



บทความวิจัย (Research Article)

การศึกษาความเชื่อในสังคมไทยและความเชื่อมั่นในตนเอง

ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน

บริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์แห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี

A Research on the Influence of Thai Societal Beliefs and Self-Confidence on Job Success among Employees in an Electronics Parts Manufacturing and Distribution Company in Pathum Thani Province

ณัฐธิดา วงษ์สุข¹ ณัฐรัตน์ เสนาะดนตรี¹ วิมอนรัตน์ เกตุบ¹ สุภาดา นิสัยดี¹ พงศ์พันธ์ ศรีเมือง^{1,*}

¹ภาควิชาบริหารธุรกิจและการบัญชี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม 73140

Nattida Wongsook¹ Nattharat Sanodontri¹ Wimonrat Ketbot¹ Supada Nisaidee¹ Pongpan Srimuang^{1,*}

¹Department of Business Administration and Accountancy, Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University, Kamphaeng Saen, Nakhon Pathom, 73140

*Corresponding author: pongpan.s@ku.th

Received: 27/02/2024; Revised: 28/03/2024; Accepted: 04/04/2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความเชื่อในสังคมไทยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงาน 2) ศึกษาความเชื่อในสังคมไทยและความเชื่อมั่นในตนเองที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงานและ 3) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการนำความเชื่อในสังคมไทยมาใช้สนับสนุนให้เกิดความสำเร็จในงานของพนักงาน ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์แห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 103 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่าความเชื่อในสังคมไทยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$) ความเชื่อมั่นในตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) และปัจจัยความสำเร็จในงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ความเชื่อด้านฮวงจุ้ยและความเชื่อด้านวัตถุมงคลมีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งตัวแปรดังกล่าวสามารถทำนายความเชื่อมั่นในตนเอง ได้ร้อยละ 18.6 โดยสมการทำนายคือ $\hat{Y} = 2.453 + 0.249(X_1) + 0.159(X_3)$ และ 2) ความเชื่อด้าน ฮวงจุ้ย ความเชื่อด้านวัตถุมงคล และความเชื่อมั่นในตนเองมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งตัวแปรดังกล่าวสามารถทำนายความสำเร็จในงานของพนักงาน ได้ร้อยละ 29.8 โดยสมการทำนายคือ $\hat{Y} = 1.654 + 0.289(X_4) + 0.155(X_3) + 0.178(X_1)$ ทั้งนี้ มีข้อเสนอให้ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงานตามหลักฮวงจุ้ยและควรส่งเสริมให้พนักงานเกิดความเชื่อมั่นในตนเอง ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จในงานของพนักงานได้

คำสำคัญ: ความเชื่อในสังคมไทย; ฮวงจุ้ย; วัตถุมงคล; ความเชื่อมั่นในตนเอง; ความสำเร็จในงาน



Abstract

The primary objectives of this research are to 1) Analyze the prevailing beliefs in Thai society that influence the self-confidence of employees and 2) Examine the influence of beliefs in Thai society and self-confidence on job success. 3) To provide suggestions for utilizing Thai society beliefs to enhance employee success in the workplace. The research sample comprised 103 employees from an electronics parts manufacturing and distribution company located in Pathum Thani province. Data collection was conducted using a structured questionnaire. The statistical techniques employed for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

Research Findings: Overall belief in Thai society is at a moderate level ($\bar{X} = 3.49$), self-confidence is at a high level ($\bar{X} = 3.68$), and overall job success factors are at a high level ($\bar{X} = 3.89$). The results of the hypothesis testing revealed that: 1) beliefs in Thai society, feng shui and amulets significantly influence employee self-confidence ($p < 0.05$), predicting self-confidence by 18.6 percent. The prediction equation was $\hat{Y} = 2.453 + 0.249(X_1) + 0.159(X_3)$. 2) The beliefs in Thai society regarding feng shui, amulets, and self-confidence have a statistically significant influence on job success ($p < 0.05$), with a prediction rate of 29.8 percent. The prediction equation was $\hat{Y} = 1.654 + 0.289(X_4) + 0.155(X_3) + 0.178(X_1)$. It has been proposed that executives prioritize the creation of a harmonious work environment aligned with Feng Shui principles. This approach aims to foster self-confidence among employees, thereby positively impacting their job performance and overall success.

Keywords: Beliefs in Thai society; feng shui; amulets; Self-confidence; Job success

บทนำ

ความเชื่อเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรม ประเพณี และมรดกภูมิปัญญา ซึ่งแสดงออกผ่านตัวบุคคลหรือวัตถุ รวมถึงมีการสืบทอดกันจากรุ่นสู่รุ่นโดยปรับเปลี่ยนความเชื่อให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของตน สำหรับปรากฏการณ์ความเชื่อของสังคมไทยมีลักษณะเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย ทั้งจากไทย จีน อินเดีย พม่าและชาติอื่นเป็นสื่อกลาง (รุจิกาญจน์ และ คณะ, 2560) ซึ่งความเชื่อเกี่ยวกับศาสตร์ฮวงจุ้ยได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของคนไทย เชื้อสายจีนในด้านธุรกิจการค้าในการออกแบบเครื่องหมายการค้า การเลือกทำเลประกอบธุรกิจ ลักษณะที่ตั้ง ทิศทางของตัวอาคาร การปรับและจัดตกแต่งที่ทำงาน โรงงาน ร้านค้า การสร้างอาคารบ้านเรือน การปรับจัดตกแต่งที่อยู่อาศัย เป็นต้น โดยเชื่อว่าจะนำมาซึ่งความสำเร็จและความเป็นสิริมงคล (ประพัฒน์พงษ์ และ บุญร่วม, 2561)

การสืบทอดความเชื่อต่าง ๆ ให้คงอยู่สังคมไทยส่วนหนึ่งเกิดจากการนำความเชื่อมาประกอบสร้างขึ้นจนกลายเป็นวัตถุทางความเชื่อ เนื่องจากสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าหลักคำสอนหรือหลักปฏิบัติ ผู้คนจึงหันมาให้ความสำคัญกับวัตถุทางความเชื่อมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันวัตถุทางความเชื่อนั้นได้ถูกผลิตออกมาในหลากหลายรูปแบบ โดยการผสมผสานเข้ากับเทคโนโลยีหรือสิ่งต่าง ๆ ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน อาทิ การโหลดภาพเทพเจ้าแห่งโชคลาภมาติดตั้งเป็นภาพหน้าจอโทรศัพท์ การบูชา



ข้อมือลูกปิดหินสี รวมถึงการใช้ความหมายของสิ่งมงคลมาเกี่ยวข้อง เช่น การเลือกแต่งกายด้วยสิ่งมงคลตามวัน การเลือกสิริรถที่เป็นมงคล สีกระเป่าที่เป็นมงคล การเลือกเบอร์มงคลทั้งโทรศัพท์ บ้าน เลขทะเบียนรถ เป็นต้น (บุรินทร์, 2565) ประกอบกับความเชื่อด้านโหราศาสตร์จากผลสำรวจของอัครกิตติ์ (2562) พบว่า การดูดวงได้รับความนิยมมากในกลุ่มอาชีพพนักงานเอกชนและพนักงานราชการ ซึ่งเรื่องที่ได้รับการสนใจในการดูดวงมากที่สุดอันดับแรกเป็นเรื่องการงาน อันดับสอง ได้แก่ ด้านการเงิน ธุรกิจ ทำให้เห็นได้ชัดว่าความเชื่อมีอิทธิพลอย่างมากต่อคนในช่วงวัยทำงาน อาจเนื่องมาจากวัยทำงานเป็นช่วงที่ต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรคและเหตุการณ์ที่หลากหลายในชีวิต ทั้งปัญหาด้านการเงิน การงาน ความรักหรือความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในองค์กร จึงเป็นเหตุให้คนในช่วงวัยเหล่านี้ต้องการหาที่ปรึกษาหรือที่พึ่งพาทางจิตใจ เพื่อหาทางออกและคลายความกังวลให้กับปัญหาอุปสรรคที่ถาโถมเข้ามา

อีกทั้งความเชื่อที่กล่าวข้างต้นมีบทบาทต่อการส่งเสริมด้านหน้าที่การงานและการเสริมสร้างความมั่นใจ ซึ่งองค์ประกอบของการรับรู้ความสำเร็จในงานทางทฤษฎีสามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบทบาทการทำงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านการเงินและด้านความก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่ง (Gattiker and Larwood, 1986; Judge et al., 1995; Lau et al., 2007) อีกทั้งจากการศึกษางานวิจัยหลายฉบับพบว่า ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้บุคคลสามารถประสบความสำเร็จในงานได้ คือความเชื่อมั่นในตนเองหรือความมั่นใจในตนเองที่จะช่วยผลักดันให้บุคคลกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้สำเร็จตามเป้าหมาย (สุทธิ, 2544; Steers, 1991)

จากความสำคัญของประเด็นที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าความเชื่อในสังคมไทยมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของคนไทยมาอย่างยาวนานจนกลายเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของสังคมไทย คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อด้านโหราศาสตร์ ความเชื่อด้านฮวงจุ้ยและความเชื่อด้านวัตถุมงคล เพื่อต้องการศึกษาว่าปัจจัยความเชื่อทั้ง 3 ด้านและความเชื่อมั่นในตนเองมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานมากน้อยเพียงใด โดยคณะผู้วิจัยได้เลือกพนักงานในสำนักงาน บริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์แห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี เป็นประชากรในการศึกษารุ่นนี้ ซึ่งเป็นบริษัทเอกชนที่มีความเชื่อในเรื่องการตั้งศาลพระภูมิที่สำนักงานและพนักงานมีความเชื่อในเรื่องการพกเครื่องรางหรือวัตถุมงคล รวมถึงการจัดโต๊ะทำงาน ทั้งนี้เพื่อจะได้เข้าใจและทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ได้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางในการสร้างความเชื่อมั่นในตนเองและความสำเร็จในงานของพนักงาน โดยการนำหลักความเชื่อที่มีอยู่ในตัวของแต่ละบุคคลมาประยุกต์ใช้กับการทำงานและการดำเนินชีวิตเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจและสร้างขวัญกำลังใจของพนักงานให้สามารถกระทำการต่าง ๆ ได้อย่างมั่นใจมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาความเชื่อในสังคมไทยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงาน
- 2) เพื่อศึกษาความเชื่อในสังคมไทยและความเชื่อมั่นในตนเองที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน
- 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการนำความเชื่อในสังคมไทยมาใช้สนับสนุนให้เกิดความสำเร็จในงานของพนักงาน

การทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมคณะผู้วิจัยสามารถสรุปตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยดังนี้

ปัจจัยความสำเร็จในงาน เป็นความสำเร็จทั้งในบทบาทหน้าที่การทำงาน การยอมรับจากผู้ร่วมงาน การได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมรวมถึงความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ซึ่งประยุกต์จากแนวคิดและทฤษฎีของ Gattiker and



Larwood (1986); Judge et al. (1995); Lau et al. (2007) ประกอบด้วย 1) ด้านบทบาทการทำงาน คือ การรับรู้ถึงความพึงพอใจในงาน รู้สึกมีความสุขในการทำงาน พร้อมทุ่มเทและรับผิดชอบในงานที่ทำ รวมถึงมีผลการปฏิบัติงานที่ดีและได้รับการสนับสนุนจากองค์กรในการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ อยู่เสมอ 2) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล คือ การรับรู้ว่าคุณค่าของตนเองได้รับการยอมรับที่ดีจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน เกิดความเชื่อมั่นจากผู้บริหารระดับสูง ผู้ได้บังคับบัญชาให้ความเคารพนับถือและสามารถปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่นได้ 3) ด้านการเงิน คือ การรับรู้จากการได้รับค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม เหมาะสมกับความรู้ความสามารถและประสิทธิภาพในการทำงานของตนเอง และ 4) ด้านความก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่ง คือ หมายถึงความรู้สึกพึงพอใจกับตำแหน่งที่ได้รับ ได้รับการสนับสนุนว่าสามารถเลื่อนขั้นไปได้ถึงตำแหน่งตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ภายในเวลาที่กำหนดไว้ โดยใช้ความรู้ความสามารถและทักษะที่มีจนประสบความสำเร็จ

ส่วนตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในงาน ได้แก่

ปัจจัยความเชื่อมั่นในตนเอง คือ ความรู้สึกเชื่อมั่นในการทำงาน เป็นความมั่นใจ กล้าแสดงออกเพื่อทำงานให้ประสบความสำเร็จ โดยประยุกต์ใช้แนวคิดจาก Steers (1991) ร่วมกับแนวคิดของนักวิชาการหลายท่าน (สุทธิ, 2544; ธีรธรรม, 2559) สามารถให้ความหมายได้เป็นความพึงพอใจในตนเอง มีความกล้าแสดงออก กล้าตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ มุ่งมั่นที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ประสบความสำเร็จ ไม่กลัวความล้มเหลว สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ ๆ ได้ และไม่หวั่นไหวต่อคำวิพากษ์วิจารณ์

ปัจจัยความเชื่อในสังคมไทย คือ ความเชื่อในด้านต่างๆ ทั้งเรื่องของการเลือกทำเลที่ตั้งและการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน การทำนายหรือการพยากรณ์ดวงชะตาและการนับถือในวัตถุมงคลที่จะส่งผลประโยชน์แก่ตนเองได้ ซึ่งประกอบด้วย 1) ความเชื่อด้านฮวงจุ้ย คือ ความเชื่อในการเลือกทำเลที่ตั้งและการจัดสภาพแวดล้อมว่าจะทำให้เกิดความสบายกายสบายใจในการดำเนินชีวิต มีความก้าวหน้าในอาชีพและพบแต่ความโชคดี เช่น การจัดโต๊ะทำงานหรือการจัดวางตำแหน่งที่ทำงาน (ทศพร, 2556; ชูพงษ์, 2554; ปุณณณณณณ, 2561) 2) ความเชื่อด้านโหราศาสตร์ คือ ความเชื่อเกี่ยวกับการทำนายดวงชะตาหรือพยากรณ์เหตุการณ์ต่าง ๆ จากการคำนวณวัน เวลา การโคจรของดวงดาวผ่าน 12 ราศี โดยผู้ที่มีความเชื่อก็มักจะใช้บริการดูดวง ดูฤกษ์ยามสำหรับทำกิจกรรมต่าง ๆ หรือวางแผนการดำเนินชีวิต (สุวรรณ์, 2556; พัฒน์พงศ์, 2556; จุฑามาศ, 2563) และ 3) ความเชื่อด้านวัตถุมงคล คือ การที่บุคคลเชื่อว่าวัตถุมงคลนำมาซึ่งความสุขความเจริญและช่วยป้องกันภัยอันตราย จึงมักพกติดตัวเพื่อความอุ่นใจและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่ครอบครอง ได้แก่ พระเครื่อง เครื่องรางของขลังต่าง ๆ (นฤมล, 2545; รอบทิศ, 2555; อภินันท์, 2559; ชมรวิ, 2562)



ทั้งนี้ จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้

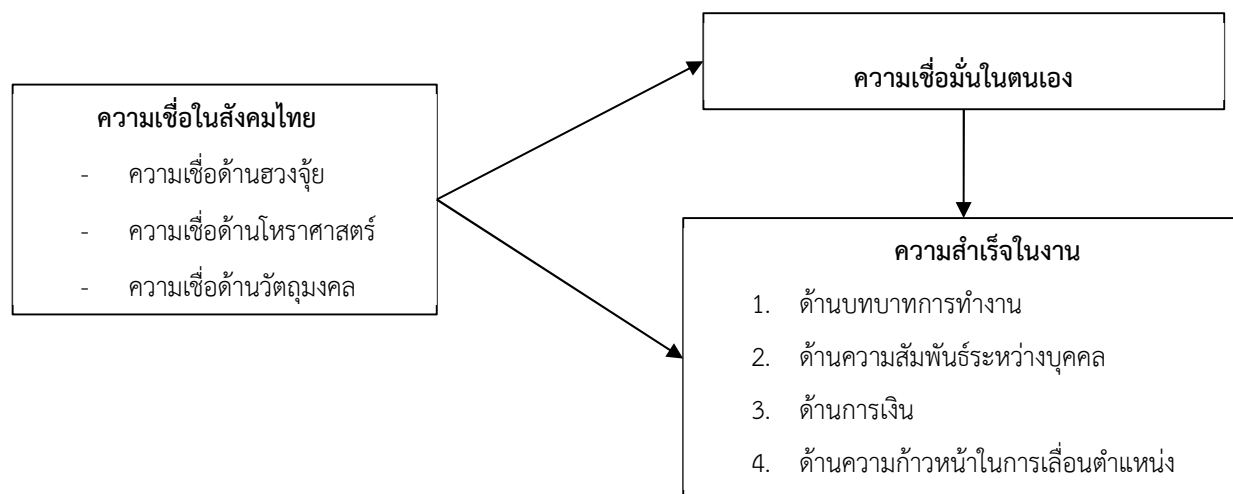


Figure 1: กรอบแนวคิด

สมมติฐานการวิจัย

- 1) ความเชื่อในสังคมไทยมีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงาน
- 2) ความเชื่อในสังคมไทยมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน
- 3) ความเชื่อมั่นในตนเองมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน

ระเบียบวิธีวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานสำนักงานบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์แห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 136 คน เมื่อคิดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้ความคลาดเคลื่อนการสุ่ม 5% จะได้ขนาดตัวอย่าง 102 ตัวอย่าง ใช้การสุ่มแบ่งแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) ให้มีการกระจายสัดส่วนในการสุ่มตามส่วนงานทั้งหมดโดยพิเศษขึ้น รวมเป็นจำนวนข้อมูลที่ต้องเก็บได้ โดยในบริษัทแบ่งการทำงานเป็น 3 ส่วนงาน ได้แก่ ส่วนบัญชีและการเงิน ส่วนปฏิบัติการและส่วนบริหาร เมื่อคิดตามสัดส่วนเพื่อกำหนดการสุ่มและพิเศษของตัวเลขแล้ว สามารถคิดได้เป็นเป็นจำนวน 18 70 และ 15 ตามลำดับ รวมเป็น 103 ตัวอย่าง หลังจากนั้น จึงดำเนินการประสานงานกับตัวแทนให้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสุ่มเก็บอย่างง่าย (Simple random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยมีคำถามทั้งหมด 42 ข้อ แบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย



ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อในสังคมไทย ประกอบด้วย ความเชื่อด้านฮวงจุ้ย ความเชื่อด้านโหราศาสตร์ และความเชื่อด้านวัตถุมงคล จำนวน 16 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อในสังคมไทยจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในตนเอง จำนวน 7 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยคณะผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในตนเองจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในงาน ประกอบด้วย ด้านบทบาทการทำงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านการเงินและด้านความก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่ง จำนวน 19 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้ข้อคำถามของ Gattiker and Larwood (1986) มาเป็นต้นแบบ

ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามเสนอแก่ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยข้อคำถามทั้งหมดในการวิจัยครั้งนี้ มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.60 - 1.00 ซึ่งสามารถนำไปใช้ได้ (ธีระ, 2558) สำหรับการทดสอบเครื่องมือด้านความเชื่อมั่น (Reliability) คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 ชุด กับพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งซึ่งประกอบธุรกิจประเภทเดียวกันกับบริษัทที่ใช้เป็นกรณีศึกษา โดยทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาค-อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ตามที่แสดงใน Table 1 พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha มากกว่า 0.7 ทุกตัวแปร แสดงว่า มีความเชื่อมั่นสูงและคำถามในแบบสอบถามมีความสอดคล้องกัน จึงสามารถนำแบบสอบถามชุดนี้ไปใช้ได้ (George and Mallery, 2003)

Table 1: แสดงผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ของทุกตัวแปร

ตัวแปร	Cronbach's Alpha
ความเชื่อด้านฮวงจุ้ย	0.929
ความเชื่อด้านโหราศาสตร์	0.926
ความเชื่อด้านวัตถุมงคล	0.871
ความเชื่อมั่นในตนเอง	0.851
ความสำเร็จในงานด้านบทบาทการทำงาน	0.918
ความสำเร็จในงานด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	0.897
ความสำเร็จในงานด้านการเงิน	0.900
ความสำเร็จในงานด้านความก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่ง	0.899

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ความเชื่อในสังคมไทยของ



พนักงานบริษัท ส่วนที่ 2 ความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงานบริษัท และส่วนที่ 3 ความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัท ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการให้ค่าคะแนนและการแปลความหมายค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น (ไพฑูรย์, 2547) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

2) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาความเชื่อในสังคมไทย ความเชื่อมั่นในตนเอง และความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัทสามารถอธิบายลักษณะของตัวแปรได้ดังนี้

Table 2: แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของความเชื่อในสังคมไทย

ความเชื่อในสังคมไทย	$\bar{X}$	<i>SD.</i>	แปลผล
1. ความเชื่อด้านฮวงจุ้ย	3.50	0.507	มาก
2. ความเชื่อด้านโหราศาสตร์	3.44	0.659	ปานกลาง
3. ความเชื่อวัตถุมงคล	3.53	0.602	มาก
รวม	3.49	0.461	ปานกลาง

จากTable 2 พบว่า โดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อในสังคมไทยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$) โดยความเชื่อด้านวัตถุมงคลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือความเชื่อด้านฮวงจุ้ยและความเชื่อด้านโหราศาสตร์มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

Table 3: แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของความเชื่อมั่นในตนเอง

	$\bar{X}$	<i>SD.</i>	แปลผล
ความเชื่อมั่นในตนเอง	3.68	0.498	มาก

จากTable 3 พบว่า โดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$)

Table 4: แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของความสำเร็จในงาน

ความสำเร็จในงาน	$\bar{X}$	<i>SD.</i>	แปลผล
1. ด้านบทบาทการทำงาน	3.83	0.472	มาก
2. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	3.91	0.543	มาก
3. ด้านการเงิน	3.88	0.492	มาก
4. ด้านความก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่ง	3.92	0.515	มาก
รวม	3.89	0.415	มาก

จากTable 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) โดยความสำเร็จในงานทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านความก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านการเงินและด้านบทบาทการทำงานมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 การศึกษาความเชื่อในสังคมไทยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงาน

ในการตรวจสอบเงื่อนไขตัวแปรอิสระต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) โดย 1) ใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ในการตรวจสอบเมตริกซ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละคู่ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สูงเกินไป และ2) พิจารณาค่าสถิติ Tolerance และ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) เพื่อวัดความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระทุกตัว โดยการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันแสดงดัง Table 5

Table 5: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเอง

	ตัวแปร		X_1	X_2	X_3
X_1	ความเชื่อด้าน	Pearson Correlation	1		
	ฮวงจุ้ย	Sig. (2-Tailed)			
X_2	ความเชื่อด้าน	Pearson Correlation	0.402*	1	
	โหราศาสตร์	Sig. (2-Tailed)	0.000		
X_3	ความเชื่อด้าน	Pearson Correlation	0.282*	0.532*	1
	วัตถุมงคล	Sig. (2-Tailed)	0.004	0.000	

หมายเหตุ: * หมายถึง ความสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากTable 5 ผลการศึกษาพบว่า ความเชื่อด้านฮวงจุ้ย ความเชื่อด้านโหราศาสตร์ และความเชื่อด้านวัตถุมงคล มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.7 และจาก Table 6 พบว่า ค่า VIF สูงสุดที่ได้มีค่า 1.087 ซึ่งไม่เกิน 10 และค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุดคือ 0.920 ดังนั้น จึงสามารถทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบลำดับขั้น (Stepwise Multiple Regression Analysis) ได้



Table 6: แสดงผลการวิเคราะห์ความเชื่อในสังคมไทยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเองโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบลำดับขั้น (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Statistics	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.453	0.303		8.100	0.000*		
X ₁	0.249	0.077	0.304	3.238	0.002*	0.920	1.087
X ₃	0.159	0.065	0.231	2.459	0.016*	0.920	1.087

R = 0.431, R² = 0.186, Adjusted R Square = 0.170, Std. Error of The Estimate = 0.3781

หมายเหตุ: *นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากTable 6 ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงาน ได้แก่ ความเชื่อด้านฮวงจุ้ย (X₁) และความเชื่อด้านวัตถุมงคล (X₃) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถทำนายความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงาน ได้ร้อยละ 18.6 (R² = 0.186) ส่วนตัวแปรอิสระที่ไม่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงาน ได้แก่ ความเชื่อด้านโหราศาสตร์ (X₂)

คณะผู้วิจัยได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความเชื่อด้านฮวงจุ้ย (X₁) และความเชื่อด้านวัตถุมงคล (X₃) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.249 และ 0.159 ตามลำดับ มาสร้างเป็นสมการทำนายความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงาน โดยใช้คะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$\text{สมการทำนายในรูปคะแนนดิบ} \quad \hat{Y} = 2.453 + 0.249(X_1) + 0.159(X_3)$$

$$\text{สมการทำนายในรูปคะแนนมาตรฐาน} \quad \hat{Z} = 0.304(Z_1) + 0.231(Z_3)$$

สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ 2 และสมมติฐานที่ 3 เป็นการทดสอบตัวแปรด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบลำดับขั้น (Stepwise Multiple Regression Analysis) โดยนำตัวแปรอิสระทั้งหมดทดสอบเพื่อสร้างสมการที่สามารถอธิบายผลกระทบร่วมของตัวแปรอิสระทั้งหมดที่มีต่อตัวแปรตามตัวเดียวกัน โดยผลการวิจัยจะสามารถตอบสมมติฐานได้ทั้ง 2 สมมติฐานได้แก่

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 การศึกษาความเชื่อในสังคมไทยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน และ

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 การศึกษาความเชื่อมั่นในตนเองที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน โดยมีกระบวนการในการทดสอบดังนี้

การตรวจสอบเงื่อนไขตัวแปรอิสระต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) โดย 1) ใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ในการตรวจสอบเมตริกซ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละคู่ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สูงเกินไป และ 2) พิจารณาค่าสถิติ Tolerance และ



ค่า Variance Inflation Factor (VIF) เพื่อวัดความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระทุกตัว โดยการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันแสดงดัง Table 7

Table 7: แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงาน

ตัวแปร		X ₁	X ₂	X ₃	X ₄
X ₁	ความเชื่อด้าน	Pearson Correlation	1		
	ฮวงจุ้ย	Sig. (2-Tailed)			
X ₂	ความเชื่อด้าน	Pearson Correlation	0.402*	1	
	โหราศาสตร์	Sig. (2-Tailed)			
X ₃	ความเชื่อด้าน	Pearson Correlation	0.282*	0.532*	1
	วัตถุมงคล	Sig. (2-Tailed)			
X ₄	ความเชื่อมั่นใน	Pearson Correlation	0.256*	0.074	0.088
	ตนเอง	Sig. (2-Tailed)			

หมายเหตุ: * หมายถึง ความสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จาก Table 7 ผลการศึกษาพบว่า ความเชื่อในสังคมไทย ซึ่งประกอบด้วย ความเชื่อด้านฮวงจุ้ย ความเชื่อด้านโหราศาสตร์และความเชื่อด้านวัตถุมงคล กับความเชื่อมั่นในตนเอง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.7 และจาก Table 8 พบว่า ค่า VIF สูงสุดที่ได้มีค่า 1.134 ซึ่งไม่เกิน 10 และค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุดคือ 0.882 ดังนั้น จึงสามารถทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบลำดับขั้น (Stepwise Multiple Regression Analysis) ได้

Table 8: แสดงผลการวิเคราะห์ความเชื่อในสังคมไทยและความเชื่อมั่นในตนเองที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบลำดับขั้น (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized		t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients				Statistics	
	B	SE	Beta				Tolerance	VIF
(Constant)	1.654	0.346			4.775	0.000*		
X ₄	0.289	0.072	0.347		3.985	0.000*	0.934	1.071
X ₃	0.155	0.061	0.225		2.568	0.012*	0.920	1.087
X ₁	0.178	0.074	0.217		2.401	0.018*	0.866	1.154

R = 0.546, R² = 0.298, Adjusted R Square = 0.277, Std. Error of The Estimate = 0.3527

หมายเหตุ: *นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จาก Table 8 ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายความสำเร็จในงานของพนักงาน ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตนเอง (X₄) ความเชื่อด้านวัตถุมงคล (X₃) และความเชื่อด้านฮวงจุ้ย (X₁) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวแปรสามารถทำนายความสำเร็จในงานของพนักงาน



ได้ร้อยละ 29.8 ($R^2 = 0.298$) ส่วนตัวแปรอิสระที่ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน ได้แก่ ความเชื่อด้านโหราศาสตร์ (X_2)

คณะผู้วิจัยได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตนเอง (X_4) ความเชื่อด้านวัตถุมงคล (X_3) และความเชื่อด้านฮวงจุ้ย (X_1) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.289, 0.155 และ 0.178 ตามลำดับ มาเขียนเป็นสมการทำนายความสำเร็จในงานของพนักงาน โดยใช้คะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$\text{สมการทำนายในรูปคะแนนดิบ} \quad \hat{Y} = 1.654 + 0.289(X_4) + 0.155(X_3) + 0.178(X_1)$$

$$\text{สมการทำนายในรูปคะแนนมาตรฐาน} \quad \hat{Z} = 0.347(Z_4) + 0.225(Z_3) + 0.217(Z_1)$$

ทั้งนี้ จากสมมติฐานที่ 2 การศึกษาความเชื่อในสังคมไทยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน จึงสรุปได้ว่ามีความเชื่อด้านวัตถุมงคล (X_3) และความเชื่อด้านฮวงจุ้ย (X_1) ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน และจากสมมติฐานที่ 3 การศึกษาความเชื่อมั่นในตนเองที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน พบว่าตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเองมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน

บทสรุป วิจัยผลและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย สามารถสรุปและวิจารณ์ผลโดยแยกตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาความเชื่อในสังคมไทยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงาน พบว่าความเชื่อในสังคมไทย ได้แก่ ความเชื่อด้านฮวงจุ้ย และความเชื่อด้านวัตถุมงคลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงาน ส่วนความเชื่อด้านโหราศาสตร์ไม่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงาน

ความเชื่อด้านฮวงจุ้ยและด้านวัตถุมงคลมีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเชื่อว่าการปฏิบัติตามหลักศาสตร์ฮวงจุ้ยจะทำให้เกิดโชคลาภ ความร่ำรวยและความเจริญรุ่งเรืองทางธุรกิจเป็นหลัก รวมถึงการปกป้องรักษาและอำนวยความสะดวกให้ครอบครัวมีความสุขและปลอดภัย โดยผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับสุภัทรา (2561) ที่พบว่า ชาวไทยเชื้อสายจีนในชุมชนเยาวราชเชื่อว่าการปรับที่อยู่อาศัยตามศาสตร์ฮวงจุ้ยทั้งภายนอกและภายในเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจและสร้างกำลังใจในการดำเนินชีวิต โดยทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการประกอบอาชีพ และสอดคล้องกับบุญณณฤณ (2561) ที่พบว่า ความเชื่อเรื่องฮวงจุ้ยทำให้เกิดพลังและฤทธิ์ทางใจ สามารถสร้างความมั่นใจในตัวพนักงานในองค์กรและยังสามารถสร้างความมั่นใจในการเจรจาได้ ส่วนความเชื่อด้านวัตถุมงคลเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยยึดเหนี่ยวจิตใจและเสริมสร้าง ความอุ่นใจในการดำเนินชีวิต ทำให้บุคคลเกิดความเชื่อมั่นในตนเองได้ สอดคล้องกับกัญญารัตน์ (2565) ที่พบว่า คุณลักษณะความเชื่อด้านเครื่องรางนำโชคมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเริ่มต้นวัยทำงานและผู้บริโภคกลุ่มวัยเริ่มต้นทำงานที่มีการเช่าหรือบูชาวัตถุมงคลตามความเชื่อและความต้องการของตนเอง ซึ่งจะก่อให้เกิดความมั่นใจได้

ความเชื่อด้านโหราศาสตร์ไม่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากโหราศาสตร์เป็นศาสตร์ของการพยากรณ์ดวงชะตาหรือเหตุการณ์ในอนาคต ซึ่งเป็นเพียงข้อมูลที่อาจไม่มีความ



แน่นอน มีผลการทำนายตามข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา ไม่มีลักษณะที่เป็นรูปธรรมเหมือนกับความสำเร็จด้านฮวงจุ้ย และด้านวัตถุมงคลที่เป็นสิ่งที่จับต้องได้และก่อให้เกิดความมั่นใจในการทำงานได้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การศึกษาความเชื่อในสังคมไทยและความเชื่อมั่นในตนเองที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน พบว่า ความเชื่อด้านฮวงจุ้ย ความเชื่อด้านวัตถุมงคล และความเชื่อมั่นในตนเอง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน ส่วนความเชื่อด้านโหราศาสตร์ ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน

ความเชื่อด้านฮวงจุ้ยมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากศาสตร์ฮวงจุ้ยเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับหลากหลายสาขาในการเลือกสรรและออกแบบสภาพแวดล้อมให้สมดุล ซึ่งศาสตร์ฮวงจุ้ยถือว่าสภาพแวดล้อมที่ดีและปลอดภัยสามารถช่วยให้ชีวิตมีการเป็นอยู่ที่ดีขึ้นได้และความสมดุลของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมล้วนมีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตด้านต่าง ๆ ของผู้อาศัยสอดคล้องกับสุนัยนา (2563) ที่พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับศาสตร์ฮวงจุ้ย ทั้งในเรื่องทำเลที่ตั้งและความสัมพันธ์กับธาตุทั้ง 5 รวมถึงให้ความสำคัญกับการออกแบบภายในโดยเชื่อว่าจะส่งผลต่อความสำเร็จและความเจริญก้าวหน้าในชีวิต

ความเชื่อด้านวัตถุมงคลมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัทเอกชนที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานจึงอาจจะเกิดการรับรู้ปัญหาเกี่ยวกับด้านต่าง ๆ ในชีวิตที่ทำให้รู้สึกกังวลใจ เช่น ด้านการทำงาน ด้านการเงินหรือด้านความรัก ทำให้มีความต้องการและเกิดการแสวงหาแนวทางเพื่อคลายความกังวลใจเหล่านั้น ซึ่งวัตถุมงคล เป็นสิ่งที่จับต้องและครอบครองได้ ถือเป็นทางเลือกหนึ่งที่เชื่อกันว่าจะนำพามาซึ่งโชคลาภ ความสุขความเจริญในเรื่องต่าง ๆ ให้แก่ผู้ครอบครองได้ โดยผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับกัญญารัตน์ (2565) ที่พบว่า คุณลักษณะความเชื่อด้านเครื่องรางนำโชคมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเริ่มต้นวัยทำงานและผู้บริโภคกลุ่มวัยเริ่มต้นทำงานมีการเช่าหรือบูชาวัตถุมงคลตามความเชื่อและความต้องการของตนเอง รวมทั้งอาจจะซื้อสินค้าที่มีการดัดแปลงให้เกี่ยวกับความเชื่อโชคลางเพื่อเสริมความโชคดีให้แก่ตนเอง และสอดคล้องกับปภาวรินทร์ (2563) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความเชื่อส่งเสริมโชคลาภ ความร่ำรวยมากที่สุด รองลงมาคือเสริมสร้างความสำเร็จในหน้าที่การงาน

ความเชื่อมั่นในตนเองมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญในการทำงานมาในระดับหนึ่งแล้ว จึงเกิดความเชื่อมั่นในตนเองทำให้รู้สึกว่าคุณค่า จิตใจมั่นคง มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าแสดงออก ซึ่งเป็นปัจจัยที่นำไปสู่การประสบความสำเร็จของบุคคลได้ โดยผลวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับพชร (2559) ที่พบว่า เมื่อพนักงานสามารถตระหนักถึงคุณค่าในตนเองที่ตนสามารถประสบความสำเร็จในงานตามที่ตั้งเป้าหมาย รวมถึงมีทัศนคติที่ดีต่อตนเองนั้นจะเกิดเป็นความภาคภูมิใจในตนเอง ซึ่งย่อมส่งผลให้ระดับการรับรู้ความสำเร็จในงานของพนักงานเพิ่มขึ้นและความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์กับความปรารถนาก้าวหน้าในงาน โดยหากผู้บริหารหญิงมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองสูงก็จะทำให้มีความปรารถนาก้าวหน้าในงานสูงตามไปด้วย เนื่องจากบุคคลจะมีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีความคาดหวังในการทำงานสูงและไม่ย่อท้อต่อความล้มเหลว

ความเชื่อด้านโหราศาสตร์ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อด้านโหราศาสตร์อยู่ในระดับปานกลาง ตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้คือพนักงานบริษัทเอกชน ดังนั้น



ถึงแม้พนักงานจะมีความเครียด ความกังวลใจที่เกิดจากการทำงานหรือปัญหาชีวิตส่วนตัว แต่ความเชื่อด้านโหราศาสตร์เป็นเพียงเครื่องมือหนึ่งที่พยากรณ์ทิศทางที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต แต่พนักงานอาจนำคำทำนายของนักพยากรณ์มาเป็นเพียงส่วนหนึ่งในการปรับใช้หรือการตัดสินใจร่วมกับการจัดการเรื่องฮวงจุ้ยและวัตถุมงคลอื่น ๆ อีกด้วย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการนำความเชื่อในสังคมไทยมาใช้สนับสนุนให้เกิดความสำเร็จในงานของพนักงาน โดยสามารถเสนอแนะได้ดังนี้

1) ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง จากผลการวิจัยที่พบว่า ความเชื่อด้านฮวงจุ้ยมีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงาน ดังนั้น ผู้บริหารหรือพนักงานบริษัทเอกชนควรให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงานตามหลักฮวงจุ้ย เช่น ทิศทางการวางตำแหน่งของออฟฟิศ ทิศทางการตกแต่งในที่ทำงาน เป็นต้น เพื่อส่งเสริมให้พนักงานหรือบุคลากรภายในองค์กรมีความรู้สึกเชิงบวกกับสถานที่และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงการประยุกต์ใช้หลักความเชื่อด้านฮวงจุ้ยเพื่อให้พนักงานมีความเชื่อมั่นในตนเองและมีความมั่นใจในการทำงานมากขึ้น

2) ด้านความสำเร็จในงาน จากผลการวิจัยที่พบว่า ความเชื่อด้านฮวงจุ้ยมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน ดังนั้น ผู้บริหารหรือพนักงานบริษัทเอกชนควรเปิดโอกาสในตนเองได้ลองศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับหลักฮวงจุ้ยเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน เช่น การปรับทิศทางการจัดโต๊ะทำงานจะช่วยปรับสมดุลของสภาพแวดล้อมการทำงานให้มีความสะอาด สบายตา สามารถเคลื่อนไหวได้สะดวก เหมาะแก่การส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ซึ่งถือเป็นกุศโลบายตามหลักเหตุและผลในการสร้างความก้าวหน้าหรือความสำเร็จในงาน

3) ด้านความเชื่อด้านวัตถุมงคล จากผลการวิจัยที่พบว่า ความเชื่อด้านวัตถุมงคลมีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเองและสำเร็จในงานของพนักงาน ดังนั้น ในบางครั้งหากต้องการที่พึ่งพาทางจิตใจหรือต้องการเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ อาจมีการบูชาวัตถุมงคลหรือเครื่องรางเพื่อสร้างความสบายใจและเสริมสร้างความเป็นสิริมงคลด้านการงานหรือการเงินให้แก่ตนเอง ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการใช้กุศโลบายความเชื่อในอิทธิฤทธิ์ของวัตถุมงคลในการช่วยคลายความกังวลใจ มีความเชื่อมั่นในตนเองเพิ่มขึ้นและทำให้ผู้ครอบครองเชื่อมั่นว่าการบูชาวัตถุมงคลจะทำให้เกิดความสำเร็จในงานแก่ตนเองได้ แต่ทั้งนี้ความเชื่อเป็นเรื่องปัจเจกบุคคลซึ่งควรอยู่ในระดับที่มีความเหมาะสมพอดี ไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่บุคคลอื่น

4) ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง จากผลการวิจัยที่พบว่า ความเชื่อมั่นในตนเองมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน ดังนั้น ผู้บริหารหรือพนักงานบริษัทเอกชนควรให้ความสำคัญกับการตระหนักถึงคุณค่าในตนเอง และสร้างความรู้สึที่ดีต่อตนเองเพื่อให้บุคคลเกิดความเชื่อมั่นในตนเองในการกระทำสิ่งต่าง ๆ เมื่อพนักงานหรือบุคคลภายในองค์กรเกิดความเชื่อมั่นในตนเองจะส่งผลให้บุคคลสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้สำเร็จและการรับรู้ความสำเร็จของตนเองจะนำไปสู่พึงพอใจในชีวิตการทำงานในด้านต่าง ๆ อันได้แก่ ด้านบทบาทการทำงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านการเงินและด้านความก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่ง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยความเชื่อมั่นในตนเองมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานมากที่สุด ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นในตนเองของพนักงานเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรม การปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม เป็นต้น



49



- พชร สุกษ์ณัฏ. 2559. ความสำเร็จในอาชีพ เชาว์อารมณ์ และความพึงพอใจในชีวิต โดยมีความภาคภูมิใจในตนเองเป็นตัวแปรสื่อของพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษา: บริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัฒนพงศ์ กมลดิกล. 2556. การนำความรู้ทางโหราศาสตร์มาใช้ประกอบในการวินิจฉัยและรักษาโรคตามหลักการแพทย์แผนไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ไพฑูรย์ โพธิสาร. 2547. มาตรการดีเคอร์ท. สารานุกรมศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 31: 17-20.
- รอบทิศ ไวยสุศรี. 2555. ตอบโจทย์พระเครื่อง รู้เรื่องของคลัง. เน็ตดีไซน์พับลิชชิง, กรุงเทพฯ.
- รุจิกาญจน์ สานนท์, จุฑา เทียนไทย และ กันยารวี สัทธางษ์. 2560. ทิศทางธุรกิจความเชื่อของสังคมไทยยุค 4.0. วารสารร่มพฤกษ์ มหาวิทยาลัยเกริก 35 (1): 11-32.
- สุทธิ สุกษ์เรืองฉาย. 2544. เพราะความสามารถ มิใช่วาสนา. สารสาร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด, กรุงเทพฯ.
- สุนัยนา วงศ์เกียรติกุล. 2563. ความเชื่อเรื่องฮวงจุ้ยและความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา เกินกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- สุภัทรา โยธินศิริกุล. 2561. สิริมงคลจีนกับความเชื่อตามศาสตร์ฮวงจุ้ยของชาวไทยเชื้อสายจีนในชุมชนเยาวราช. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร 38 (5): 119-143.
- สุภรณ์ เพียรสุภาพ. 2556. ทศนคติและพฤติกรรมต่อความเชื่อด้านโหราศาสตร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อภิรักษ์ จันตะนี. 2559. เศรษฐกิจพระเครื่องเมืองไทย. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระราชูปถัมภ์ 10 (1): 94-105.
- อัครกิตติ์ สินธุวงศ์ศรี. 2562. โหราศาสตร์ของเอเชีย: ความเชื่อ ความศรัทธา ในยุคเทคโนโลยีสร้างความพลิกผัน. แหล่งที่มา: <http://asiatrend.ias.chula.ac.th/รายละเอียดบทความ/โหราศาสตร์ของเอเชีย ความเชื่อ ความศรัทธา ในยุคเทคโนโลยีสร้างความพลิกผัน>, 20 ตุลาคม 2566.
- Gattiker, U.E., and L. Larwood. 1986. Subjective Career Success: A Study of Managers and Support Personnel. *Journal of Business and Psychology* 1 (2): 78-94.
- George, D. and P. Mallery. 2003. SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference 11.0. 4th ed. Allyn & Bacon, Boston.
- Judge, T.A., D. M. Cable, J. W. Boudreau, R. D. Bretz Jr. 1995. An Empirical Investigation of the Predictors of Executive Career Success. *Personnel Psychology* 48 (3): 1-39.
- Lau, V. P., M. A. Shaffer, and K. Au. 2007. Entrepreneurial career success from a Chinese perspective: Conceptualization, operationalization, and validation. *Journal of International Business Studies* 38 (1): 1-45.



Steers, R. M. 1991. Introduction to Organization Behavior. 4th ed. Harper Collins, New York.

Yamane, Taro. 1973. Statistics: An Introductory Analysis. 3rd ed. Harper and Row Publications, New York.