



วารสาร นาคบุตรปริทรรศน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

NARBHUTPARITAT JOURNAL

Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2564 Vol. 13 No. 3 September - December 2021

Received: March 28, 2020

Revised: November 22, 2021

Accepted: December 18, 2021

ความเชื่อโชคลางในสังคมไทยและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา

Superstitions in Thai Society and Success of SMEs
Entrepreneurs in Songkhla Province

ธงรัฐ คงฤทธิ*

เจษฎา นกน้อย

คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author) E-mail: nutxnut1144@gmail.com

Thongrat Kongrit*

Chetsada Noknoi

Economic & Business Admin, Thaksin University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และความเชื่อโชคลางในสังคมไทย ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดสงขลาที่มีการจดทะเบียนกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 337 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม การหาคุณภาพเครื่องมือโดยใช้การวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ในทุกองค์ประกอบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา โดยรวมมากที่สุดคือ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน รองลงมา คือ อายุ 2) ความเชื่อโชคลางในสังคมไทย คือ ด้านความเชื่อทางศาสนา ด้านความเชื่อทางโหราศาสตร์ และด้านความเชื่อทำให้เกิดฤทธิ์ทางใจ มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า ความเชื่อโชคลางในสังคมไทยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา โดยรวมมากที่สุดคือ ด้านความเชื่อทำให้เกิดฤทธิ์ทางใจ รองลงมา คือ ด้านความเชื่อทางศาสนา และด้านความเชื่อทางโหราศาสตร์

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนบุคคล, ความเชื่อโชคลางในสังคมไทย, ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ, ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

Abstract

This research aimed to study personal factors and superstitions in Thai Society factors affecting success of SMEs entrepreneurs in Songkhla province. Research samples were 337 Entrepreneurs SMEs in Songkhla Province that are registered with the Office of small and medium Enterprises Promotion. The research instrument was a questionnaire. Determination of instrument quality using content integrity analysis according to three experts, the correspondence index value was between 0.67-1.00 in all factors. Statistics used for data analysis were mean, standard deviation, maximum, minimum and Multiple Regression Analysis.

Results of the research revealed that 1) personal factors affected the success of SMEs business in Songkhla Province with statistical significance at the level of 0.05. It was found that the factors that highly affected the success of SMEs business were the number of household members followed by age. 2) the superstitious variables in Thai society are religious beliefs, astrological beliefs and faith with spiritual power that affected the success of SMEs business in Songkhla Province with statistical significance at the level of 0.05. The superstitious variable that affected the success of SMEs business the most was faith with spiritual power, followed by religious beliefs, and beliefs in astrology.

Keyword: Personal factors, Superstitions in Thai Society, business success, Small and Medium Enterprises



บทนำ

ปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้เลยว่าจีนกลายเป็นหนึ่งในประเทศมหาอำนาจที่ยิ่งใหญ่ของโลก แต่หากพิจารณาไปถึงด้านสังคมและวัฒนธรรม กลับพบว่าชาวจีนยังคงมีค่านิยมยึดมั่นในขนบธรรมเนียมประเพณีที่สั่งสมมาแต่โบราณ รวมทั้งมีความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์และโชคลางว่าเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตความเชื่อต่าง ๆ นอกจากจะถูกแสดงออกผ่านทางวิถีชีวิต และพิธีกรรมแล้ว ชาวจีนยังนิยมถ่ายทอดสิ่งเหล่านี้ลงบนชิ้นงานเครื่องประดับสำหรับใช้พกติดตัว เพื่อเรียกความมั่นใจในการดำเนินชีวิต และธุรกิจสืบทอดกันมาจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง หากแต่ความเจริญทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทำให้พรมแดนของการเรียนรู้วัฒนธรรม และความเชื่อได้ถูกทลายลงเข้าสู่ยุคอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things) ที่สิ่งต่าง ๆ รวมทั้งข้อมูลและบริการถูกเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต (Office of Science and Technology Royal Thai Embassy Brussels, 2016, p. 2) ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และสังคมอย่างรวดเร็ว

สำหรับประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จีน พม่า ลาว ในภูมิภาคเอเชียที่นับถือศาสนาพุทธ พราหมณ์ ฮินดู ล้วนมีความเชื่อโชคลาง และความศรัทธาตั้งมั่นในศาสนาของตนอย่างเหนียวแน่น ซึ่งอิทธิพลของความศรัทธาหรือความเชื่อนั้นก็ได้เข้ามาหลอมรวมเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของตนโดยไม่รู้ตัว ไม่ว่าจะเป็นชนชั้นล่าง กลาง หรือชั้นสูง ไม่ว่าจะเป็นอาชีพการงานระดับรากหญ้าไปจนถึงระดับชาติ ก็ล้วนมีความเชื่อในสิ่งที่ยึดมั่นอยู่ในสายเลือด ตั้งแต่นักธุรกิจระดับ SMEs ไปจนถึงระดับเจ้าสัวหมื่นล้าน ก็มักจะมีการแสดงออกถึงความเชื่อของตนอยู่ในธุรกิจนั้นเสมอ ตัวอย่าง เช่น คนไทยเชื่อว่าทำมาค้าขายให้บูชาแม่นางกวัก คนนับถือพราหมณ์หรือฮินดูจะบูชาพระพรหม คนจีนต้องดูฮวงจุ้ยก่อนตั้งห้างร้านและการจัดวางสินค้าในร้าน คนฮ่องกงเชื่อใบพัดกังหัน คนญี่ปุ่นใช้มาเนกิ เนโกะ (แมวกวัก) เพราะมันใจว่าจะช่วยให้กิจการของเขาเหล่านั้นประสบความสำเร็จ

จังหวัดสงขลาเป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคใต้ เป็นประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน (Gate Way) เป็นแหล่งการค้าชายแดนที่มีมูลค่าการค้าชายแดนสูงที่สุดของประเทศ (62 % ของมูลค่าการค้า ชายแดนทั่วประเทศ) และเป็นศูนย์กลางด้านการค้า การเงิน การลงทุน และการบริการ Oos Songkhla (2021, p. 3) และเป็นพื้นที่สังคมพหุวัฒนธรรม วิถีการดำเนินชีวิต และการดำเนินธุรกิจ ซึ่งธุรกิจ SMEs ในสงขลาเป็นส่วนหนึ่งที่คอยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของจังหวัดสงขลา ซึ่งมีธุรกิจ SMEs ที่ประสบความสำเร็จ และไม่ประสบความสำเร็จมากมายในพื้นที่ เนื่องจากจังหวัดสงขลามีความแตกต่าง ทั้งเชื้อชาติ ศาสนา ความเชื่อ ยังคงยึดมั่นในประเพณีความเชื่อที่สืบทอดจากบรรพบุรุษ มีการธำรงรักษาวัฒนธรรม ความเชื่อของตนเอง และความเชื่อดั้งเดิมมาเป็นแนวปฏิบัติดังเช่นชาวจีนเชื่อว่าการกำหนดดวงฮวงจุ้ยที่ดี จะทำให้เกิดความสุข ความเป็นอยู่ที่ดีทำกิจการการค้าเจริญรุ่งเรือง มีโชคลาภ มีหน้าที่การงานที่ดีขึ้น และช่วยให้ประสบความสำเร็จในธุรกิจ รวมถึงการปรับแก้ฮวงจุ้ย จะส่งผลให้ธุรกิจมีผลกำไร และส่งผลให้ชีวิตมีความสุขความเจริญ (Yothinsirikul, 2018, p. 123)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่า ความเชื่อโชคลางในสังคมไทยมีผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลาหรือไม่ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำเอาผลที่ได้ไปปรับใช้ในการสร้างความสำเร็จให้แก่กิจการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความเชื่อโชคลางในสังคมไทยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา

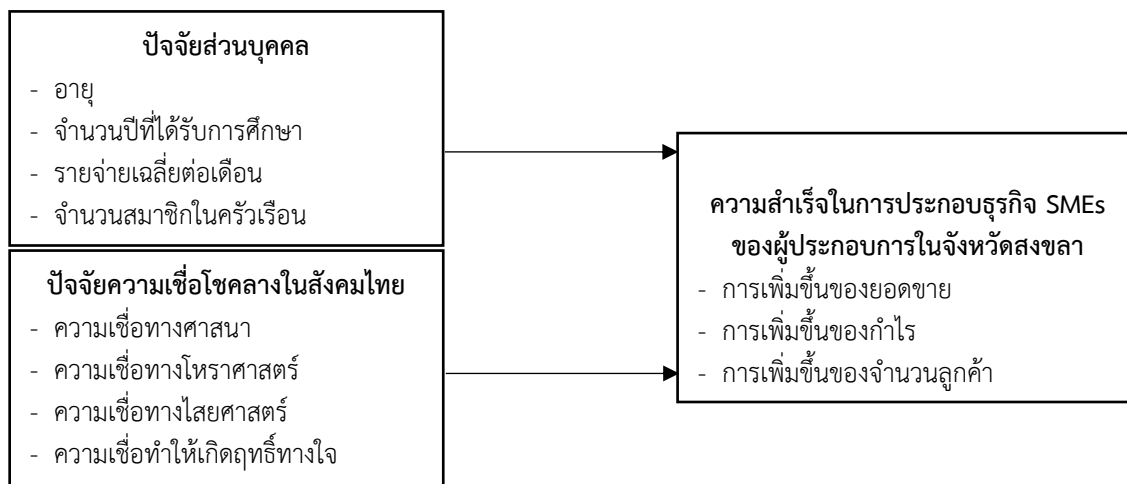


สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา
2. ความเชื่อโชคลางในสังคมไทยส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการใน

จังหวัดสงขลา

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ที่มา: Kongrit (2019)

วิธีการดำเนินวิจัย

ความเชื่อโชคลางในสังคมไทยและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา ที่มีการจดทะเบียนกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวม 2,126 ราย (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2019, p. 2) คนโดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Yamane, 1973, pp. 727-728) ในการกำหนดตัวอย่างยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 95 หรือ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 337 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในการวิจัย โดยดำเนินการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อโชคลางในสังคมไทย และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs จากเอกสาร ตำรา รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ศึกษาวิธีการสร้างเครื่องมือ ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Form) และมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) นำความรู้มาประมวลและกำหนดนิยามของตัวแปรที่ต้องการศึกษาและดำเนินการจัดทำแบบสอบถามฉบับร่างให้ครอบคลุมนิยามศัพท์ของแต่ละตัวแปรมาปรับใช้ในการร่างเครื่องมือการวิจัยเสนอต่อที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อพิจารณา แก้ไข และให้ความเห็นชอบ นำเสนอร่างเครื่องมือในการวิจัย ที่ผ่าน การแก้ไขปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทางด้านการวัดและประเมินผล เพื่อตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องในการใช้ภาษา หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนจากผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผลนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Objective Congruence: IOC) โดยนำผลที่ได้มาแทนค่าในสูตรได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 ค่า IOC เฉลี่ยทั้งฉบับอยู่ที่ 0.98



เสนอร่างเครื่องมือในการวิจัยที่ผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญต่อที่ปริกษาสารนิพนธ์ เพื่อพิจารณา ปรับปรุงแก้ไข แล้วนำไปสอบถามเพื่อการทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน นำข้อมูลมาหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน โดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Reliability Coefficient Alpha) ผลลัพธ์ที่ได้ออกแบบสอบถามที่ความเชื่อใจกลางในสังคมไทย ได้ค่า 0.927 และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ได้ค่า 0.872

กระบวนการเก็บข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามด้วยตนเองจนครบจำนวน 337 ชุด ตามที่กำหนดไว้แล้วนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมด มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ผู้วิจัยเมื่อรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามด้วยตนเองจนครบจำนวน 337 ชุด ตามที่กำหนดไว้แล้ว นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมด

1. ผู้วิจัยอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาภายในแบบสอบถามและวิธีการตอบ
2. ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล
3. คำนวณหาค่าสถิติทั้งที่เป็นเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบจำนวนและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยกำหนดแนวทางการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้ 1) แบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย อายุ จำนวนปีที่ได้รับการศึกษา รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ซึ่งเป็นแบบชนิดแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Form) จากนั้นนำไปหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสูงสุด (Max) และค่าต่ำสุด (Min) 2) แบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับความเชื่อใจกลางในสังคมไทย และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มาตรวจการให้คะแนนตามเกณฑ์น้ำหนัก 5 ระดับ จากนั้นนำไปหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 3) การวิเคราะห์เชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และข้อที่ 2 โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างของประกอบด้วยผู้ประกอบการ SMEs จังหวัดสงขลา

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุดของปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	$\bar{x}$	S.D.	Max	Min
อายุ (ปี)	41.40	8.938	66	21
จำนวนปีที่ได้รับการศึกษา	18.93	2.096	23	9
รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	19042.43	15605.860	200000	1000
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	3.82	1.368	8	1

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า อายุของกลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ย 41.40 ปี ได้รับการศึกษาโดยเฉลี่ย 18.39 ปี มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 19,042.43 บาท และมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3.82 คน



2. ความเชื่อใจกลางในสังคมไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเชื่อใจกลางในสังคมไทยของกลุ่มตัวอย่าง โดยภาพรวม และรายด้าน

ความเชื่อใจกลางในสังคมไทย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านความเชื่อทางศาสนา	4.52	0.616	มากที่สุด
2. ด้านความเชื่อทางโหราศาสตร์	3.04	1.144	ปานกลาง
3. ด้านความเชื่อทางไสยศาสตร์	2.58	1.264	ปานกลาง
4. ด้านความเชื่อทำให้เกิดฤทธิ์ทางใจ	4.35	0.735	มาก
รวม	3.62	0.592	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ด้านความเชื่อทางศาสนามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 4.52) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านความเชื่อทำให้เกิดฤทธิ์ทางใจ ($\bar{x}$ = 4.35) อยู่ในระดับมาก ด้านความเชื่อทางโหราศาสตร์ ($\bar{x}$ = 3.04) และด้านความเชื่อทางไสยศาสตร์ ($\bar{x}$ = 2.58) ทั้งสองด้านอยู่ในระดับปานกลาง

3. ระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง โดยภาพรวม และรายด้าน

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการเพิ่มขึ้นของยอดขาย	3.66	0.812	มาก
2. ด้านการเพิ่มขึ้นของกำไร	3.99	0.752	มาก
3. ด้านการเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้า	4.17	0.837	มาก
รวม	3.94	0.674	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปน้อยสุด ดังนี้ ด้านการเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้า ($\bar{x}$ = 4.17) ด้านการเพิ่มขึ้นของกำไร ($\bar{x}$ = 3.99) และด้านการเพิ่มขึ้นของยอดขาย ($\bar{x}$ = 3.66)

4. ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา โดยรวม

Model	B	Beta	S.E	t	P-value
ค่าคงที่	32.747		3.081	10.630	0.000*
อายุ (X1)	0.111	0.164	0.040	2.793	0.006*
จำนวนปีที่ได้รับการศึกษา (X2)	-0.216	-0.075	0.158	-1.365	0.173
รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน (X3)	-0.000019	-0.049	0.000	-0.867	0.387
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (X4)	0.641	0.145	0.253	2.536	0.012*
R = 0.245 R ² = 0.060 Adj. R ² = 0.049 SE _{est} = 5.91626					

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล อย่างน้อย 1 ตัวแปร ที่มีผลต่อความสำเร็จ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรอายุ (X1) (Beta=0.040) และตัวแปรจำนวนสมาชิกในครัวเรือน (X4) (Beta=0.253) สามารถนำตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 2 ตัว สามารถร่วมกันพยากรณ์ จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ พบว่า

ตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมดมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ ร้อยละ 4.9 (Adj. $R^2=0.049$) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.245 ($R=0.245$) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 5.91626 ($SE_{est}=5.91626$) และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้ $\hat{Y}=32.747+0.111(X1)+0.641(X4)$

5. ความเชื่อใจกลางในสังคมไทยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรความเชื่อใจกลางในสังคมไทยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา

Model	B	Beta	S.E	t	P-value
ค่าคงที่	0.967		2.228	0.434	0.665
ด้านความเชื่อทางศาสนา (X5)	0.630	0.320	0.097	6.507	0.000*
ด้านความเชื่อทางโหราศาสตร์ (X6)	0.219	0.207	0.068	3.231	0.001*
ด้านความเชื่อทางไสยศาสตร์ (X7)	0.049	0.051	0.061	0.813	0.417
ด้านความเชื่อทำให้เกิดฤทธิ์ทางใจ (X8)	0.749	0.454	0.077	9.674	0.000*
R = 0.683 $R^2 = 0.467$ Adj. $R^2 = 0.460$ $SE_{est} = 4.45668$					

จากตารางที่ 5 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรปัจจัยความเชื่อใจกลาง อย่างน้อย 1 ตัวแปร ที่มีผลต่อความสำเร็จ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อยู่ 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อทางศาสนา (X5) (Beta=0.320) ด้านความเชื่อทางโหราศาสตร์ (X6) (Beta=0.207) และด้านความเชื่อทำให้เกิดฤทธิ์ทางใจ (X8) (Beta=0.454) ตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 3 ด้าน สามารถรวมกันพยากรณ์ จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมดมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 46 (Adj. $R^2=0.460$) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.683 ($R=0.683$) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 4.45668 ($SE_{est}=4.45668$) และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้ $\hat{Y}= 0.630 (X5)+0.219(X6)+0.749(X8)$

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ความเชื่อใจกลางในสังคมไทยและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้ดังนี้

1. ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา สามารถสรุปการอภิปรายผล ได้ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปคือเป็นเพราะอายุของแต่ละบุคคลที่เป็นผู้ประกอบการ ซึ่งผ่านประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจต่างกัน แต่ละบุคคลย่อมมีมุมมองในการประกอบกิจการที่ต้องการมุ่งการเพิ่มขึ้นของกำไร การเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้า หรือมีเป้าหมายที่ต้องการความสำเร็จแบบองค์รวมในการประกอบธุรกิจนั้น ๆ ที่ต่างกันไป นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่มีพื้นฐานจำนวนปีที่ได้รับการศึกษาต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ด้านการเพิ่มขึ้นของยอดขาย กล่าวคือ อาจเป็นไปได้ว่า ผู้ประกอบการบางรายดำเนินธุรกิจที่อาจไม่สอดคล้องกับยุคเศรษฐกิจปัจจุบัน แต่สามารถประคับประคองยอดขายให้ธุรกิจคงอยู่ได้นั้นสืบเนื่องมาจากกิจการนั้นเป็นสิ่งที่ถนัด หรือเป็นธุรกิจดั้งเดิมที่สืบทอดจากครอบครัว โดยปัจจัยจำนวนปีที่ได้รับการศึกษาของผู้ประกอบการ อาจมีอิทธิพลเพียงเล็กน้อยต่อผลสำเร็จของยอดขายนั่นเอง และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนของผู้ประกอบการ แต่ละคนที่ต่างกันนั้น ก็อาจมีส่วนเป็น



แรงผลักดันให้ต้องรับภาระ และความรับผิดชอบต่อสมาชิกในครอบครัว ซึ่งธุรกิจที่ดำเนินกิจการอยู่นั้น อาจจะมีการบริหารแบบครอบครัว หรือเป็นธุรกิจที่มีหลายสาขา จึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้มีความเป็นไปได้ที่จะต้องประคับประคองให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และสามารถยืนหยัดต่อไปในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Pengsang, Supichayangkul, & Wiroonratch (2016, pp. 10-24) ที่ได้ศึกษาเรื่องการสืบทอดธุรกิจครอบครัวให้ประสบความสำเร็จ ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ผลการศึกษาพบว่า คุณสมบัติของผู้สืบทอด ประกอบด้วย ระดับการศึกษา การมีช่วงอายุที่เหมาะสมในการเข้ารับสืบทอดธุรกิจ ประสบการณ์ในการทำงานธุรกิจครอบครัว ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่า ผู้เชี่ยวชาญจะเน้นหนักไปในการที่ผู้สืบทอดธุรกิจจะต้องมีความรู้ในระดับขั้นพื้นฐานก่อนเข้ามารับช่วงต่อธุรกิจ มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Petmee, Chemsriping, & Pongsakrungsilp (2019, pp. 146-164) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจผ้าทอเมืองของธุรกิจขนาดเล็ก และกลางในภาคเหนือประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ด้านอายุของเจ้าของธุรกิจมีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจ และมีข้อสรุปได้ว่า อายุ เป็นตัวแปรที่สำคัญและได้มีการยอมรับกันอย่างกว้างขวางได้แสดงถึงวุฒิภาวะ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจ

2. เพื่อศึกษาความเชื่อโชคลางในสังคมไทยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา สามารถสรุปการอภิปรายผล ได้ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ความเชื่อโชคลางในสังคมไทยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลาพบว่า ด้านความเชื่อทางศาสนา ด้านความเชื่อทางโหราศาสตร์ และด้านความเชื่อทำให้เกิดฤทธิ์ทางใจ มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปคือ ในปัจจุบันภาคธุรกิจต่าง ๆ ประสบกับปัญหาทางเศรษฐกิจ และผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ อาจมีความติดขัดในการทำกิจการค้าขาย ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงอาศัยความเชื่อโชคลางต่าง ๆ มาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจในยามที่จิตใจอ่อนแอ ซึ่งการมีความเชื่อจะทำให้เกิดพลังทางใจ สร้างสรรค์เกิดความสามัคคี ความเชื่อมั่น และทำให้เกิดปัญหาในการที่จะทำกิจกรรมหรือธุรกิจต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Yothinsirikul (2018, pp. 119-143) ที่ได้ศึกษาความเชื่อเรื่องสิริมงคลจีนกับความ เชื่อตามศาสตร์ฮวงจุ้ยของชาวไทยเชื้อสายจีนในชุมชนเยาวราช ผลการศึกษาพบว่า ชาวไทยเชื้อสายจีนในชุมชนเยาวราชใช้สิริมงคลจีนทั้งภายนอกและภายในที่อยู่อาศัย ตามหลักศาสตร์ฮวงจุ้ย โดยใช้อุปกรณ์ปรับฮวงจุ้ย รูปปั้น ภาพมงคล โคมแขวน โคมบาย ป้ายอักษรมงคล วัตถุมงคล และการบูชาเทพเจ้า เพื่อความหมายด้านธุรกิจการค้าและความร่ำรวยเป็นหลัก เนื่องจากชุมชนเยาวราชเป็นแหล่งธุรกิจการค้าที่สำคัญ ทั้งนี้สิริมงคลจีนใช้เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจและสร้างกำลังใจในการดำเนินชีวิต ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการประกอบธุรกิจการค้า และเชื่อว่าสิริมงคลจีนเหล่านั้นจะทำให้เกิดกำไรและโชคลาภในการค้าขาย และทำให้ธุรกิจเจริญรุ่งเรือง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Charoenvorakiet & Sungrusa (2016, pp. 1720-1733) ที่ได้ศึกษาความเชื่อฮวงจุ้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม จากการวิจัยพบว่า โลกทัศน์ของฮวงจุ้ย มีจุดประสงค์ที่มุ่งเน้นการเลือกและอาศัยอยู่ในทำเลที่ดี ส่งผลให้มีความสุข สำหรับอุดมคติฮวงจุ้ยก่อให้เกิดการสร้างจินตนาการของความสำเร็จ ทั้งธุรกิจและครอบครัว ความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ย เกิดจากการครอบงำ และสยบยอมต่อการไหว้บรรพบุรุษโดยมีความเชื่อว่าการฝังศพบรรพบุรุษในทำเลดี และการเลือกอยู่อาศัยในทำเลดีเช่นบรรพบุรุษ จะส่งผลดีต่อการดำเนินชีวิต ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ Phrachonyanmuni (2020, p. 113) ที่ได้ศึกษาเรื่องพระพุทธศาสนากับความเชื่อ จากการวิจัยพบว่า ความเชื่อถือได้ว่าเป็นพลังอย่างหนึ่งที่สร้างสรรค์ เป็นแรงที่ส่งเสริมให้มนุษย์มีความเชื่อมั่นทางจิตใจ หรือเป็นแรงผลักดันให้กระทำบางสิ่งบางอย่างได้อย่างมีความหวัง แต่หากความเชื่อในสิ่งที่อยู่เหนือธรรมชาติเหนืออำนาจของมนุษย์ธรรมดา มีผลกระทบหากเป็นความเชื่อที่ไม่ถูกต้อง ก่อให้เกิดการหลงผิด การกระทำที่ขาดการใช้เหตุผล และการแสดงออกที่ไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ความเชื่อที่ผิด ๆ ความงมงายที่นำไปสู่ความเดือดร้อน กล่าวคือ “ความ



ไม่รู้” ของชาวพุทธในปัจจุบัน จึงเกิดการตีความคำสอนหลักธรรมผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง ซึ่งที่สุดแล้ว จะกลายเป็นความมั่งงาย ที่สร้างผลเสียต่อผู้ที่เชื่อและต่อสังคมรอบข้าง

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการในจังหวัด สงขลา ผลที่ได้คือ ตัวแปรอายุ และตัวแปรจำนวนสมาชิกในครัวเรือน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .111, .641 ตามลำดับ ซึ่งตัวแปรอายุ และตัวแปรจำนวนสมาชิกในครัวเรือน เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนด แนวโน้มความสำเร็จต่อ ธุรกิจ ส่วน ตัวแปรจำนวนปีที่ได้รับการศึกษา และตัวแปรรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ไม่ได้เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดแนวโน้ม ความสำเร็จต่อธุรกิจ

สมมติฐานที่ 2 ความเชื่อโซกลางในสังคมไทยส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ SMEs ของ ผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา ผลที่ได้คือ คือ ตัวแปรด้านความเชื่อทางศาสนา ตัวแปรด้านความเชื่อทางโหราศาสตร์ และตัวแปรด้านความเชื่อทำให้เกิดฤทธิ์ทางใจ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .630, .219 และ.749 ตามลำดับ ซึ่ง ตัวแปรด้านความเชื่อทางศาสนา ตัวแปรด้านความเชื่อทางโหราศาสตร์ และตัวแปรด้านความเชื่อทำให้เกิดฤทธิ์ทางใจ เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดแนวโน้มความสำเร็จต่อธุรกิจ ส่วนตัวแปรด้านความเชื่อทางไสยศาสตร์ ไม่ได้เป็นปัจจัยที่เป็น ตัวกำหนดแนวโน้มความสำเร็จต่อธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า ตัวแปรด้านอายุ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาปรับปรุงศักยภาพของตนเอง ในด้านอายุ หรือวุฒิภาวะ ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มาเป็นต้นแบบในการดำเนินธุรกิจ และในด้านผู้ประกอบการที่มีจำนวน สมาชิกในครัวเรือนหลายคน ควรจัดสรรการบริหารกิจการให้มีความคล่องตัว แบ่งหน้าที่การรับผิดชอบภายในกิจการ ให้เหมาะสมกับวัยวุฒิ และความสามารถของบุคลากรในครอบครัว เพื่อให้พร้อมต่อการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า ความเชื่อโซกลางที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ในด้านความเชื่อทางศาสนา ควร ใช้หลักทางศาสนา มาประพฤติปฏิบัติตนในการประกอบธุรกิจให้ถูกต้องตามครรลองครองธรรม ในด้านความเชื่อทาง โหราศาสตร์ ผู้ประกอบการควรศึกษาเรื่องฤกษ์ยาม หรือฮวงจุ้ย มาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ และในด้านความ เชื่อทำให้เกิดฤทธิ์ทางใจ ผู้ประกอบการควรคิดและมีทัศนคติเชิงบวกต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เข้ามาในชีวิตยึดมั่นในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่ทำให้มีความสุข และมีแรงพลังในการทำงาน ประโยชน์ของความเชื่อก่อให้เกิดปัญญา ความสร้างสรรค์ ทำให้เกิด พลังเชิงบวกในการดำเนินธุรกิจให้สำเร็จเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในครั้งต่อไปผู้สนใจทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจให้ ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยจำนวนปีที่ดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จด้วย
2. ในครั้งต่อไปผู้สนใจทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ความเชื่อที่ส่งผลต่อธุรกิจ ควรทำวิจัยในเชิงคุณภาพเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

References

- Charoenvorakiet, S. & Sungrusa, N. (2016). Feng Shui: Believe Knowledge and Power Management and Social Space Construction. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 9(2), 1720-1733. (in Thai)
- Office of Small and Medium Enterprise Promotion. (2019). *Role of SMEs in Thailand's Economy*. Bangkok: Author (in Thai)



- Office of the Council of State. (2016). *Preservation and Protection of Intangible Cultural Heritage Act B.E. 2559*. Cabinet and Royal Gazette Publishing Office. (in Thai)
- Oos Songkhla. (2021). *Why invest in Songkhla*. Retrieved 2021, October 20, from <https://www.oss.songkhla.go.th/content/role?ask=1>
- Pengpang, T. Supichayangkul, S. & Wiroonratch, B. (2016). Successful Succession of Family Business in Gems and Jewelry Industry. *Journal of Business Economics and Communications*, 11(2), 10-24. (in Thai)
- Petmee, P. Chemsripong, S. & Pongsakrnrungsilp, S. (2019). Success Factors of Traditional Textile Business SMEs in the North of Thailand. *Journal of Business Economics and Communications*, 14(3), 146-164. (in Thai)
- Phrachonyanmuni. (2020). Buddhism and belief. *Journal of Palisueksabuddhaghosa Review*, 6(2), 113-120. (in Thai)
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.
- Yothinsirikul, S. (2018). Chinese Auspiciousness and Feng Shui Science among Chinese-Thai people in Yaowarat Community. *Silpakorn University Journal*, 38(5), 123-130. (in Thai)
- Yothinsirikul, S. (2018). Chinese Auspiciousness and Feng Shui Science among Chinese-Thai people in Yaowarat Community. *Silpakorn University Journal*, 38(5), 119-143. (in Thai)

ผู้เขียน

นายธงรัฐ คงฤทธิ์

นักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ
คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ
140 หมู่ที่ 4 ถนนกาญจนวนิช ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000
E-mail: nutxnut1144@gmail.com

รองศาสตราจารย์ ดร. เจษฎา นกน้อย

ประธานที่ปรึกษา คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ
140 หมู่ที่ 4 ถนนกาญจนวนิช ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000
E-mail: cnoknoi@yahoo.com

