

การวิจัยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร

An Analyze of Factors Relating to Religious Activities Engagement at Mangkon Kamalawat Temple

ศรัณย์ วิทยาการบัณฑิต*

ภาควิชาการจัดการ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ที่มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร อาศัยระเบียบวิธีวิจัย 2 วิธีการ คือ ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน และระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ที่มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี สถานภาพการสมรสเป็นโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-25,000 บาท และมีธรรมเนียมปฏิบัติในครอบครัวเป็นแบบไทย ส่วนประสมทางการตลาดจากมุมมองผู้บริโภคโดยรวม อยู่ในระดับที่เห็นด้วย มีความรู้ความเข้าใจ ในระดับปานกลาง มีลำดับแรงจูงใจอยู่ในระดับที่มาก ด้านพฤติกรรมจำนวนครั้งที่มาวัดในหนึ่งปีตั้งแต่ 1 ครั้ง ถึง 20 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการประกอบพิธีกรรมต่อครั้งต่ำสุด 50 บาท สูงสุด 4,000 บาท จำนวนพิธีกรรมในแต่ละครั้ง ตั้งแต่ 1 ครั้ง ถึง 7 ครั้ง ส่วนพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความแตกต่างกันกับพฤติกรรมด้านจำนวนครั้งที่มา ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดจากมุมมองผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับจำนวนครั้งที่มาภายในหนึ่งปี รวมถึงพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวม ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการประกอบพิธีกรรมต่างๆ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับจำนวนครั้งที่มา ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง รวมถึงพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมลำดับของแรงจูงใจด้านความต้องการในชีวิตมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวม

คำสำคัญ: วัดมิ่งกรมลาวาส พิธีกรรมทางศาสนา การประกอบพิธีกรรม แนวโน้มพฤติกรรม

Abstract

The purpose of research was aimed to study about factors relating to religious activities engagement at Mangkon Kamalawat Temple. Mixed methodology was applied as two Methods. For quantitative method, questionnaires were collected from samples. The data was analyzed by percentage, mean and standard deviation. The hypotheses were tested by t-test, One-Way analysis of variance and Pearson product moment correlation coefficient. In term of the qualitative method, in-depth interviews were conducted samples that visited Mangkon Kamalawat Temple

Most of respondents were female aged between 25 to 34 years, with single status, held bachelor degree, worked private as company employees, had average monthly income between 15,001-25,000 Baht,

*

บทความนี้เรียบเรียงจากสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนาของชาวไทย ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร” โดยผู้เขียนขอพระขอบคุณ อาจารย์ ดร. ธนภูมิ อดิเวทิน อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำข้อคิดเห็นต่างๆ ในการทำวิจัย

and practiced Thai traditions in family. Overall attitude towards marketing mix factors at agree level. Overall of the cognitive orientation about religious activities had level at moderate level. Overall of the order of living motivate needs as high level. Most respondents' behavior about the visit frequency ranged from 1 to 20 times. For each visit, the lowest average of religious activities spending was 50 Baht while the highest was 4,000 Baht and the ritual frequency ranged from 1 to 7 times. Most respondents had overall attitude toward of behavior and trend at high level. Thai people with different monthly income had different behavior in term of visiting time per one year at Mangkon Kamalawat Temple. Consumer marketing mix factors have correlated with behavior and trend behavior of religious activities engagement at Mangkon Kamalawat Temple, about visited range in one year, overall of behavior and behavior trend of religious activities engagement among Thai people at low level and same direction. Cognitive factors toward religious activities engagement have correlated with behavior and trend behavior of religious activities engagement at Mangkon Kamalawat Temple, about visited range in one year, the average expense per each visit, overall of behavior and behavior trend of religious activities engagement at low level and same direction. The order of living motivate needs have correlated with behavior and trend behavior of religious activities engagement at Mangkon Kamalawat Temple, about overall of behavior and behavior trend of religious activities engagement at low level and same direction.

Keywords: Mangkon Kamalawat Temple, Religious activities, Religious activities engagement Behavior trend,

บทนำ

ปัจจุบันนี้การประกอบพิธีกรรมทางศาสนาเป็นสิ่งที่นิยมและส่งผลต่อชาวไทยเป็นจำนวนมาก แต่ละคนนั้นมีวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน วัดเป็นศูนย์รวมจิตใจของสังคมไทยมาเป็นเวลานาน การเข้าวัดมักจะมีเรื่องของการมาขอพรอย่างการขอให้มียาได้เพิ่มขึ้น ความรัก การเรียน รวมถึงการทำจิตใจให้สงบ การมาปฏิบัติธรรม หรือการที่บูชาสิ่งต่างๆ เพื่อให้เกิดสิริมงคลแก่ตน เกิดมุมมองที่ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงคือมุมมองด้านการบริหารกิจการของวัด เพราะวัดก็เป็นกิจการที่ช่วยตอบสนองต่อใจของผู้บริโภค อนึ่ง วัดมิ่งกรมกลาวาส กรุงเทพมหานคร เป็นวัดที่มีประวัติมาอย่างยาวนาน เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวพุทธเชื้อสายไทยและเชื้อสายจีน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ที่มีกิจกรรมด้านวัฒนธรรมที่หลากหลายที่มีคุณค่าต่อจิตใจต่อผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา สำหรับวัดในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงในด้านพิธีกรรมทางศาสนาที่ดึงดูดคนเข้าไปทำบุญหรือสวดมนต์นำโชค ฯลฯ เพื่อนำรายได้นั้นมาบูรณะวัดหรือวัตถุประสงค์อื่นๆ ถึงแม้จะเป็นสิ่งที่ตั้งใจหรือไม่ตั้งใจที่จะกระทำก็เสมือนเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบหนึ่ง รวมถึงการบริหารกิจการภายในวัดที่มุ่งสู่ผลสัมฤทธิ์ที่ได้ตั้งไว้ แนวโน้มพฤติกรรมของชาวไทยด้านการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาเริ่มที่จะมีมากขึ้น เพราะเมื่อชาวไทยไม่สามารถที่จะทำตามความต้องการของตนเองได้จึงเริ่มมีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางศาสนา เพื่อตอบสนองความต้องการของตนหรือเติมเต็มความรู้สึกของตนให้ได้รับความสบายใจ ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะดำเนินการศึกษาและวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมกลาวาส กรุงเทพมหานครโดยศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาดจากมุมมองผู้บริโภค (4Cs) ความรู้และความเข้าใจในการประกอบพิธีกรรมต่างๆ ปัจจัยการเกิดความเชื่อ และลำดับของแรงจูงใจด้านความต้องการในชีวิต โดยนำข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดนี้มาเพื่อคาดการณ์และให้เข้าใจถึงพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนาของชาวไทย พร้อมวางแนวทางในการจัดการและวางกลยุทธ์ เพื่อให้วัดมิ่งกรมกลาวา

สมิมาตรฐานและศักยภาพในการดำเนินงานที่ดียิ่งขึ้น พร้อมรองรับความต้องการของผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาของชาวไทยในกรุงเทพมหานครที่จะมีเพิ่มขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และธรรมเนียมปฏิบัติในครอบครัว ที่มีผลต่อพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดจากมุมมองผู้บริโภค กับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจในการประกอบพิธีกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของลำดับของแรงจูงใจด้านความต้องการในชีวิต กับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่
 - 1.1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และธรรมเนียมปฏิบัติในครอบครัว
 - 1.2 ส่วนประสมทางการตลาดจากมุมมองผู้บริโภค (4Cs) ได้แก่ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ต้นทุนและคุณค่าในการประกอบพิธีกรรมความสะดวกและความเข้าถึงของวัดการสื่อสารด้านคุณค่าของพิธีกรรมต่างๆ ที่ผู้บริโภครับรู้
 - 1.3 ความรู้และความเข้าใจในการประกอบพิธีกรรมต่างๆ ณ วัดมิ่งกรมลาวาส
 - 1.4 ลำดับของแรงจูงใจด้านความต้องการในชีวิต ได้แก่ ความต้องการลำดับต่ำและความต้องการลำดับสูง
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาหรือเคยมาปฏิบัติกิจกรรมที่เกี่ยวข้องทางศาสนาที่วัดมิ่งกรมลาวาส เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีช่วงวัยตั้งแต่วัยรุ่นขึ้นไป ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มคนที่มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ที่ยินยอมและเต็มใจในการตอบแบบสอบถาม โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sample) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ที่เต็มใจจะให้ข้อมูล และเลือกเก็บจากกลุ่มตัวอย่างที่มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร เรียบร้อยแล้ว

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม(Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวัดผลปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาของชาวไทย ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 5 ส่วนใหญ่ ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ที่เคยมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานครภายในหนึ่งปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นลักษณะคำถามปลายปิด (Close-ended question) คำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question) และให้เลือกตอบข้อที่เหมาะสมที่สุด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดจากมุมมองผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์ต่อการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามแบบสเกลการจัดประเภท (Selected Category Scale) โดยให้ระดับอิทธิพล และให้ค่าคะแนนหรือ Rating Scale ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนน 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้และความเข้าใจในการประกอบพิธีกรรมต่างๆ ของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์ต่อการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามแบบสเกลการจัดประเภท (Selected Category Scale) โดยให้ระดับอิทธิพล และให้ค่าคะแนนหรือ Rating Scale ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนน 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลำดับของแรงจูงใจด้านความต้องการในชีวิตที่ทำให้ท่านมาประกอบพิธีกรรม โดยคำถามที่เลือกใช้เป็นลักษณะของคำถามปลายปิด (Close-end Question) โดยในขั้นแรกเป็นคำถามเพื่อให้เกิดการเลือกตอบในข้อนั้นโดยมีสองทางเลือก (Two-way question) คือ

- 1) มีแรงจูงใจด้านความต้องการมีผลจึงเลือกที่ให้เป็นระดับคะแนน
- 2) ไม่มีแรงจูงใจด้านนั้นจึงไม่มีความประสงค์ที่จะตอบ

แบบสอบถามในกรณีที่มีแรงจูงใจจะมีลักษณะเป็นคำถามแบบสเกลการจัดประเภท (Selected Category Scale) โดยให้ระดับอิทธิพล และให้ค่าคะแนนหรือ Rating Scale ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนน 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมของชาวไทยที่มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร

ข้อที่ 1 จำนวนครั้งที่มาที่วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ภายในหนึ่งปีและข้อที่ 3 จำนวนพิธีกรรมในวัดที่มาประกอบพิธีกรรมเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) มีลักษณะคำถามด้านความถี่ (Frequency) ซึ่งใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 2 ค่าใช้จ่ายในการมาประกอบพิธีกรรมโดยเฉลี่ยต่อครั้งเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Question)ซึ่งใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อ 4-7 ผลลัพธ์หลังจากประกอบพิธีกรรมที่วัดฯ ตรงกับสิ่งที่คาดหวังมากน้อยเพียงใด / ความคุ้มค่าจากจำนวนเงินที่ใช้ไปในการประกอบพิธีกรรมมีความคุ้มค่าในระดับใด / โอกาสที่จะแนะนำบุคคลอื่นมาประกอบพิธีกรรม/โอกาสที่จะกลับมาที่วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ภายในปีนี้ ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามแบบสเกลการจัดประเภท (Selected Category Scale) โดยให้ระดับอิทธิพล และให้ค่าคะแนนหรือ Rating Scale ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งรูปแบบที่ใช้คือมาตราวัดแบบความหมายที่ตรงข้ามกัน (Semantic differential scale) โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนน 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analysis)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลจากแบบสอบถามในตอนต้นที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ธรรมเนียมปฏิบัติในครอบครัว ใช้การวิเคราะห์แบบการแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 2-4 ปัจจัยการตลาดจากมุมมองผู้บริโภค (4Cs) ความรู้และความเข้าใจในการประกอบพิธีกรรมต่างๆได้แก่ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และลำดับของแรงจูงใจด้านความต้องการในชีวิตที่ทำให้มาประกอบพิธีกรรม ใช้การวิเคราะห์แบบการนำเสนอเป็นค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อวัดการกระจายของข้อมูล

ส่วนที่ 5 ข้อมูลจากแบบสอบถามในตอนต้นที่ 5 พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ใช้การวิเคราะห์แบบการนำเสนอเป็นการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อวัดการกระจายของข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงอนุมาน (Inferential analysis)

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคมีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และธรรมเนียมปฏิบัติในครอบครัว ของพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานครแตกต่างกันการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติ F-test วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียวคือ One Way ANOVA และ t-test

สมมติฐานข้อที่ 2-4 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดจากมุมมองผู้บริโภค / เรื่องความรู้ความเข้าใจในการประกอบพิธีกรรมต่างๆ / ลำดับของแรงจูงใจด้านความต้องการในชีวิต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่มาปฏิบัติกิจกรรม ณ วัดมิ่งกรมลาวาส ย่านเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีช่วงวัยตั้งแต่วัยรุ่นขึ้นไป โดยเริ่มจากอายุ 15 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มคนที่มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 10 ราย โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ด้วยการแบ่งตามเพศ หลังจากนั้นนำมาแบ่งเป็นช่วงอายุ 5 ลำดับ

ขั้นที่ 2 วิธีสุ่มตัวอย่าง แบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sample) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ที่เต็มใจจะให้ข้อมูลหรือเลือกเก็บจากกลุ่มตัวอย่างที่มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการด้วยการศึกษาจากการสัมภาษณ์ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์โดยกำหนดคำถามเป็นลักษณะปลายเปิด (Open-ended question) ซึ่งใช้ลักษณะของโครงสร้างคำถามด้วยกัน 2 แบบ คือ คำถามปลายเปิดแบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Question) เพื่อใช้ในการขยายผลวิจัยหรือเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงของวัด ส่วนโครงสร้างคำถามที่แน่นอน (Structured Question) เป็นคำถามที่เป็นลำดับอย่างแน่นอนเพื่อให้ผู้ตอบได้ตอบตามลำดับในแต่ละข้อ การสัมภาษณ์ครั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้สัมภาษณ์ด้วยตนเอง แล้วจดบันทึกรายละเอียดและใช้เครื่องบันทึกเสียงเป็นส่วนหนึ่งของการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์จากผู้ตอบ เพื่อรวบรวมข้อมูลและความคิดเห็น

ทั้งหมดนำมาสนับสนุนและข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์เพื่อความสำเร็จของผลวิจัยมากขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลด้วยตนเอง และใช้วิธีการจดบันทึกและถอดเทประหว่างสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน และผู้วิจัยจะได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลของประเด็นต่างๆ เช่น อิทธิพลความเชื่อในการประกอบพิธีกรรม อารมณ์ความรู้สึกหลังจากประกอบพิธีกรรม บรรยากาศโดยรวม ขั้นตอนปฏิบัติที่มีความครบถ้วนหรือไม่ แนวโน้มของการประกอบพิธีกรรมในอนาคต และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงวัดมิ่งกรมลาวาส ในลักษณะการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description) และจะเลือกนำเสนอข้อมูลเฉพาะเรื่องที่ทำการศึกษาเท่านั้น

ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีสถานภาพสมรสโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทหรือลูกจ้างเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-25,000 บาท และมีธรรมเนียมปฏิบัติในครอบครัวเป็นแบบไทย
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นของส่วนประสมทางการตลาดจากมุมมองผู้บริโภคโดยรวม อยู่ในระดับที่เห็นด้วย
3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในการประกอบพิธีกรรม ในระดับปานกลาง
4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลำดับแรงจูงใจด้านความต้องการในชีวิต อยู่ในระดับที่มาก
5. ในด้านพฤติกรรมพบว่าจำนวนครั้งที่มาวัดในหนึ่งปีต่ำสุดคือ 1 ครั้ง สูงสุดคือ 20 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการประกอบพิธีกรรมต่อครั้งต่ำสุดคือ 50 บาท สูงสุดคือ 4,000 บาท จำนวนพิธีกรรมในแต่ละครั้ง ต่ำสุดคือ 1 ครั้ง สูงสุดคือ 7 ครั้ง ส่วนพฤติกรรมโดยรวมและแนวโน้มโดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1.1 ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และธรรมเนียมปฏิบัติในครอบครัวที่แตกต่างกัน กับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

1.2 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมด้านจำนวนครั้งที่มา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ภายในหนึ่งปี แตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมด้านอื่นนั้น ไม่พบความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดจากมุมมองผู้บริโภค ได้แก่ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ต้นทุนและความคุ้มค่าในการประกอบพิธีกรรม ความสะดวกและการเข้าถึงของวัด และการสื่อสารด้านคุณค่าของพิธีกรรม มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนาของชาวไทย ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนครั้งที่มา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ภายในหนึ่งปี ด้านพฤติกรรมโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมของผู้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

3. ความรู้ความเข้าใจในการประกอบพิธีกรรมต่างๆ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับกับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานครด้านจำนวนครั้งที่มา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ภายในหนึ่งปี ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านพฤติกรรมโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมของผู้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

4. ลำดับของแรงจูงใจด้านความต้องการในชีวิต ได้แก่ ความต้องการลำดับต่ำ (ทางร่างกาย, ความปลอดภัยและมั่นคง, ความผูกพันหรือการยอมรับ) และความต้องการลำดับสูง (การยกย่อง, ความสำเร็จในชีวิต) มีความสัมพันธ์ระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานครด้านพฤติกรรมโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมของผู้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

5. จากผลการศึกษาเชิงคุณภาพสามารถสรุปได้ว่าการที่มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดจากมุมมองของผู้บริโภค ความรู้ความเข้าใจพิธีกรรม และลำดับความต้องการในชีวิต ล้วนมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมมาประกอบพิธีกรรม ซึ่งมาจากปัจจัยการเกิดความเชื่อโดยสภาพแวดล้อมรอบข้างเป็นส่วนมาก ที่ทำให้ส่งผลต่อพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรม ดังนั้นผลการศึกษาเชิงคุณภาพสามารถสนับสนุนการศึกษาเชิงปริมาณได้ว่าการศึกษาปัจจัยที่กล่าวมาที่มีความสัมพันธ์ต่อการมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร

สรุปและอภิปรายผล

สรุปและอภิปรายผลวิธีวิจัยเชิงปริมาณ

1. ชาวไทยมีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และธรรมเนียมปฏิบัติที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ดังนี้

1.1 ผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่มี เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และธรรมเนียมปฏิบัติในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้สามารถอธิบายได้ว่าลักษณะบุคคลที่กล่าวมาไม่มีความแตกต่างกันทางพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา เนื่องจากคนไทยในปัจจุบันมีผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมรอบข้าง ความเชื่อจึงเป็นแหล่งยึดเหนี่ยวทุกคนไม่ว่าจะเป็นลักษณะไหนก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กวี บุรพสาพันธ์ (2554) ที่ได้ทำงานวิจัยเรื่องความเชื่อศาสตร์ฮวงจุ้ยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภค ในย่านถนนพระราม 3 พบว่า ลักษณะที่ต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ย่านพระรามสาม ด้านความเชื่อด้านฮวงจุ้ยและสอดคล้องกับที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2552) เรื่อง “การบริหารการตลาดยุคใหม่” ที่กล่าวถึงความรู้สึกรักนึกคิดของผู้ซื้อที่มีผลต่อการตอบสนองของผู้บริโภค ดังนั้นปัจจัยหลายๆ อย่างจากสิ่งแวดล้อมรอบข้างที่ยึดถือมาจากในอดีตทำให้ไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา โดยธรรมเนียมปฏิบัติบางอย่างที่คุ้นเคยอาจจะทำให้มีการปฏิบัติที่เหมือนกัน

1.2 ผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร โดยทดสอบด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ด้านจำนวนครั้งที่มาที่วัดแห่งนี้ภายในหนึ่งปี พบว่า ผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีพฤติกรรมมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนครั้งที่มาที่วัดแห่งนี้ภายในหนึ่งปี มากกว่าผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร มากกว่ากลุ่มอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับที่อัจฉริมา เศรษฐบุตตร และ สายสวรรค์ วัฒนพานิช (2552) เรื่อง “การบริหารการตลาด” ที่กล่าวถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ โดยขั้นการตัดสินใจซื้อนั้น มีข้อเท็จจริงของสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง ที่กล่าวถึงความตั้งใจซื้อโดยคำนึงถึงระดับรายได้ของตน ซึ่งรวมกับตัวแปรภายนอกที่มีอิทธิพลอย่างความสำคัญของการซื้อที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม คนที่รายได้เฉลี่ยต่ำกว่าก็มักจะมีความต้องการที่มากกว่าคนที่มียาได้สูงกว่า จึงทำการอธิษฐานและขอพรที่มากกว่า จึงเกิดผลต่อมีจำนวนครั้งที่มาวัดมากกว่าคนที่มียาได้สูงกว่า เพราะอาจมีความถี่ของความถี่ที่ต้องการที่มาก จึงทำให้ต้องมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่วัดฯ บ่อยครั้งขึ้น

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดจากมุมมองผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดจากมุมมองผู้บริโภค ได้แก่ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ต้นทุนและความคุ้มค่าในการประกอบพิธีกรรม ความสะดวกและความเข้าถึงของ

วัด การสื่อสารด้านคุณค่าของพิธีกรรมต่างๆ ที่ผู้บริโภครับรู้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนาของชาวไทย ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับที่ชิลิต ลิมนพะเวช (2545) เรื่อง “Cutting Edge CRM” ได้อธิบายในเรื่องของส่วนประสมทางการตลาดในปัจจุบันโดยเน้นจากเรื่องปรัชญาที่เปลี่ยนไป จากเดิมที่เน้นความสำคัญไปที่ผลิตภัณฑ์แต่ปัจจุบันเน้นไปที่ผู้บริโภคและเพื่อสังคม ทำให้นักการตลาดสามารถสื่อในสิ่งที่ต้องการสู่ผู้บริโภคได้มากขึ้น โมเดล 4Cs จึงมีดังต่อไปนี้ ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer Solution) ราคาของผู้บริโภค (Cost to Customer) ความสะดวกสบายของผู้บริโภค และสุดท้าย การสื่อสารสู่ผู้บริโภค (Communication) ที่นำมาใช้แทน 4Ps ของเดิมที่ Philip Kotler ได้คิดไว้ ดังนั้นสาเหตุมาจากการมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา เกิดจากความต้องการของผู้ศรัทธาหรือผู้ที่เกิดความเชื่อในเรื่องนี้และรวมถึงการปฏิบัติตนเพื่อเข้าถึงหลักธรรม เหตุผลต่างๆ ย่อมเป็นลักษณะเฉพาะการมาขอพรหรืออธิษฐาน รวมถึงการนั่งสมาธิ การฟังธรรม และการปฏิบัติตามศีลที่กำหนด จึงเกิดระดับที่แตกต่างกันของแต่ละผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา

3. เรื่องความรู้ความเข้าใจในการประกอบพิธีกรรมต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนครั้งที่มาภายในหนึ่งปี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนาโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของโรคิช (M. Rokeach) (อ้างโดย ลักษณะ สรวิวัฒน์ 2544) ในเรื่องของความเชื่อที่เป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ ความเชื่อจึงหมายถึงความคิดและความเข้าใจของบุคคลที่ผลต่อการแสดงพฤติกรรมเปรียบได้กับคนที่มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ที่มีพื้นฐานความรู้ความเข้าใจในการประกอบพิธีกรรมบางส่วนที่ได้รับสืบทอดกันมา จึงเกิดความเชื่อต่อการมาประกอบพิธีกรรมจำนวนครั้งและค่าใช้จ่ายจึงมีมากขึ้นตามความเชื่อที่ตนมีอยู่ ยิ่งมีความเชื่อมากก็มาประกอบพิธีกรรมมากขึ้น ค่าใช้จ่ายจึงสูงขึ้นตามมา

4. ลำดับของแรงจูงใจด้านความต้องการในชีวิต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมประกอบพิธีกรรมโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจิตา อยู่คงสวัสดิ์ (2550) เรื่อง “แรงจูงใจ ค่านิยม ความเชื่อและการรับข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างศรัทธาต่อวัดมิ่งกรมลาวาส” กล่าวถึงแรงจูงใจระดับต่ำ คือการบูชาเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพย์สินสมบัติ ส่วนระดับกลางคือแรงจูงใจเพื่อให้ได้รับการเรียนรู้ นี่จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ที่มีความเชื่อ มีความศรัทธาในวัดมิ่งกรมลาวาส จึงทำให้เกิดพฤติกรรมการเข้าวัดมิ่งกรมลาวาสเป็นจำนวนมาก ซึ่งเปรียบได้กับผู้ที่มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ก็มีแรงจูงใจด้านความต้องการในลำดับต่ำอย่างการขอให้แต่งงาน มีความร่ำรวย ฯลฯ และลำดับสูงเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของตน จึงทำให้เกิดความศรัทธาต่อการมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานครเท่านั้น โดยอาจจะศรัทธาในความศักดิ์สิทธิ์ของวัด มีความเชื่อมั่นในวัดแห่งนี้สูง แล้วถ้าได้ตามที่คาดหวังไว้ก็จะรู้สึกถึงความคุ้มค่า แล้วทำให้เกิดการแนะนำบอกต่อทำให้เกิดพฤติกรรมและแนวโน้มการมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา

สรุปและอภิปรายผลวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ลักษณะส่วนบุคคลจากการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยแบ่งตามลักษณะเพศเป็นเพศหญิงและเพศชาย อย่างละ 5 คนและแบ่งเป็นช่วงอายุตั้งแต่ 1) 15 - 24 ปี 2) 25 - 34 ปี 3) 35 - 44 ปี 4) 45 - 54 ปี 5) 55 ปีขึ้นไปพบว่า

ปัจจัยที่เป็นเหตุให้เกิดการมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาล้วนเกิดจากความเชื่อ ปัจจัยด้านความเชื่อเกิดจากมุมมองที่หลากหลายดังนั้นวิธีการวิจัยที่เหมาะสมคือการใช้การสัมภาษณ์ ผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาส่วนใหญ่เกิดจากการอนุมาณจากสิ่งแวดล้อมรอบข้าง โดยที่มีจำนวนมากที่สุดคือคนในครอบครัว ตั้งแต่ พ่อ แม่ น้องสาว คนรัก รองลงมาคือเพื่อน และสื่อต่างๆ รวมถึงจากประสบการณ์ตรง โดยมีการชักชวนมาด้วยเหตุผลอันเกิดจากความห่วงใยของคนใกล้ชิดรวมถึงธรรมเนียมปฏิบัติของครอบครัวซึ่งมีอิทธิพลค่อนข้างมาก “จากบรรพบุรุษจนถึงรุ่นแม่ส่งผลโดยตรงทำให้เราต้องถูกปลุกฝังมา เพราะฉะนั้นจำเป็นต้องมีความเชื่อที่จะยึดถือแบบนี้ต่อไปในระดับที่ค่อนข้างมากครับ” (การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา)

ด้านพฤติกรรมและแนวโน้มการมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาโดยรวม ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร โดยถามในเรื่องความถี่และแนวโน้มการกลับมาจะเป็นในลักษณะใด จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ส่วนมากมีความถี่อยู่ในระดับคงที่ ซึ่ง

สอดคล้องกับวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาให้เหตุผลเนื่องจากว่าเป็นเรื่องปกติหรือธรรมเนียมปฏิบัติที่ต้องมาอยู่แล้ว บางส่วนที่ตอบน้อยลงเพราะเรื่องของปัจจัยอย่างสถานที่จอดรถ การจราจร ทำให้บางคนที่บ้านอยู่ไกลไปใช้บริการที่วัดมิ่งกรมลาวาสที่จังหวัดนนทบุรีแทน ส่วนแนวโน้มนั้นมีโอกาสกลับมาอีกครั้ง โดยที่จะมาในช่วงที่มีเทศกาลสำคัญหรือไม่บางคนก็จะกลับมาถ้าสิ่งที่ตนเองอธิษฐานไว้สำเร็จผล ”ถ้าเป็นวันที่สะดวกกันทั้งครอบครัว รถไม่ติดมากก็จะมา ถ้าเราได้ในสิ่งที่เราคิดเอาไว้ก็จะกลับมาไหว้อีก แนวโน้มกลับมาไหว้ได้อยู่แล้วมีโอกาสก็จะมา มาเพราะความสบายใจและเป็นคนชอบมาวัดอยู่แล้ว” (การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา)

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลวิจัยในเรื่องของลักษณะส่วนบุคคล ผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ผู้ที่มีรายได้อยู่ในระดับมาก มีความถี่ในการมาวัดมิ่งกรมลาวาสที่น้อยกว่าผู้มีรายได้ในระดับต่ำ เพื่อต้องการให้ผู้มีรายได้ระดับมากมาประกอบพิธีกรรมมากขึ้น อาจจะต้องมีการสร้างสาธารณูปโภคที่อำนวยความสะดวกต่อผู้ที่มีรายได้ในระดับสูงที่มาร่วมประกอบพิธีกรรม ซึ่งอาจจะมองในเรื่องสถานที่ อย่างปรับปรุงในเรื่องลานจอดรถยนต์เพราะผู้มีรายได้ส่วนมากริยยนต์แต่พื้นที่ภายในค่อนข้างแคบจึงทำให้ไม่สะดวกในการมา รวมถึงบรรยากาศภายในของวัด ที่ค่อนข้างแออัดอาจจะต้องมีการปรับปรุงในส่วนที่มีคนมาประกอบพิธีกรรมมาก ให้มีการถ่ายเทของอากาศที่ดีขึ้น โดยเฉพาะในส่วนที่เป็นเรื่องการแก๊ซหรือสะเก็ดเคราะห์ เพราะเป็นส่วนที่ผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร นิยมมากที่สุดมีที่นั่งที่รับรองผู้ที่มาประกอบพิธีกรรมให้มากขึ้น

2. ผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาส่วนมากมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดจากมุมมองผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร มีอยู่ในระดับต่ำ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มาประกอบพิธีกรรมนั้น อาจจะต้องขึ้นอยู่กับวัดมิ่งกรมลาวาสในการสร้างความศรัทธาให้กับผู้มาประกอบพิธีกรรมที่วัดฯ ให้มีมากยิ่งขึ้นและทำให้เกิดความถี่ในการมาวัดแห่งนี้มากยิ่งขึ้นด้วย ด้านต้นทุนและความคุ้มค่าในการประกอบพิธีกรรม ควรมีการแนะนำหรือประชาสัมพันธ์ว่าถ้าจะมาประกอบพิธีกรรม รวมถึงถ้าในบางเทศกาลก็อาจจะนำของที่นำมาประกอบมาจำหน่ายในวัดฯ เพื่อเป็นการบริการแก่ผู้มาประกอบพิธีกรรม แต่ผู้ประกอบพิธีกรรมที่นำของเช่นไหว้มาจากบ้านอาจจะไม่สามารถแข่งขันตรงส่วนนี้ได้นอกจากการให้เครื่องรางของขลัง หรือเครื่องเซ่นไหว้เฉพาะแก่ผู้ที่ซื้อของเช่นไหว้ในภายในวัดความสะดวกและความเข้าถึงของวัด แก้ไขโดยการขยายเวลาเปิด-ปิดให้เช้าหรือดึกขึ้นเพื่อผู้ที่มาประกอบพิธีกรรมเดินทางมาได้สะดวกขึ้น แต่ในเรื่องของบริเวณต่างๆ ภายในวัดอาจจะต้องเพิ่มในเรื่องของป้ายหรือเจ้าหน้าที่มาประจำตามจุดต่างๆ การสื่อสารด้านคุณค่าของพิธีกรรมต่างๆ ที่ผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนารับรู้ควรสร้างความศรัทธาดังแต่ด้วยเยาว์ เพื่อให้การสื่อสารด้านคุณค่ามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. ผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร มีความรู้ความเข้าใจในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่อยู่ในระดับปานกลาง เพราะเนื่องจากการบอกต่อหรือการประสมกันของวัฒนธรรมไทยและจีน ทำให้เกิดความเชื่อที่ต่างกัน ความรู้ความเข้าใจที่แท้จริงจึงมีหลายลักษณะ ดังนั้น วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ควรมีการประชาสัมพันธ์เรื่องของวัดมิ่งกรมลาวาสให้คนภายนอกหรือคนรุ่นหลังได้รับทราบกันมากขึ้น อาจจะใช้สื่อประชาสัมพันธ์ อย่างหนังสือแนะนำสถานที่ โบชัวร์ เว็บไซต์ ฯลฯ เพื่อให้ทราบถึง ความหมายของการไหว้ เทพเจ้า ฯลฯ ความสัมพันธ์ของการไหว้ และเรื่องของการเทศกาลต่างๆ ที่วัดมิ่งกรมลาวาสจัดขึ้น ซึ่งไม่ได้มีเพียงงานตรุษจีนหรืองานกินเจเท่านั้น ยังมีเทศกาลอื่นๆ หรือพิธีกรรมอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการมาสะเดาะเคราะห์หรือแก้ขง และจุดไหว้องค์เทพต่างๆ ควรมีการบอกวิธีการไหว้อย่างละเอียดไว้เพราะส่วนมากอาศัยจากการถามคนในครอบครัวที่เป็นธรรมเนียมปฏิบัติสืบทอดกันมาหรือผู้ที่เคยไปไหว้มาก่อนซึ่งบางอย่างอาจจะไม่ถูกต้อง ซึ่งอาจทำให้เกิดความยุ่งยากซับซ้อนและทำให้ผู้ที่มาครั้งแรกไม่อยากจะกลับมาอีกครั้ง หรือการแนะนำกิจกรรมทางศาสนาอื่นๆ อย่างการนั่งสมาธิ การฟังบทสวด หรือพิธีกรรมฆราวาสธรรมสูตร เพื่อสวดมนต์ให้กับเจ้ากรรมนายเวร เพื่อที่จะเป็นการทำให้เข้าใจถึงหลักของศาสนาพุทธ นิกายมหายาน มากยิ่งขึ้น

4. ลำดับแรงจูงใจด้านความต้องการในชีวิต ทั้งในระดับสูงและระดับต่ำมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่มาก แต่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในลำดับต่ำ อาจจะเป็นเพราะเนื่องจากความต้องการของคนที่มีหลากหลาย การที่บางคนมีความคาดหวังในระดับที่มากก็มีเยอะ ความคุ้มค่าทางใจมากน้อยก็ขึ้นอยู่กับความศรัทธาของแต่ละคน ส่วนการแนะนำบอกต่อหรือการที่จะมาอีกครั้งก็มาจากความต้องการของผู้อื่นว่าตรงกับที่ผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาจะชวนมาหรือไม่ ซึ่งตรงนี้วิธีที่เสนอแนะคือการสร้างความหลากหลายภายในวัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการประกอบพิธีกรรม หรือเทพเจ้าเงินทองอื่นๆ ที่สามารถครอบคลุมถึงการมาอธิษฐานขอพรที่ตรงกับความต้องการของผู้ที่มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา หรือผู้ที่ต้องการเชิญชวนให้มาได้ หรือการใช้การปฏิบัติธรรมเพื่อให้เข้าถึงแก่นของธรรมที่ช่วยในการหาหนทางทางดับทุกข์อันเกิดจากความต้องการที่มีมากเกินไป โดยอาจจะต้องมีการสำรวจความต้องการของคนส่วนมาก แล้วจึงนำมาปรับปรุงเพื่อให้ทุกคนที่มาประกอบพิธีกรรมรับทราบการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่ตรงกับสิ่งที่ตนต้องการ

5. ผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาจะมีกระแสที่จะบอกต่อแนะนำให้ผู้อื่นก็ต่อเมื่อผู้อื่นนั้นมีความต้องการเหมือนกับผู้ที่แนะนำ แต่ความต้องการที่ตรงกันก็อาจจะเป็นได้ยาก จึงอาจจะมีการอัญเชิญเทวรูปเสมีออนงค์เทพต่างๆ ที่มีความต้องการครอบคลุมในด้านต่างๆ จากต่างประเทศหรือวัดจีนอื่นๆ ในประเทศไทย โดยในปัจจุบันเทวรูปในก็อาจจะขอได้ครบในทุกๆ ด้าน แต่การประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นไปยังด้านที่ต้องการเพียงด้านเดียว จึงทำให้ความต้องการของผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาไม่ครอบคลุม นอกจากการไหว้พระขอพรแล้วก็ยังมีส่วนของการปฏิบัติธรรมทำมารททำได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย หรืออาจจะเป็นการทำโครงการไหว้พระในเขาวราช โดยเป็นโครงการที่ร่วมมือกับคนในเขาวราช เปลี่ยนเป็นการไหว้ศาลเจ้าหรือวัดจีนในท้องที่เขาวราช เพื่อให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการเป็นที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาอย่างเดียว เพราะบางคนเพียงแค่ต้องการสัมผัสบรรยากาศของวัดจีนหรืออาจจะเข้ามาศึกษาหาความรู้ด้านวัฒนธรรม

6. จากผลการสัมภาษณ์สาเหตุที่ผู้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร มีความถี่ในการมาน้อยลงเกิดจากความไม่สะดวกของสถานที่ โดยเฉพาะปัญหาควันธูป ตรงส่วนนี้ถ้าวัดต้องการให้มีอากาศถ่ายเทก็อาจจะมีการลดใช้ธูปเทียนให้น้อยลง อาจจะมีการณรงค์ให้ไหว้พระด้วยมือเปล่าหรือใช้อุปกรณ์อื่นที่ เช่น เทียนที่เป็นหลอดไฟ หรือธูปที่ไม่ทำให้ขี้เถ้าไม่ร่วงหล่นขณะไหว้ เพราะเวลาเมื่อมีคนมากๆ ไหว้จุดเดียวพร้อมๆ กัน ไม่เกิดสมาธิในการไหว้เพราะผู้ที่มาไหว้ต้องคอยระวังธูปของผู้อื่นมาโดน บางส่วนก็ไม่กล้าพาเด็กมาเพราะกลัวเด็กจะได้รับอันตราย ผู้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาบางรายเป็นโรคภูมิแพ้ซึ่งทำให้เสียสุขภาพได้ ปัจจุบันพื้นที่ของวัดมิ่งกรมลาวาสมีการขยายมากขึ้น แต่ปัญหาด้านควันธูปกับขี้เถ้าก็ยังคงอยู่ ถ้าบริหารจัดการส่วนนี้ได้ก็อาจจะทำให้ความถี่ของผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาไปยังวัดมิ่งกรมลาวาสมีมากขึ้น

7. จากผลการสัมภาษณ์ผู้มาประกอบพิธีกรรมทางศาสนาไม่มีความสะดวกในการเดินทางมาที่วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร จึงอาจจะมีการขยายเวลาในช่วงเพื่อให้เข้ามาประกอบพิธีกรรมในวัดได้เกินเวลา หรืออาจจะมีการฝากสะเดาะเคราะห์หรือแก้ขงแบบโทรศัพท์หรือทางอินเทอร์เน็ต โดยเป็นการซื้ออุปกรณ์ในการประกอบพิธีกรรมมายังที่พักอาศัยแล้วทำการประกอบพิธีกรรมแล้วส่งไปที่วัดเพื่อนำไปประกอบพิธีกรรมทางศาสนา โดยวัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ซึ่งอาจจะมีค่าใช้จ่ายที่สูงแต่ไม่สูงกว่าการเดินทางมาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ณ วัดมิ่งกรมลาวาส กรุงเทพมหานคร ด้วยตนเอง

เอกสารอ้างอิง

กวี บูรพสายันท์. (2554). ความเชื่อศาสตร์ฮวงจุ้ยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภค ในย่านถนน

พระราม 3, สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

ชลิต ลิ้มปะนะเวช. (2545). Cutting Edge CRM. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บริษัท ทิปป์ พอยท์ จำกัด

ลักขณา สรีวัฒน์. (2544). จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.

เอกสารอ้างอิง

สุจิตา อยู่คงสวัสดิ์. (2550). แรงจูงใจ ค่านิยม ความเชื่อและการรับข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างศรัทธาต่อวัตถุประสงค์จตุคามราม

เทพ, วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัจฉิมา เศรษฐบุตตร และ สายสวรรค์ วัฒนพานิช. (2552). การบริหารการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.