

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

The Analysis of Factors Affected to Sanctity Worship of Retailers in Muang Ratchaburi

ประสพชัย หลุนนท์ นานนท์ หอมสุด ณัฐธรา แสงสุขเยี่ยม วาริพร วีระระพานิข และวิจุชา มานันต์นันท์

หลักสูตรการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

เบอร์โทรศัพท์ 032-594-028 E-Mail: pasunon@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของผู้ประกอบการค้าปลีก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการค้าปลีกจำนวน 200 ราย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ซึ่งคำนวณได้จากสูตรของ Yamane เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นิยมบูชานางกวัก สิ่งของที่ใช้บูชา คือ ธูปเทียน และดอกไม้ สิ่งศักดิ์สิทธิ์จะได้รับมาจากวัด นอกเหนือจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์แล้ว สิ่งที่เกี่ยวข้อง คือ คุณความดีของตนเอง สถานที่ที่เก็บรักษาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คือ สถานที่ประกอบการ ผลที่เชื่อว่าจะได้รับจากการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คือ ลูกค้าเพิ่มขึ้น และ หลักการที่ใช้ในการบริการธุรกิจนั้นประกอบกันระหว่าง หลักวิชาการกับความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ขณะที่การวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก พบว่า สามารถแบ่งปัจจัย 20 ปัจจัยได้เป็น 5 องค์ประกอบ คือ ความเชื่อพื้นฐาน ฐานะทางการเงิน การตัดสินใจ ความสำเร็จในชีวิต และ การคุ้มครองป้องกันภัย

คำสำคัญ: สิ่งศักดิ์สิทธิ์ การค้าปลีก การวิเคราะห์ปัจจัย

Abstract

The objectives of this research are to study the behavior of sanctity worship and to analyze factors that affected to sanctity worship of retailers in Amphoe Muang, Ratchaburi Province. The sample size, which is calculated by Yamane formula, is 200 retailers in Amphoe Muang, Ratchaburi Province. The research instrument is questionnaire while the usage statistical techniques are frequency, percentage, mean, standard deviation, and principal component analysis. It is found that most of samples like to worship Nangkwaik; using joss stick, candle, and flower in worship; origin of sanctity is Temple; believe in goodness in oneself; sanctity is in workplace; believe that sanctity help to increase customers, and balance between scientific and sanctity. Moreover, It is found that 20 factors can extracted into 5 components, consisted of the Basic Believe, Financial Status, Decision Making, Successful in Life, and Protection.

Keywords: Sanctity, Retailing, Factor Analysis

บทนำ

การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นวัฒนธรรมทางความคิดที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อก่อให้เกิดความมั่นคงทางด้านจิตใจ เนื่องจากความทุกข์ที่เกิดขึ้นในจิตใจนั้นเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ (ยศ สันตสมบัติ 2540) ซึ่งถึงแม้ในปัจจุบัน วิทยาศาสตร์จะมีอิทธิพลอย่างสูงในหลากหลายด้าน แต่ก็มีอีกหลายเรื่องซึ่งวิทยาศาสตร์ไม่สามารถตอบสนองความต้องการ และอธิบายปรากฏการณ์บางอย่างได้ ทำให้ความเชื่อทางไสยศาสตร์เข้ามามีอิทธิพลในการอธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ เพื่อช่วยให้มนุษย์มีความเข้าใจและรู้สึกอบอุ่นใจในหลายเรื่องราว (ศิริชัย ทรวงแสง 2548)

ในสังคมไทยนั้น ความเชื่อมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนในสังคมมาอย่างยาวนาน แม้ปัจจุบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจะเข้ามามีอิทธิพลความเชื่อต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระบบ ส่งผลถึงความเชื่อเหล่านั้นให้สูญหายไป อย่างไรก็ตาม ความเชื่อบางอย่างยังมีผลทางจิตใจและมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิต (ประภาพรรณ วิจิตราวาทกร 2532)

ในการประกอบการธุรกิจนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องอาศัยความรู้และความชำนาญทั้งศาสตร์และศิลป์เป็นอย่างมาก เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีการเจริญเติบโต การตัดสินใจเป็นไปได้อย่างเรียบร้อย ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (สุรยุทธ์ มินะพันธ์ 2540) แต่ก็มีผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยที่มีความคิดว่าการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้ส่งผลในทางที่ดีต่อการค้าขาย และเป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของผู้ประกอบการ เช่น การบูชานางกวักก็มีความเชื่อว่าเป็นสิ่งนำโชคที่เรียกลูกค้า ทำให้ท่ามาค้าขายดีมีกำไร การบูชากรมทองเชื่อว่าเป็นสิ่งขับไล่วาตโรคภัย หรือเรียกลูกค้าให้เข้าร้าน ค้าขายดีมีกำไรทำให้ผู้ประกอบการขาย ฯลฯ ซึ่งการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ดังกล่าวขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการแต่ละรายที่มีความเชื่อในวัตถุมงคลชนิดไหน อย่างไร

ด้วยเหตุที่การปรับตัวของเศรษฐกิจทุนนิยม และการตื่นตัวของเศรษฐกิจโลกอันส่งผลต่อประเทศเป็นไปในทิศทางบวก ทำให้ประชาชนหันมาจับจ่ายใช้สอยกันมากขึ้น ดังนั้นถึงแม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี จะมีห้างสรรพสินค้าจำนวนมาก แต่ประชาชนในเขตนั้นก็ยังคงเลือกที่จะใช้บริการจากร้านค้าปลีกของผู้ประกอบการรายย่อยด้วย ดังสังเกตได้จากจำนวนร้านค้าปลีกที่มีจำนวนถึง 319 ร้าน แสดงให้เห็นว่าการค้าปลีกของผู้ค้ารายย่อยในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ย่อมมีการแข่งขัน เพื่อให้เกิดการอุปราคาเช่นเดียวกัน จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกนั้นมีการนำการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์มาเป็นเครื่องมือช่วยในการดำเนินธุรกิจอย่างไร

ในส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ซึ่งได้จากการบทบรรณกรรมนั้น ศิริชัย ทรวงแสง (2548) ทำการศึกษาเรื่อง "ความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์กับพฤติกรรมการค้าปลีก: กรณีศึกษากลุ่มนักธุรกิจของหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่" พบว่า นักธุรกิจหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มิมีความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์ในระดับปานกลาง และมีพฤติกรรมการใช้โหราศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจในระดับปานกลาง ขณะที่ มณฑลยา โฉมพิงษ์ (2550) ทำการศึกษาเรื่อง "การวิเคราะห์พฤติกรรมการค้าปลีกในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาวัดห้วยมงคล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์" พบว่า สามารถวิเคราะห์ปัจจัยแล้วแบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ คือ ความศรัทธา ประโยชน์ในทางธุรกิจ ด้านสังคม ปัจจัยภายนอก และกระแสนิยม

จากการบทบรรณกรรมยังพบว่า ปัจจัยที่หาไม่เกิดจากการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อประกอบการธุรกิจนั้น ยังไม่มีการระบุชัดเจนว่ามีปัจจัยใดบ้าง คณะผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ซึ่งเป็นเทคนิคที่รวบรวมปัจจัยหรือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันเข้าไว้ด้วยกัน (Rao, 1975) เพื่อที่จะสามารถนำกลุ่มปัจจัยนั้นไปวิเคราะห์ในมุมมองต่าง ๆ ได้

0.125(53)_30

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบุรุษสังคมนิยมของ
ผู้ค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี" จึงเกิดขึ้น ทั้งนี้ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ คือ เพื่อ
เข้าใจความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์และทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบุรุษสังคมนิยมของผู้ค้าปลีกในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของบุรุษสังคมนิยมของผู้ค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบุรุษสังคมนิยมของผู้ค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

วิธีการศึกษา

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ซึ่งจาก
ข้อมูลของ สำนักงานสถิติจังหวัดราชบุรี พบว่า มีจำนวน 319 ราย ขณะที่ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
คำนวณจากสูตรของ Yamane (ประสพชัย หุยนนท์ 2553) พบว่า ได้เท่ากับ 178 ราย แต่เพื่อป้องกันความ
ผิดพลาด คณะผู้วิจัยจึงได้แจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 200 ราย สำหรับในส่วนของการเก็บข้อมูลนั้น คณะผู้วิจัยได้
สุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก โดยทำการเก็บโดยตรงในแต่ละร้านค้าปลีก ระหว่างวันที่ 15 - 28 กุมภาพันธ์ 2553
2. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยคณะผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามเบื้องต้น
จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 ท่าน แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้ไป
ทดสอบกับผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรีจำนวน 30 คน พบว่าความ
เที่ยงของแบบสอบถามมีความเที่ยงสูง (สรชัย พิศาลบุตร เลาวรส ใหญ่สว่าง และ ปรีชา อัครเดชาบุตร 2549)
แบบสอบถามที่ใช้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไป เป็นแบบเลือกตอบจำนวน 8 ข้อ 2) ทศนิยมและ
พฤติกรรมเกี่ยวกับการบุรุษสังคมนิยม เป็นแบบเลือกตอบจำนวน 10 ข้อ และ 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบุรุษสัง
คมนิยม เป็นแบบ Rating Scale จำนวน 20 ข้อ
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเริ่มจากหลังจากเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจความ
ถูกต้องของข้อมูล แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ SPSS โดย
ส่วนข้อมูลทั่วไป ใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ และ ร้อยละ ขณะที่การแปลความหมายระดับ
ความสำคัญซึ่งวัดจากค่าเฉลี่ยในแบบสอบถามจะใช้แนวทางของ วัน เดชพิชัย (2532) ดังต่อไปนี้
คะแนนเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายความว่า สำคัญระดับ มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายความว่า สำคัญระดับ มาก
คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายความว่า สำคัญระดับ ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายความว่า สำคัญระดับ น้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายความว่า สำคัญระดับ น้อยที่สุด
การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อบุรุษสังคมนิยม ใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal
Component Analysis) โดยการหมุนแกนปัจจัยให้ตั้งฉากกัน (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีการ Varimax ด้วย
Kaiser Normalizationเกณฑ์การพิจารณาองค์ประกอบ คือ ค่า Eigenvalues ต้องมากกว่า 1 และค่า Factor
Loading ต้องมากกว่า 0.5 (กัญญา วาณิชยปัญญา 2547)

ผลการศึกษา

1. จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 200 ชุด คณะผู้วิจัย พบว่า มีแบบสอบถาม
บางชุดที่ไม่ครบถ้วน สมบูรณ์ หรือผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบแบบเดียวกันตลอด เมื่อตรวจสอบแล้ว
พบว่า มีแบบสอบถามจำนวน 186 ชุดที่สมบูรณ์ ตลอดจนการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดีเหมาะสม จึงใช้
แบบสอบถามที่สมบูรณ์นี้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ด้วยค่าสถิติความถี่ และร้อยละ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศ
หญิง อายุระหว่าง 40 - 49 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้โดยเฉลี่ยประมาณ 40,001 - 50,000 บาท
รายจ่ายโดยเฉลี่ยประมาณ 0 - 10,000 บาท สถานะทางการเงินอยู่ในระดับ ปานกลาง สถานภาพสมรส คือ
สมรส และ ศาสนาที่นับถือ คือ ศาสนาพุทธ รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	55	29.57
หญิง	131	70.33
อายุ	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 19 ปี	0	0.00
20 - 29 ปี	40	21.50
30 - 39 ปี	52	27.96
40 - 49 ปี	63	33.87
50 - 59 ปี	25	13.44
60 ปีขึ้นไป	6	3.23
ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่าต้น	15	8.06
ต้น	20	10.76
ม.ปลายหรือเทียบเท่า	54	29.03
ปวส.	17	9.14
ปริญญาตรี	72	38.71
สูงกว่าปริญญาตรี	8	4.30
รายได้ต่อเดือน (บาท)	ความถี่	ร้อยละ
0 - 10,000	15	8.06
10,001 - 20,000	20	10.76
21,001 - 30,000	54	29.03
30,001 - 40,000	17	9.14
40,001 - 50,000	72	38.71
50,001 บาทขึ้นไป	8	4.30

รายจ่ายต่อเดือน (บาท)	ความถี่	ร้อยละ
0 - 10,000	71	38.17
10,001 - 20,000	30	16.13
21,001 - 30,000	42	22.58
30,001 - 40,000	23	12.37
40,001 - 50,000	12	6.45
50,001 บาทขึ้นไป	8	4.30
สถานะทางการเงิน	ความถี่	ร้อยละ
ดีมาก	4	2.15
ดี	57	30.65
ปานกลาง	117	62.90
แย่มาก	8	4.30
สถานภาพการสมรส	ความถี่	ร้อยละ
โสด	58	31.18
สมรส	118	63.44
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	10	5.38
ศาสนา	ความถี่	ร้อยละ
พุทธ	180	96.77
คริสต์	5	2.69
อิสลาม	1	0.54

3. การวิเคราะห์ทัศนคติและพฤติกรรมการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นิยมบูชา นางกวัก สิ่งของที่ใช้บูชา คือ ธูปเทียน และดอกไม้ สิ่งศักดิ์สิทธิ์จะได้รับมาจากวัด มีความเชื่อว่า การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์จะทำให้ค้าขายดีมีกำไร คนที่แนะนำสิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้ คือญาติพี่น้อง นอกเหนือจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์แล้ว สิ่งที่เชื่อถือ คือ คุณความดีของตนเอง สถานที่ที่เก็บรักษาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คือ สถานที่ประกอบการ ผลที่เชื่อว่าได้รับจากการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คือ ลูกค้าเพิ่มขึ้น และ หลักการที่ใช้ในการบริการธุรกิจนั้นประกอบด้วยระหว่างหลักวิชาการกับความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 2 - 10

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่บูชา

สิ่งศักดิ์สิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
นางกวัก	118	63.44
น้ายันต์	54	29.03
เจ้าแม่กวนอิม	50	26.88
พระพิฆเนศ	41	22.04
พระพุทธรูป	40	21.51

สิ่งศักดิ์สิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
กุมารทอง	28	15.05
ปี่เจีย	27	14.52
หัวจตุคามรามเทพ	20	10.75
ศาลเจ้า	20	10.75
ตะกรุด	19	10.22
ปลัดขิก	18	9.68
สาหล่าลั่นทอง	14	7.53
ชกลกจ้าว	8	4.30
พระพรหม	8	4.30
ต๋อเงินต๋อทอง	7	3.76
ไรกายสิทธิ์	7	3.76
พญาเต่าเรือน	4	2.15
ซูก	3	1.61
อื่น ๆ	2	1.08

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสิ่งที่ใช้ในการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์

สิ่งของบูชา	จำนวน	ร้อยละ
ธูปเทียน	139	74.73
ดอกไม้	135	72.58
น้ำเปล่า/น้ำชา	117	62.90
ผลไม้	113	60.75
น้ำอ้อยคั้น	94	50.54
ของควา/ของหวาน	40	21.51
ธูป	19	10.22
ของเล่น	18	9.68
หมากพลู	10	5.38
กระดาษไหว้	9	4.84
ธูป	8	4.30
อื่น ๆ	3	1.61

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่บูชา

ความเชื่อ	จำนวน	ร้อยละ
ค้าขายดีมีกำไร	131	70.43
เรียกลูกค้าเข้าร้าน	92	49.46
คุ้มครองป้องกัน	87	46.77
มีเงินทองไหลมาเทมา	82	44.09
ได้รับโชคกลาง	70	37.63
ได้รับความสำเร็จ	59	31.72
มีความมั่งคั่ง/ร่ำรวย	47	25.27
สมหวัง	46	24.73
เมตตามหา นิยม	19	10.22
ดักเงินดักทอง	11	5.91
มีเสน่ห์เป็นที่รักใคร่	9	4.84
อื่นๆ	4	2.15

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสิ่งที่ใช้ในการได้มาของสิ่งศักดิ์สิทธิ์

การได้มาของสิ่งศักดิ์สิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
วัด	145	77.96
ญาติพี่น้อง	93	50.00
ร้านให้เช่าหัวไป	52	27.96
งานบุญ/เทศกาล	40	21.51
เพื่อน	20	10.75
สำนักสงฆ์	17	9.14
ช่างทรง	11	5.91
อื่นๆ	1	0.54

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสิ่งที่ให้ความเชื่อถือ

สิ่งที่ให้ความเชื่อถือ	จำนวน	ร้อยละ
คุณความดีของตนเอง	123	66.13
หยก จี้ กำไล	41	22.04
แมวกวัก	30	16.13
เรือสำบาก	24	12.90
ต้นขนุน	16	8.60

สิ่งที่ให้ความเชื่อถือ	จำนวน	ร้อยละ
ต้นกวัก	13	6.99
ศาลมัจฉา	12	6.45
ต้นมะยม	10	5.38
ร้าน	10	5.38
ปลาคะเพียน	8	4.30
หอยเบี้ย	8	4.30
หินทิเบต	8	4.30
อัญมณี	7	3.76
สิงโต	6	3.23
ลูกปัด	5	2.69
สีผึ้งปาก	2	1.08
ต้นกุนลาบิน	1	0.54

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งที่รู้จักสิ่งศักดิ์สิทธิ์

แหล่งที่รู้จัก	จำนวน	ร้อยละ
ญาติพี่น้อง	119	63.98
วัด	107	57.53
เพื่อน	72	38.71
หนังสือ/นิตยสาร	40	21.51
สำนักสงฆ์	19	10.22
วิทยุ	17	9.14
โทรทัศน์	15	8.06
ช่างทรง	15	8.06
ศาลเจ้า	14	7.53
แผ่นป้ายโฆษณา	8	4.30
อินเทอร์เน็ต	6	3.23
อื่นๆ	1	0.54

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ที่บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์

สิ่งที่ให้ความเชื่อถือ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ประกอบธุรกิจ	151	81.18
บ้าน	113	60.75
พิกัดตัว	47	25.27
รถ	39	20.97

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผลที่เชื่อว่าจะได้รับจากการบูชา

สิ่งที่เชื่อว่าจะได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
ลูกค้าเพิ่มขึ้น	95	51.08
รายได้เพิ่มขึ้น	79	42.47
ลูกค้ามาเรื่อยๆ	76	40.86
ขยายกิจการ	11	5.91
ลูกค้าลดลง	2	1.08

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหลักการบริหารกิจการ

สิ่งที่เชื่อว่าจะได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
หลักวิชาการ	40	21.51
สิ่งศักดิ์สิทธิ์	7	3.76
พอ ๆ กัน	139	74.73

4. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สามารถสรุปได้ว่า ก่อนการวิเคราะห์ปัจจัย คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล พบว่า ค่า Kaiser-Meyer-Olkin ได้เท่ากับ 0.874 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 และ ค่า Barlett's Test of Sphericity ได้เท่ากับ 2021.844 (Sig. = 0.000) แสดงว่า ข้อมูลเหมาะสมที่จะใช้วิเคราะห์ปัจจัย (ภัสยา วาณิชย์ปัญญา 2547) ผลการวิเคราะห์ปัจจัย ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก สามารถแบ่งปัจจัย 20 ปัจจัย ออกเป็น 5 องค์ประกอบ คือ ความเชื่อพื้นฐาน ฐานะทางการเงิน การตัดสินใจ ความสำเร็จในชีวิต และ การคุ้มครองป้องกันภัย โดยอธิบายความแปรปรวนได้ทั้งหมด 67.988% รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 11 - 15

ตารางที่ 11 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญขององค์ประกอบที่ 1 "ความเชื่อพื้นฐาน" (Eigenvalues = 4.348 อธิบายความแปรปรวนร้อยละ 21.741)

ปัจจัย	Factor Loading	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความสำคัญ
ช่วยส่งเสริมธุรกิจ	0.775	3.11	0.76	ปานกลาง
เกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ	0.720	3.13	0.73	ปานกลาง
ช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ	0.703	3.19	0.79	ปานกลาง
เป็นสิริมงคลต่อผู้ประกอบการ	0.683	3.41	0.85	ปานกลาง
เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ	0.660	3.08	0.81	ปานกลาง
มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการ	0.549	3.42	0.75	ปานกลาง
กำหนดโชคชะตาของผู้ประกอบการ	0.536	3.18	0.82	ปานกลาง

ตารางที่ 12 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญขององค์ประกอบที่ 2 "ฐานะทางการเงิน" (Eigenvalues = 2.570 อธิบายความแปรปรวนร้อยละ 12.852)

ปัจจัย	Factor Loading	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความสำคัญ
ส่งผลกระทบต่อค่าเงินธุรกิจ	0.782	3.26	0.73	ปานกลาง
ช่วยเรียกเงินเรียกทอง	0.756	3.58	0.73	มาก
ทำให้ฐานะการเงินดีขึ้น	0.651	3.84	0.79	มาก
ช่วยทำให้ค้าขายดีขึ้น	0.588	2.90	0.74	ปานกลาง

ตารางที่ 13 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญขององค์ประกอบที่ 3 "การตัดสินใจ" (Eigenvalues = 2.317 อธิบายความแปรปรวนร้อยละ 11.586)

ปัจจัย	Factor Loading	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความสำคัญ
เกิดความหวัง ความสบายใจ ความเชื่อมั่น	0.805	4.05	0.87	มาก
ช่วยตัดสินใจในการดำเนินงาน	0.766	3.89	0.76	มาก
ใช้เป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหา	0.533	3.41	0.74	ปานกลาง

ตารางที่ 14 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญขององค์ประกอบที่ 4 "ความสำเร็จในชีวิต" (Eigenvalues = 2.250 อธิบายความแปรปรวนร้อยละ 11.250)

ปัจจัย	Factor Loading	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความสำคัญ
ช่วยให้ประสบความสำเร็จในชีวิต	0.813	2.80	0.82	ปานกลาง
นำความสุขความเจริญมาสู่ชีวิต	0.689	2.89	0.84	ปานกลาง

ตารางที่ 15 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญขององค์ประกอบที่ 5 "การคุ้มครองป้องกันภัย" (Eigenvalues = 2.112 อธิบายความแปรปรวนร้อยละ 10.559)

ปัจจัย	Factor Loading	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความสำคัญ
ช่วยคุ้มครองป้องกันภัย	0.699	3.77	0.85	มาก
ทำให้เกิดเมตตามหานิยม	0.614	3.47	0.73	ปานกลาง

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 40 - 49 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้โดยเฉลี่ยประมาณ 40,001 - 50,000 บาท รายจ่ายโดยเฉลี่ยประมาณ 0 - 10,000 บาท สถานะทางการเงินอยู่ในระดับ ปานกลาง สถานภาพสมรส คือ สมรส และ ศาสนาที่นับถือ คือ ศาสนาพุทธ

การวิเคราะห์ทัศนคติและพฤติกรรมการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นิยมบูชา นางกวัก สิ่งของที่ใช้บูชา คือ รูปเทียน และดอกไม้ สิ่งศักดิ์สิทธิ์จะได้รับมาจากวัด มีความเชื่อว่า การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์จะทำให้ค้าขายดีมีกำไร คนที่แนะนำสิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้ คือญาติพี่น้อง นอกเหนือจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์แล้ว สิ่งที่เชื่อถือ คือ คุณความดีของตนเอง สถานที่ที่เก็บรักษาสักดิ์สิทธิ์ คือ สถานที่ประกอบการ ผลที่เชื่อว่าได้รับจากการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คือ ลูกค้าเพิ่มขึ้น และ หลักที่ใช้ในการบริหารธุรกิจนั้นประกอบกับระหว่าง หลักวิชาการกับความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สามารถแบ่งปัจจัย 20 ปัจจัย ออกเป็น 5 องค์ประกอบ คือ ความเชื่อพื้นฐาน ฐานะทางการเงิน การตัดสินใจ ความสำนึกในชีวิต และ การคุ้มครองป้องกันภัย โดยอธิบายความแปรปรวนรวมได้เท่ากับ 67.988%

ผลการวิจัยที่ได้จะพบว่า ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์นั้น มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับ ปานกลาง เป็นส่วนใหญ่ ผลการวิจัยในประเด็นนี้ สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ ศิริชัย ทรงแสง (2548) ที่พบว่า ผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญกับโหราศาสตร์และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ มณฑยา โชติรสพงศ์ (2550) ที่ระบุว่า ผู้ที่เข้าจตุคามรามเทพส่วนใหญ่เน้นการเช่าด้วยความต้องการจะร่วมทำบุญมากกว่าที่จะเชื่อมั่นในองค์จตุคามรามเทพ ความสอดคล้องนี้แสดงให้เห็นว่า แม้สังคมไทยจะเป็นสังคมที่บางส่วนอยู่ในระบบโดยศาสตร์และความเชื่อต่าง ๆ แต่ผู้ประกอบการก็ให้ความสำคัญกับหลักบริหารเป็นสำคัญ ตลอดจนเชื่อมั่นในความดีของตนเองเป็นหลัก ทำให้กล่าวได้ว่า สิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นเพียงเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยทำให้เกิดความสบายใจ ก่อให้เกิดกำลังใจมากกว่าที่จะเป็นสิ่งขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีข้อค้นพบที่เน้นย้ำแนวคิดนี้ได้ คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ได้รับความสำคัญมากที่สุด คือ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นและสบายใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05)

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัย พบว่า สามารถแบ่งองค์ประกอบทั้ง 5 องค์ประกอบเป็น 2 ส่วนหลัก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญของสิ่งศักดิ์สิทธิ์กับการดำเนินธุรกิจ (องค์ประกอบที่ 1 และ 3) และให้ความสำคัญของสิ่งศักดิ์สิทธิ์กับตนเอง (องค์ประกอบที่ 4 และ 5) อธิบายความได้ว่า กลุ่มตัวอย่างบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อการประกอบการในส่วนหนึ่ง แต่ก็ย้อมคืดหวังว่า ผลของการบูชานั้นจะนำมาซึ่งความสำเร็จในเรื่องอื่นในชีวิต นอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ

ผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ความนิยมในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่างนั้นอยู่ในสิ่งที่เป็มาตรฐาน โดยทั่วไปมาแต่ครั้งเก่าก่อน คือ นางกวัก น้ายันต์ หรือเจ้าแม่กวนอิม ขณะที่สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ได้รับความนิยมในภายหลัง เช่น ปี่เจ๊าะ ทุ๊ก ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก นอกจากนี้ความเชื่อจารวัตรธรรมอื่น เช่น แมงกวก ก็ยังไม่ได้รับความนิยมมากนักเช่นเดียวกัน

ผลการวิจัยยังพบว่า สถานที่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการหาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คือ วัด อธิบายความได้ว่า ทุกศาสนาและโดยศาสตร์ย่อมไม่สามารถแยกออกจากกันได้ แม้จะมีพระสงฆ์หลายรูปพยายามแสดงให้เห็นว่า หลักพุทธศาสนาเน้นหลักบาปบุญคุณโทษเป็นหลัก แต่ความนิยมสิ่งของบูชาที่ยังอยู่ที่วัดเป็นหลัก ดังนั้นต้องพิจารณาด้วยว่า การที่เน้นสุดโต่งให้ศาสนาไม่รับกับโดยศาสตร์ เหมาะสมกับความต้องการของสังคมไทยหรือไม่ นอกจากนี้หากไม่มีความต้องการขายย่อมไม่มีความต้องการซื้อ หากพระสงฆ์ในศาสนาพุทธเหล่านั้นไม่ต้องการให้คนมกยในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ก็ต้องควบคุมพระสงฆ์ด้วยกับไม่ให้สร้างสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหล่านั้นออกมาให้คนทั่วไปบูชา นอกจากนี้ จากการพิจารณาแบบสอบถามรายจุด พบว่า ผู้ที่นับถือศาสนาอื่นที่ไม่ใช่ศาสนาพุทธก็บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เช่นเดียวกัน และการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์นั้นมีการใช้รูปเทียน ดอกไม้ แสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์กับกรนับถือศาสนาอาจเป็นคนละประเด็นกัน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัยเรื่องนี้ คือ ถึงแม้สิ่งศักดิ์สิทธิ์จะเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ แต่องค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการที่ถูกต้องก็ย่อมเป็นสิ่งจำเป็นเช่นกัน ดังนั้นแล้ว สถาบันการศึกษาตลอดจนหน่วยงานต่าง ๆ จึงควรให้ความรู้ที่ถูกต้องกับผู้ประกอบการเหล่านั้น ทั้งด้านให้การศึกษานอกระบบวิทยาลัย ตลอดจนการให้การปรึกษาแก่ผู้ประกอบการโดยทั่วไป เพื่อให้การดำเนินกิจการเป็นไปอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ และไม่ต้องมกยกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์จนเกินไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยที่ต้องการต่อยอดจากงานวิจัยเรื่องนี้ สามารถทำได้โดยนำองค์ประกอบที่วิเคราะห์ได้ ไปวิเคราะห์ต่อด้วยการนำองค์ประกอบเหล่านั้นไปสร้างเป็นปัจจัย และใช้วิธีการทางสถิติเชิงพหุที่หลากหลาย อาทิเช่น การจัดกลุ่มด้วยวิธี Cluster Analysis การจำแนกด้วยวิธี Discriminant Analysis หรือ Logistic Regression การหาปัจจัยที่ส่งผล ด้วยวิธี Multiple Regression Analysis เป็นต้น นอกจากนี้ผู้วิจัยยังสามารถทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เพื่อสร้างองค์ประกอบกับกลุ่มตัวอย่างอื่นว่ามีทิศทางเดียวกับผลการวิจัยเรื่องนี้หรือไม่อย่างไร

ข้อจำกัดประการสำคัญ สำหรับงานวิจัยเรื่องนี้ คือ กลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ทำให้การเก็บข้อมูลยากลำบาก เนื่องจากต้องรอให้ผู้ตอบแบบสอบถามว่าง ซึ่งในแต่ละรายเวลานั้นนั้นหาได้ยาก ทำให้เสียเวลาในการเก็บข้อมูล ในบางราย คณะผู้วิจัยจะต้องใช้เวลาในการรอเกือบหนึ่งชั่วโมง เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. 2547. การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปรด้วย SPSS for Windows. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประกาศพรรณ วิจิตรวาทการ. 2532. ความเชื่อในสังคมไทย. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช
- ประสพชัย พลชนะท์. 2553. สถิติธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ท็อป พับลิชชิ่ง

The 2nd National Conference on Administration and Management
May 21, 2010, Hat Yai, Thailand

- มณฑยา โฉติงทงศ์. 2550. "การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าสู่อุตสาหกรรมเทพ กรมศึกษา วัดหน่วยมงคล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์". เอกสารประกอบรายวิชาสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ ศิลปศาสตร์ บัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ยศ สันตสมปิติ. 2540. มนุษย์กับวัฒนธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัน เชพิชัย. 2532. คู่มือการวิจัยและประเมินโครงการทางการศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์. ปัตตานี : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- ศิริชัย ทรวงแลง. 2548. "ความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์กับพฤติกรรมการค้าเงินธุรกิจ : กรณีศึกษากลุ่มนักธุรกิจของหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่". การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ลรัชย์ พิศาลบุตร เสาวรส ใหญ่สว่าง และปรีชา ยศเวชานุกร. 2549. การสร้างและประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วิทย์พัฒนา.
- สุรบุรุษ มีนะพันธ์. 2540. พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเคอินเตอร์.
- Rao, Vithara. 1975. "Taxonomy of Television Programs Based on Viewing Behavior". Journal of Marketing Research. (August 1975). 355-358.