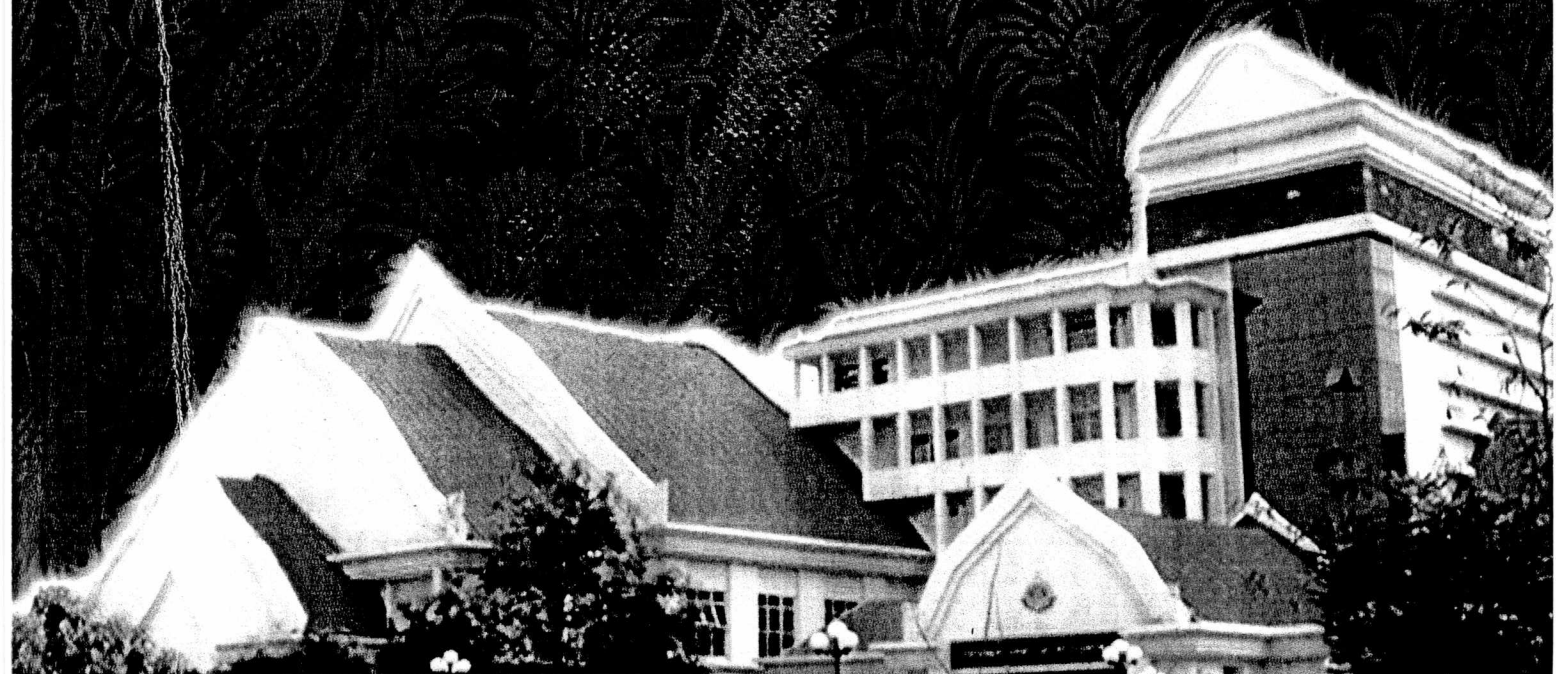


บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
Graduate School Surindra Rajabhat University



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัย
ระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 6
วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2555



คณะกรรมการพิจารณากลับกรองบทความทางวิชาการ

| | |
|------------------------------|---|
| ดร.เยาวดี สุวรรณาคะ | วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สุรินทร์ |
| ดร.ไพโรจน์ เพชรสังหาร | วัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ |
| ดร.พรณิภา สันติสุขวงศ์โชติ | ผู้เชี่ยวชาญสาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| ดร.สุพิตรา เศลวัตนะกุล | วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สุรินทร์ |
| รศ.ดร.ธวัชชัย ชินวงศ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| รศ.ดร.สารภี วรรณตรง | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| ผศ.ดร.ธีรวัตร ภูระธีรานรัชต์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| ผศ.ดร.นภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| ผศ.ดร.นภดล พูลสวัสดิ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| ผศ.ดร.สุวรรณา รัตนธรรมเมธี | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| ดร.เสาวณิต รัตนรวมการ | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| ดร.อุดม หอมคำ | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| ดร.พีระศักดิ์ วรรณิตร | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |

คณะกรรมการดำเนินงาน

| | |
|-----------------------|-----------------------------|
| รศ.ดร.สารภี วรรณตรง | รองอธิการบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา |
| ดร.เสาวณิต รัตนรวมการ | คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย |

คณะกรรมการฝ่ายจัดทำรูปเล่ม

| | |
|-----------------------|-----------------------------|
| นายชัยศ อุไรล้ำ | นายสำเร็จ สาคเรศ |
| นายธนาพล แจ้งสว่างศรี | นายอรรถพล ศรีปีดถา |
| นายคงคม จันทสุข | นายชุตินทร ไวรวัจนกุล |
| นางวฤนดา เผ่าศิริ | นางธนินท์ธร ทองแมน |
| นางสาววัลลภา ตรีแก้ว | นางสาวจันทร์ทิพย์ ถนัดเพิ่ม |
| นางสาวน้องนาง ผูกดวง | นางสาวโสภา วงศ์ภักดี |
| นางสาวศรินทิพย์ สนทอง | นางสาวภัทริยากุล แก่นแก้ว |
| นางสาวกนิษฐา ชิมทอง | นางสาวสุภาวดี มีศิริ |

ความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของผู้ประกอบการร้านค้าย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร
BELIEF IN THE AUTHORITY OF THE OPERATOR TO STORE POLICY THONBURI
DISTRICT OF BANGKOK

พิทักษ์ ศิริวงศ์¹, นุชนารถ มูลสันเทียะ², ศุภมิตร โกวินธนาพัฒน์³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของผู้ประกอบการร้านค้าย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ประกอบการร้านค้าย่านตลาดพลู จำนวน 10 คน เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกต และใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ผลการศึกษาพบว่า ความเชื่อที่นับว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจเวลามาเปิดร้านค้าขายในแต่ละวัน พ่อค้า แม่ค้า ที่ค้าขายในย่านตลาดพลูแต่ละคน มีความเชื่อของการค้าที่แตกต่างกันออกไป เช่นความเชื่อเรื่องพระพิฆเนศ ความเชื่อเรื่องปลัดขิก ความเชื่อเรื่องกุมารทอง ความเชื่อเรื่องนางกวัก ความเชื่อเรื่องการไหว้เจ้าที่เจ้าทาง และความเชื่อเรื่องการนำเอารูปเคารพมาตั้งไหว้ นับถือเวลามาประกอบกิจการค้าขายที่ร้านค้าเพื่อความเป็นสิริมงคลของตัวเอง

คำสำคัญ : ความเชื่อ, ผู้ประกอบการ

ABSTRACT

This research aims to study the sacred beliefs of the policy of the merchant district of Thonburi, Bangkok's population used in this study. The policy of the merchant district of 10 students to collect data. In-depth interviews and observation, and how to check the reliability of the data using a triangular method to verify the information. The results showed that Belief that it is extremely important for the mental count at stores open source vendors are selling on a daily basis in each policy area. The beliefs of the different trade off. The belief Ganesh. That a small wooden image of penis Belief comment. That a woman statue beckoning happy lot And pay respect to god that you believe in the way. And beliefs about taking the time to be respectful homage to the commercial operation of the store to the prosperity of its own.

Keywords : belief, authority

บทนำ

ความเชื่ออยู่กับสังคมไทยมาช้านานแล้ว บางความเชื่อได้สูญหายไป เนื่องจากความรู้ความทันสมัยทางด้านวิทยาศาสตร์เจริญขึ้นผนวกกับวัฒนธรรมสิ่งที่หลากหลาย ทำให้สิ่งที่เคยเชื่ออาจเปลี่ยนแปลงไป แต่บางความเชื่อก็ยัง

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

³ สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

สืบเนื่องมาถึงปัจจุบัน เป็นการปฏิบัติสืบทอดตามความเชื่อของบรรพบุรุษ ความเชื่อ คือการตัดสินใจว่าปรากฏการณ์ ความคิด การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นความจริง ความเชื่อนี้ถ้ามีหลักฐานสนับสนุนหรือพิสูจน์ให้เห็นจริงได้ด้วย ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์ปัญหาจะไม่เกิดขึ้น เพราะทุกคนจะเชื่อเหมือนกัน แต่ความเชื่อบางอย่างแม้จะเป็นเรื่อง เดียวกันก็อาจจะเป็นความเชื่อแตกต่างกันได้ เช่น นิสัยใจคอของบุคคลซึ่งแต่ละคนล้วนมีความเชื่อที่แตกต่างกัน ความ เชื่อเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ เพราะจะทำให้เกิดความรู้สึกมั่นคง มีสิ่งยึดเหนี่ยวใจ ถ้ามนุษย์ไม่ยอมเชื่ออะไรเลยและตั้ง ข้อสงสัยในทุกเรื่องจนกว่าจะพิสูจน์ได้ด้วยวิธีทางวิทยาศาสตร์ จิตใจจะตึงเครียดแล้วชีวิตจะไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ อย่างราบรื่น (เอนมอลย์ ราชภัณฑารักษ์, 2541 : 61) ความเชื่อมีอิทธิพลต่อความคิดเห็น ทักษะและการกระทำของ บุคคล การตัดสินใจในเรื่องต่างๆจะเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับความเชื่อที่มีอยู่ โดยอาจสังเกตได้ว่าเมื่อบุคคลมีความ เชื่ออย่างใดอย่างหนึ่งที่สอดคล้องกับความเชื่อที่มีอยู่ โดยอาจสังเกตได้ว่าเมื่อบุคคลมีความเชื่ออย่างใดอย่างหนึ่ง ย่อม เป็นเหตุจูงใจให้เกิดการกระทำหรือพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อความเชื่อนั้นๆ และถ้าเปลี่ยนความเชื่อไปจากเดิม พฤติกรรมจะเปลี่ยนตามไปด้วย ความเชื่อจึงเป็นที่มาของแบบแผนพฤติกรรม

ความเชื่อในแต่ละท้องถิ่นนั้นแตกต่างกัน โดยแต่ละท้องถิ่นแต่ละชุมชนต่างก็มีสภาพภูมิประเทศ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมเป็นของตนเอง โดยเฉพาะประวัติความเป็นมาของแต่ละกลุ่มชนที่มีความแตกต่างกันไปตาม วิถีชีวิต ความ เชื่อของกลุ่มตน ลักษณะที่แตกต่างกันของแต่ละท้องถิ่นเอง จึงเป็นต้นกำเนิดลักษณะเฉพาะจนถึงเอกลักษณ์ของ ท้องถิ่นตน การพัฒนาใดๆจึงจำเป็นต้องพิจารณาสภาพความเป็นอยู่ ความคิด ความเชื่อของท้องถิ่นที่จะนำไปพัฒนา และระวางการสร้างความต้องการโดยไม่จำเป็น และไม่เป็นประโยชน์แก่ท้องถิ่นไว้ด้วย

ชุมชนย่านตลาดพลู ย่านคนจีนชาวสวนเก่าแก่ที่สุดของกรุงเทพมหานคร ตลาดพลูเป็นชื่อที่ได้จากศูนย์กลาง การค้าขายหมากพลูของบางกอกสมัยรัตนโกสินทร์ เดิมตลาดขายหมากพลูตั้งเรียงรายริมฝั่งคลองบางหลวงตั้งแต่วัดรา ชคฤห์ไปจดวัดอินทาราม ลึกเข้าไปด้านหลังวัด (ปัจจุบันคือหน้าวัดติดถนนเทอดไท) เป็นสวนพลูสวนหมากของชาวจีน แหล่งใหญ่ที่สุดในกรุงเทพมหานคร ผู้สนใจอยากสัมผัสกับบรรยากาศดั้งเดิมสามารถเดินเที่ยวลัดเลาะไปตามถนนเลียบบ แม่น้ำข้างวัดดังกล่าวจะเห็นอาคารพาณิชย์ บ้านเรือน อาศัยแบบจีนที่มีลวดลายปูนปั้นกับลายไม้ฉลุประดับหลงเหลือให้ ชมอยู่บ้าง และหากข้ามฟากถนนเทอดไทลัดเลาะเข้าไปในซอยตรงข้ามกับวัดราชคฤห์ (เทิดไท 21) มีโรงเจเซี่ยเซ่งตั้ว โรง เจเก่าแก่ของย่าน และเลยไปหลังสถานีรถไฟย่านตลาดพลู มีศาลเจ้าติดดินกับโรงเรียนสอนภาษาจีนกึ่งจั้งซันอยู่ใน อาณาบริเวณเดียวกัน แม้เป็นสถานที่เก่าแก่แต่ได้รับการบูรณะแล้ว (กุลล เอี่ยมอรุณ 2542 : 81)

จึงเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่า ความเชื่อดังที่ได้กล่าวมาของบรรดาผู้ประกอบการร้านค้า ย่านตลาดพลู เขต ธนบุรี กรุงเทพมหานคร นั้นบรรดาผู้ประกอบการมักมีเครื่องรางของขลังเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจเวลาออกมาค้าขายในแต่ ละวัน ไม่มากก็น้อย บางคนมีการนำเอาสิ่งของมาเช่นไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่นำมาเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจเวลาออกมาขายของ เช่น น้ำเซียว น้ำแดง หรือเป็นพวกขนมหวาน ส่วนมากมีความเชื่อที่ว่ากรกระทำเช่นนี้สามารถช่วยให้เราขายของในวัน นั้นได้ดี มีคนมาซื้อเป็นจำนวนมาก หรือ เป็นการนำเอานางกวักมาตั้งอยู่หน้าร้าน เพื่อกวักเรียกลูกค้า กวักเงินกวักทอง เข้าร้านให้วันนั้นถึงมีคนมาซื้อของเป็นจำนวนมาก เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงได้เลือกศึกษาความเชื่อของที่ส่งผลต่อ ผู้ประกอบการร้านค้า โดยเลือกศึกษาในชุมชนย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นชุมชนที่เก่าแก่มี ประวัติความเป็นมาตั้งแต่สมัยรัตนโกสินทร์ ย่อมมีประวัติศาสตร์ความเป็นมา ที่สามารถถ่ายทอดประสบการณ์ของ บรรดาพ่อค้าแม่ค้า ในด้านความเชื่อเวลาออกมาขายสินค้าในแต่ละวันได้ และจากการสังเกตสภาพความเป็นอยู่และการ ดำเนินชีวิตโดยทั่วไปพบว่า ความเชื่อยังคงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อบรรดาพ่อค้าแม่ค้าที่ออกมาขายของในแต่ละวัน ดังที่กล่าวข้างต้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความเชื่อของผู้ประกอบการร้านค้าย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตในการวิจัย

1. ขอบเขตของพื้นที่

การศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อของผู้ประกอบการร้านค้าย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานครครั้งนี้ ศึกษาถึงความเชื่อของผู้ประกอบการร้านค้า ที่อาศัยอยู่ย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นพื้นที่เก่าแก่มีการดำรงชีวิตตั้งแต่สมัยรัตนโกสินทร์
2. ขอบเขตเนื้อหา การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะศึกษาถึง
 - 2.1 บริบทของชุมชน ดังนี้
 - 2.1.1 ประวัติความเป็นมาของชุมชน
 - 2.1.2 ระบบการประกอบอาชีพ
 - 2.2 ความเชื่อของผู้ประกอบการร้านค้าในย่านตลาดพลู
 - 2.2.1 ความเชื่อเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ
 - 2.2.2 ความเชื่อเกี่ยวกับไสยศาสตร์

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) Philip Kotler (2004 : 179 - 309) เป็นแนวความคิดที่สำคัญอย่างหนึ่งทางการตลาด นักการตลาดใช้ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือ เพื่อสร้างความพอใจและดึงดูดให้ลูกค้าเข้าไปใช้บริการซึ่งพัฒนาให้เหมาะสมสอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 อย่าง คือ ผลิตภัณฑ์ (product) การจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) และราคา (price) เป็นสิ่งที่ทำให้กลุ่มวัยรุ่นเกิดความสนใจไปเที่ยวในสถานบันเทิงนั้น

ด้านปัจจัยทางจิตวิทยานั้น Philip Kotler, (2547 : 266-270) ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ใช้ในการศึกษาด้านความเชื่อของผู้ประกอบการ ทั้งเรื่องแรงจูงใจที่กระตุ้นให้แสดงออกมาเป็นพฤติกรรม ความเชื่อและทัศนคติที่แสดงออกถึงความเชื่อในการนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ส่งผลต่อการประกอบอาชีพ

ความเชื่อและทัศนคติ (Beliefs & Attitudes) คนเราจะเกิดความเชื่อและทัศนคติโดยผ่านการกระทำและการเรียนรู้ ซึ่งสิ่งต่างเหล่านี้จะมีผลต่อพฤติกรรมของพวกเขาด้วย ความเชื่อคือ รายละเอียดของความคิดซึ่งคนเรายึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติ เป็นความรู้สึก อารมณ์และวิวัฒนาการด้านความชอบหรือไม่ชอบของคนเรามาเป็นนานแล้ว

กกกกกก ซึ่งพอสรุปได้ว่าปัจจัยทางจิตวิทยาแต่ละทฤษฎีสามารถนำมาปรับเปลี่ยนให้เข้ากับทัศนคติที่มีอยู่ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคได้

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร เช่น เอกสารทางวิชาการ รายงานการวิจัย อินเทอร์เน็ต หนังสือ และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาข้อมูลจากภาคสนาม คือ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยอาศัยกรอบคำถามจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น และการสังเกต โดยที่ผู้วิจัยได้ทำการสังเกตจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ทั้งการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าในย่านตลาดพลู จำนวน 10 คน

การเข้าถึงประชากร การศึกษาแหล่งข้อมูลหรือประชากรตัวอย่างโดยการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอลล์ (Snowball Technique) คือ การที่ผู้วิจัยไปหาบุคคลที่รู้จัก หรือสนิทกับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยต้องการจะศึกษาเสียก่อน เมื่อผู้วิจัยได้ตัวอย่างแรกแล้ว ผู้วิจัยก็จะสร้างความสนิทสนมกับตัวอย่างแรกก่อนจากนั้นจึงขอความร่วมมือจากตัวอย่างแรกให้ช่วยหาบุคคลที่ตนเองรู้จัก

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แนวคำถามในการสัมภาษณ์ระดับลึก เพื่อให้ผู้วิจัยง่ายต่อการศึกษาผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. การสัมภาษณ์ระดับลึก ดำเนินการไปในรูปแบบของการสนทนาโดยมุ่งเก็บรายละเอียดและลงลึกในประเด็นที่เฉพาะเจาะจง
3. การสังเกตพฤติกรรม การสังเกตเป็นเครื่องมือพื้นฐาน เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการสังเกตพฤติกรรมผู้ให้ข้อมูล
4. สมุดจดบันทึก เทปบันทึกเสียง
5. กล้องถ่ายรูป เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลขณะทำการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบหลายทาง หรือการตรวจสอบ สามเส้า (Triangulation) ดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องโดยเปรียบเทียบจากแหล่งข้อมูลหลายแห่ง (Triangulation of Data Sources) โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านค้า ทั้งเพศชายและเพศหญิง
2. การเปรียบเทียบจากทัศนะของนักวิจัยหลายๆ ท่าน (Triangulation of Investigators) โดยในการวิจัยครั้งนี้มีผู้เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 3 คน หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบ และวิเคราะห์ผลการศึกษาร่วมกัน
3. การเปรียบเทียบจากการใช้ทฤษฎีแนวคิดหลายๆ ชุด (Triangulation of Theories) โดยการใช้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยทางจิตวิทยา เข้ามาใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล
4. การเปรียบเทียบจากการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี (Triangulation of Methods) โดยใช้ในการสัมภาษณ์ระดับลึก และการสังเกตในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางประกอบการวิเคราะห์ นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในแบบสัมภาษณ์ ตรวจสอบข้อมูลจากการจดบันทึก ถอดเทปการสัมภาษณ์ นำมาประมวลผลข้อมูล เรียบเรียงข้อมูลและเขียนบรรยาย อธิบาย และนำเสนอข้อมูลตามปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์ แนวคำถามที่ตั้งในแต่ละประเด็น

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง ความเชื่อของผู้ประกอบการร้านค้าย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ระดับลึกกลุ่มพ่อค้า และ แม่ค้า ในตลาดพลู ซึ่งผู้ศึกษาขอเสนอผลการศึกษาประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาเรื่อง ความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของผู้ประกอบการร้านค้าย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

จากการสัมภาษณ์พบว่าความเชื่อที่นับว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจสำหรับเวลา มาเปิดร้านทำการค้าขายในแต่ละวัน พบว่าบรรดาพ่อค้า แม่ค้า ที่ค้าขายในย่านตลาดพลู นั้นมีความเชื่อของการทำ การค้าที่แตกต่างกันออกไป เช่น ความเชื่อเรื่องพระพิฆเนศ ความเชื่อเรื่องปลัดขิก ความเชื่อเรื่องกุมารทอง ความเชื่อ เรื่องนางกวัก ความเชื่อเรื่องการไหว้เจ้าที่เจ้าทาง และความเชื่อเรื่องการนำเอารูปเคารพมาตั้งไหว้ นับถือเวลาประกอบ กิจการค้าขายที่ร้านค้า เช่น รูปบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว หรือรูปพระเกจิต่างๆ เป็นต้น

โดยส่วนมากนั้นข้อมูลส่วนใหญ่ที่ได้รับจากผู้สัมภาษณ์นั้น มักมีความแตกต่างกันของบรรดาพ่อค้าแม่ค้านั้น มักมีความเชื่ออยู่ด้วยกันหลักๆทั้งสิ้นเพียง 5 เรื่อง ความเชื่อเรื่องกุมารทอง ความเชื่อเรื่องพระพิฆเนศ ความเชื่อเรื่องการ ไหว้เจ้าที่เจ้าทาง ความเชื่อเรื่องนางกวัก และความเชื่อเรื่องรูปเคารพ

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ก็มักได้รับข้อมูลในเรื่องของความเชื่อจากบรรดาพ่อค้าแม่ค้าด้วยกันที่ทำการค้าขายใน ย่านตลาดพลู ผ่านการบอกกันปากต่อปาก ไปปลิวแผ่นพับ ป้ายโฆษณา หรือตามอินเทอร์เน็ต จนเกิดความประทับใจและ อยากไปบูชามาตั้งไว้ที่ร้านของตัวเองบ้างเพื่อเพิ่มความเป็นสิริมงคลในเรื่องของการค้าขายที่สามารถช่วยให้เราสามารถทำ การค้าขายได้เป็นอย่างดีสามารถขายของในแต่ละวันนั้นได้อย่างเหนียวแน่นในทุกๆ วัน

พ่อค้า แม่ค้า ในย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร มีการประเมินในเรื่องของความเชื่อที่นำมาเป็น สิ่งที่ทำการยึดเหนี่ยวจิตใจ แตกต่างกันโดยอาศัยปัจจัยต่างๆ 3 ปัจจัยมาช่วยสำหรับการประกอบการตัดสินใจดังต่อไปนี้

1. สิ่งที่น่าเชื่อถือ
2. วิธีการตั้งบูชา
3. ผลที่ได้รับจากการตั้งบูชา

พ่อค้า แม่ค้านั้นโดยส่วนใหญ่แล้วมักเลือกบูชา เครื่องรางของขลังเหล่านี้มาเพื่อความเป็นสิริมงคลของตัวเอง ภายใต้อาชีพเชื่อว่า จะสามารถช่วยให้ค้าขายสินค้าในแต่ละวันได้มากขึ้นกว่าปกติเครื่องรางส่วนมากที่เป็นสิ่งที่บรรดา พ่อค้าแม่ค้ายึดเหนี่ยวเวลาทำการค้าขาย เช่น ความเชื่อเรื่องพระพิฆเนศ ที่คิดว่าพระพิฆเนศนั้นเป็นเทพเจ้าแห่ง ความสำเร็จที่จะสามารถช่วยให้ประสบความสำเร็จจากการค้าขายในแต่ละวันได้เป็นอย่างดี ส่วนเรื่องความเชื่อเรื่องกุมาร ทองนั้นเป็นความเชื่อที่ว่าในทุกวันที่การออกไปค้าขายถ้าเรียกกุมารทองตามไปด้วย กุมารทองจะช่วยให้ค้าขายได้มากขึ้น ขณะเดียวกันในเรื่องความเชื่อของรูปเคารพเป็นส่วนของความเชื่อเรื่องความกตัญญูทวดเทที่ต่อผู้มีพระคุณช่วยให้ผู้ที่ ค้าขายนั้นสามารถค้าขายได้เจริญรุ่งเรืองตักน้ำไม่ไหลตกไฟไม่ไหม้ ภายใต้อาชีพเชื่อในเรื่องของคุณบิดามารดา และใน ส่วนของความเชื่อในเรื่องของการไหว้เจ้าที่เจ้าทาง เป็นเรื่องความเชื่อในการขอเจ้าที่เจ้าทางในเรื่องของสภาพดินฟ้า อากาศให้ช่วยชลบดินดาลฝนฟ้าในวันนั้นให้เป็นใจแก่ตนเองในการค้าขาย ให้มีสภาพดินฟ้าอากาศที่ปลอดโปร่ง เพื่อที่จะ ทำให้เราสามารถค้าขายในวันนั้นได้อย่างราบรื่น กับความเชื่อในเรื่องของนางกวัก หรือแมวนางกวักที่เป็นที่นิยมและเรา พบเห็นได้อย่างแพร่หลายนั้น เป็นส่วนของความเชื่อที่ว่านางกวักมาตั้งหน้าร้านให้ช่วยกวักเรียกลูกค้าให้เข้ามาเลือก ซื้อเลือกหาสินค้าภายในร้านของเรา และการกวักเงินทองให้ไหลมาเทมาเข้ามาในร้านในแต่ละวันให้มากขึ้นนั้นอีกด้วย

ภายหลังจากการสัมภาษณ์พ่อค้าแม่ค้าในย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานครนั้นพบว่าความเชื่อของ บรรดาพ่อค้า แม่ค้ามีความเชื่อที่แตกต่างหลากหลายกันออกไปโดยพบว่า พ่อค้า แม่ค้านั้นไม่ได้มีสิ่งที่เป็นยึดเหนี่ยวจิตใจ เพียงอย่างเดียว แต่ในขณะเดียวกันนั้นต้องมีการหาเครื่องเช่นไหว้บูชา โดยภายใต้อาชีพเชื่อว่าเมื่อเรานำของอาหาร เครื่องคาวหวาน มาเช่นไหว้ บวงสรวง เพื่อให้เทพเจ้าหรือความเชื่อที่เรายึดเหนี่ยวกันอ้อมแล้วสามารถตามไปช่วยทำ การค้าขายในแต่ละวันได้อีกด้วย

พ่อค้า แม่ค้าส่วนใหญ่ที่มีความเชื่อในเรื่องของความเชื่อนั้นมีเหตุผลหลักเพียงอย่างเดียวเพียงเพื่อต้องการหา ที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ มาช่วยให้สามารถค้าขายให้ดียิ่งขึ้นนั่นเอง

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องความเชื่อของผู้ประกอบการร้านค้าย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมความเชื่อของบรรดาพ่อค้า แม่ค้า โดยเก็บรวบรวมโดยศึกษาจากเอกสาร การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมนั้น จากการศึกษาพบว่าพ่อค้า และ แม่ค้า มีพฤติกรรมความเชื่อที่แตกต่างกัน ทั้งความต้องการ แรงจูงใจ และ พฤติกรรมที่มีต่อสิ่งที่เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจนั้นๆ

พ่อค้า จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า พ่อค้าในตลาดพลูนั้นโดยส่วนมากมีความเชื่อในเรื่องของการยึดเหนี่ยวเครื่องรางของขลังกับการค้าขายในอัตราที่ค่อนข้างต่ำ มีแต่ก็เพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่มีความเชื่อในเรื่องนี้ เนื่องจากสาเหตุหลักสำคัญประการหนึ่งว่า พ่อค้าในตลาดพลูโดยส่วนใหญ่นั้นมักยึดติดกับความเชื่ออยู่เพียงว่า การค้าขายของในแต่ละวันนั้นได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความสามารถในการเจรจาต่อรอง การพูดจาจูงใจโน้มน้าวให้ลูกค้ามีความสนใจและต้องการซื้อสินค้า โดยสามารถจูงใจ โน้มน้าวลูกค้าเหล่านี้ได้มากจะทำให้ขายสินค้าได้มาก แต่ถ้าจูงใจ โน้มน้าวลูกค้าที่มาซื้อสินค้าเราได้น้อยทำให้สามารถขายสินค้านั้นได้น้อยตามไปด้วย

โดยส่วนมากแล้ววัตถุประสงค์หลักของบรรดาพ่อค้าในแต่ละวันมีเพียงอย่างเดียวคือ การพยายามขายสินค้าให้ได้มากที่สุดเพื่อนำรายได้ไปเลี้ยงจุนเจือครอบครัวให้มีสภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นไม่ต้องประสบกับปัญหาอดยาก หาเช้ากินค่ำ หรือ การหาซื้อกินมือ โดยความเชื่อหรือเครื่องรางของขลังที่นำมาเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจนั้นมีอิทธิพลต่อพ่อค้านั้นค่อนข้างน้อย

แม่ค้า จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักนั้นพบว่า แม่ค้าในตลาดพลูโดยส่วนมากมีความเชื่อในเรื่องของการนำเครื่องรางของขลังมาเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจเวลาค้าขาย สืบเนื่องมาจากสาเหตุของความสบายใจ ความต้องการหาที่พึ่งหรือที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจเวลาออกไปค้าขายในแต่ละวัน โดยมักมีความคิดว่าสิ่งที่ช่วยให้ค้าขายได้ง่าย สามารถนำพาเงินทองมาได้มากขึ้น เช่น กุมารทอง แมวนางกวัก รูปภาพเคารพบรรดาหลวงพ่หรือพระวัดตั้งที่ให้ความเคารพนับถือ เป็นต้น โดยที่บรรดาแม่ค้านั้นมักนำของมาเช่นไหว้ในแต่ละวันก่อนเริ่มค้าขายเพื่อความเป็นสิริมงคลของตัวเองและร้านค้าอีกด้วย เช่นอาหารคาวหวาน ขนม หรือน้ำแดง เป็นต้น จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดความเชื่อที่ว่าเวลาที่แม่ค้าสามารถขายของได้เป็นอย่างดี ฝนฟ้าอากาศเป็นใจทำให้เขาเหล่านี้มักคิดว่าสิ่งที่ขอไปนั้นสัมฤทธิ์ผลดังที่ตั้งใจไว้และมีความศรัทธาเชื่อในสิ่งที่ยึดเหนี่ยวอยู่แล้วมากขึ้น

หลังจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้งพ่อค้าและแม่ค้าแล้วพบว่า ทั้งสองกลุ่มมีความเชื่อที่แตกต่างกัน บางคนเชื่อในเรื่องของนางกวัก บางคนเชื่อในเรื่องพระพิฆเนศ เป็นต้น ภายใต้ความเชื่อที่ว่าของสิ่งไหนที่นับถือมีความถูกต้องแก่ตนเองนั้น ช่วยทำให้เกิดความศรัทธา เลื่อมใสในของสิ่งนั้นมากขึ้นด้วย

สรุป

พ่อค้า แม่ค้าย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จากผลการสัมภาษณ์ออกมาแล้วนั้นแล้วนั้นสามารถพบถึงความเชื่อที่พวกเขาความเชื่อเป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจที่คล้ายคลึงกัน แต่แตกต่างกันอยู่เพียงเล็กน้อยโดยที่พ่อค้าส่วนใหญ่มีความเชื่อในเรื่องของเครื่องรางของขลังเป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจน้อยกว่าแม่ค้า โดยที่พ่อค้าส่วนมากมักคิดจากพฤติกรรม และสิ่งแวดล้อม อยู่เพียงว่าการที่ค้าขายได้มากหรือน้อยในแต่ละวันส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความสามารถเพียงอย่างเดียวที่สำคัญในเรื่องของความเชื่อต่างๆ นั้นมีอิทธิพลต่อตนเองค่อนข้างน้อยหรือไม่ให้ความสำคัญเลย แตกต่างจากบรรดาเหล่าแม่ค้าในย่านตลาดพลูเหล่านี้ที่มีความต้องการหาที่ยึดเหนี่ยวจิตใจเป็นที่พึ่งทางใจในเวลาที่จะออกไปค้าขายในแต่ละวัน ไม่ว่าจะในเรื่องของ นางกวัก กุมารทอง หรือเรื่องรูปเคารพ เป็นต้น โดยเวลาที่ พ่อค้า แม่ค้าออกไปค้าขายนั้นมักนำความเชื่อเหล่านี้ไปด้วย และมีการนำเอาสิ่งของอาหารคาวหวานมาตั้งบูชา เพื่อความเป็นสิริมงคล

แก่ตนเองในการค้าขายแต่ละวัน ในทางกลับกันพฤติกรรมและความเชื่อต่างๆของเหล่าบรรดาพ่อค้า แม่ค้าในเวลาที่มีความต้องการเลือกเข้าบูชา สิ่งของเครื่องรางของขลัง เหล่านี้ เขามักมีความต้องการเครื่องรางตามความนิยมชมชอบหรือบางครั้งไปเจอโดยบังเอิญ แล้วเกิดความรู้สึกชอบและสนใจ ทำให้เกิดความต้องการบูชาเครื่องรางนี้ โดยมีความคิดแต่เพียงว่าเครื่องรางเหล่านี้ถูกโฉลกกับตัวเอง และสามารถทำให้พ่อค้า แม่ค้าทำการค้าขายในแต่ละวันได้มากขึ้นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยพบว่าความเชื่อของผู้ประกอบการร้านค้ามีผลค่อนข้างมากในด้านจิตใจ ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงควรถ่ายทอดความรู้ในเชิงบวก เช่น การเคารพบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่างๆให้ถูกวิธี ไม่นำมาใช้ในทางที่ผิดและมงายจนเกินไป

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเชิงปริมาณควบคู่ไปด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่กว้างขึ้น และผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือมากขึ้น
2. ควรมีการศึกษาประชากรกลุ่มอื่นที่แตกต่างออกไป เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมที่แท้จริงของผู้ประกอบการร้านค้า เพราะต่างพื้นที่ก็จะมีความเชื่อที่ต่างกันไป

เอกสารอ้างอิง

- กุศล เอี่ยมอรุณ. (2542). เทียวฝั่งธนบุรี. กรุงเทพฯ : บริษัท วิริยะธุรกิจ จำกัด.
ขนิษฐา จิตชนะกุล. (2545). คติชนวิทยา. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
มานิต มานิตเจริญ. (2514). พจนานุกรมไทย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : เอกศิลป์การพิมพ์.
ภิญโญ จิตต์ธรรม. (2518). ความเชื่อ. สงขลา : โรงพิมพ์มงคลการพิมพ์.
Philip Kotler. (2004). การจัดการการตลาด. กรุงเทพมหานคร : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า