี โดยส่วนใหญ่กลุ่มเจนเอเรชั่นวายใช้สื่อโซเชียลมีเดียและเทคโนโลยีในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของวัดอย่างกว้างขวาง นอกจากนี้จัดให้มีกิจกรรมที่สนใจและมีส่วนร่วมของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของวัด การจัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์: กลุ่มเจนเอเรชั่นวายสามารถจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัด เช่น งานเทศกาลที่น่าสนุกสนาน กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี การจัดกิจกรรมสัมมนาหรือสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับวัด โดยการสร้างความมีส่วนร่วมของชุมชนและนักท่องเที่ยวจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับวัด การให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อม: กลุ่มเจนเอเรชั่นวายสามารถส่งเสริมให้วัดมีการให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อม เช่น การลดการใช้พลาสติก การใช้วิธีการแบบเก่า ๆ เพื่อลดการก่อการร้ายต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะทำให้กลุ่มเจนเอเรชั่นวายดูเป็นกลุ่มที่ใส่ใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและมีส่วนร่วมในการปกป้องสิ่งแวดล้อม การให้ความรู้และข้อมูล: กลุ่มเจนเอเรชั่นวายสามารถใช้แพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์ในการแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับวัด อาทิเช่น ประวัติความเป็นมาของวัด ศิลปะและสัญลักษณ์ ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการรับรู้ จัดการอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรของวัดในเรื่องประเพณีความเชื่อ การบริการทางด้านความเชื่อเรื่องปิ้ง สื่อสารให้ความรู้แก่พุทธศาสนิกชน และผู้มาทำบุญให้เข้าใจ วิธีการทำบุญที่ถูกต้อง สร้างทัศนคติ ความรู้สึกรักใคร่ของบุคคลที่มีต่อการทำบุญแก้ปิ้งที่วัดจีนนิกายของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ที่ถูกต้อง เรื่องประเพณีความเชื่อในกลุ่มเจนเอเรชั่นวายอาจมีความหลากหลายอยู่และขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมและพื้นที่ที่คนในกลุ่มนี้มาอาศัยอยู่ การเชื่อในประเพณีและศาสนาสามารถมีความหลากหลายตามแต่ละบุคคล ส่งเสริมการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับศาสนาและความเชื่อ: คนในกลุ่มนี้อาจสนใจในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับศาสนาและความเชื่อทำให้มีการพูดคุยและเสริมสร้างความเข้าใจกันมากขึ้น การต่อยอดและเปิดโอกาสในการศึกษาค้นคว้าด้านพุทธศาสนamahayanและเครื่องหมายศาสนา: กลุ่มเจนเอเรชั่นวายมีความเปิดใจในการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับศาสนาที่ตนเชื่อและศาสนาอื่น ๆ ซึ่งอาจสืบค้นจากหนังสือ, สื่อออนไลน์, หรือการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและความเชื่อ สร้างการมีส่วนร่วมและเสริมสร้างความเข้าใจในความหลากหลายศาสนาและเชิงสัมพันธ์กับกลุ่มคนอื่น ๆ ควรให้ความสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่น่าสนใจและน่าประทับใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย อาจสร้างความสนใจและนำนักท่องเที่ยวหรือคนในกลุ่มมาเยือนวัดเพื่อพิจารณาทำบุญ ซึ่งการ



ใช้การออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์: การออกแบบตระหนักถึงศิลปะและสัญลักษณ์ของวัดจีนนิกายในส่วนต่าง ๆ ของวัดควรทำให้เห็นภาพของวัดที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มนี้ และเน้นความสวยงามเพื่อดึงดูดความสนใจ ซึ่งการให้ความสำคัญในเรื่องการศึกษาและความรู้: ที่กลุ่มเจเนอเรชันวายมีความสนใจในเรื่องของการศึกษาและความรู้เกี่ยวกับศาสนาและวัฒนธรรมของจีนอื่น ๆ โดยให้ความสำคัญในเรื่องของการทำบุญและความเชื่อที่เป็นรูปธรรม เพื่อให้กลุ่มนี้ได้รับความรู้และความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาหายานและวัดจีนนิกายในประเทศไทยอย่างถูกต้องในที่สุด

สรุป

พุทธศาสนิกชนกลุ่มเจเนอเรชันวายที่มาทำบุญแก้ปชงที่วัดจีนนิกาย มักจะกล่าวถึงวัดจีนนิกายที่ทำบุญแก้ปชงปีนี้ในทางที่ดี จะสนับสนุนให้เพื่อน หรือคนรู้จักมาทำบุญแก้ ปชงที่วัดจีนนิกายที่ทำบุญแก้ปชงปีนี้เสมอ มีความตั้งใจที่จะทำบุญแก้ปชงที่วัดจีนนิกายที่ทำบุญแก้ปชงปีนี้อีกครั้งในอนาคต โดยจะเลือกวัดจีนนิกายที่ทำบุญแก้ปชงปีนี้ เป็นตัวเลือกแรกเสมอ และตั้งใจที่จะทำกิจกรรมอย่างอื่น เช่น การทำบุญ หรือ เยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ภายในบริเวณของวัดจีนนิกายที่ทำบุญแก้ปชงปีนี้ในอนาคต นอกจากนี้ พุทธศาสนิกชนกลุ่มเจเนอเรชันวายที่มาทำบุญแก้ปชงที่วัดจีนนิกาย เต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการเดินทางมาทำบุญแก้ปชงที่วัดจีนนิกายที่ทำบุญแก้ปชงปีนี้ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าค่าใช้จ่ายในการทำบุญแก้ปชงที่วัดจีนนิกายหรือวัดอื่น ๆ จะมีต้นทุนน้อยกว่าที่วัดจีนนิกายที่ทำบุญแก้ปชงปีนี้ แต่ก็ยังเลือกทำบุญแก้ปชงที่วัดแห่งนี้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุ ในการตัดสินใจทำบุญแก้ปชง ของประชากรกลุ่มเจเนอเรชัน อื่นๆ เพิ่มขึ้นด้วย เพื่อจะได้ทราบข้อมูลที่แตกต่างกันของแต่ละเจเนอเรชัน
2. ควรเพิ่มการศึกษาในวัดจีนนิกาย ในส่วนภูมิภาค จังหวัดอื่น ๆ เพื่อจะได้ข้อมูลกว้างขวางเพิ่มมากขึ้น และสามารถเปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่ใกล้เคียงกันและความสัมพันธ์ที่แตกต่างได้
3. วรรศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุ ในการตัดสินใจทำบุญแก้ปชง ในวัดนิกายมหายานนิกายอื่น เช่น อนัมนิกาย หรือ วัดนิกายเถรวาท และในศาสนสถานอื่นนอกจากวัดพุทธศาสนาหายาน เช่น ศาลเจ้า ต่าง ๆ เป็นการเปรียบเทียบกลุ่มประชากรที่เข้าทำบุญในสถานที่ จะมีความสัมพันธ์ที่ใกล้เคียงกันและความสัมพันธ์ที่แตกต่างได้ เพื่อเห็นถึงจุดเด่นและจุดด้อยของ การตัดสินใจ เข้าวัดจีนนิกาย

บรรณานุกรม

- ถาวร ลิกขโกศล. (2560). ความรู้เรื่อง ชง และเรื่องน่ารู้จีน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2565). เปิดพฤติกรรมคนไทย “สายมู” กว่า 75% เชื่อเรื่องดวง กลุ่ม Gen Y มาแรงเป็นอันดับ 1. สืบค้นเมื่อ 23 มกราคม 2566, จาก <https://www.thairath.co.th/lifestyle/life/2481670>.
- บติศร อัทธวงศ์ไพศาล และธাত্রี ใต้ฟ้าพล. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแก้ปชงของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 23(2), 37-52.
- ภารดี มหาขันธ์. (2560). ความเชื่อเรื่องปชงของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตเทศบาลเมืองแสนสุข จังหวัดชลบุรี. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 25(48), 129-150.



ยุภาพร ธีญวิวัฒน์กุล. (2564). ถอดรหัสงานอนุรักษ์. สืบค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2564. จาก

<https://db.sac.or.th/museum/article/44>.

วิโรจน์ ตั้งวาณิชย์. (2561). เคล็ดลับเสริมดวงในช่วงตรุษจีน. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2564. จาก

<https://www.komchadluek.net/news/313208>

เหมือนฝัน คงสมแสง. (2561). การต่อรองความหมายและการบริโภคสัญญะปิงในสังคมไทย. *วารสารร่วม
พฤษ มหาววิทยาลัยเกริก*, 36(2), 199-222.