

ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเชื่อในมูเตลูของประชากรในประเทศไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเชื่อในมูเตลูของประชากรในประเทศไทย

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

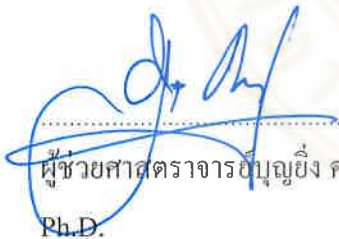
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2566



นางสาวเสาวลักษณ์ ตะเกาหิรัญ

ผู้วิจัย



ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร,

Ph.D.


อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุวรรณ,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์



รองศาสตราจารย์วิจิตา รักรธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล



ธีรพงษ์ ปิณจีเสติกุล,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจาก ดร. บุญยิ่ง คงอาชาภัทร อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางของการศึกษา ตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องในการทำงาน การแลกเปลี่ยนมุมมอง ข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์ในทุกขั้นตอนของการศึกษาและวิจัย งานวิจัยครั้งนี้มีครบถ้วนสมบูรณ์ และยังเป็นผู้ให้แรงบันดาลใจในแง่ของการสื่อสาร ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.ชนพล วีราสา ที่กรุณาให้คำปรึกษาในช่วงต้นของการทำงานวิจัย และให้กำลังใจผู้วิจัยเสมอมา

สารนิพนธ์ฉบับนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้ หากไม่ได้รับการผลักดันจาก คุณประวิทย์ จิมากร ผู้ซึ่งให้การสนับสนุน คำแนะนำ และประสบการณ์ในแง่มุมต่างๆ ที่ผู้วิจัยอาจจะไม่สามารถหาได้จากแหล่งความรู้ทั่วไป

ท้ายที่สุดขอขอบคุณครอบครัวและเพื่อนๆ ที่เป็นกัลยาณมิตร ที่คอยให้การสนับสนุนทุกทาง และขอขอบคุณตัวผู้วิจัยเอง ที่ “รู้หน้าที่ มีวินัย” รวมถึงมีความมุ่งมั่น ตลอดจนมีความพยายามอดสาหัสในการศึกษาและวิจัย ที่จะทำให้อาจารย์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เสาวลักษณ์ ตะเกาหิรัญ

ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเชื่อในมูเตลูของประชากรในประเทศไทย

A STUDY OF ATTITUDES AND FACTORS AFFECTING “MUTELU” BELIEF BEHAVIOR  
OF THAI CONSUMER

เสาวลักษณ์ ตะเกาหิรัญ 6450179

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., รองศาสตราจารย์  
วินัย วงศ์สุรวัฒน์, Ph.D., ชีรพงษ์ ปิณิจเสกกุล, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู” ของประชากรในประเทศไทย โดยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจแบบสะดวกผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 507 ตัวอย่าง โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ร้อยละ 5 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า เมื่อมนุษย์มีความวิตกกังวล เกิดความกลัวในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ที่ตนเองไม่สามารถควบคุมให้เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ได้ ทำให้มนุษย์ต้องแสวงหาสิ่งที่จะทำให้ตนเองเกิดความมั่นใจ เพื่อนำไปสู่หนทางที่ได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้ จึงแสวงหาเครื่องมือหรือตัวช่วยที่คิดว่าจะเป็นสิ่งช่วยให้มนุษย์เกิดความเชื่อมั่นได้ว่า สามารถขจัดความกลัว ความวิตกกังวล ตลอดจนบรรเทาเป้าหมายตามที่ตนต้องการได้ และเครื่องมือหรือตัวช่วยนั้นคือ ความเชื่อความศรัทธาในไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ หรือ “มูเตลู” โดยเฉพาะในประเทศไทยมักจะมี ความกังวลใจในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 และการเมืองภายในประเทศ ทั้งนี้พบว่าผู้หญิงที่มีอายุอยู่ในช่วง 26-41 ปี มีแนวโน้มที่จะมีบุคลิกลักษณะและพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู” มากกว่ากลุ่มคนอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น การใช้สี เลขมงคล การพกวัตถุมงคล เครื่องรางของขลัง ตลอดจนการดูหมอ ดูดวงและการทำนายพยากรณ์ในรูปแบบต่างๆ นอกจากนี้ยังพบอีกว่า กลุ่มคนดังกล่าวจะมีพฤติกรรมที่มีความนิยมและชื่นชอบในกิจกรรมที่มีความเสี่ยง ไม่ว่าจะเป็น การลุ้นรางวัล การเสี่ยงโชค การพนัน การซื้อลอตเตอรี่ และการเพิ่มโอกาสทางด้านการเงินด้วยการลงทุน

คำสำคัญ : ไสยศาสตร์ / โหราศาสตร์ / มูเตลู / ความเชื่อความศรัทธา

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญของงานวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	4
1.3 คำถามในงานวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.5 คำศัพท์เฉพาะ	5
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>7</b>
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
2.3 กรอบงานวิจัย (Conceptual Framework)	29
2.4 สมมติฐานงานวิจัย	31
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>32</b>
3.1 รูปแบบการวิจัย	32
3.2 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	32
3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	34
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	39
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>40</b>
4.1 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ	40
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล	44
4.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรต่อบัณฑิตต่างๆ	53

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.4 การทดสอบสมมติฐาน	56
4.5 ภาพรวมการวิเคราะห์และการทดสอบสมมติฐาน	68
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ</b>	<b>74</b>
5.1 สรุปผลการวิจัย	74
5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ นักการตลาดและนักกลยุทธ์	77
5.3 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย	83
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>85</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>88</b>
ภาคผนวก	89
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	94
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>103</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	แสดงวรรณกรรม เอกสารข้อมูลและงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง	16
3.1	ระดับการวัดของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
3.2	มาตรวัดที่ถูกพัฒนาและปรับปรุงจากวรรณกรรมต่างประเทศ	36
3.3	เกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนสำหรับความคิดเห็นในการตอบแบบสอบถาม	37
4.1	แสดงค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ของแต่ละปัจจัยทั้ง 6 กลุ่มตัวแปร	41
4.2	แสดงผลสรุปค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha แยกตามกลุ่มตัวแปร	43
4.3	แสดงภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์	45
4.4	แสดงระดับความเชื่อใน “มูเตลู” กับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ – ช่วงอายุ	48
4.5	แสดงระดับความเชื่อใน “มูเตลู” กับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ – เพศ	48
4.6	แสดงระดับความเชื่อใน “มูเตลู” กับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ – ระดับการศึกษา	49
4.7	แสดงระดับความสมหวังหรือสมปรารถนาใน “มูเตลู” กับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ - ระดับการศึกษา	49
4.8	แสดงความเชื่อหรือกิจกรรมใน “มูเตลู” ที่สนใจ	50
4.9	แสดงหัวข้อที่มีความวิตกกังวลและต้องการพึ่งพา “มูเตลู”	51
4.10	แสดงช่องทางในการค้นหาข้อมูลความเชื่อใน “มูเตลู”	51
4.11	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความเชื่อใน “มูเตลู” (1-5) กับ เพศ อายุและการศึกษา	54
4.12	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสมหวัง สมปรารถนาใน “มูเตลู” 0-5 กับ อายุ	55

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.13	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ระหว่างความวิตกกังวล (Uncertainties) กับบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อในมูเตลู (Superstitious Traits)	57
4.14	สรุปผลการวิเคราะห์ความมีอิทธิพลระหว่างกลุ่มตัวแปรความวิตกกังวล และ บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับ พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”	59
4.15	สรุประดับความมีอิทธิพลของกลุ่มตัวแปรความวิตกกังวล และ บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับ พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”	59
4.16	สรุปผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของกลุ่มปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู”	59
4.17	สรุปผลการวิเคราะห์ความมีอิทธิพลระหว่างความวิตกกังวลกับ พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”	59
4.18	สรุประดับความมีอิทธิพลระหว่างความวิตกกังวลกับพฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”	60
4.19	สรุปผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของกลุ่มปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู”	60
4.20	สรุปผลการวิเคราะห์ความมีอิทธิพลระหว่างบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับพฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”	61
4.21	สรุประดับความมีอิทธิพลบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับ พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”	61
4.22	สรุปผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับพฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”	61
4.23	สรุปผลการวิเคราะห์ความมีอิทธิพลระหว่างบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับกิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านการเสี่ยงโชค	62



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.24	สรุประดับความมีอิทธิพลของบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับกิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านการเสี่ยงโชค	62
4.25	สรุปผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับ กิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านการเสี่ยงโชค	62
4.26	สรุปผลการวิเคราะห์ความมีอิทธิพลระหว่างบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับกิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านการลงทุน	63
4.27	สรุประดับความมีอิทธิพลของบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับกิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านการลงทุน	63
4.28	สรุปผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับ กิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านการลงทุน	63
4.29	สรุปผลการวิเคราะห์ความมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นว่าเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต ล้วนเป็นผลมาจากการกระทำของตนเองต่อความวิตกกังวลและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ “มูเตลู”	65
4.30	แสดงระดับความมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นว่าเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต ล้วนเป็นผลมาจากการกระทำของตนเองต่อความวิตกกังวลและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ “มูเตลู”	66
4.31	สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นว่าเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต ล้วนเป็นผลมาจากการกระทำของตนเองต่อความวิตกกังวลและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ “มูเตลู”	66
4.32	แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน	67
4.33	ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” (Superstitious Traits) กับปัจจัยทางด้านกิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านการเสี่ยงโชค (Gambling Interest)	69

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.34	แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยในบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับ เพศ	70
4.35	แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยในบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับ รายได้	70
4.36	แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยในบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับ อายุ	71
4.37	แสดงค่าร้อยละของระดับความเชื่อใน “มูเตลู” ของเพศหญิงกับช่วงอายุ	71

## สารบัญรูปภาพ

ภาพ		หน้า
2.1	จารึกดาวศุกร์แห่งอัมมิซาดูกา (Venus Tablets of Ammizaduga) บันทึกดาวศุกร์ในช่วงต่างๆอย่างเป็นระบบพร้อมลงบอกเหตุที่เกิดขึ้น	10
2.2	The Hierarchical Model of Trait Superstition: Studies 1 and 2	23
2.3	Conceptual Model with Mediating and Moderating Variables และ The Moderating Effect of Power Distance	27
5.1	สัดส่วนมูลค่าตลาดมูเตลูในประเทศไทย	77
5.2	การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัย	78
5.3	การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายจากผลการวิจัย	79
5.4	ประมาณการนักพนันในประเทศไทย ปี 2560	80
5.5	ตัวอย่างโฆษณาการใช้การตลาดสายมูกับธุรกิจขายหวยออนไลน์	82

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของงานวิจัย

ปัจจุบันโลกต้องเผชิญกับความไม่แน่นอน ผู้คนต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จากปัญหาภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สงครามและโรคระบาด ทั้งจากภายในและนอกประเทศ ทำให้ต้องประสบกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ รวมถึงต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรคต่างๆ ที่อาจจะไม่สามารถควบคุมได้ ส่งผลให้เกิดปัญหาในการดำเนินชีวิตประจำวัน เกิดความวิตกกังวล ไม่มั่นใจ ทั้งเรื่องหน้าที่การงาน การเรียน ความรัก และสุขภาพ ยิ่งในช่วงที่เกิดสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ที่เกิดขึ้นพร้อมกันทั่วโลก ยิ่งส่งผลให้ผู้คนต้องเผชิญกับอุปสรรคและ สถานการณ์ในการดำเนินชีวิตที่ยากลำบากมากยิ่งขึ้น ตลอดจนส่งผลกระทบต่อสังคม สภาพเศรษฐกิจและการเมืองอย่างไม่สามารถหาทางออกได้ ดังนั้นผู้คนจึงต้องการที่ยึดเหนี่ยวและที่พึ่งทางจิตใจ ไม่ว่าจะจากคนรัก ศาสนา รวมถึงที่ยึดเหนี่ยวจิตใจจากความเชื่อในด้านต่างๆ และในหลายๆ ครั้ง ผู้วิจัย ผู้อ่าน ตลอดจนบุคคลทั่วไป เลือกที่จะหาทางออกและแก้ปัญหาต่างๆ ด้วยการขอคำปรึกษาจากบุคคลแปลกหน้าจากการทำนายพยากรณ์ หรือที่เราเรียกกันว่า ‘หมอดู ชินแส นักพยากรณ์’ การพึ่งพาสัจจะศักดิ์สิทธิ์ รวมถึงความเชื่อทางด้านโหราศาสตร์และไสยศาสตร์ เรามักใช้คำเรียกคนที่มีความเชื่อ ศรัทธา และมีความนิยมกับเรื่องเหนือธรรมชาตินี้ว่า ‘มูเตลู หรือสายมู’

มูเตลู หรือ สายมู สันนิษฐานว่ามีที่มาจากภาพยนตร์ ชื่อว่า Penangkal Ilmu Teluh ของประเทศอินโดนีเซีย มีชื่อภาษาอังกฤษว่า Antidote for witchcraft หรือชื่อภาษาไทยว่า เมเตลู คือไสยศาสตร์ กำกับโดย S.A Karim ออกฉายเมื่อปี 1979 เป็นภาพยนตร์แนวสยองขวัญที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงสาว 2 คน ที่ใช้มนต์ดำอาคม ไสยศาสตร์ เวทมนตร์ต่างๆ แย่งชิงชายหนุ่มที่ตนหลงรัก ซึ่งในภาพยนตร์ดังกล่าวได้มีการทอคาถาด้วยคำว่า ‘มูเตลู’ ดังนั้นความหมายของมูเตลูในภาพยนตร์ จึงหมายถึงไสยศาสตร์ คุณไสย์ และมนต์ดำ (innnews, 2564)

ปัจจุบันคนไทยได้มีการนำคำ มูเตลู หรือ สายมู กลับมาใช้อีกครั้งและได้รับกระแสความนิยมอย่างแพร่หลาย แต่ในเชิงของความหมายมีการเปลี่ยนแปลงไปในเชิงบวก มูเตลูสื่อถึงความเชื่อด้านโหราศาสตร์และไสยศาสตร์ การทำบุญเสริมดวงชะตา การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เครื่องราง

ของคลัง การพยากรณ์ ตลอดจนรวมไปถึงการทำพิธีกรรมทางความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ไม่ว่าจะ เป็นเรื่องการเรียนรู้ การงาน ความรัก ทรัพย์ โชคลาภ การคุ้มครองให้ปลอดภัยจากอันตราย จะเห็น ได้ว่ามูเตลู สายมู มีความหมายที่กว้างขวางครอบคลุมรวมความเชื่อความศรัทธาที่เกี่ยวข้องกับความ เชื่อด้านโหราศาสตร์และไสยศาสตร์ทั้งเชิงบวกและลบไว้ทั้งหมด

จากข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์ชี้ให้เห็นว่าความเชื่อด้านโหราศาสตร์มีความ เชื่อมโยงกันกับทางด้านวัฒนธรรม การทำนายพยากรณ์ของหลายประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน มี จุดกำเนิดทางด้านโหราศาสตร์ที่มีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนานเช่นเดียวกับประเทศไทย ทั้งความ เชื่อด้านฤกษ์ยาม ชะดาราศรี ความฝัน ดวงดาว การพยากรณ์ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ถูกยึดโยงให้เข้ากับ ตนเองเพื่อแสวงหาคำตอบทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เพื่อแสวงหาคำตอบที่มีผลต่อตนเอง สังคมรอบข้าง และการดำเนินชีวิตประจำวัน สิ่งเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าความเชื่อความศรัทธาได้อยู่คู่กับ คนไทยมาอย่างยาวนาน ทุกยุคทุกสมัย ยิ่งในยุคปัจจุบันที่เราให้คำเรียกยุคนี้ว่า ยุคดิจิทัล ยุคแห่ง วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนองค์ความรู้กันได้อย่างไร ปรวมแดน รวมถึงการแสวงหาคำตอบ ไขข้อสงสัยของตนเอง ด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่ มุ่งเน้นการใช้ตรรกะและเหตุผลเป็นสำคัญ แต่กลับพบว่าค่านิยมความเชื่อความศรัทธาทงด้านการ พยากรณ์และโหราศาสตร์ รวมถึงความเชื่อในเรื่องความเหนือธรรมชาติ ภูติผีปีศาจ พลังอำนาจจาก ไสยศาสตร์ เครื่องรางของขลัง ตลอดจนวัตถุมงคลต่างๆ ได้รับความนิยมในทุกชนชั้น ทุกแวดวง หรือแม้กระทั่งในหมู่นุ่มสาววัยรุ่นที่เรียกตัวเองว่า เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ก็ตาม ดังจะเห็นได้จาก กระแสความนิยมในวัตถุมงคลเครื่องรางของขลังที่ผสมผสาน รูปแบบทางแฟชั่น หลากหลายแบ รนด์ที่ได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม อาทิเช่น เครื่องรางของขลังที่ ได้รับการออกแบบให้เป็น เครื่องประดับ ให้ดูมีความเป็นแฟชั่น ภายใต้อัฒิเบอร์นด์ ‘ไลลา Laila Amulats’ ของนักแสดงที่มี ชื่อเสียง คุณจันจิ จันจิรา ที่ได้รับความนิยมทั้งจากลูกค้าภายในและภายนอกประเทศ (UndubZapp, 2563) สร้อยข้อมืออักษร์คี่สิทธิ์ผสมผสานความเชื่อทางโหราศาสตร์จากเบอร์นด์ Ravipa ที่มีอัตราการเติบโต ทางยอดขายในช่วงโควิดที่ผ่านมาถึง 2,000% มูลค่าเกือบ 100 ล้านบาท (เส้นทางเศรษฐีออนไลน์, 2565) นอกจากนี้ธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกัมูเตลู สายมู ธุรกิจที่เกี่ยวกับความเชื่อ การทำนายพยากรณ์ มีมูลค่าไม่ต่ำกว่าปีละพันล้านบาทเลยทีเดียว (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) นอกจากนี้ยังพบว่าหลาย ธุรกิจในประเทศไทยได้มีการนำกระแสความนิยมทางความเชื่อความศรัทธา หรือมูเตลู มาใช้ ทางด้านการตลาด เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจมียอดขายและเพิ่มโอกาสในธุรกิจมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น การจัด อีเว้นดูดวง การทำ Lucky Planner โดยนักพยากรณ์ชื่อดังที่รวบรวมเคล็ดลับการใช้ตัวเลข และสีใน การเสริมสิริมงคลชีวิต รวมถึงฤกษ์ดีต่างๆ ของเดอะมอลล์กรุ๊ป การจัดแคมเปญลุ้นล้าน ล่าฝัน #โชค ดีวันพุธ ของกลุ่มคาราบาวแดง การทำคอนเทนต์ดูดวงและเชิชมซีจากระบบอัตโนมัติจาก Line OA

การเช็กเลขทะเบียนรถที่ดีและเบอร์โทรศัพท์มงคลของกรุงศรีอโต้หรือแม้กระทั่งกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อย่าง พกษา เรียลเอสเตทก็มีการทำคอนเทนต์ฮวงจุ้ย กับแคมเปญการตลาด 11.11 วันดีของคนจะมีบ้านใหม่ ด้วยเช่นกัน (Techsauce, 2022)

จากผลการวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการตลาด รุ่น 22A มหาวิทยาลัยมหิดล หรือ CMMU (College of Management Mahidol University) ได้ทำการสำรวจข้อมูลโดยใช้หัวข้อว่า ‘การตลาดของคนอยู่เป็น’ ในปี 2563 พบว่าคนไทยกว่า 52 ล้านคน หรือมากกว่า 80% ของประชากรไทยทั้งหมด มีความเชื่อเรื่องโชคลาง (Superstitious) โดย 5 อันดับของความเชื่อเรื่องโชคลางที่ส่งผลต่อคนไทยมากที่สุด (CMMU, 2563) คือ

1. การพยากรณ์ โหราศาสตร์ ลายมือ ไพ่ยิปซี
2. พระเครื่อง วัตถุมงคล
3. ลี้มงคล
4. ตัวเลขมงคล และ
5. ความเชื่อในเรื่องเหนือธรรมชาติ

โดยปี 2563 ที่ผ่านมา นางโสธรา เลิศอภากิจิตร รองอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้เปิดเผยว่า “ธุรกิจความเชื่อ เป็น 1 ใน 15 ธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตสูง แม้เทคโนโลยีจะเข้ามาบีบหนทาง แต่คนไทยยังมีความเชื่อในเรื่องนี้อยู่มาก จนผู้ประกอบการเริ่มจดทะเบียนตั้งบริษัทเพิ่มอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ หากพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่าอยู่ในกรุงเทพมหานคร 20 แห่ง และในต่างจังหวัด 18 แห่ง โดยใน กทม. มีรายได้ดีที่สุดในรองลงมาเป็นนครราชสีมา และปทุมธานี” (ข่าวโมโน, 2563)

ที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าธุรกิจที่เกี่ยวกับศาสตร์แห่งการพยากรณ์ ธุรกิจที่เกี่ยวกับมูเตลู สายมู ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อความศรัทธา เริ่มมีช่องทางและรูปแบบในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การพยากรณ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (VDO Call) เฟสบุ๊ก (Facebook) การถ่ายทอดสดผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Live) และช่องทางแอปพลิเคชัน (Application) เช่น บริษัท สามารถดิจิทัล จำกัด (มหาชน) ที่เปิดให้บริการโหราศาสตร์ด้านต่างๆผ่านแอปพลิเคชันที่มีชื่อว่า Application Horoworld รองรับทั้งระบบโทรศัพท์ (Call) และระบบเห็นหน้า (Video Call) ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง โดยในปี 2565 สามารถสร้างรายได้ถึง 200 ล้านบาท และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นทุกปี นอกจากนี้ยังมีกลุ่มธุรกิจไลน์ (Line) รวมถึงการให้บริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตยี่ห้ออื่นๆ ที่ให้ความสนใจในธุรกิจทางด้านศาสตร์นี้ ในกลุ่มของวัตถุมงคลอย่างเช่น พระเครื่อง ก็มีการเติบโตและได้รับความนิยมในการซื้อเช่า สะสมอย่างแพร่หลาย ยิ่งในยุคแห่งการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยส่งผลให้ตลาดวัตถุมงคลพระเครื่องสามารถเข้าถึงผู้ที่ให้ความศรัทธาและ

นิยมผ่านช่องทางออนไลน์ได้มากขึ้นเช่นกัน ดังจะเห็นจากการมีเว็บไซต์ (Website) หรือ แอปพลิเคชัน (Application) ในการซื้อขาย ประมูล และส่งต่อวัตถุมงคลพระเครื่องมากมาย

สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า มูลค่าตลาดมูเตลู โหราศาสตร์ ไสยศาสตร์ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อในด้านต่างๆ จัดว่ามีมูลค่าทางการตลาดที่สูงมาก เพียงแต่ยังไม่มีใครรวบรวมมูลค่าทางตัวเลขไว้อย่างจริงจัง ซึ่งจากการสืบค้นข้อมูลทั้งจากเอกสารวิชาการและทางอินเทอร์เน็ตทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศไทย มีเพียงข้อมูลที่จัดทำโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย ปี 2551 ที่ระบุตัวเลขของธุรกิจหมอดูและธุรกิจต่อเนื่องว่าก่อให้เกิดเงินสะพัดในธุรกิจนี้ถึง 2,550 ล้านบาท และจากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ในปี 2564 ระบุตัวเลขของมูลค่าตลาดพระเครื่องเฉพาะที่จำหน่ายให้กับคนไทย มีมูลค่าสูงถึง 1.7-2.3 หมื่นล้านบาท ยังไม่นับรวมที่จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมถึงการส่งออกไปจำหน่ายที่ต่างประเทศ

จากความเป็นมาและแนวคิดข้างต้น ทำให้ผู้วิจัย ตระหนักถึงความนิยมเรื่องของความเชื่อความศรัทธาในสังคมไทย การเลือก การตัดสินใจ ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่มีผลต่อความศรัทธา ตลอดจนการเลือกซื้อ การใช้บริการ รวมถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ศรัทธาในศาสตร์แขนงนี้ ประกอบกับการเล็งเห็นโอกาสธุรกิจด้านความเชื่อและความศรัทธา จึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาวิจัยในเรื่อง “ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู” ของประชากรในประเทศไทย” เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำแผนธุรกิจและสามารถนำไปประยุกต์สร้างให้เกิดกลยุทธ์ในด้านต่างๆ โดยเฉพาะกลยุทธ์ทางการตลาด สำหรับผู้วิจัยหรือผู้ประกอบการที่สนใจที่จะนำไปปรับใช้ในธุรกิจในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาทัศนคติ แรงจูงใจ ที่มีต่อความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” ต่างๆ และพฤติกรรมในการบริโภคอุปโภคสินค้าของคนไทย

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” ต่างๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือรับบริการของคนไทย

## 1.3 คำถามในงานวิจัย

1.3.1 ทำไมยุคดิจิทัลแบบนี้ ผู้คนยังคงพึ่งพาวัตถุมงคล โหราศาสตร์ หรือความเชื่อใน “มูเตลู” ต่างๆ และความเชื่อความศรัทธาดังกล่าวยังคงมีอิทธิพลกับผู้คนอยู่

- 1.3.2 ระดับความเชื่อในเรื่อง “มูเตลู” ของกลุ่มคนตาม Generation ต่างๆ
- 1.3.3 “มูเตลู” ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มใดบ้างและอยู่ในระดับใด
- 1.3.4 การเลือกเชื่อหรือศรัทธาอะไรสักอย่าง ขึ้นอยู่กับอะไร ใ้อะไรเป็นตัวตัดสินใจ รวมถึงผลจากการพึ่งพา “มูเตลู” ปัญหาได้รับการแก้ไขให้ดีขึ้นไหม

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทราบถึงปัจจัยและความเชื่อมโยงระหว่างความเชื่อความศรัทธาในมูเตลูกับพฤติกรรมของคนไทย ตลอดจนระดับความเชื่อว่ามีมากน้อยเพียงใดที่มีในประเทศไทย รวมถึงความสัมพันธ์ข้อมูลคุณลักษณะประชากรของคนไทย (Demographic)

1.4.2 ทราบถึงแนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคที่มีความเชื่อความศรัทธาในด้านต่างๆ ของ “มูเตลู” กับการเลือกซื้อสินค้าและบริการในประเทศไทย

1.4.3 ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ที่จะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ เพื่อเป็นแนวทางในวางแผน พัฒนา และการบริหารงานในธุรกิจ สำหรับการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และอื่นๆ ได้อย่างเหมาะสม

## 1.5 คำศัพท์เฉพาะ

มูเตลู สายมู มีที่มาจากภาพยนตร์ชื่อดังของประเทศอินโดนีเซีย หมายถึงไสยศาสตร์ คุณไสย์ และมนต์ดำ สามารถแบ่งประเภทได้ทั้งไสยศาสตร์ขาว ที่เน้นให้คุณค่าไปในทางดีและไสยศาสตร์ดำที่มุ่งเน้นการใช้เวทมนต์ ไปทางชั่วร้าย (มานิตเจริญ & พุทธทาสภิกขุ, 2513

2527) โดยคำในภาษาอังกฤษจะใช้คำว่า “Superstition” ซึ่งมีความหมายที่กว้างขวางครอบคลุมไปถึงความเชื่อด้านโหราศาสตร์ และความเชื่อในเรื่องเหนือธรรมชาติต่างๆ

ไสยศาสตร์ ตามความหมายจากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายคำ “ไสยศาสตร์” (ไสย ไสยะ) น. ลัทธิอันเนื่องด้วยเวทมนตร์คาถาซึ่งได้มาจากอินเดีย ไสยเวท ไสยศาสตร์ (ไสยะเวด, ไสยะสาด) น. ตำราไสย วิชาทางไสย นอกจากนี้ยังมีความหมายรวมไปถึง วิชาอันประเสริฐ หรือศาสตร์อันประเสริฐ (มานิตเจริญ & พุทธทาสภิกขุ, 2513 2527)

บุคลิกลักษณะ ตามความหมายจากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้ความหมายของคำว่า “บุคลิกลักษณะ” (บุคคะลิกคะลัคสะหุณะ, บุกคะลิกลัคสะหุณะ] น. ลักษณะ



จำเพาะตัวของแต่ละคน โดยคำในภาษาอังกฤษจะใช้คำว่า “Personality หรือ Traits” ลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลจะแสดงออกในด้านต่างๆ ทั้งภายนอกที่มองเห็นชัดเจน และภายในที่อาจจะต้องใช้การอนุมาน หรือคาดเดา (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกมา เพื่อสนองต่อความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งบุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็นและรับรู้ได้ (Burachat Jandaeng, 2018)



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู” ของประชากรในประเทศไทย” ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ซึ่งนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 2.1.1 ความหมายและคำจำกัดความ “ไสยศาสตร์” และ “โหราศาสตร์”
- 2.1.2 จุดเริ่มต้นของไสยศาสตร์
- 2.1.3 วิวัฒนาการโหราศาสตร์
- 2.1.4 ปรัชญาการทางไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ที่มีในสังคมไทย

#### 2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.3 กรอบงานวิจัย

#### 2.4 สมมติฐานงานวิจัย

### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

เมื่อวิกฤตการณ์ความไม่แน่นอน ความวิตกกังวล และความต้องการอันหาขอบเขตไม่ได้ของมนุษย์ทั้งในอดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้มนุษย์พยายามที่จะแสวงหาวิธีการต่างๆ ที่เป็นตัวช่วยหรือทางลัดที่จัดความรู้สึกดังกล่าว แก้ปัญหา และให้ในสิ่งที่ตนต้องการ วิธีการทางไสยศาสตร์นับเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่มนุษย์พึงพามาช้านาน ตั้งแต่อดีตก่อนการเกิดขึ้นของพระศาสนา (ยุทธ ศักดิ์เดชยนต์ และ สุวิทย์ ทองศรีเกตุ, 2525) ถึงแม้พระพุทธศาสนาจะถูกเผยแผ่ตั้งแต่สมัยทราวดี แต่ความเชื่อทางไสยศาสตร์ก็ได้หมดไปจากสังคมไทย และยังคงสืบทอดความเชื่อนี้เรื่อยมาจนถึงปัจจุบันที่เป็นยุคแห่งความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ไร้พรมแดน

ไสยศาสตร์เป็นความเชื่อดั้งเดิมที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาอย่างช้านาน และถูกลดระดับคุณค่าให้เป็นสิ่งไร้ซึ่งเหตุผล งามาย ตลอดจนเป็นศาสตร์แห่งความชั่วร้าย ไสยศาสตร์เป็นเรื่องที่มีความกว้างขวางอย่างมาก ผู้วิจัยได้สืบค้นถึงประวัติความเป็นมา ลักษณะต่างๆ ของไสยศาสตร์ ทั้งเอกสารวิชาการ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ยังไม่พบรายงานชิ้นใดที่สรุปได้อย่างชัดเจนว่า ไสยศาสตร์

คืออะไร ประกอบไปด้วยสิ่งใดบ้าง ซึ่งทำให้เกิดความคลุมเครือและทับซ้อนกับความเชื่อทางโหราศาสตร์อยู่พอสมควร ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอในแง่ของความหมายและข้อมูลพื้นฐานของไสยศาสตร์ และ โหราศาสตร์ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้มาพอสังเขป

### 2.1.1 ความหมายและคำจำกัดความ “ไสยศาสตร์” และ “โหราศาสตร์”

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ปี พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายไว้ว่า “ลัทธิอันเนื่องด้วยเวทมนตร์คาถาซึ่งเชื่อว่าได้มาจากพรหมณ์” และ ศาตราจารย์พระยาอนุมานราชชน ได้อธิบายไว้ในปี 2531 ว่า “ไสยศาสตร์คือวิชาความรู้เพื่อบังคับหรือป้องกันสิ่งที่ไม่อยู่ในธรรมชาติให้เป็นไปตามประสงค์ที่ตนต้องการ” ไสยศาสตร์ในภาษาอังกฤษมีการใช้คำที่มีความหมายใกล้เคียงกันอยู่สองคำ คือ คำว่า “Magic” และ “Superstition” โดย Magic จะเป็นการกระทำที่เกิดจากความเชื่อ เพื่อบังคับหรือป้องกันสิ่งที่ไม่อยู่ในธรรมชาติให้เป็นไปตามในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วน Superstition จะเน้นความเชื่อในเรื่องเหนือธรรมชาติของเฉพาะกลุ่มคนเฉพาะบุคคล ที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา (Alice, 1921 และ Franzer, 1974) กล่าวโดยสรุปไสยศาสตร์เป็นเรื่องของความเชื่อสิ่งเหนือธรรมชาติ ภูตผีปิศาจ เครื่องรางของขลัง เวทมนตร์คาถา เมตตามหานิยม เป็นต้น โดยเป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับสิ่งลึกลับ ซึ่งขอบเขตของไสยศาสตร์นั้น สามารถจำแนกออกได้เป็นสองประเภทด้วยกัน (พลตรีหลวงวิจิตรวาทการ, 2507) คือ

1. จิตศาสตร์ (Science Metapsyque) เป็นวิชาที่เกี่ยวกับการใช้อำนาจของจิต เช่น การดึงดูด (Magnetism) การสะกดจิต (Hypnotism) และการติดต่อวิญญาณ (Spiritism) เพื่อควบคุมหรือบังคับ ความคิดและการกระทำของผู้อื่นให้เป็นไปตามที่ต้องการ
2. โหราศาสตร์ (Astrology) เป็นวิชาที่ศึกษาโดยให้หลักของการปรากฏการณ์ของดวงดาว ตัวเลข และสถิติต่างๆ ของการทำนายพยากรณ์ เหตุการณ์ปัจจุบันและอนาคต เช่น การทำนายพยากรณ์จากการใช้ วัน เดือน ปีเกิด การดูลายมือ การใช้ไฟเพื่อพยากรณ์ การทำนายฝัน การเสี่ยงทาย การดูลักษณะของคน การดูลักษณะของลายมือลายเซ็น รางบอกเหตุต่างๆ

### 2.1.2 จุดเริ่มต้นของไสยศาสตร์

เมื่อพิจารณาจุดกำเนิดความเชื่อของมนุษย์นั้น จะเห็นได้ว่าก่อนที่มนุษย์จะเกิดมีความเชื่อนั้น มนุษย์จะมีความสงสัย วิดกกังวล และความกลัวต่อปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ เช่น ฝนตก ฟ้าร้อง ฟ้าผ่า น้ำขึ้น น้ำลง สุริยุปราคา ทำให้มนุษย์ค้นหาคำตอบของปรากฏการณ์ทางธรรมชาติเหล่านี้ และพยายามที่จะค้นหาวิธีการป้องกันเพื่อให้มนุษย์อยู่รอดปลอดภัย ในขณะที่เดียวกันก็เริ่มที่จะค้นพบพลังอำนาจทางปรากฏการณ์ทางธรรมชาติอื่นๆ เช่น การขึ้นลงของพระอาทิตย์ การเกิด

สุริยุปราคา การเกิดจันทรุปราคา และการเกิดขึ้นของฤดูกาลต่างๆ เป็นต้น ชาวเกาะเมลานีเซียน ได้เรียกปรากฏการณ์เหล่านี้ว่า “มานา” (Mana) เป็นพลังอำนาจแบบอนุบุคคล (Impersonal Force) ที่เป็นพลังงานอำนาจบริสุทธิที่เกิดขึ้นเองตามจริงของธรรมชาติที่ไม่ได้ใส่จินตนาการเข้าไป แต่เมื่อเวลาผ่านไปมนุษย์ยังคงต้องเผชิญกับปรากฏการณ์ทางธรรมชาติเหล่านี้ มนุษย์จึงพยายามที่จะค้นหาวิธีรับมือ และทำความเข้าใจปรากฏการณ์ธรรมชาติในรูปแบบที่มนุษย์ต้องการ เพื่อให้ได้มาซึ่งคำอธิบาย จึงมีความพยายามที่จะเสริม เติม แต่ง จินตนาการและตำนานเข้าไป ก่อให้เกิดความเชื่อในเรื่อง “วิญญาณ” และ “เทพเจ้า” มนุษย์พยายามที่จะเอาใจเทพเจ้าที่ตนรักและบูชา ด้วยการเช่นไหว้ สร้างพิธีกรรมบูชาต่างๆ เพราะคาดหวังว่าจะเป็นสิ่งที่พึงพอใจต่อเทพเจ้าที่ตนนับถือ จากจุดนี้เอง ก่อให้เกิดการจัดทำพิธีกรรม สร้างสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ นักบวช ตลอดจนนำมาซึ่ง บทบัญญัติข้อห้ามต่างๆ ที่เรียกว่า “ศีลธรรม” เพื่อให้ผู้ที่มีความเชื่อและนับถือในเรื่องเดียวกัน สามารถเข้าถึงเทพเจ้านั้นๆ ได้ องค์กรประกอบเหล่านี้ได้ถูกพัฒนาและวิวัฒน์กลายมาเป็น “ศาสนา” อย่างไรก็ตามสำหรับผู้ที่ยังนับถือและมีความหมกหมุ่นในเทพเจ้า คำบัญญัติ ตลอดจนพิธีกรรมต่างๆ กลุ่มคนเหล่านี้จะใส่พิธีที่มีความซับซ้อนจนดูมีความลึกลับเพิ่มเติมเข้าไปเพื่อเพิ่มความขลังและความศักดิ์สิทธิ์ จนบรรลุผลตามเป้าหมายที่ตนเองต้องการ เช่น การฆ่าสัตว์ การบูชาัญญา การร้ายคาถา พิธีกรรมที่มีความพิสดารต่างๆ ความเชื่อเหล่านี้จัดว่าเป็นความเชื่อ “ไสยศาสตร์” ที่อาจกล่าวได้ว่าเป็นความเชื่อที่ไร้ซึ่งเหตุและผล ขาดสติปัญญา เมื่อมนุษย์ต้องการที่จะหาทางพ้นทุกข์ แต่เป็นความเชื่อที่ขึ้นอยู่กับอารมณ์ความรู้สึก และจินตนาการของมนุษย์ล้วน ๆ (จำเริญ, 2550)

### 2.1.3 วิวัฒนาการโหราศาสตร์

หากพิจารณาถึงวิวัฒนาการของโหราศาสตร์ (Astrology) และการดูดวงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ชี้ให้เห็นว่ามีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน ตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ (Prehistorical period) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของโหราศาสตร์ โดยมีการเก็บบันทึกรวบรวมลักษณะของกลุ่มดวงดาวบนท้องฟ้า นำมาผสมผสานกับดาราศาสตร์ (Astronomy) เทววิทยา (Theology) ซึ่งจะถูกนำไปยึดโยงกับความเชื่อทางศาสนา โดยเน้นไปในเรื่องของเทพเจ้าเป็นหลัก (Pallas, 2549) อย่างไรก็ตามในช่วงยุคแรกๆ พบว่าการพยากรณ์จะพิจารณาจากตัวของสัตว์ที่ถูกนำมาบูชาัญญา ซึ่งวิธีการเช่นนี้ยังไม่นับว่าเป็นการนำปรากฏการณ์บนท้องฟ้ามาใช้ในการพยากรณ์ทางโหราศาสตร์แต่อย่างใด จากหลักฐานทางโบราณคดีพบว่าลักษณะการนำกลุ่มดวงดาวหรือปรากฏการณ์บนท้องฟ้ามาใช้ในการพยากรณ์นั้น เริ่มขึ้นในยุคแรกของโลกในบริเวณตะวันออกกลางของปัจจุบัน ซึ่งสามารถจำแนกอธิบายวิวัฒนาการของโหราศาสตร์ (Astrology) เรียงลำดับตามยุคต่างๆ ดังนี้

**โหราศาสตร์ยุคเมโสโปเตเมีย (Mesopotamian Period)** ดินแดนระหว่างน้ำสองสาย คือ ไทกริส (Tigris) และยูเฟรติส (Euphrates) หรือที่เราเรียกกันว่า ดินแดนเมโสโปเตเมีย (Mesopotamia) คาดว่าเป็นจุดกำเนิดของโหราศาสตร์ โดยอาณาจักรนี้ได้ถือกำเนิดขึ้นเป็นเมืองแรกของโลกตั้งแต่ 4,000 ปีก่อนคริสตกาล ปกครองโดยชาวซูเมอร์เรียน (Sumerian) ต่อมาดินแดนแห่งนี้ได้ถูกกษัตริย์ซาร์กอนแห่งอักคาด (Sargon of Akkad) เข้ามายึดครอง และได้แผ่ขยายอำนาจไปสู่ชายฝั่งเมดิเตอร์เรเนียน และอียิปต์ ทำให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรมรวมถึงความรู้ที่หลากหลาย ทั้งนี้ชาวอียิปต์มีความสามารถในการเชื่อมโยงลางบอกเหตุจากปรากฏการณ์บนท้องฟ้ากับสิ่งปลูกสร้างได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังเกิดชนเผ่าหลายกลุ่มในดินแดนแถบบริเวณนี้ เช่น ชาวอัสซีเรียน (Assyrian) ชาวบาบิโลเนียน (Babylonian) และชาวคาลเดียน (Chaldean) ที่เป็นชนเผ่าที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านโหราศาสตร์ โดยสามารถที่จะทำนายสุริยุปราคา รวมถึงแบ่งสัปดาห์หนึ่งเป็น 7 วัน นอกจากนี้ คำว่าคาลเดียนมีความหมายว่า นักโหราศาสตร์ อย่างไรก็ตามโหราศาสตร์ในยุคนี้ยังคงเป็นเพียงการนำปรากฏการณ์บนท้องฟ้าลางบอกเหตุ มาพยากรณ์ให้กับกษัตริย์และอาณาจักรเท่านั้น ยังไม่มีการนำไปใช้กับชาวเมืองบุคคลทั่วไปแต่อย่างใด

จากบทความในเวปไซต์ [www.horauranian.com](http://www.horauranian.com) ปี 2549 ได้ระบุว่ามีการพบ บันทึกที่พบในยุคนี้ประมาณ 2,300 ปีก่อนคริสตกาล ที่ว่า

“ถ้าดาวศุกร์ปรากฏ ทิศตะวันออกในเดือน Airu โดยดาวแฝดใหญ่และดาวแฝดเล็ก อยู่รอบเธอ และแสงสว่างของเธอดูเหมือนมองลง กษัตริย์แห่ง Elam จะล้มป่วยและสิ้นพระชนม์ลง”



รูปภาพที่ 2.1: จารึกดาวศุกร์แห่งอัมมิซาดูกา (Venus Tablets of Ammizaduga) บันทึกดาวศุกร์ในช่วงต่างๆอย่างเป็นระบบพร้อมลางบอกเหตุที่เกิดขึ้น

ที่มา: 2549 วรรณนาการของโหราศาสตร์, ตุลาคม 2549, Pallas

หลังจากที่พระเจ้าอเล็กซานเดอร์มหาราช (Alexander the Great) ได้เข้ามายึดครองดินแดนบริเวณนี้ ทำให้ความรู้ทางโหราศาสตร์ได้ส่งต่อไปสู่ชาวเปอร์เซีย ซึ่งถือว่าเป็นจุดที่นำพาโหราศาสตร์ก้าวสู่ยุคต่อไป

**โหราศาสตร์ยุคกรีก (Hellenistic Period)** เมื่อพระเจ้าอเล็กซานเดอร์มหาราช (Alexander the Great) ได้เข้าปกครองอียิปต์และดินแดนเมโสโปเตเมีย ในช่วงประมาณ 334 ปีก่อนคริสตกาล ทำให้ความรู้โหราศาสตร์โบราณของอียิปต์ได้ขยายวงกว้างครอบคลุมอาณาจักรทั้งหมดของพระเจ้าอเล็กซานเดอร์มหาราช ทำให้เกิดวิทยาการและปรัชญากรีกขึ้นเป็นครั้งแรก รวมถึงกรีกและอียิปต์ยังเป็นศูนย์กลางของโหราศาสตร์ในช่วงยุคนั้นอีกด้วย เช่น ปรัชญามูลฐานของเฮอริเมสทริสมเมจิสต ที่ว่า “สิ่งที่อยู่เบื้องล่างย่อมเหมือนสิ่งที่อยู่เบื้องบน” (“As Above, So Below”) โดยมีการนำปรัชญาดังกล่าว ไปสู่การประยุกต์ใช้โหราศาสตร์กับร่างกายมนุษย์ (โหราศาสตร์การแพทย์) สัตว์สมุนไพร เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการค้นพบลำดับการโคจรของดาวเคราะห์ นำไปสู่การกำหนดวันทั้ง 7 วัน โดยเรียงลำดับจากดาวที่โคจรช้าสุดไปยังดาวที่โคจรเร็วสุด ดังนี้ เสาร์ พฤหัส อังคาร อาทิตย์ ศุกร์ พุธ และจันทร์ รวมถึงยังมีการนำชื่อเทพเจ้าของกรีกมาตั้งชื่อให้กับดาวเคราะห์ต่างๆ แทนชื่อเทพเจ้าจากดินแดนเมโสโปเตเมีย ดังจะเห็นได้จากชื่อตัวละครจากภาพยนตร์ นิยายชื่อดังของต่างประเทศในปัจจุบัน ที่มักจะนำชื่อเทพเจ้าต่างๆ มาใช้กันอย่างแพร่หลาย และในยุคนี้เองก็ยังสามารถกำหนดปราคาจารย์ด้านโหราศาสตร์ที่มีชื่อว่า คลอเดียส ปโตเลมี (Claudius Ptolemy ค.ศ. 100-178) ได้มีการจัดทำตำราโหราศาสตร์ที่ชื่อว่า “Tetrabiblos” ที่เป็นการนำเอาความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ของอริสโตเติล (Aristotle) มาผนวกเข้ากับโหราศาสตร์ ซึ่งตำราโหราศาสตร์ดังกล่าวได้มีการกล่าวถึงการผูกดวงชะตา ตั้งแต่ขณะปฏิสนธิ ไปจนถึงเวลาเกิด โดยมีความเชื่อว่าช่วงเวลาทั้งสองดังกล่าวเป็นจุดเริ่มต้นของชีวิตที่รับพลังจักรวาลจากปรากฏการณ์ตำแหน่งของดวงดาวบนท้องฟ้า โดยจะเป็นการพยากรณ์ชีวิตของแต่ละคน

**โหราศาสตร์ยุคกลาง (Medieval Period)** เป็นยุคที่ถือกำเนิดคริสตศาสนา ผู้คนในยุคนี้ให้ความศรัทธาในคริสตจักรอย่างมากและได้มีการขยายอำนาจความนิยมไปสู่การเมือง ทำให้ความเชื่อในศาสตร์แขนงอื่นๆ ที่ไม่สอดคล้องกับคริสตศาสนา ถูกปราบปรามอย่างหนักในยุคนี้จนในที่สุด โหราศาสตร์เองก็ถูกกำจัดจนสูญหายไป

เซนต์ออกุสติน (St. Augustine) เป็นชาวคริสต์ที่เคยศึกษาด้านโหราศาสตร์มาก่อน ได้กล่าวไว้ในปี ค.ศ. 354-430 ว่า “ถ้านักโหราศาสตร์บอกว่าดวงดาวกำหนดการกระทำของมนุษย์ แปลว่ามนุษย์เกิดมามีโชคชะตาที่ลิขิตเอาไว้แล้ว ซึ่งขัดกับหลัก Free Will ที่เป็นหัวใจของคริสตศาสนา (มนุษย์สามารถเลือกที่จะศรัทธาในพระเจ้า ซึ่งจะทำให้โชคชะตาเปลี่ยนไปตามพระ

ประสงค์ของพระเจ้าได้) แต่หากนักโหราศาสตร์บอกว่าดวงดาวไม่เป็นเหตุของการกระทำของมนุษย์ โหราศาสตร์ก็“ไม่มีความหมาย” (Horauranian.com, 2549)

อย่างไรก็ตามโหราศาสตร์กลับเป็นที่นิยมในศาสนาอิสลาม และกลับมาถูกเผยแพร่อีกครั้งในช่วงยุคปลายของยุคกลาง โดยตำราโหราศาสตร์ที่ถูกศาสนจักรทำลายไปส่วนใหญ่จะถูกแปลจากภาษาอาหรับที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากชาวเปอร์เซียและอียิปต์ มาสู่ภาษาละตินอีกครั้ง โดย เซนต์โทมัส อควินาส (St. Thomas Aquinas) ได้กล่าวไว้ใน ค.ศ. 1225-1274 ว่า “โหราศาสตร์สามารถพยากรณ์ได้ในระดับกายภายนอก แต่ระดับวิญญาณนั้นมนุษย์ยังมีอำนาจเหนืออิทธิพลดวงดาวตามหลัก Free Will”

โหราศาสตร์ยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาการ (Renaissance Period) ศิลปวิทยาการต่างๆ เช่น ความรู้ของชาวกรีก ความเชื่อในเรื่องดวงดาวของชาวอียิปต์ ได้ถูกมองเป็นเรื่องของพวกนอกรีตนอกศาสนา แต่ได้กลับมาเผยแพร่ และรุ่งเรืองอีกครั้งในยุคนี้ โดยยุคแห่งการฟื้นฟูศิลปวิทยาการมีจุดกำเนิดที่ประเทศอิตาลี ณ ปัจจุบัน ส่วนใหญ่โหราศาสตร์ในยุคนี้จะเป็นเรื่องของการผสมผสานความรู้ระหว่างศาสตร์แห่งโหราศาสตร์ กับ ศาสตร์ในแขนงอื่นๆ อาทิเช่น การแพทย์กับโหราศาสตร์ การใช้ดนตรีกับโหราศาสตร์และการรักษาโรค การนำโหราศาสตร์มาร่วมในพิธีกรรมทางศาสนา และเครื่องรางต่างๆ มีการนำโหราศาสตร์ไปใช้ในการคำนวณฤกษ์งานวันพระราชพิธีของพระราชินีอลิซาเบธที่ 1 แห่งอังกฤษ จนทำให้พระนางครองราชย์นานถึง 44 ปี นอกจากนี้ในยุคนี้ยังเกิดนักโหราศาสตร์ชื่อดัง นอสดราดามุส (Nostradamus, 1503-1566) วิลเลียม ลิลลี่ (William Lilly, 1602-1681) ซึ่งเป็นผู้พยากรณ์สงครามกลางเมืองของอังกฤษ โรคระบาดและไฟไหม้ในลอนดอนไว้ล่วงหน้าถึง 15 ปี ราฟาเอล (Raphael, 1795-1832) ที่เป็นผู้คิดปฏิทิน โหระ (Raphael's Ephemeris, 1821) ซึ่งได้รับความนิยม ถือเป็นตำราอาจารย์สำหรับนักโหราศาสตร์และยังคงมีขายจวบจนถึงปัจจุบัน

โหราศาสตร์ยุคใหม่ (Modern Period) ศตวรรษที่ 20 เป็นยุคแห่งการนำความรู้ทางจิตวิทยาและโหราศาสตร์มาผนวกเข้าด้วยกัน มีการเลือกเอาเฉพาะแก่นที่แท้จริงของโหราศาสตร์มาปรับใช้กำเนิดเป็นโหราศาสตร์สำนักฮัมบูร์ก หรือที่รู้จักกันในชื่อโหราศาสตร์ยูเรเนียนที่ได้รับความนิยมมายังประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 สื่อต่างๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ตได้รับการพัฒนาและมีความก้าวหน้าอย่างมาก ทำให้ผู้คนทั่วไปเริ่มรู้จักกับโหราศาสตร์มากขึ้น โดยเฉพาะการติดตามคอลัมน์ดวงรายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือนตามนิตยสารคอลัมน์ต่างๆ ตลอดจนความนิยมในการค้นหาคำว่า “ดวงดาว” ในอินเทอร์เน็ต ก็ได้รับความนิยมใน 3 ลำดับแรกที่สูงสุดของการค้นหาคำของคนในประเทศไทย

จากความหมาย จุดกำเนิดและวิวัฒนาการทั้งของไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ในข้างต้น จะเห็นได้ว่า “ไสยศาสตร์” เป็นความเชื่อในศาสตร์ลึกลับ ความเหนือธรรมชาติ ส่วน “โหราศาสตร์” นั้นเป็นความเชื่อในเรื่องของปรากฏการณ์ของดวงดาว ที่มุ่งเน้นการทำนายพยากรณ์สำหรับเหตุการณ์ในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งส่งผลมาจากการกระทำในอดีต ทั้งนี้จำเป็นจะต้องอาศัยพลังจิตที่แรงกล้าในการหยั่งรู้การกระทำในอดีต หรือการใช้หลักการของไสยศาสตร์ หรืออาจกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่าโหราศาสตร์เป็นความรู้พื้นฐานของไสยศาสตร์นั่นเอง

#### 2.1.4 ปรากฏการณ์ทางไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ที่มีในสังคมไทย

เมื่อสังคมเข้าสู่ความทันสมัยเราเข้าใจว่าค่านิยมทางศีลธรรมศาสนา รวมถึงคติความเชื่อในเรื่องเหนือธรรมชาติที่สะท้อนเรื่องราวอภินิหารดั้งเดิมที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีต จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมและประเพณีในสังคมไทย น่าจะเสื่อมคลายสลายหายไป และถูกแทนที่ด้วยค่านิยมทางวัตถุนิยม ตลอดจนการใช้ตรรกะและเหตุผลทางวิทยาศาสตร์ในการอธิบายสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิต แต่กลับยังพบว่า คนในสังคมสมัยใหม่ หนุ่มสาวในยุคแห่งเทคโนโลยีเช่นนี้ ผู้คนในทุกแวดวง กลับนิยามตนเองว่า เป็นกลุ่มคน “สายมู” หรือ “มูเตลู” ก็มีความเชื่อความศรัทธาในไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ พลังเหนือธรรมชาติ เรื่องราวลึกลับ เครื่องรางของขลัง การทำนายพยากรณ์ในหลากหลายรูปแบบ โดยมีการบอกเล่าความปรารถนาและความสำเร็จของตนเองผ่านเรื่องราวสิ่งเหนือธรรมชาติเหล่านี้ ดังจะเห็นได้จากกระแสปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ดังต่อไปนี้

##### 1. ความนิยมในการเซ่นไหว้อ่อนวอนและการถวายบูชา

เราจะมักพบเห็นได้ตามวัด สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เทวสถานต่างๆ ที่อยู่ทั่วประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อขอพร ขอให้ตนเองประสบความสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตนตั้งเป้าหมายเอาไว้ ซึ่งหากเป็นไปตามที่ตนขอพรไว้ ก็จะมีการนำเอาของบูชามาเซ่นไหว้ เช่น ดอกไม้ ไข่ ไก่ต้ม หัวหมู เป็ด ของค้ำ และในบางครั้งอาจมีการนำนางรำมารำถวาย ซึ่งทำให้เกิดอาชีพต่างๆ มากมายตามสถานที่เหล่านี้ กรณีกระแส “ไอ้ไข่” วัดเจดีย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่คนต่างพากันไปขอพร อ่อนวอน บนบาน เพื่อให้ตนเองสมหวัง โดยเฉพาะในเรื่องโชคลาภ การค้าขาย และยังได้รับกระแสความนิยมอย่างหนัก เมื่อดาราพิธีกรที่มีชื่อเสียง ได้ไปทำพิธีกรรมดังกล่าว ตลอดจนมีการนำเสนอออกสื่อทางทีวี และสื่อสังคมโดยทั่วไป (บุญยัง คงอาษาภัทร, 2564) หรือการบูชาเทพเจ้าราหู ในวันที่เกิดสุริยุปราคา จันทรุปราคา ที่จะต้องเซ่นไหว้ด้วยของค้ำต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ไก่ดำ เฉาก๊วย จะเห็นได้ว่าในบางช่วงเวลา สิ่งของเหล่านี้มีราคาสูงขึ้นเนื่องจากสินค้าขาดตลาด



## 2. ความนิยมในเครื่องรางของขลัง

กระแสความนิยมในวัตถุมงคลนับวันยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยวัตถุมงคลที่ได้รับความนิยม มีการซื้อขายกันในวงกว้างและมีมูลค่าที่สูง ได้แก่ วัตถุมงคลประเภทพระเครื่อง โดยเฉพาะพระเครื่องที่อยู่ในชุดของพระสมเด็จวัดระฆังมีมูลค่าที่ซื้อขายกันในตลาดไม่ต่ำกว่า 250 ล้านบาท พระกลุ่มเบญจภาคี โดยจะขึ้นอยู่กับ ความเก่าแก่ ความหายาก ความเป็นพระเครื่องแท้ และยังมีเรื่องราวของอิทธิปาฏิหาริย์มาเกี่ยวข้องแล้วด้วย จะยิ่งเป็นที่ต้องการของผู้คนและมีมูลค่าที่สูงขึ้นไปอีก ปัจจุบันยังมีกระแสความนิยมในสินค้าเครื่องรางของขลังในลักษณะเครื่องประดับแฟชั่น อาทิเช่น เครื่องประดับแฟชั่นสายมู ภายใต้ชื่อแบรนด์ ‘ไลลา Laila Amulats’ ที่นำเอา ลูกปัด หินสี อัญมณีต่างๆ ที่ผ่านการปลุกเสกจากนักบวช นำมาร้อยเป็นสร้อยคอ สร้อยข้อมือ พร้อมทั้งบรรยายสรรพคุณช่วยเรื่อง โชคลาภ เสริมดวงชะตาราศี แคล้วคลาดปลอดภัย และยังมีเหล่าดารานักแสดงที่มีชื่อเสียง ผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) สวมใส่ เครื่องรางของขลังเหล่านี้ยิ่งได้รับความนิยมจากคนในสังคม โดยราคาต่อชิ้นเริ่มตั้งแต่หลักพันไปจนถึงหลักหมื่นบาท

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ได้เกิดปรากฏการณ์ความนิยมในเครื่องรางของขลัง “จตุคามรามเทพ” ที่เป็นเทพคอยรักษาปกป้องพระพุทธศาสนา มีจุดกำเนิดทางภาคใต้ของไทยโดยถูกประดิษฐ์ขึ้นไว้ที่พระบรมธาตุนครศรีธรรมราช เมื่อถูกกล่าวขานถึงอำนาจความศักดิ์สิทธิ์ จึงเกิดความนิยมอย่างมากในสังคมไทยในขณะนั้น จนทำให้เกิดความต้องการอย่างมาก ก่อให้เกิดการหล่อและจัดสร้าง องค์เทพจตุคาม ในรุ่นต่างๆ เช่น รุ่น โคตรเศรษฐี รุ่น โคตรรวย รุ่นเงินไหลมา เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีความนิยมในเครื่องรางของขลัง วัตถุมงคลต่างๆ ค่อนข้างมากถ้าเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านที่นับถือพระพุทธศาสนาเช่นเดียวกัน ดังจะเห็นได้จากการมีแหล่งรวมคนที่ชื่นชอบพระเครื่อง ตลาดนัดพระเครื่องท่าพระจันทร์ สนามหลวงสอง พันธุ์ทิพย์ ย่านงามวงศ์วาน สื่อสิ่งพิมพ์นิตยสารพระเครื่อง เพจ Facebook แลกเปลี่ยนความรู้ซื้อขายพระเครื่องของหลวงปู่ทิม ที่มีสมาชิกกว่า 164,462 ราย ซึ่งมูลค่าการซื้อขายพระเครื่องผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ รวมกัน น่าจะมีมูลค่าปีหนึ่งไม่ต่ำกว่า 4,000 ล้านบาท (บุตราชาศ, 2018)

## 3. ความนิยมในเรื่องการพยากรณ์ โหราศาสตร์ ลายมือ ไพ่ยิปซี

ความไม่แน่นอน ความพลิกผัน และการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม รวมถึงโรคระบาดอย่าง โควิด 19 ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ส่งผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์เกิดความวิตกกังวลในความแน่นอน มีความรู้สึกเครียด จนส่งผลให้มนุษย์ต้องการที่พึ่งพาทางจิตใจ เพื่อที่จะหาวิธีการป้องกัน และหาคำตอบในการดำเนินชีวิตในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งผลการวิจัยของนักศึกษาด้านการตลาด รุ่น 22A มหาวิทยาลัยมหิดล หรือ CMMU (College of Management

Mahidol University) ได้ทำการสำรวจข้อมูลโดยใช้หัวข้อว่า ‘การตลาดของคนอยู่เป็น’ ในปี 2563 พบว่า คนไทยมีความวิตกกังวลในเรื่องโรคระบาดโควิด-19 มากที่สุด คิดเป็น 76.8% ตามมาด้วย ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ 74.6% ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาและความเห็นต่างกันในสังคม 65% ด้านเศรษฐกิจทั้งเรื่องค่าครองชีพสูงและความไม่มั่นคงในหน้าที่การงาน 64% ความไม่สามารถปรับตัวได้ทันกับเทคโนโลยีใหม่ๆ 62.8% และด้านการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน 62.6% เมื่อคนไทยเกิดความเครียดวิตกกังวลที่อยู่บนความแน่นอนดังกล่าว ทำให้ต้องหันหาที่พึ่งทางจิตใจ เพื่อหาสิ่งยึดเหนี่ยวและคำตอบสำหรับทางออกในการดำเนินชีวิต โดยหนึ่งในที่พึ่งทางใจที่คนไทยนิยมอย่างมาก นั่นคือ การดูดวงหรือการทำนายพยากรณ์ด้วยวิธีที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจพฤติกรรมของคนไทยจากบริษัท Lucky Heng Heng ในปี 2565 พบว่าคนไทยประมาณ 52.5 ล้านคน หรือ 75% เชื่อในเรื่องดูดวง โดย 43.4% เป็น กลุ่ม Gen Y ที่เชื่อเรื่องดูดวงเป็นอันดับ 1 โดยเรื่องที่คนไทยมักจะปรึกษาหมอดูมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน การเงินและการค้า และเรื่องของโชคลาภ (สินธุวงศ์ศรี, 2560)

ปัจจุบันเราจะเห็นได้ว่ามีวิธีการดูดวง การทำนายพยากรณ์ที่ได้รับความนิยมอย่างหลากหลาย เช่น การทำนายด้วยไพ่ยิปซี ไพ่ออราเคิล การดูลายมือ การดูดวงด้วยศาสตร์ตัวเลข ซึ่งหมอดูที่มีชื่อเสียงท่านหนึ่งที่เป็นที่รู้จักกันในวงกว้าง หมอช่าง ทศพร ศรีตุลา โดยมีผู้ติดตามในแฟนเพจ Facebook ประมาณ 2.1 ล้านคน และเป็นหมอดูที่เหล่าดาราดังต่างๆ รวมถึงนักการเมือง มักจะใช้บริการเป็นประจำ ทำให้เกิดกระแสความนิยมจนทำให้ หมอช่างเป็นที่รู้จัก และมีธุรกิจทางด้านโหราศาสตร์มากมาย หมอดูอีกท่านหนึ่งที่เป็นกระแสในสังคมไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาคือ หมอลักษณ์ พันธง ที่มีชื่อเสียงอย่างหนักจากการทำนายว่านักแสดงสาว “แห่มม คัทลียา” ที่ได้รับฉายาว่าเป็นเจ้าหญิงแห่งวงการบันเทิงไทยได้ตั้งท้อง ซึ่งก่อให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์การทำนายในช่วงเวลานั้นอย่างมาก นอกจากนี้ หมอลักษณ์ พันธง ยังมีสื่อบุคคลและรายการโทรทัศน์ทางด้านโหราศาสตร์มากมาย เช่น รายการศึก 12 ราศีทางช่อง 3 รายการมูไนท์ทางช่องไทยรัฐทีวี นอกจากนี้ยังมีช่องยูทูปที่เป็นการให้ความรู้ทางโหราศาสตร์ของตัวเองอีกด้วย

#### 4. ความนิยมในเรื่อง สีมงคล เลขมงคล

เพื่อให้เกิดสิริมงคล เพิ่มเสน่ห์ เกิดความมั่นใจ ความนิยมในด้านนี้ก่อให้เกิดอาชีพและธุรกิจมากมายในสังคมไทยในปัจจุบัน ซึ่งสามารถพบเห็นได้จากสื่อสังคมออนไลน์ คอลัมน์ตามเพจหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ในหัวข้อ สีประจำวันเกิด สีประจำวัน สีตามธาตุ สีมงคลที่เหมาะสมกับธุรกิจประเภทต่างๆ นอกจากนี้สีมงคลอาจแบ่งตามความเชื่อทางเชื้อสายหรือวัฒนธรรม เช่น คนไทยเชื่อ

ความนิยมและปรากฏการณ์ในเรื่องสีและเลขมงคล มิได้จำกัดอยู่ในกลุ่มคนวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุเท่านั้น แต่ยังได้รับความนิยมในหมู่หนุ่มสาวคนรุ่นใหม่ นักเรียน นักศึกษา ดังจะเห็นได้จากการเลือกใช้สีสิ่งของต่างๆ ตามสีมงคลประจำวัน การเลือกใส่ชุดที่มีสายเงินจะเชื่อว่า สีแดง และสีทองเป็นสีมงคล สีแห่งความเจริญรุ่งเรือง ในขณะที่คนไทยที่ได้รับอิทธิมาจากพุทธและพราหมณ์ จะใช้รูปสีทองบูชาพระรัตนตรัย แต่ใช้รูปสีม่วงในการบูชาดวงวิญญาณ สัตว์ลึกลับ เหนือธรรมชาติ (Monsternom, 2022) สีมงคลตรงกับตัวเอง หรือแม้กระทั่งการพกเครื่องรางของขลังที่มีสีมงคลพกติดตัวไปในวันสอบ นอกจากนี้ความนิยมด้านตัวเลขในสังคมก็ได้รับความนิยมมาอย่างยาวนาน คนไทยมักจะนิยมใช้ตัวเลข “9” ในวันสำคัญ งานพิธีกรรม เบอร์โทรศัพท์ เลขที่บ้าน เลขที่กิจการใหม่ เป็นต้น เนื่องจากคนไทยมีความเชื่อว่า เลข “9” มีความหมายพ้องกับคำว่า “ก้าวหน้า” นั่นเอง ซึ่งเรามักจะเห็นจากปรากฏการณ์ การตามหาเบอร์สวย เลขมงคล และธุรกิจในระบบเครือข่ายมือถือต่างๆ ที่จะหยิบกลยุทธ์ เลขสวยเบอร์มงคล มาใช้เป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด อยู่บ่อยครั้ง ผู้วิจัยเองก็เคยมีประสบการณ์โดยตรงจากการใช้เบอร์โทรศัพท์มงคล ซึ่งได้มากจากค่ายมือถือชื่อดังด้วยราคาหลักหมื่นบาท ทั้งนี้จากผลสำรวจพฤติกรรมของคนไทยจากบริษัท Lucky Heng Heng ในปี 2565 พบว่า สีและเลขมงคลเป็นหนึ่งในห้าของห้าบริการด้านมูเตลูที่ได้รับความนิยมสูงสุด คิดเป็น 36.9%

สีมงคลและเลขมงคล จัดเป็นความเชื่อทางไสยศาสตร์ประเภทหนึ่ง ถือเป็นจิตวิทยาชนิดหนึ่ง ที่ถึงแม้ยุคสมัยจะเปลี่ยนไป มีความเจริญทางวิทยาศาสตร์ แต่ผู้คนก็ยังต้องการสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ เสริมความมั่นใจ ที่จะช่วยให้เกิดกำลังใจตามแรงศรัทธา จนส่งผลให้มีความตั้งใจในการลงมือปฏิบัติเพื่อให้ได้ในสิ่งที่คาดหวังไว้ นักจิตวิทยา Joseph Mazu ได้กล่าวไว้ในหนังสือ What's Luck Got to Do with It? ว่า “ความโชคดีเป็นเรื่องจับต้องไม่ได้ เราก็เลยต้องโยงความโชคดีเหล่านั้นเข้ากับสิ่งของหรืออะไรที่จับต้องได้” ซึ่งมันก็คือ การที่คนพยายามจะสร้างความสบายใจ สร้างความเชื่อว่าตนเองจะโชคดี สามารถควบคุมสิ่งต่างๆ ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมได้ จนส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการทำสิ่งใดๆ อย่างอัตโนมัติ นั่นเอง

## 2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ก่อนที่จะศึกษาเรื่องมูเตลู ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรมจากเอกสารข้อมูลที่ได้เผยแพร่ไว้จากสื่อออนไลน์ต่างๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ และพบผลการวิจัยที่เกี่ยวกับความเชื่อความศรัทธาในมูเตลู ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงวรรณกรรม เอกสารข้อมูลและงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้ศึกษา	ชื่อเรื่อง
อภินันท์ จันตะนี (2559)	เศรษฐกิจพระเครื่องในเมืองไทย Economy of Amulets in Thailand
นิชมน สารพันธ์และคณะ (2564)	โหราศาสตร์กับการดำเนินชีวิต Astrology and Life
ธมนวรรณ แจ่มจรัสและคณะ (2564)	ธุรกิจพระเครื่องออนไลน์กับวิถีความเชื่อในยุค 4.0 Online Amulets Business and Way of Belief in the Age of 4.0
บุญยิ่ง คงอาชาภัทร เอกกั ภัทรชนกุล (2564)	Brand X Mutelu การตลาดสายมู กับ ดร. บุญยิ่ง คงอาชาภัทร และ การตลาดสายมู (เตลู) การใช้ความเชื่อความศรัทธามาทำการตลาด รายการ Innovative Wisdom
Allport (1961)	Pattern and Growth in Personality
Burger & Lynn (2005)	Superstitious Behavior Among American and Superstition and Baseball Players Burger and Lynn Japanese Professional Baseball Players
Lindeman & Aarnio (2006)	Superstitious, Magical, and Paranormal Beliefs: An Integrative Model
Block & Kramer (2008)	The Effect of Superstitious Beliefs on Performance Expectations
Carlson, C. Mowen, & Fang (2009)	Trait Superstition and Consumer Behavior: Re-Conceptualization, Measurement, and Initial Investigations
Lindeman & M. Svedholm (2012)	What's in a Term? Paranormal, Superstitious, Magical and Supernatural Beliefs by Any Other Name Would Mean the Same
Chinchanachokchai, Pusaksrikit, & Pongsakornrunsilp (2017)	Exploring Different Types of Superstitious Beliefs in Risk-Taking Behaviors: What We Can Learn from Thai Consumers
Matta, Rogova, & Luna-Cort'es (2021)	Investigating Tolerance of Uncertainty, COVID-19 Concern, and Compliance with Recommended Behavior in Four

	Countries: The Moderating Role of Mindfulness, Trust in Scientists, and Power distance
Hoffmann, Plotkina, Roger & D' Hondt (2022)	Superstitious Beliefs, Locus of Control, and Feeling at Risk in The Face of Covid-19

จากการศึกษา เศรษฐกิจพระเครื่องในเมืองไทย **Economy of Amulets in Thailand** โดยอภิรักษ์ จันตะนี ในปี 2559 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่นิยมสะสมพระเครื่องมีเป้าหมายสะสมเพื่อแสวงหามูลค่าเพิ่มมากกว่าความศรัทธาในพุทธศาสนา โดยมีการระบุมูลค่าของพระเครื่องในนิตยสารรวมถึงบนเว็บไซต์พระเครื่องต่างๆ นอกจากนี้ราคาของพระเครื่องที่ซื้อขายกันจะขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจในขณะนั้นๆ ตลอดจนความพอใจของทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งราคาจะเริ่มตั้งแต่ 500 บาท ถึง 55 ล้านบาท ถ้าเป็นพระเครื่องที่อยู่ในชุดของพระสมเด็จจิวระฆัง รวม 5 องค์ จะมีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 250 ล้านบาท โดยจะขึ้นอยู่กับ ความเก่าแก่ ความหายาก ความเป็นพระเครื่องแท้ สภาพความสมบูรณ์ของพระเครื่อง รวมถึงถ้ายังมีเรื่องราวของอิทธิปาฏิหาริย์ในการคุ้มครองอันตรายต่างๆ จะยิ่งทำให้พระเครื่องชิ้นนั้น มีราคาที่สูงขึ้นไปอีก นอกจากนี้ยังพบอีกว่าราคามูลค่าที่แท้จริง ที่ผู้ซื้อผู้ขายยินยอมตกลงจ่ายนั้น มีมูลค่าที่สูงกว่าที่ปรากฏตามสื่อต่างๆ ที่พบเห็น ดังนั้นจึงคาดการณ์ได้ว่า เม็ดเงินของตลาดพระเครื่องในสังคม ไทยน่าจะจะมีมูลค่าที่สูงกว่าสองหมื่นล้านบาทตามที่ปรากฏ ซึ่งอาจจะมียอดตลาดสูงถึงสี่หมื่นล้านบาทเลยทีเดียว และมีแนวโน้มที่จะมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ผู้ที่นิยมสะสมพระเครื่องให้ความสนใจในพระเครื่องประเภทเหรียญหล่อนิยม และให้ความสำคัญกับพระเบญจภาคีที่เป็นพระสมเด็จจิวระฆังมากที่สุด (จันตะนี, 2559)

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยยังมีประเด็นที่สนใจและนำศึกษาต่อในเรื่องของการดู พิจารณาถึงความเป็นพระเครื่องแท้ว่า จะใช้หลักการและวิธีการดูอย่างไร เนื่องจากบทความในวารสารนี้ระบุว่าการดูความเป็นพระเครื่องแท่นั้นจะใช้ด้วยวิธีการดูด้วยตาเปล่า โดยพิจารณาจากแบบพิมพ์และอายุของมวลสารที่ใช้ในการสร้างพระเครื่อง ซึ่งหลักการเหล่านี้ได้ยึดตามหลักเกณฑ์ที่ระบุในนิตยสารพระเครื่องหรือตามสื่อพระเครื่องที่เชื่อถือได้

ฉิมมน สารพันธ์และคณะ ได้ศึกษาโหราศาสตร์กับการดำเนินชีวิต **Astrology and Life** โดยได้รับการเผยแพร่ในวารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์ ปี 2564 ซึ่งพบว่าคนไทยรู้จักและได้เรียนรู้กับวิชาโหราศาสตร์มาตั้งแต่สมัยห้าพันปีที่แล้ว และส่งต่อมรดกทางความเชื่อ ความรู้มาจนถึงในยุคปัจจุบัน ซึ่งจากข้อมูลหลักฐานประวัติศาสตร์พบว่า ในสมัยอยุธยาที่มีผู้ที่เชี่ยวชาญด้าน

โหราศาสตร์ มากกว่าในสมัยสุโขทัย ซึ่งศาสตร์ด้านนี้จะถูกจำกัดอยู่เฉพาะในวงแคบ เช่น เจ้านาย พระมหาราชครู นักบวช และนักปราชญ์ โดยหลักวิชาโหราศาสตร์ของไทยได้รับอิทธิพลมาจาก อินเดีย กรีกและอียิปต์โบราณ ที่มีความเชื่อในด้านการ โจรของดวงอาทิตย์ และการ โจรผ่าน ดวงดาวในระบบสุริยจักรวาล ที่เกี่ยวข้องกับเวลา ตัวเลข ความเข้าใจในพระพุทธศาสนาและ วิทยาศาสตร์ประกอบกัน พบว่าโหราศาสตร์มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่เกิดจนตาย เช่น การตั้งชื่อตามวันเกิด การเชื่อในนิมิต โชคลางต่างๆ (ด้านความเชื่อ) การสร้างพระพุทธรูป การ มีหิ้งพระ การทำขวัญ (ด้านพิธีกรรม) การพยากรณ์ การดูฤกษ์ยาม การดูความเหมาะสมของกลุ่มครอง (อิทธิพลต่อการดำเนินชีวิต) เป็นต้น (สาริพันธ์, ลีลา, สิริชมุโม, & อภิตโน, 2564)

ประเด็นที่น่าสนใจจากบทความนี้ คือ หากโหราศาสตร์มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิต ของผู้คนในสังคมไทยในทุกช่วงเวลาของชีวิต ผู้วิจัยอยากทราบถึงระดับความเชื่อของกลุ่มคนที่แยก ตามช่วงอายุต่างๆ ว่ามีระดับของการพึ่งพาความเชื่อทางด้านโหราศาสตร์มากน้อยเพียงใด รวมถึง ทศนคติในเรื่องนี้ต่อการบริโภคอุปโภคสินค้าต่างๆ ว่ามีผลต่อกันหรือไม่

**ทมนวรรณ แจ่มจรัส และคณะ ได้ศึกษาธุรกิจพระเครื่องออนไลน์กับวิถีความเชื่อใน ยุค 4.0 Online Amulets Business and Way of Belief in the Age of 4.0** โดยได้รับการเผยแพร่ใน วารสารบัณฑิตแสง โคมคำ มหาวิทยาลัยพะเยา ปีที่ 2564 มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาธุรกิจพระเครื่อง ออนไลน์ว่า พระเครื่องคืออะไร เหตุใดจึงมีธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ และธุรกิจดังกล่าวมีความ เหมาะสมกับสังคมไทยในปัจจุบันหรือไม่ โดยใช้วิธีการศึกษาจากข้อมูลที่เผยแพร่ทั่วไป และการ สัมภาษณ์ผู้ให้เช่าพระเครื่อง ผู้เช่าพระเครื่อง ตลอดจนประชาชนทั่วไป พบว่า พระเครื่อง คือวัตถุ หรือเครื่องรางมงคล มีลักษณะทั้งโลหะหรือเป็นผงปั้น ในอดีตพระเครื่องถูกสร้างจากพระ เกจิอาจารย์ โดยมีวัตถุประสงค์แจกจ่ายให้กับผู้ที่นับถือ เปรียบเสมือนเป็นตัวแทนของพระพุทธเจ้า พระเกจิอาจารย์ เพื่อใช้เป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ คู่กันกับยันต์อรัญญะ เสริมบารมี ตลอดจนก่อให้เกิดคน รักคนเมตตา เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีที่ไร้พรมแดน 4.0 ทำให้มีการนำเอาเทคโนโลยี ออนไลน์เข้ามาปรับใช้เพื่อให้ทันตามกับยุคสมัย เกิดเป็นธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ ที่ทำให้ผู้ที่ชื่นชอบและมีความศรัทธาในวัตถุมงคลพระเครื่องเข้าถึงง่าย มีความสะดวก โดยมีกำเนิดมาจากแรง ศรัทธาที่มีต่อพระเครื่องอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้นความเชื่อของแต่ละบุคคลที่ต่อธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ โดยรวม คือ ยินยอมและเห็นด้วยกับการมีธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ในสังคมไทย เนื่องจากจะเป็น แหล่งรวบรวมความรู้ทางพุทธศิลป์ ตลอดจนเผยแพร่ความรู้ให้ชาวโลกได้รับทราบ (แจ่มจรัส, ดาว สนั่น, & จันทร์แดง, 2564)

**จากบทความ Brand X Mutelu การตลาดสายมู** ของ ดร. บุญยิ่ง คงอาชาภัทร และการให้ความรู้เรื่องการตลาดกับความเชื่อความศรัทธาในมูเตลู ในรายการ Innovative Wisdom กับ ผศ. ดร. เอกก์ ภัทรชนกุล ทั้งสองท่านมีความคิดเห็นไปในทางที่สอดคล้องกัน กล่าวคือ ถึงแม้เราจะอยู่ในยุคแห่งเทคโนโลยี 5.0 ยุคแห่งความเจริญทางวิชาการและไร้พรมแดน แต่เมื่อคนต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนทั้งเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ทำให้คนขาดความมั่นใจ ต้องการสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ จึงหันไปพึ่งพิงสิ่งที่เป็นความเชื่อที่ไม่สามารถหาคำอธิบายทางวิทยาศาสตร์ได้ นั่นคือ ความเชื่อความศรัทธาในเรื่องเหนือธรรมชาติ ทั้งนี้จากผลการสำรวจของมหาวิทยาลัยมหิดลพบว่า ประชากรไทยกว่า 52 ล้านคนหรือคิดเป็นประมาณ 80% มีความเชื่อเรื่องโชคลาง (Superstitious) โดยทั้งสองท่านมีมุมมองที่ว่า เราสามารถนำเอาความเชื่อความศรัทธาในมูเตลูมาใช้ประโยชน์ในด้านการตลาด เพื่อสร้างสีสัน สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมทั้งยังสร้างประโยชน์ด้านรายได้ให้กับธุรกิจได้ โดยต้องอยู่บนพื้นฐานแห่งความพอดี ไม่มากไม่น้อยจนเกินไป โดยยังยึดหลักคุณค่าที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจมาเป็นอันดับแรก ซึ่งสามารถแบ่งแยกลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการได้เป็น 2 ประเภท 1. ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับมูเตลูโดยตรง เช่น เครื่องรางของขลัง สามารถที่จะนำความเชื่อความศรัทธามาใช้ในการส่งเสริมการตลาดได้อย่างเต็มที่ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความเชื่อและนิยมในผลิตภัณฑ์มากขึ้น ประเภทที่ 2 ผลิตภัณฑ์หรือบริการทั่วไป ควรนำความเชื่อความศรัทธาในมูเตลูมาเป็นกิมมิกทาง Emotional Benefit และ Cosmetic Marketing เพื่อไม่เป็นการลดคุณค่าที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์หรือบริการดังกล่าว และไม่สร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ไปทางความมกมายมากเกินไป (คงอาชาภัทร & ภัทรชนกุล, 2564)

**Allport (1961)** ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบและการเติบโตทางบุคลิกลักษณะ โดยระบุไว้ว่า บุคลิกลักษณะ (Trait) เป็นสิ่งที่มีอยู่จริง สามารถสังเกตได้จากการแสดงออกผ่านทางพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ แอลพอร์ตแบ่งบุคลิกลักษณะออกเป็น 2 ประเภท คือ คุณลักษณะแบบร่วม (Common Traits) ที่เป็นพฤติกรรมที่เหมือนกันทั่วไป เช่น ความสุภาพ ความเรียบร้อย เป็นต้น และคุณลักษณะเฉพาะบุคคล (Personal Dispositions) มีความเป็นเอกลักษณ์ แตกต่างจากบุคคลอื่น (Individual Traits) ทั้งนี้จะเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เห็นได้อย่างเด่นชัด เช่น ความชอบชอบอาหาร ชอบเสื้อผ้า หรือความสนใจในเรื่องต่างๆ จัดเป็น Secondary Traits หรือ บุคลิกลักษณะที่มีความสำคัญในลำดับน้อย (Allport, 1961)

**Burger & Lynn (2005)** ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมความเชื่อในมูเตลูระหว่างนักเบสบอลอาชีพจากประเทศสหรัฐอเมริกา กับประเทศญี่ปุ่น เพื่อมุ่งหาลักษณะพฤติกรรมมูเตลูของนักกีฬา

อาชีพที่แตกต่างกันของทั้ง 2 วัฒนธรรม ลักษณะของนักกีฬาต่อความเชื่อในมูเตลู ความถี่ในการใช้มูเตลู ตลอดจนความคาดหวังในผลลัพธ์ของมูเตลูต่อผลการแข่งขันเบสบอล โดยได้แจกแบบสอบถามให้กับนักเบสบอลอาชีพทั้งหมด 77 คน แบ่งเป็นจากสหรัฐอเมริกาจำนวน 50 คน และจากญี่ปุ่น 27 คน ผลจากการศึกษาพบว่านักกีฬาเบสบอลไม่ว่าจะจากสหรัฐอเมริกาหรือจากญี่ปุ่น มีความเชื่อในมูเตลู กล่าวคือ พวกเขา รู้สึกว่าผลของการแข่งขันเป็นความไม่แน่นอน เป็นเรื่องของโชคและโอกาสดังนั้นจึงต้องแสวงหาสิ่งที่สามารถจะทำให้ผลการแข่งขันอยู่ในความสามารถที่จะควบคุมได้ และสิ่งนั้นก็คือ “มูเตลู” โดยพบว่านักกีฬา 74.3% มีการพึ่งพา มูเตลู อย่างน้อย 1 อย่าง ก่อนเริ่มการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสวมใส่ชุดกีฬาที่เคยชนะในการแข่งขันนัดก่อนหน้า และยังพบอีกว่าไม่ว่าจะเป็นนักกีฬาในตำแหน่งใดก็มีความเชื่อในมูเตลูเท่ากัน นอกจากนี้นักกีฬาเบสบอลจากสหรัฐอเมริกา มีความเชื่อมูเตลูมากกว่านักกีฬาเบสบอลจากญี่ปุ่น แต่นักกีฬาเบสบอลจากประเทศญี่ปุ่นคาดหวังในผลลัพธ์จากการพึ่งพามูเตลู มากกว่านักกีฬาจากสหรัฐอเมริกา ผลการศึกษาในครั้งนี้ยังสามารถระบุถึงพฤติกรรมของนักกีฬาทั้ง 2 ประเทศที่มีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมว่า นักกีฬาเบสบอลจากสหรัฐอเมริกามุ่งเน้นผลลัพธ์จากมูเตลูในระดับบุคคล ส่วนนักกีฬาเบสบอลจากญี่ปุ่นมุ่งเน้นผลลัพธ์ในระดับทีมที่มากกว่า (Burger & Lynn, 2005)

**Lindeman, Aarnio (2006)** ได้ศึกษาเพื่อหาลักษณะของแนวความคิดที่มุ่งเน้นหาความหมายที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นของคำว่า Superstitious Magical และ Paranormal เพื่อที่จะหาคำอธิบายสำหรับคำศัพท์เหล่านี้ ในการอธิบายให้กับผู้ที่สนใจทางด้านความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ เรื่องเหนือธรรมชาติ หรือ มูเตลู เพื่อไม่ให้เกิดความคลุมเครือและมีความกระชับมากยิ่งขึ้น ในอดีตได้มีการให้คำจำกัดความของกลุ่มคำเหล่านี้ไว้ว่า เป็นลักษณะของการรับรู้ที่ผิดพลาด ขาดความต่อเนื่อง ไม่มีความเชื่อมโยง และไม่มีระบบระเบียบในกระบวนการคิดของบุคคลนั้นๆ (Shweder, 1977; Campbell, 1996; Brugger & Graves, 1997) นอกจากนี้ ยังมีนักวิจัยที่ในอดีตเคยศึกษาเรื่องดังกล่าว ระบุว่า ความเชื่อในมูเตลู เป็นสิ่งที่ตรงกันข้ามกับปรัชญาตรรกะเรื่องของการมีอยู่ (Ontological Category) แนวความคิดของปรัชญานี้ คือ เชื่อว่าสิ่งที่อยู่มีเหตุมีผลของตัวเอง เพราะฉะนั้น คนที่เชื่อในเรื่องมูเตลูจึงเป็นความผิดพลาด ขาดซึ่งหลักการในเหตุและผล เป็นเรื่องของความผิดพลาดของกระบวนการทางความคิด (Carey, 1985; Chi, 1992; Keil 1979, 1994) และเป็นความสับสนในความรู้หลักที่เป็นวิทยาศาสตร์ที่สามารถพิสูจน์ได้ โดยพบว่าปกติมนุษย์จะมีลักษณะการใช้ความคิด 2 แบบ คือ จากการใช้สัญชาตญาณ และการคิดวิเคราะห์แบบมีเหตุและผล ซึ่งทุกคนจะมีทั้ง 2 ลักษณะผสมผสานกันโดยขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล ผู้ศึกษาได้ทำการสำรวจความคิดเห็น แบบ Web Survey จากนักศึกษาชาวฟินแลนด์จำนวน 239 คน ทั้งนี้ลักษณะของผู้ทดสอบ

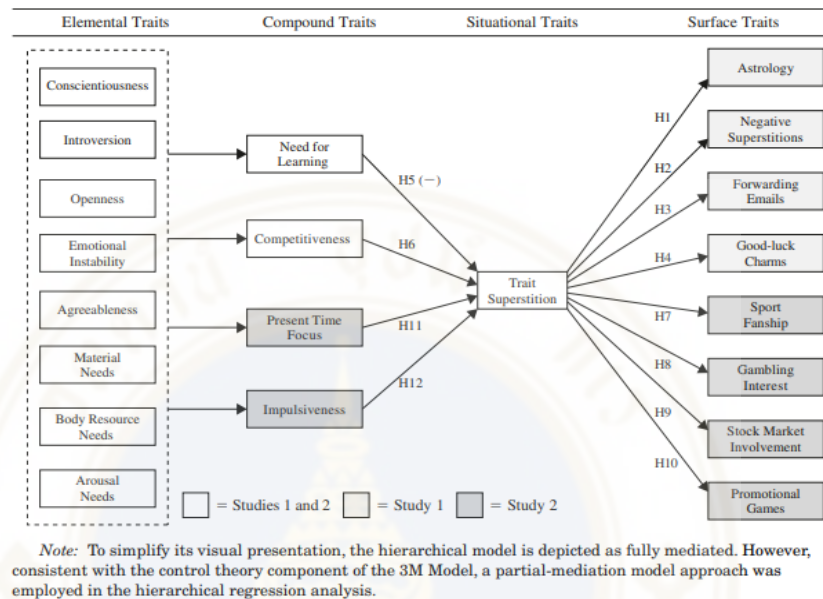


แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีความเชื่อในมุเตลู่ กับ กลุ่มที่มีลักษณะเป็นคนขี้สงสัย จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีความเชื่อในมุเตลู่จะมีการใช้ความคิดในลักษณะของการใช้สัญชาตญาณมากกว่าการคิดแบบวิเคราะห์ และมีความมั่นคงทางจิตใจน้อยกว่า ผู้ที่ไม่เชื่อในมุเตลู่ อย่างไรก็ตาม เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความเชื่อในมุเตลู่ นอกจากนี้ผู้ที่มีความเชื่อในมุเตลู่ จะมีความเข้าใจและยอมรับในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ดีกว่า อย่างไรก็ตามการศึกษาครั้งนี้ยังไม่สามารถระบุ นิยาม ความหมาย หรือ ลักษณะของกลุ่มความเชื่อตามคำศัพท์ในภาษาต่างประเทศทั้ง 3 คำที่ได้เขียนไว้ข้างต้น คณะผู้ศึกษานั้นย้ำแต่เพียงว่า ความเชื่อในมุเตลู่ เป็นความสับสน งงวย ผิดพลาด ขาดซึ่งหลักการในเหตุและผล ในกระบวนการทางความคิด โดยเป็นความคลั่งไคล้ หมกหมุ่นในสิ่งที่ตนเองคิดและเชื่อมากกว่าบุคคลทั่วไป (Lindeman & Aarnio, 2006)

**Block & Kramer (2008)** ศึกษาเรื่องความเชื่อในมุเตลู่เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค รวมถึงคุณสมบัติและการใช้งานของสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อภายใต้ความเชื่อในมุเตลู่ โดยการสุ่มเลือกผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยในไต้หวัน จำนวน 44 คน และ 169 คน (มีความเชื่อในมุเตลู่ด้วยการพกเครื่องรางติดตัว กับ ไม่พกเครื่องรางติดตัว) ตามลำดับ โดยให้กลุ่มแรกทำการตอบกรณีศึกษาในการไปเลือกซื้อหม้อหุงข้าวสีแดง (สีมงคล ตามความเชื่อของชาวจีนไต้หวันที่มีรากฐานความเชื่อมาจากชาวจีน) กับ สีเขียว และกลุ่มที่ 2 เลือกซื้อลูกเทนนิสในจำนวน 8 ลูก (เลขมงคล ตามความเชื่อของชาวจีนไต้หวันที่มีรากฐานความเชื่อมาจากชาวจีน) กับ 10 ลูก จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าโดยนำเอาความเชื่อในมุเตลู่มาเกี่ยวข้องกับ การซื้อสินค้า โดยไม่คำนึงถึงปริมาณ หรือความคุ้มค่า ถึงแม้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจจะแย่ก็ตาม อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้ยังชี้ให้เห็นว่า คุณสมบัติ คุณภาพ และการใช้งานของสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อมาจากการใช้ความเชื่อในมุเตลู่เป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อนั้น มักจะมีคุณภาพต่ำกว่าเกณฑ์ที่ผู้บริโภคได้ตั้งความคาดหวังไว้ (Block & Kramer, 2008)

**Carlson, C. Mowen, & Fang (2009)** เนื่องจากงานวิจัยก่อนหน้าศึกษาเกี่ยวกับความมีอิทธิพลของความเชื่อในเรื่องเหนือธรรมชาติหรือไสยศาสตร์ที่มีต่อลักษณะพฤติกรรมของมนุษย์ แต่เป็นลักษณะของการศึกษาที่เฉพาะเจาะจงเท่านั้น ทำให้ไม่เห็นถึงลักษณะของพฤติกรรมของมนุษย์ที่หลากหลาย ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นการนำเอางานวิจัยชิ้นก่อนหน้า มาพัฒนา โดยศึกษาความมีอิทธิพลของคนที่มีความเชื่อในมุเตลู่ต่อประเภทของความเชื่อต่างๆ ได้แก่ โหราศาสตร์ เครื่องรางของขลัง การส่งต่อข้อความทางความเชื่อ ความหวาดกลัวในร่างบอออกเหตุหรือสัญลักษณ์ทางความเชื่อที่ไปในทางชั่วร้าย กับกลุ่มนักศึกษา จำนวน 322 คน จากมหาวิทยาลัย Midwestern ใน

สหรัฐอเมริกา และศึกษาความมีอิทธิพลในเรื่องมูเตลูดังกล่าวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคกับกิจกรรมที่มีความไม่แน่นอน ไม่สามารถคาดเดาได้ ได้แก่ การพนัน การซื้อขายหุ้น ความคลั่งไคล้ในกีฬา ความสนใจในเกมส่งเสริมการขาย กับกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 1,158 คน



**Figure 1.** The hierarchical model of trait superstition: Studies 1 and 2.

รูปภาพที่ 2.2: The Hierarchical Model of Trait Superstition: Studies 1 and 2

ที่มา: 2009, Trait Superstition and Consumer Behavior: Re-Conceptualization, Measurement, and Initial Investigation, Carlson & Fang, August 2009

จากผลการศึกษาดังกล่าวพบว่า ความเชื่อในเรื่องไสยศาสตร์ โหราศาสตร์หรือมูเตลู มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและความเชื่อของผู้บริโภคที่หลากหลาย โดยความเชื่อ ทศนคติ อายุ วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา และวิถีชีวิตของผู้บริโภคแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค เมื่อพวกเขาต้องอยู่ในสถานการณ์ หรือประกอบกิจกรรมใดๆ ที่ไม่มีความแน่นอน ไม่สามารถคาดคะเนได้ ทำให้พวกเขาจำเป็นต้องมีบางสิ่งบางอย่างที่เป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ นั่นก็คือ ความเชื่อความศรัทธาในเรื่องเหนือธรรมชาติหรือมูเตลู เพื่อที่จะลดความไม่แน่นอนและทำให้การตัดสินใจของพวกเขาง่ายขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัย (Cacioppo & Petty, 1982) ว่า คนที่มีข้อมูลพื้นฐานอยู่ในระดับน้อย มีแนวโน้มจะมีความเชื่อทางมูเตลูในระดับที่สูง และจะมีส่วนร่วมในความหลากหลายของ ลักษณะพฤติกรรมที่เชื่อ โชคลางมาก (Carlson, Mowen, & Fang, 2009)

การค้นพบว่ามูเตลูมีอิทธิพลต่อลักษณะพฤติกรรม ทักษะ และความเชื่อของผู้บริโภคที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะของแต่ละกลุ่มผู้บริโภคตามสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ทั้งในและนอกประเทศ ทำให้นักการตลาดสามารถที่จะนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในด้านการส่งเสริมการตลาดสายมู เพื่อกระตุ้น โน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการได้

**Lindeman & M. Svedholm (2012)** ได้ศึกษาเรื่องลักษณะต่างๆ ของมูเตลู มีวัตถุประสงค์เพื่อหาความหมาย นิยาม คำจำกัดความของ คำต่างๆ ที่มักนิยมใช้กับความเชื่อ “มูเตลู” ไม่ว่าจะเป็นคำว่า Paranormal Superstitious Magical และ Supernatural การศึกษาครั้งนี้ใช้ทั้งแบบสอบถาม การทดลอง ตลอดจนการสัมภาษณ์ โดยมีการกำหนดลักษณะของความเชื่อในรูปแบบต่างๆ แล้วให้ผู้ทดสอบให้คะแนนว่า ความเชื่อนั้นๆ จัดอยู่ในความเชื่อของคำเฉพาะเจาะจงใดในภาษาต่างประเทศ ผลการศึกษาพบว่า ทุกคำมีความหมายที่ใกล้เคียงกัน ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ชัดเจน โดยทั้งหมดมีความหมายอยู่บนความเชื่อในเรื่องเหนือธรรมชาติ ที่ไม่สามารถหาคำตอบได้ตามหลักของเหตุและผลทางวิทยาศาสตร์ เป็นสิ่งที่พิสูจน์ไม่ได้ เป็นพื้นฐานในการคิดที่ผิดพลาด (False Beliefs) ของมนุษย์ (Tylor, 1871/1958, 1974; Irwin, 2009) ทั้งนี้การเลือกใช้คำขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละบุคคลว่า บุคคลนั้นเป็นผู้ศึกษา ผู้วิจัย หรือผู้ที่มีความสนใจในด้านใด โดยขึ้นอยู่กับพฤติกรรม ประเพณี และวัฒนธรรมของบุคคลนั้น ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ได้พยายามจำแนกตามลักษณะความสนใจของบุคคลต่างๆ ดังนี้ (Lindeman & Svedholm, 2012)

- Paranormal กลุ่มนักวิชาการ นักปราชญ์ ที่มีความสนใจในเรื่องปาฏิหาริย์ ความอัศจรรย์ ที่ยังไม่สามารถหาคำอธิบายได้ทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งอาจจะมีความยึดโยงกับความเชื่อทางศาสนา เช่น ชีวิตหลังความตาย
- Superstitious กลุ่มคนที่มีความสนใจและมีความเชื่อในเรื่องเหนือธรรมชาติ ไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ หรือมูเตลู
- Magical กลุ่มนักสังคมศาสตร์ ที่มีความสนใจในด้านประเพณี วัฒนธรรมของสังคม
- Supernatural กลุ่มคนที่มีความเชื่อว่า เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น โดยไม่สามารถหาคำอธิบายได้ เป็นผลมาจากธรรมชาติเป็นผู้กำหนดให้เกิดเหตุการณ์นั้นๆ เช่น สมัยก่อนการเกิดขึ้นของศาสนา มนุษย์มีความกลัวในเหตุการณ์ฟ้าร้อง ฟ้าผ่า น้ำขึ้น น้ำลง เป็นต้น

**Chinchanachokchai, Pusaksrikit, & Pongsakornrunsilp (2017)** เชื่อว่าความเชื่อความศรัทธาในเรื่องเหนือธรรมชาติ หรือมูเตลู ที่นิยมใช้เรียกความเชื่อความศรัทธาดังกล่าว เป็นวัฒนธรรมที่อยู่กับสังคมชาวเอเชียมาอย่างยาวนาน ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของผู้คนทั้งในเชิงบวกและลบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับพฤติกรรมที่นิยมความเสี่ยงในเชิงลบในแง่ของการพนัน การเสี่ยงทาย โดยพบว่าผู้ที่มีความเชื่อความศรัทธาในเรื่องโหราศาสตร์และไสยศาสตร์ มีแนวโน้มที่จะเล่นการพนันตลอดจนนำไปสู่การเสพติดการพนันในที่สุด และพฤติกรรมดังกล่าวยังเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาสังคมอื่นๆ ตามมา เช่น การขาดสันทนาการเงิน ปัญหาในด้านการทำงานและความสัมพันธ์ การฆ่าตัวตาย ตลอดจนถึงส่งผลต่อการเกิดอาชญากรรมทางสังคมและปัญหาในด้านเศรษฐกิจ (Ham & Mort, 2011) ซึ่งมีความสอดคล้องกับคนที่นิยมเสี่ยงโชคในสังคมไทยที่มักจะใช้เวลาหลายชั่วโมงไปกับการชูดันไม้เพื่อหาตัวเลขสำหรับนำไปซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล หรือหวย (Enrlich, 2009b) อย่างไรก็ตามยังไม่ปรากฏการศึกษาในแง่ของพฤติกรรมความเชื่อที่แตกต่างกันในลักษณะของมูเตลูต่างๆ และความแตกต่างดังกล่าว ส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับความเสี่ยงที่ไม่สามารถควบคุมได้ของกลุ่มคนที่มีความศรัทธาในมูเตลูอย่างไร (Chinchanachokchai, Pusaksrikit, & Pongsakornrunsilp, 2016)

ความเชื่อความศรัทธาในมูเตลู นอกจากจะแบ่งเป็น ความเชื่อความศรัทธาเชิงบวก (Positive Superstitious) อาทิเช่น วัตถุนำโชค นิมิตรที่นำมาซึ่งความโชคดีต่างๆ และเชิงลบ (Negative Superstitious) เช่น การฝันร้าย หรือเหตุการณ์ที่นำมาซึ่งความโชคร้ายต่างๆ (Wiseman & Watt, 2004) แล้วจากการศึกษาของ Hernaddez et al. ในปี 2008 ยังพบว่ายังสามารถแบ่งออกได้อีกสองประเภท คือ 1. กลุ่มคนที่มีความเชื่อความศรัทธาในมูเตลูเป็นพื้นฐาน (Proactive superstitious beliefs) กับ 2. กลุ่มคนที่เชื่อว่าพวกเขาถูกกำหนดมาให้เป็นแบบนี้อยู่แล้ว (Passive superstitious beliefs) ซึ่งทั้ง 2 ประเภทมีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจในเรื่องของกิจกรรมความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการดำเนินชีวิต เช่น กลุ่มคนประเภทที่หนึ่งที่มีความเชื่อความศรัทธาในมูเตลูมักจะให้ความสนใจในเรื่องของโปรมอนชั่น การเล่นเกมสล็อตที่มีไม่สามารถคาดเดาได้ การได้รางวัล การจับฉลาก การซื้อหุ้น การเทรดอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ตลอดจนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพนันต่างๆ โดยพบว่ากลุ่มคนประเภทนี้จะมีความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรมที่สูง และมีการใช้จ่ายที่มาก (Burn, Gillet, Rubinstein, & Gentry, 1990; Rogers & Webley, 2001)

ดังนั้นกลุ่มผู้วิจัยในงานวิจัยชิ้นนี้ จึงได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของประเภทของกลุ่มคนที่มีความแตกต่างกันในเรื่องความเชื่อความศรัทธาในมูเตลูในประเทศไทย ทั้งสองประเภทต่อพฤติกรรมในด้านความนิยมกิจกรรมที่มีความเสี่ยงและไม่สามารถควบคุมได้ว่าเป็นอย่างไร โดยได้ทำการทดลองกับนักศึกษาวิชากลยุทธ์การตัดสินใจ โดยแบ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น

สองกลุ่มตามประเภทกลุ่มคนข้างต้น และทำการสุ่มแจกปากกาโดยแจ้งกับคนกลุ่มหนึ่งว่า ปากกาดำนี้ ได้ผ่านการปลูกแสดจากหลวงพ่อดีดัง ส่วนอีกกลุ่มไม่มีการแจ้งแต่อย่างใด ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดสามารถที่นำปากกากลับไปใช้เป็นส่วนตัวได้ โดยกลุ่มทดลองจะต้องทำการตอบแบบสอบถาม กรณีศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทแห่งหนึ่ง ซึ่งจากผลการวิจัยดังกล่าวพบว่า กลุ่มคนที่มีความเชื่อความศรัทธาในเรื่องมูเตลู เมื่อได้ปากกาที่ผ่านการปลูกแสด ตัดสินใจที่จะไม่พัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทแห่งนี้ เนื่องจากมีความเสี่ยงในการทำธุรกิจ และมีปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งตรงข้ามกับกลุ่มคนประเภทที่ไม่ได้ยึดติดหรือมีความเชื่อในเรื่องมูเตลู เมื่อได้ปากกาที่ผ่านการปลูกแสดกลับตัดสินใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Social Marketing Quarterly, 2017)

จากการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้แนวความคิดและประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่มีความเชื่อมูเตลูว่า ในการจำหน่ายสินค้าหรือบริการสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมูเตลู กับกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่มีความเชื่อความศรัทธาหรืออื่นๆ กับมูเตลู อาจจะสามารถกระตุ้นการบริโภค และทำยอดขายได้มากกว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีความเชื่อความศรัทธาในเรื่องมูเตลูก็เป็นได้

**Matta, Rogova, & Luna-Cort'es (2021)** พบว่าในช่วงที่เกิดสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ทำให้หลายประเทศออกมาตรการ ระเบียบ ข้อบังคับ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด 19 ไม่ว่าจะเป็น การกักบริเวณ (Lockdown) การเว้นระยะห่าง (Social Distancing) การสวมใส่หน้ากาก (Mask) ซึ่งอาจทำให้ประชาชนเกิดความไม่สะดวกสบายเหมือนในช่วงสถานการณ์ปกติ ทำให้ประชาชนในบางประเทศ บางพื้นที่เกิดการต่อต้าน ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการทำความเข้าใจในพฤติกรรมของประชาชนที่อยู่บนสถานการณ์ของความไม่แน่นอน (Tolerance of Uncertainty) มีความวิตกกังวลในโรคระบาดโควิด 19 (COVID-19 concern) กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามมาตรการต่างๆ ของรัฐ รวมถึงพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอย (Panic Buying Intentions) ของประชาชนซึ่งถือเป็นผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์ดังกล่าวด้วย ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้มีการตั้งตัวแปรกำกับซึ่งคิดว่าอาจจะมีผลต่อพฤติกรรมของประชาชนดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็น การมีสติ (Mindfulness) การใช้หลักของเหตุและผลหรือความรู้ทางวิทยาศาสตร์ (Trust in Scientists) และการยอมรับในความไม่เท่าเทียมกันของอำนาจในแต่ละสังคม (Power Distance) (Mccoy, Galletta & King, 2007) โดยได้ทำการศึกษากับผู้เข้าร่วมการทดสอบจำนวน 1,272 คน จาก 4 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา เยอรมันนี อินเดีย และฟิลิปปินส์ ผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก คณะผู้วิจัยได้แบ่งลักษณะของวัฒนธรรมทางสังคมของทั้ง 4 ประเทศออกเป็นดังนี้ (Matta, Rogova, & Luna-Cortes, 2021)

1. สหรัฐอเมริกา เยอรมันนี เป็นประเทศที่มีการยอมรับในความไม่เท่าเทียมกันของอำนาจในสังคมต่ำ (Low Power Distance) และมีมาตรการการป้องกันโรคระบาดโควิด 19 ต่ำ
2. อินเดีย ฟิลิปปินส์ เป็นประเทศที่มีการยอมรับในความไม่เท่าเทียมกันของอำนาจในสังคมสูง (High Power Distance) และมีมาตรการการป้องกันโรคระบาดโควิด 19 สูงหรือเข้มงวด

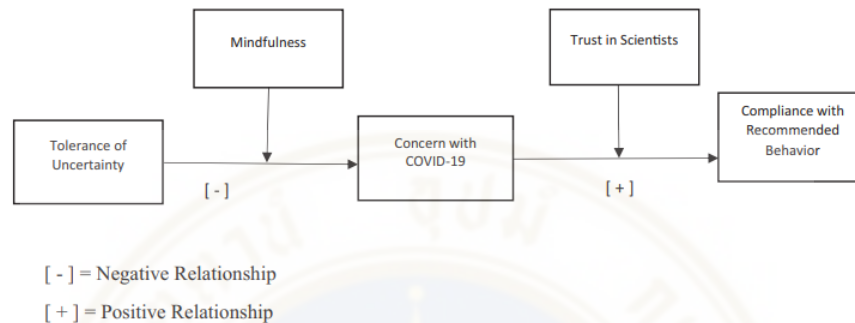


Fig. 1. Conceptual Model with Mediating and Moderating Variables.

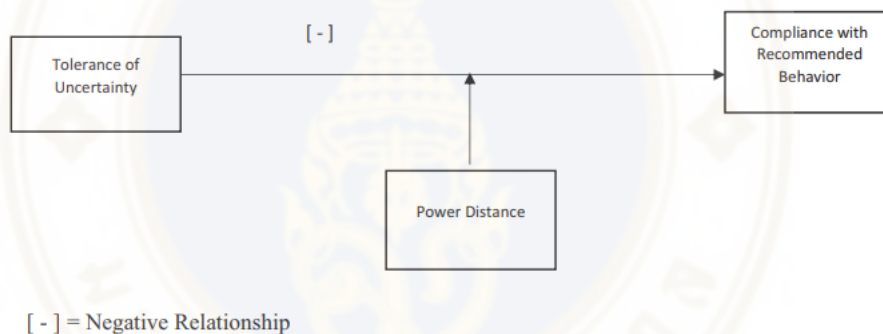


Fig. 2. The Moderating Effect of Power Distance.

### รูปภาพที่ 2.3: กรอบงานวิจัย

ที่มา: 2021, Investigating Tolerance of Uncertainty, COVID-19 Concern, and Compliance with Recommended Behavior in Four Countries: The Moderating Role of Mindfulness, Trust in Scientists, and Power distance, Matta, Rogova, & Luna-Cort'es

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ที่มีความวิตกกังวลกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ที่ตนเองไม่สามารถควบคุมได้ ไม่ได้มีผลโดยตรงกับการปฏิบัติตามมาตรการต่างๆ ของรัฐที่ประกาศบังคับใช้ แต่จะมีผลทางอ้อมกับพฤติกรรมปฏิบัติตามมาตรการต่างๆ ของรัฐเหล่านั้น กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีความไม่มั่นใจในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนมากเท่าใด จะยังมีความวิตกกังวลในสถานการณ์โควิด 19 มากและไม่มีสติมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งจะส่งผลทำให้เกิดการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐที่กำหนดอย่างเข้มงวด นอกจากนี้พฤติกรรมปฏิบัติตามมาตรการข้อบังคับต่างๆ จากรัฐ มีความสัมพันธ์

กับพฤติกรรมความตั้งใจซื้อของในช่วงที่มีความวิตกกังวล โดยพบว่าผู้บริโภคที่มีความเชื่อมั่นในวิทยาศาสตร์ มีแนวโน้มที่จะไม่ใช้จ่ายสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อนำไปใช้ในยามขาดแคลนจากสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้จะยังคงปฏิบัติตามมาตรการของรัฐอย่างเข้มงวด ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ว่า กลุ่มผู้ทดสอบจากประเทศที่มีการยอมรับในความเหลื่อมล้ำทางสังคมสูงจะไม่ค่อยให้ความร่วมมือหรือต่อต้านในการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐสำหรับสถานการณ์โควิด 19 (Matta et al., 2021)

**Hoffmann, Plotkina, Roger & D' Hondt (2022)** ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของความเชื่อทางไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ และความเชื่อในเรื่องเหนือธรรมชาติ หรือ “มูเตลู” และความเชื่อในอำนาจของการควบคุมภายในตนเอง (Internal Locus of Control) กับแนวโน้มของการติดโควิด 19 ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ การศึกษานี้พยายามที่จะตรวจสอบความสัมพันธ์ทั้งในเชิงบวกและลบ กับลักษณะของความเชื่อในมูเตลู ทั้งในด้านดี (Positive ไสยศาสตร์ขาว) และไม่ดี (Negative ไสยศาสตร์ดำ) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลทางออนไลน์จำนวน 500 คนในประเทศเบลเยียม และอีก 500 คนที่สหรัฐอเมริกา ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ความเครียด ความวิตกกังวล และการกระตุ้นทางความเชื่อของแต่ละบุคคล มีผลต่อความระดับความเชื่อในมูเตลู โดยพบว่าผู้ที่มีความเชื่อทางมูเตลู จะมีความเชื่อมโยงและสัมพันธ์กับการติดโควิด 19 กล่าวคือ ถ้าบุคคลนั้นมีความเชื่ออยู่แล้วว่ามีโอกาสที่จะติดโควิด 19 แนวโน้มของการติดโควิด 19 ก็จะยิ่งสูงขึ้น ยิ่งมีความเชื่อมูเตลูมาก ยิ่งติดโควิด 19 ได้ง่าย ซึ่งลักษณะของมูเตลูไม่ว่าจะเป็นในลักษณะดี หรือ ไม่ดี ก็ไม่มีความแตกต่างกันแต่อย่างใด การศึกษานี้ยังพบว่าหากบุคคลนั้นมีความเชื่อในการควบคุมภายในตนเอง (Internal Locus of Control) โดยเชื่อว่า เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตเป็นผลมาจากการกระทำและลักษณะพฤติกรรมของตนเองโดยสามารถควบคุมได้ (Psychology CU, 2018) จะมีความเชื่อในมูเตลูในระดับที่ต่ำ หรือมีความสัมพันธ์เชิงลบนั่นเอง (Hoffmann, Plotkina, Roger, & D'Hondt, 2022)

### สรุปการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยต่างประเทศ

จากการรวบรวมและทบทวนวรรณกรรมทั้งในและต่างประเทศข้างต้น จะเห็นได้ว่าผลการศึกษาวิจัยหลายชิ้น โดยเฉพาะการศึกษางานวิจัยในต่างประเทศ มีความคิดไปในทางที่สอดคล้องกัน กล่าวคือ เมื่อมนุษย์มีความวิตกกังวล เกิดความกลัวในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ที่ตนเองไม่สามารถควบคุมให้เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ได้ ทำให้มนุษย์ต้องแสวงหาสิ่งที่จะทำให้ตนเองเกิดความมั่นใจ เพื่อนำไปสู่หนทางที่ได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้ จึงนำไปสู่การแสวงหาเครื่องมือหรือตัวช่วยที่คิดว่าจะเป็นสิ่งที่จะช่วยให้มนุษย์เกิดความเชื่อมั่นได้ว่า สามารถจัดการความกลัว ความวิตก

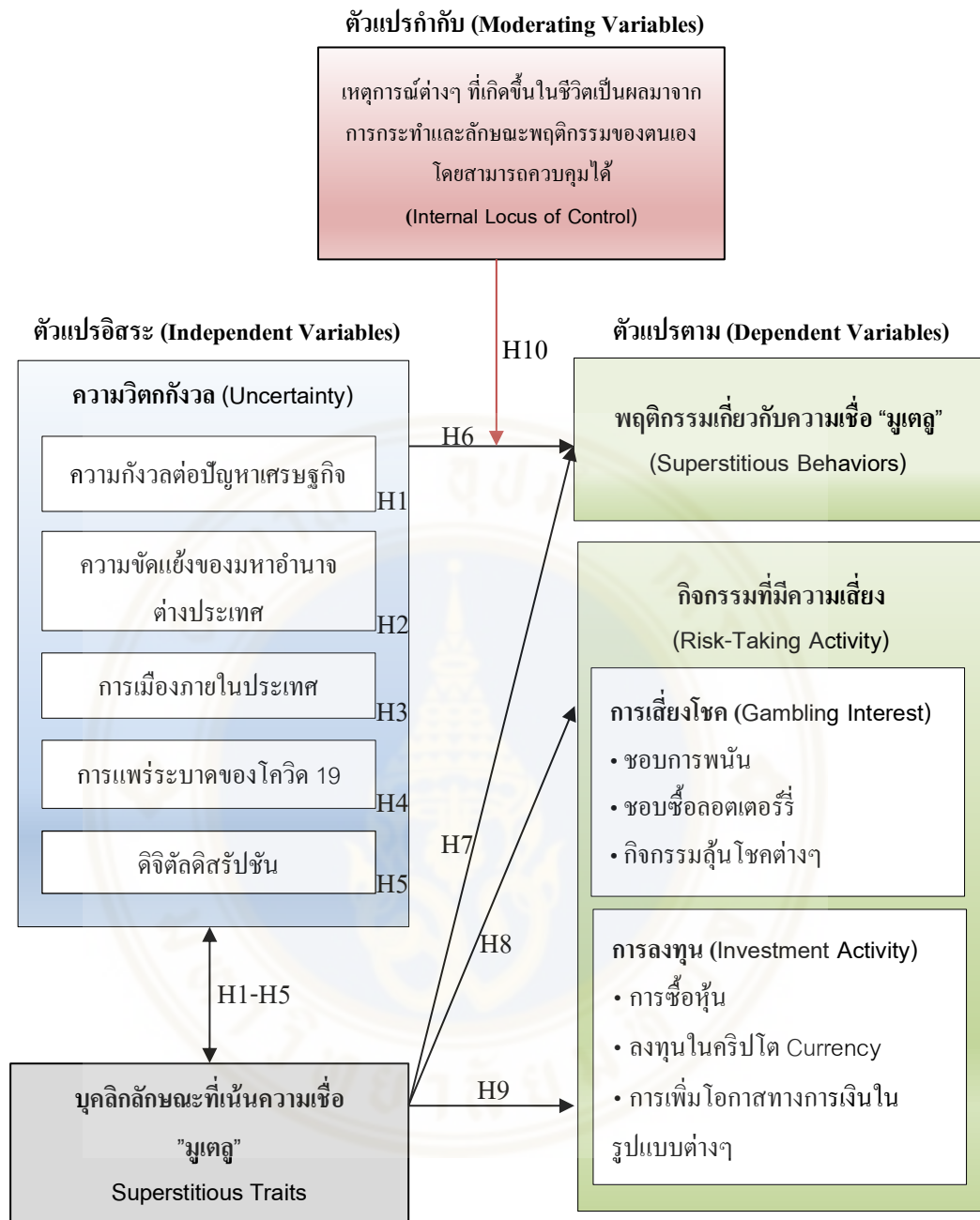
กังวล ตลอดจนบรรลุปเป้าหมายตามที่ตนต้องการได้ เครื่องมือหรือตัวช่วยที่เป็นที่นิยมอย่างมากที่มนุษย์พึ่งพามาอย่างยาวนาน นั่นคือ ความเชื่อความศรัทธาในไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ หรือ “มูเตลู” ทั้งนี้ลักษณะของพฤติกรรมความเชื่อต่างๆ ขึ้นอยู่กับปัจเจกบุคคล สังคม วัฒนธรรม และบริบทของสังคมหรือประเทศนั้นๆ

เนื่องด้วยในขณะที่ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยอยู่ในยุคของความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และความเจริญทางเทคโนโลยี ที่ผู้คนสามารถหาข้อมูลและติดต่อสื่อสารกันอย่างไร้พรมแดน หรืออาจเรียกได้อีกนัยหนึ่งว่า “ยุคดิจิทัล” ผู้คนมีความสัมพันธ์กับเทคโนโลยีอย่างใกล้ชิดในทุกมิติ เด็กๆ ที่เกิดมาและเติบโตในยุคนี้ หรือแม้กระทั่งหนุ่มสาว ผู้ใหญ่ จะต้องมีการปรับตัว เพิ่มขีดความสามารถในการรับองค์ความรู้ใหม่ทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ค่านิยมเรื่องศาสนาและศีลธรรม ตลอดจนความเชื่อทางไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ รวมถึงความเชื่อในเรื่องเหนือธรรมชาติหรือที่เราให้นิยามความเชื่อเหล่านี้ที่เป็นคำฮิตติดปากว่า “มูเตลู” “สายมู” มีการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยและสถานการณ์มากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากลักษณะพฤติกรรมทั้งของบุคคล จากสินค้าอุปโภคบริโภค รวมถึงการบริการต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงจากอดีต การเข้ามาในรูปแบบแพลตฟอร์มดิจิทัลถึงกระนั้นความเชื่อในมูเตลูก็ไม่ได้หายไปจากสังคมไทย ผู้วิจัยค้นพบว่าในปัจจุบันได้มีการนำความเชื่อในมูเตลูมาอยู่ในรูปแบบแพลตฟอร์มดิจิทัล รูปแบบออนไลน์ ยิ่งเพิ่มความสะดวกสบาย การเข้าถึงง่ายที่มากขึ้นกว่าเดิม จนทำให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของกิจวัตรประจำวัน ถึงแม้คนในยุคดิจิทัลบางส่วนจะได้รับการศึกษาและมีวิถีชีวิตที่ทันสมัย แต่พวกเขากลับเลือกตัดสินใจ ไขข้อสงสัย และวางแผนเพื่อหาแนวทางการรับมือปัญหาหรืออุปสรรคในอนาคต ตลอดจนเพื่อให้ได้ตามที่ตนมุ่งหวังไว้ผ่านทางความเชื่อในมูเตลูในรูปแบบต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการปรับเอาความเชื่อในมูเตลูมาใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในเชิงธุรกิจที่สร้างมูลค่ามหาศาลอีกด้วย จึงเป็นที่มาที่ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจใน “ความเชื่อความศรัทธาในมูเตลู” จนนำมาซึ่งกรอบงานวิจัยที่จะทำการศึกษาดังนี้

### 2.3 กรอบงานวิจัย (Conceptual Framework)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี รวมไปถึงเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงได้นำมากำหนดองค์ประกอบของตัวแปรอิสระ ตัวแปรกำกับและตัวแปรตาม เป็นกรอบงานวิจัยเรื่อง เรื่อง “ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู” ของประชากรในประเทศไทย”





## 2.4 สมมติฐานงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความเชื่อความศรัทธาในมุเตลุด ตลอดจนความสัมพันธ์กับลักษณะและพฤติกรรมของความเชื่อในมุเตลุด โดยมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อกิจกรรมที่ผู้บริโภครสนใจ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานในการวิจัย จำนวน 10 ข้อ ดังต่อไปนี้

**สมมติฐานที่ 1** ความวิตกกังวลต่อปัญหาเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ต่อ บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มุเตลุด”

**สมมติฐานที่ 2** ความวิตกกังวลต่อความขัดแย้งของมหาอำนาจต่างประเทศมีความสัมพันธ์ต่อ บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มุเตลุด”

**สมมติฐานที่ 3** ความวิตกกังวลต่อการเมืองภายในประเทศมีความสัมพันธ์ต่อ บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มุเตลุด”

**สมมติฐานที่ 4** ความวิตกกังวลต่อการแพร่ระบาดของโควิด 19 มีความสัมพันธ์ต่อ บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มุเตลุด”

**สมมติฐานที่ 5** ความวิตกกังวลต่อดิจิทัลดิสรปชัน มีความสัมพันธ์ต่อ บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มุเตลุด”

**สมมติฐานที่ 6** ความวิตกกังวล มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มุเตลุด”

**สมมติฐานที่ 7** บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มุเตลุด” มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มุเตลุด”

**สมมติฐานที่ 8** บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มุเตลุด” มีอิทธิพลต่อ กิจกรรมด้านการเสี่ยงโชค

**สมมติฐานที่ 9** บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มุเตลุด” มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมด้านการลงทุน

**สมมติฐานที่ 10** ความเชื่อมั่นว่าเหตุการณ์ต่างๆ เกิดจากการกระทำของตนเองมีปฏิสัมพันธ์ต่อความสัมพันธ์ระหว่างความวิตกกังวลกับพฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มุเตลุด”

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู” ของประชากรในประเทศไทย” มีรายละเอียดของวิธีการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 3.1 รูปแบบการวิจัย
- 3.2 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
- 3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษานววิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมของบุคคลเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่เป็นเหตุเป็นผลและสามารถพิสูจน์หรืออ้างอิงได้ตามหลักการทางวิทยาศาสตร์ ดังนั้นการศึกษานี้จึงมุ่งเน้นในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นตัวเลขและนำมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปผลการวิจัยด้วยหลักการทางสถิติ (Creswell, 1944) ทั้งนี้ข้อดีของการศึกษานววิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณ คือ สามารถใช้ข้อสรุปจากผลการวิจัยทางสถิติในการอธิบายหรือทำนายพฤติกรรมของบุคคลในภาพกว้าง แต่ก็มีข้อจำกัดที่อาจจะไม่ได้รับข้อมูลความจริงจากผู้ที่ถูกสำรวจอย่างลึกซึ้ง และจำกัดการศึกษายู่เพียงเฉพาะเรื่องที่จะศึกษาเท่านั้น

#### 3.2 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ใช้วิธีการคัดเลือกแบบไม่คำนึงถึงโอกาสความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละคนที่ถูกเลือกจะมีโอกาสมากน้อยแก่เพียงใด ข้อดีของการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก คือ ทำได้ง่าย มีความสะดวก ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย อย่างไรก็ตามวิธีการนี้อาจทำให้ไม่สามารถได้ตัวแทนที่ของประชากร ซึ่งอาจส่งผลให้ผลการศึกษาวิจัยเกิดคลาดเคลื่อน และยังไม่สามารถอ้างอิงข้อสรุปจากผลการศึกษาวิจัยไปสู่ประชากรทั้งหมดได้อย่างสมบูรณ์ โดยสามารถสรุปอยู่จำกัดเพียงขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น (หทัยชนก พรรรคเจริญ, 2555)

เนื่องจากขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย คือ ตัวแทนของประชากรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ซึ่งมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงคำนวณจากสูตรกรณีที่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตร W.G. Cochran (1977) ซึ่งกำหนดให้มีค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ของจำนวนทั้งหมด ดังนี้

$$n = \left( \frac{Z}{E} \right)^2$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย  
 $Z$  = ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 โดย  $Z$  มีค่าเท่ากับ 1.96  
 $E$  = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มที่ยอมรับได้ = 0.05

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \left( \frac{1.96}{2 \times 0.05} \right)^2$$

$$n = 384.16$$

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนประชากรที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 มีจำนวนเท่ากับ 385 ตัวอย่าง แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงทำการเก็บข้อมูลเพิ่มขึ้นอีก 15 ตัวอย่าง รวมเป็น 400 ตัวอย่าง

### 3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ

3.3.1.1 ความวิตกกังวล (Uncertainty) คือ ความวิตกกังวลที่เกิดความกลัว ในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ที่ตนเองไม่สามารถควบคุมให้เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ได้ โดยในการ ศึกษาวิจัยครั้งนี้จะประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบ ดังนี้

- ความกังวลต่อปัญหาเศรษฐกิจ
- ความขัดแย้งของมหาอำนาจต่างประเทศ
- การเมืองภายในประเทศ
- การแพร่ระบาดของโควิด 19
- ดิจิทัลดิสรัปชัน (Digital Disruption)

3.3.1.2 บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อมูเตลู (Superstitious Traits) คือ กลุ่ม คนที่มีบุคลิกลักษณะที่แสดงหรือสื่อออกมา โดยให้ความสนใจและมีความเชื่อในเรื่องเหนือธรรมชาติ ไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ หรือมูเตลู pending superstitious traits.

3.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ

3.3.2.1 พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู” (Superstitious Behaviors) คือ ลักษณะพฤติกรรมทางความเชื่อใน “มูเตลู” ที่บุคคลนั้นๆ ให้ความสนใจ แสดงออกถึงความเชื่อ ความศรัทธาต่างๆ ทั้งไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ รวมถึงเรื่องเหนือธรรมชาติ

3.3.2.2 กิจกรรมที่มีความเสี่ยง (Risk-Taking Activity) คือ กิจกรรมที่มีความไม่แน่นอนและไม่สามารถควบคุมได้ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาใน กิจกรรมที่มีความเสี่ยง คือ การเสี่ยงโชค (Gambling Interest) และ การลงทุน (Investment Activity) โดยมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

#### การเสี่ยงโชค (Gambling Interest)

- ชอบการพนัน
- ชอบซื้อลอตเตอรี่
- กิจกรรมลุ้นโชคต่างๆ

#### การลงทุน (Investment Activity)

- การซื้อหุ้น

- การลงทุนในคริปโต Currency
- การเพิ่มโอกาสทางการเงินในรูปแบบต่างๆ

**3.3.3 ตัวแปรกำกับ (Moderator Variable)** ที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต ซึ่งเป็นผลมาจากการกระทำและลักษณะพฤติกรรมของตนเอง โดยสามารถควบคุมได้ (Internal Locus of Control)

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อรวบรวมในการสร้างแบบสอบถามให้ได้มาตรฐานและตรงกับจุดมุ่งหมายในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยมีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทของสังคมไทยให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้แบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) ที่มีลักษณะในการประเมินด้วยตนเอง (Questionnaire) โดยผู้วิจัยจะโพสต์และส่งลิงค์แบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ทั้งนี้แบบสอบถามได้แบ่งลักษณะคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 5 ข้อ โดยมีเกณฑ์ในการวัดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 ระดับการวัดของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	ระดับการวัด
1.1) เพศ	นามบัญญัติ (Nominal Scale)
1.2) อายุ	เรียงลำดับ (Ordinal Scale)
1.3) รายได้	เรียงลำดับ (Ordinal Scale)
1.4) ระดับการศึกษา	เรียงลำดับ (Ordinal Scale)
1.5) อาชีพ	เรียงลำดับ (Ordinal Scale)

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามพฤติกรรมทั่วไปที่เกี่ยวกับความเชื่อในมูเตลู โดยผู้วิจัยได้ศึกษาหาข้อมูล และรวบรวมประเด็นหรือข้อสงสัย ทั้งจากการทบทวนเอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ตลอดจนข้อคิดเห็นจากอาจารย์ที่ปรึกษา บุคคลรอบข้าง มาวิเคราะห์รวบรวมเป็นรายการคำถามต่างๆ ในลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Closed Ended Question) จำนวน 5 ข้อ

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อและพฤติกรรมที่เกี่ยวกับ “มูเตลู” (Uncertainties, Superstitious Traits & Superstitious Behaviors) ซึ่งอาจมีปัจจัยด้านความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมหรือการกระทำของตนเอง (Internal Locus of Control) เข้ามามีบทบาทต่อการแสดงออกในลักษณะพฤติกรรมความเชื่อในมูเตลูดังกล่าว โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed Ended Question) จำนวน 49 ข้อ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้มาตรวัดจากการทบทวนวรรณกรรมในภาษาต่างประเทศและเอกสารเกี่ยวข้อง โดยได้นำมาพัฒนาและปรับปรุงให้สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทย ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.2 มาตรวัดที่ถูกพัฒนาและปรับปรุงจากวรรณกรรมต่างประเทศ

ชื่อหัวข้อแบบสอบถาม	มาตรวัด	ชื่อเรื่อง	ผู้ศึกษา
ความวิตกกังวล (Uncertainty) 5 ข้อ	Tolerance of Uncertainty – Covid 19 Concerns	Investigating Tolerance of Uncertainty, COVID-19 Concern, and Compliance with Recommended Behavior in Four Countries: The Moderating Role of Mindfulness, Trust in Scientists, and Power distance	Matta, Rogova, & Luna-Cort'es (2021)
ความเชื่อในมูเตลู (Superstitious Traits) 4 ข้อ	Superstitious Beliefs (Trait)	Trait Superstition and Consumer Behavior: Re-Conceptualization, Measurement, and Initial Investigations	Carlson et al., (2009)
ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมหรือ	Internal Locus of Control	Superstitious Beliefs, Locus of Control, and	Hoffmann, Plotkina, Roger & D' Hondt (2022)

การกระทำของตนเอง (Internal Locus of Control) 7 ข้อ		Feeling at Risk in The Face of Covid-19	
พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อมูเตลู (Superstitious Behaviors) 11 ข้อ	A Revised Paranormal Belief Scale	E-journal of International Journal of Transpersonal Studies	Tobacyk, J. (2004)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมที่มีความเสี่ยง (Risk-Taking Activity) ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกกิจกรรมที่มีความเสี่ยงที่มีแนวโน้มเป็นที่นิยมในสถานการณ์ปัจจุบันของประเทศไทย ในขณะที่ผู้วิจัยกำลังทำการศึกษาวิจัยอยู่ โดยแบ่งออกเป็น 2 กิจกรรม คือ การเสี่ยงโชค (Gambling Interest) และ กิจกรรมการลงทุน (Investment Activity) ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed Ended Question) จำนวน 13 ข้อ ซึ่งได้รับการพัฒนาและปรับปรุงจาก Carlson et al., (2009)

อย่างไรก็ตามแบบสอบถามใน ส่วนที่ 2,3 และ 4 ใช้เครื่องมือประเภทมาตรส่วนประมาณค่า (Rating Scale Method) ตามแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งแบ่งความเห็นออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนสำหรับความคิดเห็นในการตอบแบบสอบถามดังนี้

ตารางที่ 3.3 เกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนสำหรับความคิดเห็นในการตอบแบบสอบถาม

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5 คะแนน	มากที่สุด
4 คะแนน	มาก
3 คะแนน	ปานกลาง
2 คะแนน	น้อย
1 คะแนน	น้อยที่สุด



### การแปลผลจากคะแนนของแบบสอบถาม

การแปลผลจากคะแนนของแบบสอบถาม โดยรวมคะแนนจากแบบสอบถามที่เป็น Rating Scale แล้วใช้ค่าเฉลี่ยนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาขอบเขตของคะแนนเฉลี่ยเพื่อใช้ในการแปลผลตามความหมายของข้อมูล จึงกำหนดไว้เป็น 5 ระดับ ตามเกณฑ์พิจารณาดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 3.3 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวจึงนำมากำหนดระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติและพฤติกรรมความเชื่อในมูเตลู ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 แปลความว่า มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 แปลความว่า มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 แปลความว่า ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 แปลความว่า น้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 แปลความว่า น้อยที่สุด

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษา จากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจำนวน 400 ชุด ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างจะทำแบบสอบถามผ่านทาง Google Form ที่ผู้วิจัยโพสต์ลิงค์ผ่านทาง ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการที่ผู้วิจัยค้นคว้าข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ เอกสารบทความ วารสารทางวิชาการ สิ่งตีพิมพ์ต่างๆ รวมถึงข้อมูลที่สืบค้นทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้บันทึกแหล่งอ้างอิงเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัย “ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู” ของประชากรในประเทศไทย” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามในรูปแบบ Google Form ผ่านสื่อออนไลน์ตามช่องทางต่างๆ ทั้งนี้เมื่อได้แบบสอบถามที่ผ่านการตอบอย่างครบถ้วนถูกต้องตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ คือ 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจะทำการรวบรวมและลงรหัส (Coding) ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำไปบันทึกลงในคอมพิวเตอร์ โดยข้อมูลทั้งหมดจะถูกประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป SPSS for Window เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากแบบสอบถาม ตลอดจนนำมาซึ่งข้อสรุปในผลการศึกษาวิจัย

#### 3.6.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเชิงสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลทั่วไป และการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามในส่วนที่ 2 – 4 โดยนำเสนอในรูปแบบของ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2.2 การประเมินความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability Assessment)

โดยการใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งจะต้องมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟามากกว่า 0.70 เพื่อแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือของเครื่องในการวิจัย

3.6.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Analysis) การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ตัวแปรกำกับ (Moderator Analysis) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู” ของประชากรในประเทศไทย” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ด้วยการเก็บแบบสอบถาม (Questionnaire) ผ่านช่องทางออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยที่ต้องการ จำนวน 400 ตัวอย่าง และสามารถเก็บข้อมูลได้ถึง 507 ตัวอย่าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลจากการสำรวจดังกล่าวทั้งหมด มาทำการวิเคราะห์และแสดงผลลัพธ์ที่ได้ ซึ่งมีรายละเอียดของผลการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

- 4.1 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability Assessment)
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล
  - 4.2.1 การวิเคราะห์ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
  - 4.2.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมทั่วไปที่เกี่ยวกับความเชื่อใน “มูเตลู”
- 4.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรต่อปัจจัยต่างๆ
- 4.4 การทดสอบสมมติฐาน
  - 4.3.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation Analysis)
  - 4.3.2 การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis)
  - 4.3.3 การวิเคราะห์ตัวแปรกำกับ (Moderator Analysis)
  - 4.3.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
- 4.5 ภาพรวมการวิเคราะห์และการทดสอบสมมติฐาน

#### 4.1 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

เนื่องจากผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล ดังนั้นเพื่อให้เห็นภาพรวมของตัวแปรที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่ถูกใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จึงได้ทำการสรุปสัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรและรายละเอียดของตัวแปรทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ซึ่งสามารถดูรายละเอียดได้ที่ภาคผนวก

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย โดยค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวจะต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 ขึ้นไป ทั้งนี้ผลการตรวจสอบความน่าเชื่อถือจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 507 ตัวอย่าง ได้ผลดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ของแต่ละปัจจัยทั้ง 6 กลุ่มตัวแปร

Factor	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Cronbach's Alpha
<b>1. Uncertainties</b>		<b>0.838</b>
Uncertainty_Economic	0.819	
Uncertainty_War	0.814	
Uncertainty_Political	0.772	
Uncertainty_Coivid_19_Concern	0.806	
Uncertainty_DigitalDisruption	0.812	
<b>2. Superstitious Traits</b>		<b>0.847</b>
SupTraits_PerformRituals	0.806	
SupTraits_ProtectAmulet	0.834	
SupTraits_ActingSuperstitious	0.767	
SupTraits_YouareSuperstitious	0.811	
<b>3. Superstitious Behavior</b>		<b>0.916</b>
SupBhv_SoulContinued	0.915	
SupBhv_BlackMagicExists	0.917	
SupBhv_BlackCatBadLuck	0.912	
SupBhv_AstrologyAccurateFuture	0.911	
SupBhv_DevilExists	0.913	
SupBhv_BreakMirrorBadluck	0.911	

SupBhv_HoroscopeAccurateUrFuture	0.911	
SupBhv_13UnluckyNo	0.912	
SupBhv_HeavenHellExists	0.915	
SupBhv_MindReadingNotPossible	0.915	
SupBhv_WitchcraftExists	0.911	
SupBhv_RingFingerRightMoneyPower	0.909	
SupBhv_RingFingerHappyLove	0.909	
SupBhv_SloveUrBadYear	0.911	
SupBhv_BlackClothBadLuck	0.911	
SupBhv_AmuletGoodluck	0.911	
SupBhv_WorshipFullfillment	0.911	
SupBhv_BdColourWealth	0.909	
SupBhv_UmadeviLove	0.909	
SupBhv_CaiShenBadYear	0.913	
BoonYing1	0.913	
BoonYing2	0.916	
BoonYing3	0.916	
BoonYing4	0.916	
BoonYing5	0.917	
<b>4. Risk Taking Activity - Investment</b>		<b>0.891</b>
Risk_Crpro_EnjoyBuyingSelling	0.867	
Risk_Crpto_GooddayBuyingSelling	0.882	
Risk_Crpto_AlwaysBuyingSelling	0.849	
Risk_StockMarket	0.847	
Risk_Investor	0.886	
<b>5. Risk Taking Activity - Gambling Interest</b>		<b>0.961</b>

Risk_Gambling_Enjoy	0.957	
Risk_Gambling_Always	0.958	
Risk_Gambling_Frequently	0.958	
Risk_Gambling_MostBetter	0.956	
Risk_Pmt_Lotto_Frequently	0.952	
Risk_Pmt_Lotto_Enjoy	0.953	
Risk_Pmt_Lotto_Entering	0.955	
Risk_Pmt_Lotto_Excitement	0.955	
<b>6. Internal Locus of Control</b>		<b>0.629</b>
InLC_AchieveGoal	0.681	
InLC_DependOnMe	0.654	
Reverse_InLC_CannotSolveProblem_RV	0.47	
Reverse_InLC_PushedAround_R	0.53	
Reverse_InLC_CanChangeSomethingLife_R	0.698	
Reverse_InLC_HelplessDealingProblem_R	0.504	
Reverse_InLC_LittleControl_R	0.49	

จากตารางที่ 4.1 จะเห็นว่ากลุ่มตัวแปรของความเชื่อมั่นว่าเหตุการณ์ต่างๆ เกิดจากการกระทำของตนเอง หรือ Internal Locus of Control มีค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha) ที่ 0.629 ซึ่งไม่ถึงค่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงได้กำจัดรายการที่อาจเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวต่ำกว่ามาตรฐาน และเมื่อทำการทดสอบกลุ่มตัวแปรนี้อีกครั้ง พบว่าค่าความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับที่ยอมรับได้ตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด โดยผลสรุปการตรวจสอบความน่าเชื่อถือแยกตามกลุ่มตัวแปรได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงผลสรุปค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha แยกตามกลุ่มตัวแปร

กลุ่มตัวแปร	จำนวน รายการ	Cronbach's Alpha
1. ความวิตกกังวล (Uncertainties)	5	0.838
2. บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” (Superstitious Traits)	4	0.847
3. พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู” (Superstitious Behavior)	25	0.916
4. กิจกรรมที่มีความเสี่ยง (Risk Taking Activity)		
4.1 ด้านการลงทุน (Investment Activity)	5	0.891
4.2 ด้านการเสี่ยงโชค (Gambling Interest)	8	0.961
5. ความเชื่อมั่นว่าเหตุการณ์ต่างๆ เกิดจากการกระทำของตนเอง (Internal Locus of Control)	6	0.736

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่าค่าอัลฟาของแต่ละปัจจัยที่ถูกรวมกลุ่มตามลักษณะของตัวแปรนั้นๆ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีค่าอยู่ระหว่าง 0.736 – 0.961 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 และอยู่ในเกณฑ์ดีมากถึงยอดเยี่ยม จึงแสดงให้เห็นว่าเครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือ

## 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

### 4.2.1 การวิเคราะห์ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 5 ลักษณะ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษาและอาชีพ ตามที่ได้ปรากฏและอธิบายไว้ในบทก่อนหน้า ซึ่งหลังจากที่ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 507 ตัวอย่าง สามารถแจกแจงภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามตามลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

สถานภาพ	ชาย		หญิง		LGBTQ		รวม	
อายุ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
0 - 25 ปี	11	9.17%	21	6.58%	7	10.29%	39	7.69%
26 - 41 ปี (Gen Y)	51	42.50%	152	47.65%	31	45.59%	234	46.15%
42 - 57 ปี (Gen X)	50	41.67%	140	43.89%	24	35.29%	214	42.21%
มากกว่า 57 ปี	8	6.67%	6	1.88%	6	8.82%	20	3.94%
<b>รวม</b>	<b>120</b>	<b>18.44%</b>	<b>319</b>	<b>67.76%</b>	<b>68</b>	<b>13.80%</b>	<b>507</b>	<b>100.00%</b>
อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นิสิต นักศึกษา	5	4.17%	13	4.08%	4	5.88%	22	4.34%
พนักงาน บริษัทเอกชน	46	38.33%	89	27.90%	25	36.76%	160	31.56%
ข้าราชการ/ พนักงานภาครัฐ วิสาหกิจ	25	20.83%	141	44.20%	21	30.88%	187	36.88%
ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ/ ค้าขาย	43	35.83%	70	21.94%	18	26.47%	131	25.84%
อื่นๆ	1	0.83%	6	1.88%		0.00%	7	1.38%
<b>รวม</b>	<b>120</b>	<b>18.44%</b>	<b>319</b>	<b>67.76%</b>	<b>68</b>	<b>13.80%</b>	<b>507</b>	<b>100.00%</b>
การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	15	12.50%	43	13.48%	10	14.71%	68	13.41%
ระดับปริญญาตรี	68	56.67%	221	69.28%	40	58.82%	329	64.89%
สูงกว่าปริญญา ตรี	37	30.83%	55	17.24%	18	26.47%	110	21.70%
<b>รวม</b>	<b>120</b>	<b>18.44%</b>	<b>319</b>	<b>67.76%</b>	<b>68</b>	<b>13.80%</b>	<b>507</b>	<b>100.00%</b>



ตารางที่ 4.3 แสดงภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (ต่อ)

การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ระดับปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รายได้								
0 - 20,000 บาท	27	39.71%	25	7.60%	1	0.91%	53	10.45%
20,001 – 40,000 บาท	33	48.53%	103	31.31%	18	16.36%	154	30.37%
40,001 – 60,000 บาท	5	7.35%	129	39.21%	34	30.91%	168	33.14%
60,001 – 80,000 บาท	1	1.47%	46	13.98%	22	20.00%	69	13.61%
มากกว่า 80,000 บาท	2	2.94%	26	7.90%	35	31.82%	63	12.43%
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>12.60%</b>	<b>329</b>	<b>71.09%</b>	<b>110</b>	<b>16.31%</b>	<b>507</b>	<b>100.00%</b>
อาชีพ								
นิสิต นักศึกษา	15	22.06%	7	2.13%		0.00%	22	4.34%
พนักงาน บริษัทเอกชน	26	38.24%	92	27.96%	42	38.18%	160	31.56%
ข้าราชการ/พนักงาน ภาครัฐวิสาหกิจ	7	10.29%	157	47.72%	23	20.91%	187	36.88%
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพ อิสระ/ค้าขาย	16	23.53%	71	21.58%	44	40.00%	131	25.84%
อื่นๆ	4	5.88%	2	0.61%	1	0.91%	7	1.38%
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>12.60%</b>	<b>329</b>	<b>71.09%</b>	<b>110</b>	<b>16.31%</b>	<b>507</b>	<b>100.00%</b>

จากตาราง 4.3 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 507 ตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว สามารถจำแนกแยกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทั้ง 5 ลักษณะ ได้ดังนี้

**เพศ และ ช่วงอายุ** กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย เพศหญิง 319 คน คิดเป็นร้อยละ 67.76 เพศชาย 120 คน คิดเป็นร้อยละ 18.44 และเพศทางเลือกอื่นๆ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 โดยแบ่งเป็น Gen Y อายุ 26-41 ปี จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15 และ Gen X อายุ 42-57 ปี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 42.21

**ด้านรายได้** กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท 53 คน คิดเป็นร้อยละ 10.45 มีรายได้ระหว่าง 20,001 บาท ถึง 40,000 บาท 154 คน คิดเป็นร้อยละ 30.37 มีรายได้ระหว่าง 40,001 บาท ถึง 60,000 บาท 168 คน คิดเป็นร้อยละ 33.14 มีรายได้ระหว่าง 60,001 บาท ถึง 80,000 บาท 69 คน คิดเป็นร้อยละ 13.61 และมีรายได้มากกว่า 80,001 บาท 63 คน คิดเป็นร้อยละ 12.43

**ด้านระดับการศึกษา** กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ที่สำเร็จการศึกษาค่ำกว่าระดับปริญญาตรี 68 คน คิดเป็นร้อยละ 13.41 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี 329 คน คิดเป็นร้อยละ 64.89 และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท ปริญญาเอก 110 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7

**ด้านอาชีพ** กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย อาชีพนิสิต นักศึกษา 22 คน คิดเป็นร้อยละ 4.34 พนักงานบริษัทเอกชน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 31.56 ข้าราชการหรือพนักงานภาครัฐวิสาหกิจ 187 คน คิดเป็นร้อยละ 36.88 ธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ หรือ ค้าขาย 131 คน คิดเป็นร้อยละ 25.84 และอาชีพอื่นๆ มีจำนวน 7 คน ซึ่งประกอบไปด้วยอาชีพแม่บ้าน รับจ้างทั่วไป เขียนบทละคร Influencer นักวิจัยอิสระ และเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 1.38

จากข้อมูลและรายละเอียดข้างต้น สามารถสรุปลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจมา ดังนี้ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 507 คน มีสัดส่วนของเพศหญิงเป็นลำดับสูงสุด จำนวน 319 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 62.9 ในขณะที่เพศชายและเพศทางเลือกอื่นๆ มีสัดส่วนอยู่ในลำดับที่ 2 และ 3 คิดเป็นร้อยละ 23.7 และ 13.4 ตามลำดับ ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 26 ถึง 57 ปี คิดเป็นร้อยละ 88.4 โดยผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 64.9 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีรายได้อยู่ระหว่าง 20,000 ถึง 60,001 บาท และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รวมถึงพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งเมื่อรวมกันจะมีจำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5

#### 4.2.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมทั่วไปที่เกี่ยวกับความเชื่อใน “มูเตลู”

ผู้วิจัยได้รวบรวมประเด็นหรือข้อสงสัยต่างๆ ตามที่ได้ปรากฏและอธิบายไว้ในบทก่อนหน้า นำมาซึ่งรายการคำถามต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทั่วไปของผู้ที่มีความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” ประกอบด้วย ระดับความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” ช่องทางการค้นหาข้อมูล หัวข้อปัญหาหรือความสนใจที่มักจะพึ่งพาความเชื่อใน “มูเตลู” ตลอดจนระดับความสมหวังหรือความสมปรารถนา โดยหลังจากการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแจกแจงและวิเคราะห์รายละเอียดได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงระดับความเชื่อใน “มูเตลู” กับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ - ช่วงอายุ

อายุ	0 - 25 ปี		26 - 41 ปี		42 - 57 ปี		มากกว่า 57 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เชื่อไม่ศรัทธา	2	5.13%	17	7.26%	7	3.27%	2	10.00%	28	5.52%
มีความเชื่อและศรัทธาน้อย	2	5.13%	8	3.42%	17	7.94%	1	5.00%	28	5.52%
มีความเชื่อและศรัทธาปานกลาง	10	25.64%	68	29.06%	69	32.24%		0.00%	147	28.99%
มีความเชื่อและศรัทธามาก	23	58.97%	90	38.46%	94	43.93%	11	55.00%	218	43.00%
มีความเชื่อและศรัทธามากที่สุด	2	5.13%	51	21.79%	27	12.62%	6	30.00%	86	16.96%
<b>รวม</b>	<b>39</b>	<b>100.00%</b>	<b>234</b>	<b>100.00%</b>	<b>214</b>	<b>100.00%</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>	<b>507</b>	<b>100.00%</b>

ตารางที่ 4.5 แสดงระดับความเชื่อใน “มูเตลู” กับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ - เพศ

เพศ	ชาย		หญิง		LGBTQ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เชื่อไม่ศรัทธา	16	13.33%	10	3.13%	2	2.94%	28	5.52%
มีความเชื่อและศรัทธาน้อย	5	4.17%	19	5.96%	4	5.88%	28	5.52%
มีความเชื่อและศรัทธาปานกลาง	32	26.67%	100	31.35%	15	22.06%	147	28.99%
มีความเชื่อและศรัทธามาก	51	42.50%	132	41.38%	35	51.47%	218	43.00%
มีความเชื่อและศรัทธามากที่สุด	16	13.33%	58	18.18%	12	17.65%	86	16.96%
<b>รวม</b>	<b>120</b>	<b>100.00%</b>	<b>319</b>	<b>100.00%</b>	<b>68</b>	<b>100.00%</b>	<b>507</b>	<b>100.00%</b>

ตารางที่ 4.6 แสดงระดับความเชื่อใน “มูเตลู” กับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ - ระดับการศึกษา

การศึกษา	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี		ระดับปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เชื่อไม่ศรัทธา	3	4.41%	20	6.08%	5	4.55%	28	5.52%
มีความเชื่อและศรัทธา น้อย	2	2.94%	22	6.69%	4	3.64%	28	5.52%
มีความเชื่อและศรัทธา ปานกลาง	16	23.53%	101	30.70%	30	27.27%	147	28.99%
มีความเชื่อและศรัทธา มาก	30	44.12%	134	40.73%	54	49.09%	218	43.00%
มีความเชื่อและศรัทธา มากที่สุด	17	25.00%	52	15.81%	17	15.45%	86	16.96%
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>100.00%</b>	<b>329</b>	<b>100.00%</b>	<b>110</b>	<b>100.00%</b>	<b>507</b>	<b>100.00%</b>

ตารางที่ 4.7 แสดงระดับความสมหวังหรือสมปรารถนาใน “มูเตลู” กับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ - ระดับการศึกษา

การศึกษา	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี		ระดับปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความสมหวังจากการ พึ่งพา “มูเตลู”								
ไม่เคย	3	4.41%	16	4.86%	2	1.82%	21	4.14%
บางครั้ง	2	2.94%	11	3.34%	7	6.36%	20	3.94%
บ่อยครั้ง	3	4.41%	20	6.08%	8	7.27%	31	6.11%
ค่อนข้างบ่อย	21	30.88%	89	27.05%	36	32.73%	146	28.80%
บ่อยมาก	32	47.06%	166	50.46%	48	43.64%	246	48.52%
สมหวังทุกครั้ง	7	10.29%	27	8.21%	9	8.18%	43	8.48%
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>13.41%</b>	<b>329</b>	<b>64.89%</b>	<b>110</b>	<b>21.70%</b>	<b>507</b>	<b>100.00%</b>

ตารางที่ 4.8 แสดงความเชื่อหรือกิจกรรมใน “มูเตลู” ที่สนใจ

ความเชื่อหรือกิจกรรมใน “มูเตลู” ที่สนใจ						
กิจกรรม	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พกเครื่องรางของขลัง วัตถุมงคล	101	19.92%	62	12.23%	86	16.96%
ดูหมอ ดูดวง ลายมือ ทำนาย พยากรณ์	84	16.57%	141	27.81%	101	19.92%
โหราศาสตร์	75	14.79%	93	18.34%	91	17.95%
ใช้สี หรือ เลขมงคล	135	26.63%	84	16.57%	69	13.61%
ดูฤกษ์งาม ยามดี	41	8.09%	50	9.86%	48	9.47%
ดวงจู้จี้	31	6.11%	19	3.75%	28	5.52%
คนทรงเจ้า	10	1.97%	12	2.37%	17	3.35%
การตีเลขเด็ด	17	3.35%	26	5.13%	21	4.14%
สะเดาะเคราะห์ แก้กรรม อ้อนวอน บูชา	13	2.56%	20	3.94%	46	9.07%
รวม	507	100.00%	507	100.00%	507	100.00%

ตารางที่ 4.9 แสดงหัวข้อที่มีความวิตกกังวลและต้องการพึ่งพา “มูเตลู”

หัวข้อ	การเรียนรู้		การทำงาน		โซเชียล		สุขภาพ		ความรัก		ซื้อหวย		ความกังวลใจ ในปัญหาต่างๆ		อื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
No	450	88.8	174	34.3	160	31.6	247	48.7	201	39.6	283	55.8	260	51.3	498	98.2
Yes	57	11.2	333	65.7	347	68.4	260	51.3	306	60.4	224	44.2	247	48.7	9	1.8
รวม	507	100	507	100	507	100	507	100	507	100	507	100	507	100	507	100

ตารางที่ 4.10 แสดงช่องทางในการค้นหาข้อมูลความเชื่อใน “มูเตลู”

ช่องทางในการค้นหาข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
Search Engine Google	413	18.80%
Facebook	335	15.20%
Magazine	45	2.00%
Word of Mouth	317	14.40%
Instagram	184	8.40%
Influencer	149	6.80%
YouTube	221	10.10%
TikTok	195	8.90%
Twitter	107	4.90%
Official Website	87	4.00%
Line Official	144	6.60%
รวม	2,197	100%

**1. ระดับความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู”** จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 507 ตัวอย่างมีระดับความเชื่อในเรื่อง “มูเตลู” อยู่ในระดับปานกลางถึงในระดับมากที่สุด โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมากที่สุดใน 5 ลำดับแรก ซึ่งเมื่อรวมกันมีจำนวน 451 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 89 มีความเชื่ออยู่ระดับที่ 5 ถึง 10 คือ ระดับความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” อยู่ในระดับปานกลางจนถึงมากที่สุด ดังนั้นจึงอาจเป็นเครื่องบ่งชี้ได้ว่าข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดสามารถสะท้อนทัศนคติพฤติกรรม รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” ได้

**2. ช่องทางการค้นหาหรือแหล่งข้อมูลความเชื่อใน “มูเตลู”** จากข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เมื่อมีความเชื่อ ความศรัทธา หรือมีความสนใจใน “มูเตลู” จะใช้วิธีการค้นหาข้อมูลจากการเสิร์ชเอนจิน (Search Engine) หรือการใช้โปรแกรมค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต มากที่สุด จำนวน 413 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.8 โดยใช้ช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) และการบอกต่อ (Word of Mouth) เป็นลำดับรองลงมา จำนวน 335 ตัวอย่าง และ 317 ตัวอย่าง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15.2 และ 14.4 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามจากข้อมูลจะเห็นว่า ช่องทางการสืบค้นข้อมูลความเชื่อ “มูเตลู” อื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น ช่องทางยูทูป (YouTube) ตี๊ก ต็อก (TikTok) อินสตาแกรม (Instagram) และการติดตามผู้ที่มีชื่อเสียง (Influencer) ก็มีสัดส่วนที่ไม่น้อย กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างใช้ช่องทางยูทูป (YouTube) จำนวน 221 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 10.1 ตี๊ก ต็อก (TikTok) จำนวน 195 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 8.9 อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน 184 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 8.4 และการติดตามผู้ที่มีชื่อเสียง (Influencer) จำนวน 149 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.8

**3. ความสนใจในความเชื่อหรือกิจกรรมที่เกี่ยวกับ “มูเตลู”** ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า เมื่อมีความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” แล้ว ผู้ที่มีความเชื่อดังกล่าวจะให้ความสนใจในความเชื่อหรือกิจกรรมที่เกี่ยวกับ “มูเตลู” ในลำดับแรก โดยผลจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า 3 ลำดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุดคือ สีหรือเลขมงคล จำนวน 135 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 26.6 รองลงมาคือ การพกเครื่องรางของขลัง วัตถุมงคล จำนวน 101 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 19.9 และการดูหมอ ดูดวง ลายมือ ทำนายนพยากรณ์ จำนวน 84 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 16.6

ความสนใจในความเชื่อหรือกิจกรรมที่เกี่ยวกับ “มูเตลู” ในลำดับที่สอง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุดใน 3 ลำดับแรก คือ การดูหมอ ดูดวง ลายมือ ทำนายนพยากรณ์ จำนวน 141 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 27.8 ไพ่ยิปซี จำนวน 93 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.3 และ สีหรือเลขมงคล จำนวน 84 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 16.6

ความสนใจในความเชื่อหรือกิจกรรมที่เกี่ยวกับ “มูเตลู” ในลำดับที่สาม กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุดใน 3 ลำดับแรก คือ การดูหมอ ดูดวง ลายมือ ทำนายนพยากรณ์ จำนวน 101

ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 19.9 ไฟป์ซี จำนวน 91 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 17.9 และสี่หรือเลขมงคล จำนวน 69 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 13.6

จากข้อมูลความสนใจในความเชื่อหรือกิจกรรมที่เกี่ยวกับ “มูเตลู” ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยอธิบายไว้ ณ ข้างต้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสนใจในเรื่องของ สีมงคล เลขมงคล การดูหมอ ดูดวง ดูลายมือ ทำนายพยากรณ์ รวมถึงไฟป์ซี และการพกเครื่องรางของขลัง วัตถุมงคลต่างๆ

**4. หัวข้อที่ต้องพึงพา “มูเตลู”** ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าเมื่อต้องพึงพา ความเชื่อ ความศรัทธาใน “มูเตลู” เรื่องหรือหัวข้อที่กลุ่มตัวอย่างมักมีความวิตกกังวล รวมถึงต้องการหาคำตอบด้วยการพึ่งพาความเชื่อดังกล่าวมากที่สุดได้น 3 ลำดับแรก คือ โชคลาภ จำนวน 347 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 68.4 การงาน จำนวน 333 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 65.7 และความรัก จำนวน 306 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 60.4 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามจากตารางที่ 4.2.2.6 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญในเรื่องสุขภาพ และความวิตกกังวลใจในปัญหาอื่นๆ อีกจำนวนไม่น้อย กล่าวคือ สุขภาพ จำนวน 260 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 51.3 และ ความวิตกกังวล จำนวน 247 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 48.7

**5. ระดับความสมหวังหรือความสมปรารถนา** ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 507 ตัวอย่าง พบว่าระดับความสมหวังหรือความสมปรารถนาจากการพึ่งพาความเชื่อใน “มูเตลู” อยู่ในระดับสมหวังหรือสมความปรารถนาเกือบทุกครั้งหรือบ่อยมากจำนวน 246 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 48.5 และสมปรารถนาในระดับค่อนข้างบ่อย หรือมีความพึงพอใจจำนวน 146 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 28.8

#### 4.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรต่อปัจจัยต่างๆ

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 507 ตัวอย่าง มาทำการวิเคราะห์เพื่อหา ลักษณะของความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวกับระดับความเชื่อและระดับความสมหวัง สมปรารถนาใน “มูเตลู” โดยแสดงดังตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความเชื่อใน “มุเตลลู” (1-5) กับ เพศ อายุและการศึกษา

ระดับความเชื่อในมุเตลลู			
อายุ	Mean	Std. Deviation	Variance
น้อยกว่า 25 ปี	3.54	0.87	0.76
26 - 41 ปี	3.64	1.08	1.17
42 – 57 ปี	3.55	0.92	0.86
มากกว่า 57 ปี	3.90	1.18	1.39
รวม	3.60	1.01	1.02
เพศ	Mean	Std. Deviation	Variance
ชาย	3.38	1.18	1.39
หญิง	3.66	0.95	0.90
LGBTQ	3.75	0.91	0.83
รวม	3.60	1.01	1.02
การศึกษา	Mean	Std. Deviation	Variance
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.82	0.98	0.97
ระดับปริญญาตรี	3.53	1.03	1.06
สูงกว่าปริญญาตรี	3.67	0.94	0.87
รวม	3.60	1.01	1.02

จากตารางที่ 4.11 แสดงถึงระดับความเชื่อ ความศรัทธาใน “มุเตลลู” ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 507 ตัวอย่าง ด้วยการให้ระดับคะแนนความเชื่อใน “มุเตลลู” ที่ระดับ 1-5 โดยลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดใน 3 อันดับแรก คือ เพศทางเลือก มีค่าเฉลี่ยในการระดับความเชื่อที่ 3.75 อายุมากกว่า 57 ปี ค่าเฉลี่ยที่ 3.9 และการศึกษาด้านปริญญาตรี ค่าเฉลี่ยที่ 3.82 ทั้งนี้จากตารางดังกล่าวพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้คะแนนต่อระดับความเชื่อใน “มุเตลลู” อยู่ที่ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.38-3.9 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ามีความเชื่ออยู่ระดับปานกลางขึ้นไป นอกจากนี้ค่าเฉลี่ยของลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่อระดับความเชื่อความศรัทธาใน “มุเตลลู” ไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ รวมถึงการศึกษา ไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนัก

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสมหวัง สมปรารถนาใน “มูเตลู” 0-5 กับอายุ

ความสมหวังจากการพึ่งพามูเตลู			
อายุ	Mean	Std. Deviation	Variance
น้อยกว่า 25 ปี	3.59	1.03	1.06
26 - 41 ปี	3.18	1.23	1.51
42 - 57 ปี	3.55	0.99	0.99
มากกว่า 57 ปี	3.75	0.89	0.79
รวม	3.39	1.12	1.26

จากตารางที่ 4.12 แสดงถึงระดับความสมหวังหรือสมปรารถนาใน “มูเตลู” ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 507 ตัวอย่าง ด้วยการให้ระดับคะแนนความสมหวังใน “มูเตลู” ที่ ระดับ 0-5 พบว่าทุกช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนต่อระดับความสมหวังหรือสมปรารถนาใน “มูเตลู” เฉลี่ยที่ 3.18-3.75 ซึ่งมีความสมหวังต่อการพึ่งพามูเตลู อยู่ในระดับค่อนข้างน้อยจนถึงบ่อยมาก โดยค่าเฉลี่ยในระดับความสมหวังที่สูงสุด 3 อันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 57 ปี น้อยกว่า 25 ปี และอายุ 42-57 ปี โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.75 ค่าเฉลี่ย 3.59 และ 3.55 ตามลำดับ

#### 4.4 การทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรและการทดสอบความน่าเชื่อถือของมาตรวัดในทุกๆ ปัจจัย ผู้วิจัยได้ทำการรวมคะแนนจากกลุ่มตัวแปรของแต่ละปัจจัย เพื่อใช้เป็นคะแนนตัวแทน หรือ ค่าเฉลี่ย ของตัวแปรหลัก ในการนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความมีอิทธิพล (Regression Analysis) ระหว่างกลุ่มปัจจัยหรือตัวแปรหลักทั้งหมด รวมถึงการวิเคราะห์การมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ของตัวแปรกำกับ (Moderator Analysis) ที่อาจส่งผลต่อความสัมพันธ์หรือความมีอิทธิพลระหว่างกลุ่มปัจจัยหรือตัวแปรหลักทั้งหมดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

##### 4.4.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation Analysis)

จากกรอบงานวิจัยจะเห็นว่าผู้วิจัยมีความสนใจที่จะหาความสัมพันธ์ระหว่างความวิตกกังวล (Uncertainties) กับบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” (Superstitious Traits) ดังนั้นจึงได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มปัจจัยหรือกลุ่มตัวแปรหลักทั้งหมด โดยแสดงรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ระหว่างความวิตกกังวล (Uncertainties) กับบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อในมูเตลู (Superstitious Traits)

Correlations Analysis							
	Mean	Std. Deviation	เศรษฐกิจ	สงคราม	การเมือง	โรคระบาดโควิด 19	ดิจิทัลศรัปชัน
ความวิตกกังวลต่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ	3.4	0.885	1	.481**	.572**	.423**	.422**
ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งของประเทศ	2.93	0.887	.481**	1	.595**	.416**	.450**
ความกังวลต่อสถานการณ์การเมืองภายในประเทศ	3.42	0.919	.572**	.595**	1	.623**	.534**
ความกังวลต่อการแพร่ระบาดของโควิด 19	3.51	0.931	.423**	.416**	.623**	1	.560**
ความกังวลต่อดิจิทัลศรัปชัน	3.42	0.928	.422**	.450**	.534**	.560**	1
บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน "มูเตลู"	3.2406	0.81732	.158**	.114*	.233**	.276**	.237**

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ดังตารางข้างต้น พบว่าปัจจัยทางด้านความวิตกกังวลในทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ 0.01 โดยหากพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละปัจจัยกับบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” พบว่า ความวิตกกังวลต่อสถานการณ์เศรษฐกิจ สถานการณ์การเมืองภายในประเทศ การแพร่ระบาดของโควิด 19 และความกังวลใจต่อดิจิทัลศรัปชัน มีความสัมพันธ์กับบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนความวิตกกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งของประเทศมหาอำนาจ มีความสัมพันธ์กับบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่าความวิตกกังวลใจต่อสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ดิจิทัลศรัปชันและสถานการณ์การเมืองภายในประเทศ ทั้ง 3 ปัจจัยมีระดับความสัมพันธ์กับบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” อยู่ใน 3 ลำดับแรก คือ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.276 0.237 และ 0.233 ตามลำดับ

#### 4.4.2 การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis)

การทดสอบสมมติฐานด้านความมีอิทธิพลระหว่าง ความวิตกกังวล บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” ที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อใน “มูเตลู” รวมถึงกิจกรรมที่มีความเสี่ยง ทั้งด้านการลงทุนและการเสี่ยงโชค ของประชากรในประเทศไทย โดยจะใช้การวิเคราะห์สมการการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Linear Regression แบบวิเคราะห์ตัวแปรทั้งหมดในคราวเดียว (Enter Method) ทั้งนี้ได้กำหนดระดับค่านัยสำคัญทางสถิติที่สามารถยอมรับได้ไว้ที่ 0.05 ( $p < 0.05$ ) โดยผู้วิจัยจะแบ่งการทดสอบดังกล่าวออกเป็น 4 การทดสอบตามกรอบงานวิจัยและสมมติฐานที่ได้อธิบายไว้ในบทที่ 2 ดังนี้

4.4.2.1 สมมติฐานที่ 6 ความวิตกกังวล มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”

4.4.2.2 สมมติฐานที่ 7 บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”

4.4.2.3 สมมติฐานที่ 8 บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” มีอิทธิพลต่อกิจกรรมด้านการเสี่ยงโชค

4.4.2.4 สมมติฐานที่ 9 บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมด้านการลงทุน

ตารางที่ 4.14 สรุปผลการวิเคราะห์ความมีอิทธิพลระหว่างกลุ่มตัวแปรความวิตกกังวล และบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับ พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	59.212	2	29.606	155.037	.000a
Residual	96.243	504	0.191		
Total	155.455	506			

a. Predictors: (Constant), Uncertainties, Superstitious Traits

b. Dependent Variable: Superstitious Behavior

ตารางที่ 4.15 สรุประดับความมีอิทธิพลของกลุ่มตัวแปรความวิตกกังวล และ บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับ พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
ความมีอิทธิพล	.617a	0.381	0.378	0.43699

ตารางที่ 4.16 สรุปผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของกลุ่มปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู”

Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	Sig.
บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อ “มูเตลู”	0.339	0.025	0.5	0
ความวิตกกังวล	0.198	0.028	0.253	0

**สมมติฐานที่ 6** ความวิตกกังวล มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”

ตารางที่ 4.17 สรุปผลการวิเคราะห์ความมีอิทธิพลระหว่างความวิตกกังวลกับพฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	26.328	5	5.266	20.43	.000a
Residual	129.127	501	0.258		
Total	155.455	506			

a. Predictors: (Constant), Uncertainty\_DigitalDisruption, Uncertainty\_Economic, Uncertainty\_War,

Uncertainty\_Coivid\_19\_Concern, Uncertainty\_Political

b. Dependent Variable: Superstitious Behavior

ตารางที่ 4.18 สรุประดับความมีอิทธิพลระหว่างความวิตกกังวลกับพฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
ความมีอิทธิพล	.412a	0.169	0.161	0.50768

ตารางที่ 4.19 สรุปผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของกลุ่มปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู”

Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	Sig.
ความวิตกกังวลต่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ	-0.012	0.032	-0.02	0.702
ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งของประเทสมหาอำนาจ	0.024	0.033	0.038	0.467
ความกังวลต่อสถานการณ์การเมืองภายในประเทศ	0.08	0.038	0.133	0.035
ความกังวลต่อการแพร่ระบาดของโควิด 19	0.139	0.033	0.233	0
ความกังวลต่อดิจิทัลดิสรปชัน	0.059	0.031	0.098	0.061

สมมติฐานที่ 7 บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”

ตารางที่ 4.20 สรุปผลการวิเคราะห์ความมีอิทธิพลระหว่างบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับพฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	49.915	1	49.915	238.842	.000a
Residual	105.54	505	0.209		
Total	155.455	506			

a. Predictors: (Constant), Superstitious Traits

b. Dependent Variable: Superstitious Behavior

ตารางที่ 4.21 สรุประดับความมีอิทธิพลบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับพฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
ความมีอิทธิพล	.567a	0.321	0.32	0.45715

ตารางที่ 4.22 สรุปผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับพฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”

Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	Sig
บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อ “มูเตลู”	0.384	0.025	0.567	0

**สมมติฐานที่ 8** บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” มีอิทธิพลต่อกิจกรรมด้านการเสี่ยงโชค



ตารางที่ 4.23 สรุปผลการวิเคราะห์ความมีอิทธิพลระหว่างบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับกิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านการเสี่ยงโชค

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	100.374	1	100.374	105.418	.000a
Residual	480.839	505	0.952		
Total	581.214	506			

a. Predictors: (Constant), Superstitious Traits

b. Dependent Variable: Risk Taking Activity\_Gambling Interest

ตารางที่ 4.24 สรุประดับความมีอิทธิพลของบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับกิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านการเสี่ยงโชค

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
ความมีอิทธิพล	.416a	0.173	0.171	0.97579

ตารางที่ 4.25 สรุปผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับ กิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านการเสี่ยงโชค

Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	Sig.
บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อ “มูเตลู”	0.545	0.053	0.416	0

a. Dependent Variable: Risk Taking Activity\_Gambling Interest

**สมมติฐานที่ 9** บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมด้านการลงทุน

ตารางที่ 4.26 สรุปผลการวิเคราะห์ความมีอิทธิพลระหว่างบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับกิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านการลงทุน

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	31.325	1	31.325	46.291	.000a
Residual	341.73	505	0.677		
Total	373.056	506			

a. Predictors: (Constant), Superstitious Traits

b. Dependent Variable: Risk Taking Activity\_Investment

ตารางที่ 4.27 สรุประดับความมีอิทธิพลของบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับกิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านการลงทุน

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
ความมีอิทธิพล	.290a	0.084	0.082	0.82261

ตารางที่ 4.28 สรุปผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับ กิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านการลงทุน

Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	Sig.
บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อ “มูเตลู”	0.304	0.045	0.29	0

จากตารางที่ 4.14 ตารางที่ 4.15 และตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระ สามารถอธิบายความแปรปรวนของอิทธิพลของความวิตกกังวล และบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อ "มูเตลู" ที่มีต่อ พฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อใน "มูเตลู" ได้ 38.1% ( $R^2=0.381$ ) และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความวิตกกังวล ( $\beta=0.253$ ,  $P<0.01^{**}$ ) และบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อ "มูเตลู" ( $\beta=0.5$ ,  $P<0.01^{**}$ ) ส่งผลต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อใน "มูเตลู" อย่าง

มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาค่า  $\beta$  ของแต่ละปัจจัย พบว่าบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อ "มุเตลู่" จะส่งผลต่อ พฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อใน "มุเตลู่" มากที่สุด เนื่องจากมีค่า  $\beta$  สูงที่สุด

4.4.2.1 การทดสอบสมมติฐานที่ 6 ความวิตกกังวลมีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อ “มุเตลู่”

จากตารางที่ 4.17 ตารางที่ 4.18 และตารางที่ 4.19 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระ สามารถอธิบายความแปรปรวนของอิทธิพลของความวิตกกังวล ที่มีต่อ พฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อใน "มุเตลู่" ได้ 16.9% ( $R^2=0.169$ ) และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่ามีเพียงปัจจัยความวิตกกังวลด้านสถานการณ์การเมืองภายในประเทศ ( $\beta=0.133$ ,  $P^{***}<0.05$ ) และความกังวลต่อการแพร่ระบาดของโควิด 19 ( $\beta=0.233$ ,  $P^{**}<0.01$ ) ส่งผลต่อ พฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อใน "มุเตลู่" อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาค่า  $\beta$  ของแต่ละปัจจัย พบว่าความกังวลต่อการแพร่ระบาดของโควิด 19 จะส่งผลต่อ พฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อใน "มุเตลู่" มากกว่าความวิตกกังวลต่อสถานการณ์การเมืองภายในประเทศ เนื่องจากมีค่า  $\beta$  สูงกว่า

4.4.2.2 สมมติฐานที่ 7 ความเชื่อใน “มุเตลู่” มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อ “มุเตลู่”

จากตารางที่ 4.20 ตารางที่ 4.21 และตารางที่ 4.22 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระ สามารถอธิบายความแปรปรวนของอิทธิพลของบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน "มุเตลู่" ที่มีต่อ พฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อใน "มุเตลู่" ได้ 32.1% ( $R^2=0.321$ ) และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อใน "มุเตลู่" อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาค่า  $\beta$  พบว่าบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน "มุเตลู่" มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มุเตลู่” สูงถึง 0.567 ( $P^{**}<0.01$ )

4.4.2.3 สมมติฐานที่ 8 ความเชื่อใน “มุเตลู่” มีอิทธิพลต่อกิจกรรมด้านการเลี้ยงโชค

จากตารางที่ 4.23 ตารางที่ 4.24 และตารางที่ 4.25 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระ สามารถอธิบายความแปรปรวนของอิทธิพลของบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน "มุเตลู่" ที่มีต่อ กิจกรรมที่มีความเสี่ยงทางการเลี้ยงโชคได้ 17.3% ( $R^2=0.173$ ) และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อพฤติกรรมที่มุ่งเน้นกิจกรรมที่มีความเสี่ยงทางการเลี้ยงโชค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาค่า  $\beta$  พบว่า

บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน "มูเตลู" มีอิทธิพลต่อกิจกรรมที่มีความเสี่ยงทางการเสี่ยงโชคที่ 0.416 ( $P^{**}<0.01$ )

4.4.2.4 สมมติฐานที่ 9 ความเชื่อใน “มูเตลู” มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมด้านการลงทุน

จากตารางที่ 4.26 ตารางที่ 4.27 และตารางที่ 4.28 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระ สามารถอธิบายความแปรปรวนของอิทธิพลของบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน "มูเตลู" ที่มีต่อกิจกรรมที่มีความเสี่ยงทางการลงทุนได้ 8.4% ( $R^2=0.084$ ) และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อพฤติกรรมที่มุ่งเน้นกิจกรรมที่มีความเสี่ยงทางการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาค่า  $\beta$  พบว่าบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน "มูเตลู" มีอิทธิพลต่อกิจกรรมที่มีความเสี่ยงทางการลงทุนที่ 0.29 ( $P^{**}<0.01$ )

#### 4.4.3 การวิเคราะห์ตัวแปรกำกับ (Moderator Analysis)

การศึกษาวัยครั้งนี้ผู้วิจัยให้ความสนใจว่า ความเชื่อมั่นว่าเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต ล้วนเป็นผลมาจากการกระทำและลักษณะพฤติกรรมของตนเอง (Internal Locus of Control) ซึ่งอาจมีปฏิสัมพันธ์ต่อความวิตกกังวลและพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู” จึงเป็นที่มาของการทดสอบสมมติฐานที่ 10 ที่ว่า “ความเชื่อมั่นว่าเหตุการณ์ต่างๆ เกิดจากการกระทำของตนเองมีปฏิสัมพันธ์ต่อความมื่ออิทธิพลของความวิตกกังวลกับพฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู” โดยผลจากการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์จะแสดงดังตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.29 สรุปผลการวิเคราะห์ความมื่อปฏิสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นว่าเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต ล้วนเป็นผลมาจากการกระทำของตนเองต่อความวิตกกังวลและพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	38.803	2	19.402	84.503	.000a
Residual	108.37	472	0.23		
Total	147.173	474			

a. Predictors: (Constant), Uncertainties, Internal Locus of Control

b. Dependent Variable: Superstitious Behavior

ตารางที่ 4.30 แสดงระดับความมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นว่าเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต ล้วนเป็นผลมาจากการกระทำของตนเองต่อความวิตกกังวลและพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
ความมีอิทธิพล	.513a	0.264	0.261	0.47916

ตารางที่ 4.31 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นว่าเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต ล้วนเป็นผลมาจากการกระทำของตนเองต่อความวิตกกังวลและพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”

Variable	Mean	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	Sig.
ความเชื่อมั่นว่าเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต ล้วนเป็นผลมาจากการกระทำของตนเอง	3.3804	-0.326	0.038	-0.34	0
ความวิตกกังวล	3.3154	0.271	0.032	0.34	0

Dependent Variable: Superstitious Behavior, Mean

3.3154

จากตารางที่ 4.29, 4.30 และ 4.31 แสดงให้เห็นว่าความเชื่อมั่นว่าเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต ล้วนเป็นผลมาจากการกระทำหรือพฤติกรรมของตนเอง ซึ่งเป็นตัวแปรกำกับสามารถแสดงความแปรปรวนต่อความวิตกกังวลและพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อใน "มูเตลู" ได้ 26.4% ( $R^2=0.264$ ) โดยค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 3.38 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความเชื่อมั่นว่าเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต ล้วนเป็นผลมาจากการกระทำหรือพฤติกรรมของตนเองมีปฏิสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม ( $\beta=-0.34, P<0.01^{**}$ ) ต่อความวิตกกังวลและพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อใน "มูเตลู" อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

#### 4.4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบทั้งหมด สามารถสรุปเป็นผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.32 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย		ผลการทดสอบ
H1	ความวิตกกังวลต่อปัญหาเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ต่อ บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู”	ไม่สนับสนุน
H2	ความวิตกกังวลต่อความขัดแย้งของมหาอำนาจต่างประเทศ มีความสัมพันธ์ต่อ บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู”	ไม่สนับสนุน
H3	ความวิตกกังวลต่อการเมืองภายในประเทศ มีความสัมพันธ์ต่อ บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู”	สนับสนุน
H4	ความวิตกกังวลต่อการแพร่ระบาดของโควิด 19 มีความสัมพันธ์ต่อ บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู”	สนับสนุน
H5	ความวิตกกังวลต่อดิจิทัลดิสรปชัน มีความสัมพันธ์ต่อ บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู”	ไม่สนับสนุน
H6	ความวิตกกังวล มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”	สนับสนุน
H7	บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”	สนับสนุน
H8	บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” มีอิทธิพลต่อ กิจกรรมด้านการเสี่ยงโชค	สนับสนุน
H9	บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมด้านการลงทุน	สนับสนุน
H10	ความเชื่อมั่นว่าเหตุการณ์ต่างๆ เกิดจากการกระทำของตนเองมีปฏิสัมพันธ์ต่อความวิตกกังวลและพฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู”	สนับสนุน

#### 4.5 ภาพรวมการวิเคราะห์และการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์และการประมวลผลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนประชากรไทย จำนวน 507 ตัวอย่าง ดังที่ได้อธิบายและแสดงรายละเอียดไว้ก่อนหน้านี้ ผู้วิจัยขอสรุปประเด็นที่สำคัญและสนใจดังนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มูเตลู” โดยมีความแปรปรวนถึง 32.1% และยังมีอิทธิพลต่อกิจกรรมด้านการเสี่ยงโชค ค่าความแปรปรวนที่ 17.3 อีกทั้งการทดสอบสมมติฐานทั้ง 2 ดังกล่าวยังแสดงค่า  $\beta$  มากที่สุด เป็นสิ่งบ่งชี้ว่า เมื่อมนุษย์มีบุคลิกลักษณะที่มีความเชื่อ ความศรัทธาในเรื่องเหนือธรรมชาติ หรือ “มูเตลู” ย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมที่จะแสดงออกในเรื่องดังกล่าว ดังนั้นจึงเป็นที่มาที่ผู้วิจัยให้ความสนใจที่จะนำผลการทดสอบดังกล่าว มาวิเคราะห์ให้ลึกกลงไปเพื่อหาความสัมพันธ์ว่า ปัจจัยใดในบุคลิกลักษณะของบุคคลที่มีความเชื่อใน “มูเตลู” ส่งผลต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อดังกล่าว ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์มาร่วมในการวิเคราะห์ในครั้งนี้ด้วย

ตารางที่ 4.33 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” (Superstitious Traits) กับปัจจัยทางด้านกิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านการเสี่ยงโชค (Gambling Interest)

ปัจจัย	เข้าร่วมกิจกรรมเสมอ	ชื่นชอบและสนุกสนาน	จะเข้าร่วมกิจกรรมอย่างแน่นอน	การเข้าร่วมกิจกรรมเป็นสิ่งที่สนุกสนาน
เข้าร่วมกิจกรรมการชิงโชค การลุ้นรางวัล และซื้อลอตเตอรี่อยู่เสมอ Risk_Pmt_Lotto_Frequently	1	.897	.836	.830
ชื่นชอบและสนุกกับกิจกรรมชิงโชค ลุ้นรางวัลต่างๆ รวมถึงลุ้นการถูกรางวัลลอตเตอรี่ Risk_Pmt_Lotto_Enjoy	.897	1	.876	.859
เข้าร่วมการจับฉลาก การชิงโชค ลุ้นรางวัล หรือซื้อลอตเตอรี่ ในอนาคตอย่างแน่นอน Risk_Pmt_Lotto_Entering	.836	.876	1	.889
การเข้าร่วมการจับฉลาก การชิงโชค การลุ้นรางวัลต่างๆ และการซื้อลอตเตอรี่ เป็นสิ่งที่สนุกสนาน Risk_Pmt_Lotto_Excitement	.830	.859	.889	1
บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน "มูเตลู"	.410**	.417**	.396**	.372**

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



จากตารางที่ 4.33 เมื่อนำบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” มาหาความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆของกิจกรรมด้านการเลี้ยงชีพ พบว่าบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” มีความสัมพันธ์กับความชื่นชอบและสนุกกับกิจกรรมเชิงโชค ลุ้นรางวัลต่างๆ รวมถึงลุ้นการถูกลอตเตอรี่ และมีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมกิจกรรมด้านการเลี้ยงชีพอยู่เสมอ ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ที่ 0.417 และ 0.410 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยในบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับ เพศ

เพศ	ชาย	หญิง	LGBTQ	รวม
การทำพิธีกรรมทางความเชื่อในมูเตลู	3.18	3.34	3.35	3.31
มีตัวช่วยที่จะทำให้โชคดี และจะรักษาไว้	3.39	3.44	3.51	3.44
แสดงตนว่าเป็น "คนสายมู"	2.88	3.27	3.26	3.18
คนที่รู้จัก มักจะบอกว่า "คุณเป็นคนสายมู"	2.70	3.15	3.16	3.05
จำนวน	120	319	68	507
ค่าเฉลี่ย	3.04	3.30	3.32	3.24

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยในบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับ รายได้

รายได้	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001	40,001 –	60,001	มากกว่า 80,001 บาท	รวม
		– 40,000 บาท	60,000 บาท	– 80,000 บาท		
การทำพิธีกรรมทางความเชื่อในมูเตลู	3.09	3.31	3.40	3.30	3.22	3.31
มีตัวช่วยที่จะทำให้โชคดี และจะรักษาไว้	3.30	3.45	3.44	3.35	3.59	3.44
แสดงตนว่าเป็น "คนสายมู"	2.79	3.19	3.30	3.30	2.98	3.18
คนที่รู้จัก มักจะบอกว่า "คุณเป็นคนสายมู"	2.75	3.02	3.20	3.32	2.63	3.05
จำนวน	53	154	168	69	63	507
ค่าเฉลี่ย	2.99	3.24	3.34	3.32	3.11	3.24

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยในบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับอายุ

อายุ	น้อย				รวม
	กว่า 25 ปี	26 - 41 ปี	42 - 57 ปี	มากกว่า 57 ปี	
การทำพิธีกรรมทางความเชื่อในมูเตลู	3.36	3.26	3.34	3.40	3.31
มีตัวช่วยที่จะทำให้โชคดี และจะรักษาไว้	3.36	3.48	3.38	3.60	3.44
แสดงตนว่า เป็น "คนสายมู"	3.03	3.11	3.26	3.35	3.18
คนที่รู้จัก มักจะบอกว่า "คุณเป็นคนสายมู"	2.82	2.87	3.25	3.35	3.05
จำนวน	39	234	214	20	507
ค่าเฉลี่ย	3.14	3.18	3.31	3.43	3.24

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าร้อยละของระดับความเชื่อใน “มูเตลู” ของเพศหญิงกับช่วงอายุ

เพศหญิงกับอายุ	Gen Z		Gen Y		Gen X		Baby Boom		รวม	
	0 - 25 ปี		26 - 41 ปี		42 - 57 ปี		มากกว่า 57 ปี			
ระดับความเชื่อในมูเตลู	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เชื่อไม่ศรัทธา	1	4.76%	5	3.29%	3	2.14%	1	16.67%	10	3.13%
มีความเชื่อและศรัทธาน้อย	2	9.52%	4	2.63%	13	9.29%		0.00%	19	5.96%
มีความเชื่อและศรัทธาปานกลาง	4	19.05%	48	31.58%	48	34.29%		0.00%	100	31.35%
มีความเชื่อและศรัทธามาก	12	57.14%	58	38.16%	60	42.86%	2	33.33%	132	41.38%
มีความเชื่อและศรัทธามากที่สุด	2	9.52%	37	24.34%	16	11.43%	3	50.00%	58	18.18%
รวม	21	100.00%	152	100.00%	140	100.00%	6	100.00%	319	100.00%

เพศหญิงสาย "มูเตลู"	85.71%	94.08%	88.57%	83.33%
---------------------	--------	--------	--------	--------

จากตาราง 4.34, 4.35, และ 4.36 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ของบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” กับ ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่ผู้วิจัยให้ความสนใจเป็นพิเศษ คือ เพศ รายได้ และอายุ ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวแสดงรายละเอียดดังนี้

1. เพศ จากตาราง 4.34 พบว่าทุกเพศมีค่าเฉลี่ยในการแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยต่างๆ ของบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” อยู่ในระดับมาก สำหรับการมีตัวช่วยที่จะทำให้พวกเขามีความโชคดียู่ในลำดับที่มากที่สุด (Mean = 3.44) และมีการทำพิธีกรรมทางความเชื่อใน “มูเตลู” เป็นลำดับรองลงมา (Mean = 3.31) โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศทางเลือกแสดงระดับความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ดังกล่าวเป็นลำดับมากที่สุด เพศหญิง (Mean = 3.30) และเพศชาย (Mean = 3.04) อยู่ในลำดับที่ 2 และ 3 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามหากพิจารณาถึงสัดส่วนหรือจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามเพศแล้วพบว่า เพศหญิงและเพศชายมีจำนวนมากกว่า เพศทางเลือกอยู่จำนวนมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า เพศหญิงมักจะมีการทำพิธีกรรมและมีตัวช่วยทางความเชื่อใน “มูเตลู” เพื่อที่จะทำให้ตนเองสมปรารถนา

2. รายได้ จากตาราง 4.35 พบว่าค่าเฉลี่ยของทุกช่วงรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง ในการแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยต่างๆ ของบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” อยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 40,001- 60,000 บาท มีค่าเฉลี่ยในการแสดงความคิดเห็นดังกล่าวมากที่สุด (Mean = 3.34) รายได้ที่อยู่ในช่วง 60,001- 80,000 บาท (Mean = 3.32) และ 20,001- 40,000 บาท (Mean = 3.24) เป็นลำดับรองลงมา ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าหากพิจารณาตามช่วงรายได้ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไปมักจะมีการทำพิธีกรรมและมีตัวช่วยทางความเชื่อใน “มูเตลู” เพื่อที่จะทำให้ตนเองสมปรารถนา อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 40,001- 60,000 บาท มีค่าเฉลี่ยในการแสดงความคิดเห็นดังกล่าวมากที่สุด

3. อายุ จากตาราง 4.36 พบว่าค่าเฉลี่ยของทุกช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างในการแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยต่างๆ ของบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อใน “มูเตลู” อยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงอายุ มากกว่า 57 ปี มีค่าเฉลี่ยในการแสดงความคิดเห็นดังกล่าวมากที่สุด (Mean = 3.43) ช่วงอายุ 42-57 ปี (Mean = 3.31) และ 26-41 ปี (Mean = 3.18) เป็นลำดับรองลงมา ตามลำดับ แต่หากพิจารณาถึงสัดส่วนหรือจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะเห็นว่าจำนวนของผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 26-41 ปี และ 42 – 57 ปี มีสัดส่วนที่มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 57 ปี อยู่จำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 46.15 และ 42.21 ตามลำดับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่านอกจากจะพิจารณาจากภาพรวมของอายุจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดแล้ว ควรพิจารณาประกอบกับระดับความเชื่อใน “มูเตลู” ที่แยกตามเพศและช่วงอายุ เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่แม่นยำมากขึ้น

4. ระดับความเชื่อใน “มูเตลู” ของเพศหญิงกับช่วงอายุ จากตาราง 4.37 พบว่าเพศหญิงมีระดับความเชื่อ ความศรัทธาใน “มูเตลู” อยู่ในระดับปานกลางจนถึงมากที่สุด ทั้งนี้เมื่อเทียบกับสัดส่วนในแต่ละช่วงอายุ พบว่าเพศหญิงที่มีอายุ 26-41 ปี (Gen Y) จะมีระดับความเชื่อ ความศรัทธาใน “มูเตลู” มากที่สุด คือ ร้อยละ 94.08 ในขณะที่ เพศหญิงอายุ 42-57 ปี (Gen X) และ อายุ 0-25 ปี (Gen Z) จะมีระดับความเชื่อ ความศรัทธาใน “มูเตลู” รองลงมาตามลำดับ คือ ร้อยละ 88.57 และ 85.71 ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่มีอายุ 26-41 ปี หรือ Gen Y มักจะมีการทำพิธีกรรม รวมถึงมีตัวช่วยทางความเชื่อใน “มูเตลู” เพื่อที่จะทำให้ตนเองสมปรารถนา



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู” ของประชากรในประเทศไทย” บทนี้จะเป็นการนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ผ่านมา มาทำการสรุปผล อภิปราย รวมถึงข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและวิจัยในครั้งต่อไป ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอในรูปแบบเชิงกลยุทธ์ ที่มุ่งเน้นให้ผู้สนใจนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ไปใช้ประโยชน์สำหรับการพัฒนาและต่อยอดในภาคธุรกิจในอนาคต โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ นักการตลาดและนักกลยุทธ์
  - 5.2.1 โอกาสทางธุรกิจที่เล็งเห็น
  - 5.2.2 การวิเคราะห์ผลการวิจัยกับกลยุทธ์
    - 5.2.2.1 กลุ่มเป้าหมาย
    - 5.2.2.2 บุคลิกคุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย
    - 5.2.2.3 พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
  - 5.2.3 กลยุทธ์ทางการตลาด
- 5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู” ของประชากรในประเทศไทย” ผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวนทั้งสิ้น 507 ตัวอย่าง ประกอบด้วยเพศหญิงจำนวน 319 คน เพศชายจำนวน 120 คน และเพศทางเลือกรื่นๆ จำนวน 68 คน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 26 ถึง 57 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มคน Gen X และ Gen Y โดยผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีรายได้อยู่ระหว่าง 20,000 ถึง 60,001 บาทและส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รวมถึงพนักงานบริษัทเอกชน ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 89 มีความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” อยู่ในระดับปานกลางจนถึงมากที่สุด ดังนั้นข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง

ทั้งหมดสามารถสะท้อนทัศนคติ พฤติกรรม รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อความศรัทธา ใน “มูเตลู” ได้เป็นอย่างดี

ผลจากการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปและข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว รวมถึงการทดสอบสมมติฐานตามกรอบงานวิจัยที่ผู้วิจัยให้ความสนใจ พบว่าความวิตกกังวลใจมีความสัมพันธ์กับบุคลิกลักษณะของบุคคลที่มีความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” อย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ เมื่อบุคคลนั้นเกิดความวิตกกังวลใจหรือมีความรู้สึกไม่มั่นคงต่อความไม่แน่นอน และยังไม่สามารถควบคุมหรือกำหนดการดำเนินชีวิตของตนเองได้ โดยเฉพาะ ความวิตกกังวลในเรื่อง สถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตอย่าง ดิจิทัลดิสรรัปชัน และสถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศ ล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิต ตลอดจนความไม่มั่นใจต่อความไม่แน่นอนหรือเหตุการณ์ที่ไม่สามารถที่จะคาดเดาได้ ทำให้บุคคลนั้นๆ ต้องการที่จะหาสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ รวมถึงต้องการที่จะหาคำตอบเพื่อช่วยในการตัดสินใจเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตของตน ความเชื่อ ความศรัทธาในไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ และเรื่องเหนือธรรมชาติอื่นๆ หรือ “มูเตลู” จึงเป็นหนทางหนึ่งที่ผู้คนเลือกที่จะพึ่งพา และแสดงออกมาทาง “บุคลิกลักษณะที่แสดงออกถึงความเชื่อดังกล่าว” ตลอดจนส่งผลต่อพฤติกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับความเชื่อใน “มูเตลู” ไม่ว่าจะเป็น การมีตัวช่วยที่จะทำให้ตนมีความโชคดี การใช้สี เลขมงคล หรือการพกวัตถุมงคล เครื่องรางของขลังต่างๆ การทำพิธีกรรมทางด้านโหราศาสตร์ ไสยศาสตร์ เช่น การดูหมอ ดูดวง ดูลายมือ และการทำนายพยากรณ์ต่างๆ ซึ่งปัญหาหรือความกังวลที่กลุ่มคนเหล่านี้มักจะพึ่งพา “มูเตลู” อยู่เสมอ คือ เรื่องโชคลาภ หน้าที่การงาน และความรัก ทั้งนี้มักใช้ช่องทางออนไลน์ในการสืบค้นหาข้อมูลทางด้านความเชื่อ ความศรัทธาใน “มูเตลู” ในประเด็นที่ตนเองสนใจ เช่น ใช้การเสิร์ชเอนจินผ่านทางกูเกิล หรือ เฟซบุ๊ก รวมถึงการบอกต่อก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สำคัญ

อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าแปลกใจ เมื่อวิเคราะห์ถึงความมีอิทธิพลระหว่างความวิตกกังวลใจกับพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู” กลับพบว่า มีเพียงปัจจัยทางการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 และ สถานการณ์การเมืองภายในประเทศเท่านั้นที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมในความเชื่อดังกล่าว นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ที่มีความเชื่อ ความศรัทธาใน “มูเตลู” จะมีพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความชื่นชอบกิจกรรมในด้านการเสี่ยงโชค และกิจกรรมที่มีความเสี่ยงทางการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ เช่น การลุ้นรางวัล การซื้อหวยหรือลอตเตอรี่ การลงทุนและหาโอกาสทางการเงินในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การซื้อขายหุ้น หรือลงทุนในคริปโตเคอร์เรนซี ทั้งนี้เมื่อผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ลึกกลงไปในส่วนของพฤติกรรมที่กลุ่มคนเหล่านี้แสดงออกทางด้านกิจกรรมที่มีความเสี่ยง พบว่า กลุ่มคนดังกล่าวจะแสดงพฤติกรรมในด้านการชิงโชค ลุ้นรางวัล รวมถึงการลุ้นการถูกลอตเตอรี่

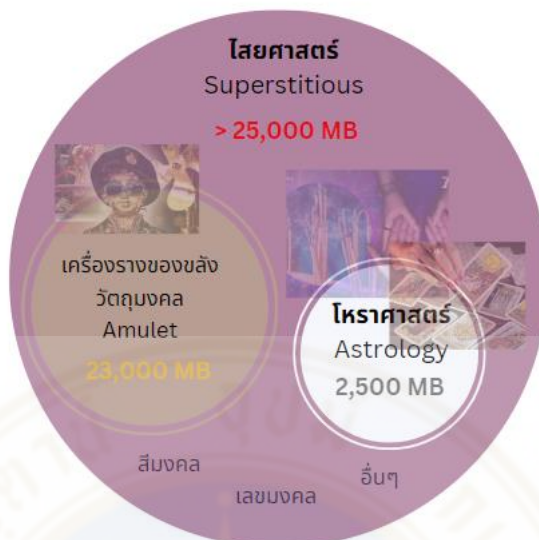
โดยมักจะให้ความชื่นชอบและเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวอยู่เสมอๆ นอกจากนี้ยังพบว่าเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 26-41 ปี (Gen Y) และมีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป จะมีพฤติกรรมในด้านการเลี้ยง โขกเป็นพิเศษ

### ผลการวิจัยกับการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยต่างประเทศ

จากผลการการศึกษาและวิจัยครั้งนี้ เมื่อนำไปพิจารณากับการทบทวนวรรณกรรมทั้งในและต่างประเทศที่ได้ปรากฏไว้ในบทที่ 2 โดยเฉพาะการศึกษางานวิจัยในต่างประเทศ พบว่ามีความคิดเห็นไปในทางที่สอดคล้องและขัดแย้งกัน ดังนี้

เมื่อบุคคลมีความไม่มั่นใจในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนมากเท่าใด จะยังมีความวิตกกังวลในสถานการณ์ต่างๆ มากขึ้นเท่านั้น จึงนำไปสู่การแสวงหาเครื่องมือหรือตัวช่วยที่คิดว่าจะเป็นสิ่งที่จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นได้ว่า สามารถจัดการความวิตกกังวล ตลอดจนบรรลุเป้าหมายตามที่ตนต้องการ เครื่องมือหรือตัวช่วยอย่างหนึ่งที่นิยม คือ ความเชื่อความศรัทธาในไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ หรือ “มูเตลู” ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Chinchanchokchai, Pusaksrikrit, & Pongsakornrunsilp (2017), Matta, Rogova, & Luna-Cort'es (2021), Lindeman, Aarnio (2006), Hoffmann, Plotkina, Roger & D' Hondt (2022) และ Block & Kramer (2008) โดยจะส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคลดังกล่าว ที่มักจะให้ความสนใจในกิจกรรมที่มีความเสี่ยงและไม่สามารถควบคุมได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการลุ้นโปรโมชัน การได้รางวัล การลงทุนในรูปแบบต่างๆ ตลอดจนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพนัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Carlson, C. Mowen, & Fang (2009), Enrlich (2009b) และ Henaddez et al. 2008 อย่างไรก็ตามผลการวิจัยครั้งนี้ อาจมีความขัดแย้งในเรื่องของ บุคคลที่มีพื้นฐานข้อมูลหรือมีความรู้ในระดับน้อย มีแนวโน้มจะมีความเชื่อทางมูเตลูในระดับที่สูง เนื่องจากผลการศึกษาวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ระดับการศึกษาไม่ได้มีค่าทางสถิติที่เป็นนัยสำคัญ ที่บ่งบอกว่าระดับการศึกษามีผลต่อความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” แต่อย่างใด กล่าวคือ ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 64.89 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งถือว่าเป็นระดับการศึกษาที่มีพื้นฐานข้อมูลอยู่ในระดับมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยของระดับความเชื่อความศรัทธาอยู่ในเกณฑ์ปานกลางถึงมาก ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าลักษณะของพฤติกรรมความเชื่อต่างๆ ขึ้นอยู่กับปัจเจกบุคคล สังคม วัฒนธรรมและบริบทของสังคมหรือประเทศนั้น

## 5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ นักการตลาดและนักกลยุทธ์



รูปภาพที่ 5.1 ภาพสัดส่วนมูลค่าตลาดมูเตลูในประเทศไทย

### 5.2.1 โอกาสทางธุรกิจที่สังเกตเห็น

จากการศึกษาข้อมูลทั้งไทยและต่างประเทศ รวมถึงข้อมูลทางสื่อออนไลน์ต่างๆ ความเชื่อความศรัทธาในไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ หรือที่ปัจจุบันเรามักจะให้คำเรียกหรือคำจำกัดความของความเชื่อความศรัทธาดังกล่าวว่าเป็น “มูเตลู” ตามที่ได้อธิบายและปรากฏรายละเอียดถึงความเป็นมาตลอดจนวิวัฒนาการของความเชื่อความศรัทธาในสิ่งเหล่านี้ไว้ในบทที่ 2 แล้วนั้น อาจสรุปได้ว่า “มูเตลู” จัดอยู่ในประเภทของไสยศาสตร์ (Superstitious) มีทั้งด้านดี (ไสยขาว) และด้านไม่ดี (ไสยดำ) โดยจะประกอบไปด้วยความเชื่อความศรัทธาทางด้านโหราศาสตร์ (Astrology) ที่เกี่ยวกับการทำนายการพยากรณ์ การคาดคะเนต่างๆ และการนับถือหรือบูชาเครื่องรางของขลัง รวมไปถึงความเชื่อความศรัทธาอื่นๆ ที่ไม่ได้จัดอยู่ในหมวดของโหราศาสตร์ เช่น การใช้สี ตัวเลขมงคล เป็นต้น ในปี 2563 พบว่า “ธุรกิจความเชื่อ เป็น 1 ใน 15 ธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตสูง แม้เทคโนโลยีจะเข้ามาบีบตลาด แต่คนไทยยังมีความเชื่อในเรื่องนี้อยู่มาก ที่ผ่านมามองเห็นได้ว่าธุรกิจเกี่ยวกับศาสตร์แห่งการพยากรณ์ ธุรกิจเกี่ยวกับ “มูเตลู” สายมู ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อความศรัทธา เริ่มมีช่องทางและรูปแบบในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การให้บริการโหราศาสตร์ด้านต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชัน มีกลุ่มธุรกิจไลน์ (Line) รวมถึงการให้บริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตยี่ห้อต่างๆ ที่ให้ความสนใจในธุรกิจทางด้านศาสตร์นี้ สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า มูลค่าทางการตลาด “มูเตลู” หรือสายมู และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อในด้านนี้ จัดว่ามีมูลค่าทางการตลาดที่สูงมาก โดยพบว่ามูลค่าทางการตลาดของเครื่องรางของขลัง พระเครื่อง มีมูลค่า 23,000



ล้านบาท ทางด้านโหราศาสตร์มีมูลค่า 2,500 ล้านบาท ดังนั้นจึงอาจคาดการณ์ได้ว่ามูลค่าตลาดทั้งหมดของความเชื่อความศรัทธาที่เกี่ยวกับ “มูเตลู” ในประเทศไทย อาจจะมีมูลค่าสูงมากกว่า 25,000 ล้านบาทก็เป็นได้



รูปภาพที่ 5.2 ภาพการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัย

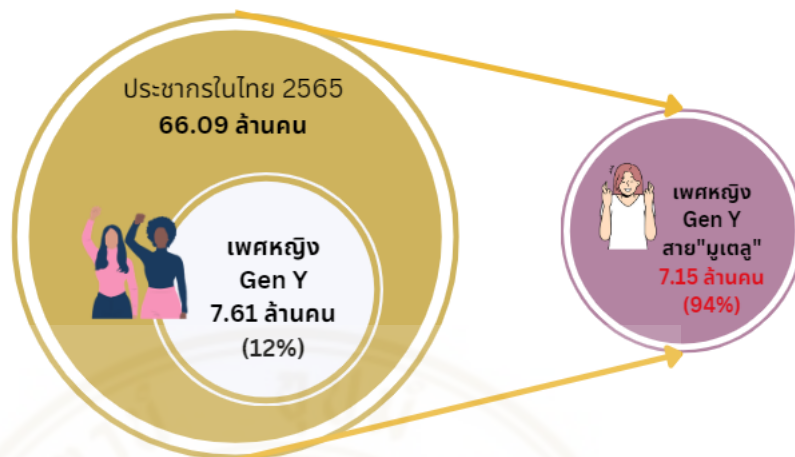
### 5.2.2 การวิเคราะห์ผลการวิจัยกับกลยุทธ์

จากผลของการศึกษาวิจัยและมูลค่าตลาดของความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” ทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงความนิยมและเล็งเห็นโอกาสในธุรกิจสำหรับความเชื่อความศรัทธาดังกล่าว จึงได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู” โดยได้นำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้ มาร่วมในการพิจารณาและวิเคราะห์ถึงแนวทางที่มีความเป็นไปได้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำแผนธุรกิจและสามารถนำไปประยุกต์สร้างให้เกิดกลยุทธ์ในด้านต่างๆ โดยเฉพาะกลยุทธ์ทางการตลาด สำหรับผู้วิจัยหรือผู้ประกอบการที่สนใจที่จะนำไปปรับใช้สำหรับการพัฒนาและต่อยอดในภาคธุรกิจในอนาคต

ทั้งนี้ข้อเสนอแนะทางกลยุทธ์ที่ผู้วิจัยจะนำเสนอได้นำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาประยุกต์ใช้ โดยวิเคราะห์จำแนกออกเป็นทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย
2. บุคลิกคุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย
3. พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

### 5.2.2.1 กลุ่มเป้าหมาย



รูปภาพที่ 5.3 ภาพการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้พบว่าเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 26-41 ปี (Gen Y) และมีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป จะมีระดับความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” มากกว่าประชากรกลุ่มอื่นๆ เมื่อผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์หาสัดส่วนของประชากรกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวต่อประชากรในประเทศไทยปี 2565 จากสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง จำนวน 66.09 ล้านคน ซึ่งประกอบไปด้วยเพศหญิง อายุระหว่าง 26-41 ปี (Gen Y) 7.61 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 12 ของจำนวนประชากรไทยทั้งหมดในขณะนั้น พบว่าสัดส่วนประชากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย หรือ เพศหญิงอายุระหว่าง 26-41 ปี (Gen Y) ที่มีความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” มีจำนวน 7.15 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 94 ของประชากรที่เป็นเพศหญิง Gen Y ทั้งหมด

### 5.2.2.2 บุคลิกคุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย

จากการวิเคราะห์ผลการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้ พบว่าเมื่อบุคคลมีความวิตกกังวลในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน โดยเฉพาะสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 และสถานการณ์การเมืองภายในประเทศ ทำให้ต้องประสบกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ รวมถึงต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรคต่างๆ ที่อาจจะไม่สามารถควบคุมได้ ส่งผลให้เกิดปัญหาในการดำเนินชีวิตประจำวัน เกิดความวิตกกังวล ไม่มั่นใจ ทั้งเรื่องสภาพเศรษฐกิจ สถานะการเงิน โชคลาภหน้าที่การงาน ตลอดจนความรักในรูปแบบของความสัมพันธ์ต่างๆ และในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยต้องประสบกับสถานการณ์ในเรื่องดังกล่าวอย่างทำ

ทาย ยิ่งส่งผลให้ผู้คนต้องเผชิญกับอุปสรรคและสถานการณ์ในการดำเนินชีวิตที่ยากลำบากมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้คนจึงต้องการที่ยึดเหนี่ยวและที่พึ่งทางจิตใจ เพื่อจะหาทางออกและแก้ปัญหาต่างๆ โดยจากผลการศึกษาวิจัยพบว่าสิ่งหนึ่งที่บุคคลมักจะเลือกแสดงออกผ่านทางบุคลิกลักษณะ นั้นคือ บุคลิกลักษณะที่เน้นทางความเชื่อใน “มูเตลู” กล่าวคือ การแสดงออกด้วยการแสวงหาตัวช่วยที่จะทำให้ตนมีความโชคดี ไม่ว่าจะเป็น การใช้สีหรือเลขมงคล การพกเครื่องรางของขลัง วัตถุมงคล ตลอดจนการพึ่งพาหมอดู การทำนายพยากรณ์ต่างๆ โดยผ่านช่องทางออนไลน์และการแนะนำหรือการบอกต่อเป็นส่วนใหญ่

### 5.2.2.3 พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

จากการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้พบว่า เมื่อบุคคลหรือกลุ่มเป้าหมายมีความวิตกกังวลในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ที่ตนไม่สามารถควบคุมได้ ส่งผลให้บุคคลนั้นๆ แสวงหาตัวช่วยเพื่อจะหาทางออกและแก้ปัญหาต่างๆ และความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” ก็เป็นสิ่งที่หลายคนเลือกที่จะพึ่งพา อย่างไรก็ตามบุคลิกลักษณะที่แสดงออกในด้านความเชื่อความศรัทธาดังกล่าว ส่งผลทำให้เกิดพฤติกรรมที่มีความนิยมและชื่นชอบในกิจกรรมที่มีความเสี่ยง ไม่ว่าจะเป็น การลู่รางวัด การเสี่ยงโชค การพนัน การซื้อลอตเตอรี่ และการเพิ่มโอกาสทางด้านการเงินด้วยการลงทุน

### 5.2.3 กลยุทธ์ทางการตลาด



รูปภาพที่ 5.4 ประมวลการนักพนันในประเทศไทย ปี 2560  
ที่มา: รายงานจากศูนย์ศึกษาการพนันปี 2561

จากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย บุคลิกลักษณะ และพฤติกรรม ที่ได้จากผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีความสอดคล้องกับข้อมูลจากศูนย์ศึกษาการพนัน ปี 2564 พบว่าคนไทยเล่นการพนันประมาณ 32.33 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 59.6% เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ถึง 1.9 ล้านคน จากการศึกษาดังกล่าวยังได้ระบุว่า คนไทยยังมีความคิดว่าการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยไม่ถือว่าเป็นการพนัน การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลยังเป็นการพนันที่มีความนิยมสูงที่สุดติดต่อกันมาหลายปี และข้อมูลจากศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ ปี 2561 พบว่านักพนันกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุ 40-49 ปี เล่นการพนันมากที่สุด โดยมีนักพนันหน้าใหม่เพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี โดยเฉพาะเพศหญิงมากกว่าเพศชายถึง 6 เท่า ซึ่งกระจายตัวอยู่แทบทั่วทุกภาคของประเทศไทย ดังนั้นสลากกินแบ่งรัฐบาลจึงกลายเป็นตลาดการพนันที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 1 ของประเทศ ซึ่งในขณะที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาในเรื่องดังกล่าวอยู่นั้น พบว่ามีผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยสนใจประกอบกิจการขายสลากกินแบ่งรัฐบาลในรูปแบบของหวยออนไลน์ จากข่าวและสื่อออนไลน์ต่างๆ พบว่า มีผู้ประกอบการที่เป็นผู้เล่นรายใหญ่หลักๆ ในประเทศไทย จำนวน 3 ราย คือ กองสลากพลัส มังกรฟ้า และหงส์ทอง โดยผลประกอบการของทั้ง 3 รายรวมกันในปี 2564 มีมูลค่า 1,227 ล้านบาท ส่งผลให้มีผู้ประกอบการหน้าใหม่ทั้งเล็กและใหญ่สนใจเข้ามาเล่นในตลาดนี้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการนำเอากลุ่มเป้าหมาย บุคลิกลักษณะ ตลอดจนพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่ได้จากผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สามารถที่จะเชื่อมโยงไปสู่ข้อเสนอแนะด้านกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจด้านการพนัน โดยเฉพาะธุรกิจขายสลากกินแบ่งรัฐบาลผ่านช่องทางออนไลน์ที่ผู้วิจัยจะนำเสนอต่อไป และเชื่อว่าจะเป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจดังกล่าวไม่มากนักน้อย (PPTV, 2565; ThaiPublica, 2562)

เนื่องจากการพนันเป็นสิ่งผิดกฎหมาย ผู้วิจัยมิได้มีเจตนาสนับสนุนหรือส่งเสริมในกิจกรรมดังกล่าวไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใดๆ ดังนั้นจึงขอแนะนำเสนอกลยุทธ์สำหรับภาคธุรกิจที่มีได้ผิดต่อกฎหมายในประเทศไทยเพียงเท่านั้น

## MUKETING STRATEGY



รูปภาพที่ 5.5 ตัวอย่างโฆษณาการใช้การตลาดสายมูกับธุรกิจขายหวยออนไลน์

1. การทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์หรือสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) ด้วยการมุ่งเน้นไปที่กลุ่มเพศหญิง อายุ 26-41 ปี หรือ Gen Y ที่มีบุคลิกลักษณะและพฤติกรรมในความเชื่อความศรัทธา หรือเป็นคนสาย “มูเตลู” ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีแนวโน้มจะเข้าสู่การซื้อสินค้าประเภทสลากกินแบ่งรัฐบาลในรูปแบบของหวยออนไลน์ ด้วยการใช้เทคนิคต่อไปนี้

- การทำโฆษณาผ่านบน Search Engine Optimization ด้วยการสร้างคำค้นหา (Keyword Research) ที่เกี่ยวกับความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” ที่เป็นที่ยอมรับหรือเป็นที่สนใจในขณะนั้น เพื่อเพิ่มโอกาสหรือดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่มีบุคลิกลักษณะและพฤติกรรมใน “มูเตลู” เข้าหาแบรนด์หรือผู้ประกอบการที่ขายสลากกินแบ่งรัฐบาลออนไลน์ ผู้แพลตฟอร์ม เว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ของธุรกิจนั้นๆ นอกจากนี้ อาจใช้วิธีการสร้างคอนเทนต์หรือเว็บไซต์ให้ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว เพื่อให้ติดอันดับผลการค้นหาเป็นลำดับต้นๆ ก็เป็นอีกหนึ่งวิธีที่ช่วยดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายเข้าหาแบรนด์ธุรกิจโดยไม่ต้องทำการโฆษณาแต่อย่างใด
- การทำการตลาดด้านคอนเทนต์ (Content Marketing) โดยการสร้างเรื่องราวที่เกี่ยวกับความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” เช่น เรื่องของการได้โชคลาภ ความโชคดีกับวัตถุมงคลต่างๆ การใช้สีที่ถูกโฉลกตรงตามวันเกิดของกลุ่มเป้าหมาย มีผลต่อการเลือกเลขดีเลขมงคล เพื่อโยงไปสู่โอกาสการถูกรางวัลลอตเตอรี่ ซึ่งสามารถทำได้

หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น คลิปวิดีโอสั้นๆ โฆษณา บทความบนเว็บไซต์ โพสต์ข้อความหรือรูปภาพ เป็นต้น โดยทำการเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งหมด เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) อินสตาแกรม (Instagram) ตี๊กต็อก (TikTok) รวมถึงเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มของธุรกิจเองด้วย นอกจากนี้หากผู้ประกอบการหรือภาคธุรกิจมีเงินทุนมากพอ อาจจะใช้วิธีการสร้างคอนเทนต์ หรือเรื่องราวที่น่าสนใจของสินค้าและบริการ เข้ามาเกี่ยวข้องกับคอนเทนต์นั้นๆ ผ่านการโฆษณาตามช่องทางออนไลน์ต่างๆ โดยให้องค์กรที่เป็นผู้รับจ้างด้านการตลาดเป็นผู้จัดทำ (Marketing Agency) เพื่อให้เก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่สนใจผลงานโฆษณาชิ้นนั้นๆ ช่วงวันและเวลาการเข้าดู จำนวนยอดไลค์ ยอดแชร์ และจำนวนหรือปริมาณการสั่งซื้อสินค้ากินแบ่งรัฐบาลที่มาจากเรื่องราวหรือโฆษณานั้นๆ เป็นการได้ข้อมูลในเชิงพฤติกรรมที่จะนำไปพัฒนาและต่อยอดด้านกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

- **การทำการตลาดบนช่องทางโซเชียลมีเดีย (Social Media Marketing)** ผ่านช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนสาย “มูเตลู” ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) และการบอกต่อ เช่น การร่วมมือหรือทำกิจกรรมออนไลน์กับ เฟซบุ๊ก (Facebook) ของกลุ่มคนสายมูเตลูหลากหลายกลุ่ม การสร้างแฮชแท็ก (Hashtag) หรือกลุ่มคำผ่านช่องทาง อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) หรือนำเอาแบรนด์ไปอยู่ในกลุ่มของแฮชแท็กเหล่านั้น เพื่อเป็นแหล่งพูดคุย แชร์ประสบการณ์ การบอกต่อ เป็นการสร้างแรงดึงดูดและพากลุ่มเป้าหมายดังกล่าวสู่แบรนด์ของธุรกิจได้

2. **การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่ติดตาม (Influencer)** ของกลุ่มเป้าหมายด้วยกลยุทธ์การบอกต่อ โดยอาจทำได้ใน 2 แนวทาง คือ การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นคนสายมูเตลู หรือการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงโดยทั่วไป เช่น หมอคู่ชื่อดัง ดารา นักแสดง นักร้อง พิธีกร เป็นต้น ในการแบ่งปันประสบการณ์ เรื่องราว ด้วยการบอกต่อ การซื้อหรือการถูกรางวัลตลอดชีวิตกับแบรนด์ของธุรกิจในรูปแบบของการมีความเชื่อความศรัทธาใน “มูเตลู” มาเกี่ยวข้อง

## 5.3 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

### 5.3.1 ข้อจำกัดงานวิจัย

1. การศึกษาและวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารทั้งไทยและต่างประเทศ โดยได้นำแนวทางหรือข้อสงสัยต่างๆ จากงานวิจัยรวมถึงเอกสารทางวิชาการในอดีตมาปรับปรุงและประยุกต์ให้เข้ากับบริบทของประเทศไทย ผู้วิจัยจึงได้เลือกตัวแปรบางตัวจากการศึกษาในอดีตดังกล่าวที่เกี่ยวกับ บุคลิกลักษณะ พฤติกรรม และปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับ ความเชื่อ ความศรัทธา ใน “มูเตลู” ซึ่งปัจจัยหรือตัวแปรดังกล่าวอาจจะไม่ครอบคลุม หรือ ไม่สอดคล้องต่อตัวแปรตาม จึงทำให้ค่า R Square ของตัวแปรต้นบางรายการของวิจัยครั้งนี้มีค่าออกมาไม่สูงมากนัก นอกจากนี้ ผลการวิจัยดังกล่าวถูกจัดทำขึ้นกับบริบทสังคมไทย ซึ่งอาจจะไม่สามารถสะท้อนต่อบริบทของวัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะพฤติกรรมของประเทศอื่นๆ ได้

2. การศึกษาและวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ จึงสามารถแสดงผลการวิจัยได้เพียงความสัมพันธ์และความมีอิทธิพลระหว่างชุดตัวแปรต้นที่ผู้วิจัยให้ความสนใจนำมาศึกษาในงานวิจัยกับตัวแปรตาม ที่เป็นพฤติกรรมในความเชื่อ “มูเตลู” เท่านั้น มิได้มีข้อมูลเชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างแต่อย่างใด

3. เนื่องจากผลของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มุ่งศึกษาพฤติกรรมที่แสดงออกมายังกิจกรรมที่มีความเสี่ยง ด้านการลี้ภัยทางวัฒนธรรม และด้านการลงทุน ที่มีความเกี่ยวข้องกับ ความเชื่อ ความศรัทธาใน “มูเตลู” จึงอาจไม่สะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อกิจกรรมในด้านอื่นๆ ได้

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ควรเพิ่มการศึกษาตัวแปรอื่นๆ เพิ่มเติมที่อาจส่งผลต่อบุคลิกลักษณะ และพฤติกรรม ความเชื่อ ความศรัทธาใน “มูเตลู” เช่น ลักษณะทางภูมิภาค ความแตกต่างในลักษณะของมูเตลูต่างๆ ส่งผลต่อพฤติกรรมทางความเชื่อความศรัทธาหรือไม่

2. หากต้องการเพิ่มเติมในรายละเอียดสำหรับสาเหตุเชิงลึกจากกลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยให้ความสนใจ ในแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคลิกลักษณะ และพฤติกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับความเชื่อ ความศรัทธาใน “มูเตลู” ผู้วิจัยอาจต้องทำการศึกษาวิจัยข้อมูลในเชิงคุณภาพ สำหรับงานวิจัยในครั้งถัดไป

3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความมีอิทธิพลของความเชื่อในเรื่องเหนือธรรมชาติ ไสยศาสตร์ หรือ มูเตลู ที่มีต่อลักษณะพฤติกรรมของมนุษย์แต่เป็นลักษณะของการศึกษาที่เฉพาะเจาะจงเท่านั้น ดังนั้นควรศึกษาวรรณกรรม รวมถึงเอกสารที่เกี่ยวข้องที่มีความใกล้เคียงเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถครอบคลุมตัวแปรต้น ตัวแปรตามตลอดจนปัจจัยอื่นๆ ที่อาจจะมี ความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพล อีกทั้งยังเป็นการให้เห็นถึงข้อสังเกต หรือข้อควรพิจารณาในประเด็นอื่นๆ สำหรับการศึกษาวิจัยในความเชื่อ ความศรัทธา และเพื่อให้ได้ผลสรุปงานวิจัยที่ตรงตามวัตถุประสงค์ สะท้อนถึงข้อเท็จจริงให้ได้มากที่สุด

## บรรณานุกรม

- Allport, G. W. (1961). Patterns of growth in personality. *Harvard University, Library of Congress Catalog Card Number: 61-15283.*
- Block, L., & Kramer, T. (2008). The effect of superstitious beliefs on performance expectations. *Journal of the Academy of Marketing Science, 37*(2), 161-169. doi:10.1007/s11747-008-0116-y
- Burachat Jandaeng, S. K. a. S. K. (2018). Factors that Affecting Behavior Change. *Dhammathas Academic Journal, 19*(4).
- Burger, J. M., & Lynn, A. L. (2005). Superstitious Behavior Among American and Superstition and Baseball Players Burger and Lynn Japanese Professional Baseball Players. 71-76.
- Carlson, B. D., Mowen, J. C., & Fang, X. (2009). Trait superstition and consumer behavior: Re-conceptualization, measurement, and initial investigations. *Psychology & Marketing, 26*(8), 689-713. doi:10.1002/mar.20295
- Chinchanachokchai, S., Pusaksrikit, T., & Pongsakornrunsilp, S. (2016). Exploring Different Types of Superstitious Beliefs in Risk-Taking Behaviors. *Social Marketing Quarterly, 23*(1), 47-63. doi:10.1177/1524500416672439
- CMMU. (2563). เจาะอินไซต์ 52 ล้านคนไทย “สายมู” กับ 5 อันดับความเชื่อ โอกาสแบรนด์ซุกกลยุทธ “การตลาดของคนอยู่เป็น”. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2021/01/cmmu-suggest-marketing-in-the-uncertain-world/>
- Hoffmann, A., Plotkina, D., Roger, P., & D'Hondt, C. (2022). Superstitious beliefs, locus of control, and feeling at risk in the face of Covid-19. *Pers Individ Dif, 196*, 111718. doi:10.1016/j.paid.2022.111718
- innnews. (2564, 17 กุมภาพันธ์ 2564). มูเตลู มาจากไหน แปลว่าอะไร. สืบค้นจาก [https://www.innnews.co.th/horoscope/news\\_40779/](https://www.innnews.co.th/horoscope/news_40779/)



- Lindeman, M., & Aarnio, K. (2006). Superstitious, magical, and paranormal beliefs: An integrative model. *Journal of Research in Personality*, 41(4), 731-744.  
doi:10.1016/j.jrp.2006.06.009
- Lindeman, M., & Svedholm, A. M. (2012). What's in a Term? Paranormal, Superstitious, Magical and Supernatural Beliefs by Any Other Name Would Mean the Same. *Review of General Psychology*, 16(3), 241-255. doi:10.1037/a0027158
- Matta, S., Rogova, N., & Luna-Cortes, G. (2021). Investigating tolerance of uncertainty, COVID-19 concern, and compliance with recommended behavior in four countries: The moderating role of mindfulness, trust in scientists, and power distance. *Pers Individ Dif*, 186, 111352. doi:10.1016/j.paid.2021.111352
- Pallas. (2549). วิวัฒนาการ ของ โหราศาสตร์ สืบค้นจาก  
<http://www.horauranian.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=374917&Ntype=2>
- PPTV, O. (2565). ปี 64 ไทยมีนักพนันหน้าใหม่ เกือบ 8 แสนคน บ่อนออนไลน์เป็นประวัติกาล. สืบค้นจาก  
<https://www.pptvhd36.com/news/%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A1/176883>
- Techsauce, T. (2022). Horosociety เผยเทรนด์ 'การตลาดสายมู' (Muketing) เป็นการตลาดแนวใหม่ที่เข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุดในปี 2022. สืบค้นจาก  
<https://techsauce.co/pr-news/horoscope-nft-horosociety-muketing>
- ThaiPublica, I. (2562). สำรวจพฤติกรรมคนไทย “เล่นการพนัน” 29 ล้านคน ตั้งแต่เด็กถึงคนแก่ ยอดเต๋อริ่สุดสุด แถมกลุ่ม “เล่นหนัก” เพิ่มมากขึ้น. สืบค้นจาก  
<https://thaipublica.org/2019/02/gamble-lottery-study-report-2/>
- UndubZapp. (2563). สายมูหัวซุกซน!! 4 ดาราคนดัง ศรีทธาเครื่องรางของขลัง ส่งต่อความมั่งคั่งจาก ความเชื่อ. สืบค้นจาก  
<https://today.line.me/th/v2/article/PQ66X1>  
<https://today.line.me/th/v2/article/PQ66X1>
- เส้นทางเศรษฐีออนไลน์. (2565). จากเงินลงทุนเพียง 1 หมื่น สู่ ธุรกิจร้อยล้าน RAVIPA แบรินด์จิวเวลรี่ สายมู(เต๋อ) นาทีนี้ ไม่มีใครไม่รู้จัก! 30 กรกฎาคม พ.ศ.2565. สืบค้นจาก  
[https://www.sentangsedtee.com/exclusive/article\\_207755](https://www.sentangsedtee.com/exclusive/article_207755)

- แจ่มจำรัส, ธ., คาวสนั่น, ว., & จันทร์แดง, ป. (2564). ธุรกิจพระเครื่องออนไลน์กับวิถีความเชื่อในยุค 4.0. วารสารบัณฑิตแสงโคมศ ๑(ปีที่ 6 ฉบับที่ 1).
- ข่าวโมโน. (2563). วงการ "หมอดู" เงินสะพัดพันล้าน! ปี 63 ธุรกิจรุ่งสวนกระแสโควิด. สืบค้นจาก [https://www.facebook.com/Mono29News/posts/1233170307085120/?\\_rdc=2&\\_rdr](https://www.facebook.com/Mono29News/posts/1233170307085120/?_rdc=2&_rdr)
- จำเริญ, ว. (2550). ไสยศาสตร์เป็นที่พึ่งของสังคมไทยจริงหรือ. วารสารมนุษยศาสตร์ปริทรรศน์.
- กงอาษาภัทร, บ., & ภทรชนกุล, เ. (2564). Brand X Mutelu การตลาดสายมู *Brand Age*.
- จันตะนี, อ. (2559). เศรษฐกิจพระเครื่องเมืองไทย. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 1(10).
- บุตราภส, ป. (2018). พระเครื่อง เรื่องไม่เล็ก (1): ตลาดใหญ่ใกล้เคียงกับสินค้าบริโภคอุปโภค สืบค้นจาก <https://thaipublica.org/2018/01/trirong01/>
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2554). ความหมายของบุคลิกลักษณะ. สืบค้นจาก <https://dictionary.orst.go.th/>
- มานิตเจริญ, ม., & พุทธทาสภิกขุ. (2513-2527). แนวคิดและการจัดประเภทไสยศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยศิกรไทย. (2563). ตลาดพระเครื่องไทย ความศรัทธาสร้างมูลค่าธุรกิจ เงินสะพัดกว่า 2 หมื่นล้าน. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/KResearchcenter/photos/a.859276567582523/1269439566566219>
- สารพันธ์, ณ., ลีลา, จ., สิริขมุโม, พ., & อภิตโน, พ. (2564). โหราศาสตร์กับการดำเนินชีวิต. วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์, 8 (4 ตุลาคม - ธันวาคม).
- สินธุวงศ์ศรี, อ. (2560). พฤติกรรมการดูดวงของคนเมืองในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยสังคม (1 (ม.ค. - มิ.ย)), 201 - 225.



ภาคผนวก

## ภาคผนวก

รายละเอียดตัวแปรทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

สัญลักษณ์	รายการตัวแปร	Variable List
ส่วนที่ 1		
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		
Gender	เพศ	ชาย หญิง LGBTQ
Age	อายุ	น้อยกว่า 25 ปี 26 - 41 ปี 42 - 57 ปี มากกว่า 57 ปี
Income	รายได้	ต่ำกว่า 20,000 บาท 20,001 - 40,000 บาท 40,001 - 60,000 บาท 60,001 - 80,000 บาท มากกว่า 80,001 บาท
Education	การศึกษา	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโท ระดับปริญญาเอก
Occupation	อาชีพ	นิสิต นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/พนักงานภาครัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย อื่นๆ
ส่วนที่ 2		
พฤติกรรมทั่วไปที่เกี่ยวกับความเชื่อในมูเตลู		
Believe_Level	ระดับความเชื่อ	ไม่เชื่อ ไม่ศรัทธา ระดับน้อย ระดับปานกลาง ระดับมาก ระดับมากที่สุด

Channel	ช่องทางการหาข้อมูล	Search Engine/Google Facebook Magazine การบอกต่อ Instagram Influencer YouTube Tik Tok Twitter Official Website Line Official
ความเชื่อหรือกิจกรรมใน “มูเตลู” ที่ท่านให้ ความสนใจ First_Superstitious_Interested Second_Superstitious_Interested Third_Superstitious_Interested	ลำดับที่ 1 ลำดับที่ 2 ลำดับที่ 3	พกเครื่องรางของขลัง วัดมณญคล, คู่มือ คูดวง ลายมือ ทำนายพยากรณ์, ไฟอิปซี, ไข้ตี หรือ เลขมงคล, ฤกษ์ งาม ยามดี, ฮวงจุ้ย, คนทรงเจ้า, การตี เลขเด็ด, สะเดาะเคราะห์ แก้กรรม อื่น วอนบูชา
เรื่องที่ท่านมักจะกังวลหรือหาคำตอบโดย การพึ่งพาความเชื่อใน “มูเตลู” Sup_Topic_Study Sup_Topic_Work Sup_Topic_Luck Sup_Topic_Health Sup_Topic_Love Sup_Topic_Lotto Sup_Topic_Uncertainty Sup_Topic_Other	การเรียน การทำงาน โชคลาภ สุขภาพ ความรัก ซื้อหวย ความกังวลใจในปัญหาต่างๆ อื่นๆ	ไม่ใช่ ใช่
Fullfillment	ระดับความสมหวังหรือสมปรารถนา	ไม่สมหวัง, บางครั้ง, บ่อยครั้ง, ก่อนข้าง บ่อย, บ่อยมาก, สมหวังทุกครั้ง
<b>ส่วนที่ 3 และ 4</b>		
<b>ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)</b>		
<b>ความวิตกกังวล (Uncertainties)</b>		
Uncertainty_Economic	ความกังวลต่อปัญหาเศรษฐกิจ	น้อยที่สุด (1) น้อย (2) ปานกลาง (3) มาก (4) มากที่สุด (5)
Uncertainty_War	ความกังวลต่อความขัดแย้งของ มหาอำนาจต่างประเทศ	
Uncertainty_Political	ความกังวลต่อการเมือง ภายในประเทศ	

Uncertainty_Coivid-19 Concern	ความกังวลต่อการแพร่ระบาดของโค วิด 19	
Uncertainty_DigitalDisruption	ความกังวลต่อดิจิทัลดิสรัปชัน	
<b>ตัวแปรกำกับ (Moderating Variables)</b>		
<b>เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตเป็นผลมาจากการกระทำและลักษณะพฤติกรรมของตนเอง โดยสามารถควบคุมได้ (Internal Locus of Control)</b>		
InLC_CannotSolveProblem_R	คุณมักจะไม่สามารถแก้ปัญหาที่คุณมี ได้	น้อยที่สุด (1) น้อย (2) ปานกลาง (3) มาก (4) มากที่สุด (5)
InLC_PushedAround_R	คุณรู้สึกว่าไม่มีอิสระในการใช้ชีวิต / มักจะถูกกำหนดกะเกณฑ์โดยบุคคล อื่นๆ อยู่เสมอ	
InLC_CanChangeSomethingLife_R	คุณสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงบางสิ่ง บางอย่างที่สำคัญในชีวิตของคุณได้	
InLC_AchieveGoal	คุณสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่าง เพื่อที่จะ ไปให้ถึงเป้าหมายของคุณ	
InLC_DependOnMe	ไม่ว่าอะไรจะเกิดกับชีวิตของคุณใน อนาคต ส่วนเป็นผลมาจากตัวคุณเอง	
InLC_HelplessDealingProblem_R	คุณมักจะรู้สึกหมดหนทางในการ จัดการกับปัญหาชีวิตของคุณ	
InLC_LittleControl_R	คุณมักจะควบคุมสิ่งที่เกิดขึ้นกับคุณ ได้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น	
<b>ตัวแปรตาม (Dependent Variables)</b>		
<b>1. มุคคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อมุเตลู่ (Superstitious Traits)</b>		
SupTraits_PerformRituals	คุณมีการทำพิธีกรรมทางความเชื่อ ในมุเตลู่ เล็กๆ น้อยๆ เพื่อให้ตนเอง โชคดีในบางครั้ง	น้อยที่สุด (1) น้อย (2) ปานกลาง (3) มาก (4) มากที่สุด (5)
SupTraits_ProtectAmulet	หากคุณมีตัวช่วยที่จะทำให้คุณ โชคดี คุณมักจะรักษาและ ไม่ต้องการสูญเสีย สิ่งนั้นไป	
SupTraits_ActingSuperstitious	ในบางครั้ง คุณก็แสดงตนว่า เป็น "คน สายมู"	
SupTraits_YouareSuperstitious	คนที่รู้จักคุณ มักจะบอกว่า "คุณเป็น คนสายมู"	
<b>2. พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อ “มุเตลู่” (Superstitious Behaviors)</b>		
SupBhv_SoulContinued	แม้ว่าร่างกายจะตายไปแล้ว แต่ วิญญาณยังกวนเวียนอยู่รอบๆ	
SupBhv_BlackMagicExists	ไสยศาสตร์มนต์ดำมีอยู่จริง	
SupBhv_BlackCatBadLuck	แมวดำนำมาซึ่งความ โชคร้าย	

SupBhv_AstrologyAccurateFuture	การทำนายพยากรณ์ทางโหราศาสตร์ เป็นวิธีการทำนายอนาคตที่ถูกต้อง และแม่นยำ	น้อยที่สุด (1) น้อย (2) ปานกลาง (3) มาก (4) มากที่สุด (5)
SupBhv_DevilExists	ภูติ ผี ปีศาจ แม่มด หมอผี มีอยู่จริง	
SupBhv_BreakMirrorBadluck	ถ้าคุณทำกระจกแตก คุณจะได้รับความโชคร้าย	
SupBhv_HoroscopeAccurateUrFuture	การดูดวง หรือการดูหมอ เป็นการ ทำนายพยากรณ์อนาคตของคุณ ที่ถูกต้องแม่นยำ	
SupBhv_13UnluckyNo	เลข 13 คือเลขแห่งความโชคร้าย	
SupBhv_HeavenHellExists	สวรรค์ นรก มีอยู่จริง	
SupBhv_MindReadingNotPossible	คุณเชื่อว่า "ไม่สามารถอ่านจิตใจของผู้อื่นได้" ❌	
SupBhv_WitchcraftExists	การใช้เวทมนต์คาถามีอยู่จริง	
SupBhv_RingFingerRightMoneyPower	การสวมแหวนนิ้วกลางข้างขวา เป็นการเสริมดวงการเงินและบารมี	
SupBhv_RingFingerHappyLove	การสวมแหวนนิ้วนางหรือนิ้วก้อย เป็นการเสริมดวงความรัก	
SupBhv_SloveUrBadYear	คุณเชื่อเรื่องปีชง และจะหาหนทางในการแก้ชง	
SupBhv_BlackClothBadLuck	การสวมเสื้อสีดำจะนำความโชคร้ายมาให้	
SupBhv_AmuletGoodluck	การพกวัตถุมงคลจะทำให้คุณแคล้วคลาดปลอดภัย	
SupBhv_WorshipFullfillment	การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จะให้คุณสมหวัง	
SupBhv_BdColourWealth	การถวายเทียนสีตามวันเกิดและการบูชาพระพิฆเนศ จะทำให้คุณประสบความสำเร็จ มีกินมีใช้แบบปังๆ	
SupBhv_UmadeviLove	คุณเชื่อว่าพระแม่อุมาเทวีจะนำคู่แท้มาให้คุณ	
SupBhv_CaiShenBadYear	เมื่อเข้าสู่ปีใหม่ คุณจะไปบูชาเทพไฉ่ซิงเอี้ยเสมอ	
BoonYing1	โดยรวมแล้ว ชีวิตของคุณใกล้เคียงกับสิ่งที่คิดฝันตั้งใจไว้	
BoonYing2	ชีวิตที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของคุณถือว่าดีมาก	
BoonYing3	คุณมีความพึงพอใจกับชีวิตที่อยู่	
BoonYing4	ชีวิตที่ผ่านมา คุณก็ได้ในสิ่งสำคัญต่างๆ ตามที่คุณต้องการ	

BoonYing5	ถ้าย้อนกลับไปได้ คุณก็ไม่ได้อยากจะเปลี่ยนแปลงอะไรในชีวิต	
<b>3.กิจกรรมที่มีความเสี่ยง (Risk-Taking Activity)</b>		
<b>3.1การเสี่ยงโชค (Gambling Interest)</b>		
<b>การพนัน</b>		
Risk_Gambling_Enjoy	คุณชื่นชอบกิจกรรมที่ต้องเดิมพันด้วยเงิน	น้อยที่สุด (1) น้อย (2) ปานกลาง (3) มาก (4) มากที่สุด (5)
Risk_Gambling_Always	เมื่อไหร่ก็ตามที่มีโอกาส คุณมักจะมี การเดิมพันหรือพนัน	
Risk_Gambling_Frequently	คุณมักจะพนันบอล เล่นไพ่ หรือเข้า คาสิโนเมื่อมีโอกาส	
Risk_Gambling_MostBetter	คุณมักจะมีดวงและ โชคดีด้านการ พนันมากกว่าผู้อื่น	
<b>กิจกรรมลุ้นโชคต่างๆ (Promotional Game)</b>		
Risk_Pmt&Lotto_Frequently	คุณมักจะเข้าร่วมกิจกรรมการชิงโชค การลุ้นรางวัล และซื้อลอตเตอรี่อยู่เสมอ	น้อยที่สุด (1) น้อย (2) ปานกลาง (3) มาก (4) มากที่สุด (5)
Risk_Pmt&Lotto_Enjoy	คุณชื่นชอบและสนุกกับกิจกรรมชิงโชค ลุ้นรางวัลต่างๆ รวมถึงลุ้นการถูกรางวัลลอตเตอรี่	
Risk_Pmt&Lotto_Entering	คุณจะเข้าร่วมการจับฉลาก การชิงโชค ลุ้นรางวัล หรือซื้อลอตเตอรี่ ในอนาคตอย่างแน่นอน	
Risk_Pmt&Lotto_Excitement	การเข้าร่วมการจับฉลาก การชิงโชค การลุ้นรางวัลต่างๆ และการซื้อลอตเตอรี่ เป็นสิ่งที่สนุกสนานสำหรับคุณ	
<b>3.2 กิจกรรมการลงทุน (Investment Activity)</b>		
<b>การซื้อขายหุ้นหรือเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี (Cryptocurrency)</b>		
Risk_Crpro_EnjoyBuyingSelling	คุณชื่นชอบการซื้อขายหุ้นหรือเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี	น้อยที่สุด (1) น้อย (2) ปานกลาง (3) มาก (4) มากที่สุด (5)
Risk_Crpto_GooddayBuyingSelling	คุณเลือกซื้อขายหุ้นหรือเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี ในวันที่ตรงกับวันฤกษ์ดีที่ถูกโฉลกกับคุณ	
Risk_Crpto_AlwaysBuyingSelling	คุณซื้อขายหุ้นหรือเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีอยู่เป็นประจำ	
Risk_StockMarket	คุณเห็นตัวคุณเอง เป็นนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ในอนาคต	
Risk_Investor	คุณมักจะเพิ่มโอกาสทางการเงินในรูปแบบต่างๆ เป็นประจำ	



**ภาคผนวก**  
**แบบสอบถามเพื่อการวิจัย**  
**การศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเชื่อใน “มูเตลู”**  
**ของประชากรในประเทศไทย**

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการค้นคว้าแบบอิสระ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาโท ตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมความเชื่อในมูเตลูในประเทศไทย

ทั้งนี้ข้อมูลส่วนตัวและคำตอบของท่านจะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล แต่จะรายงานผลการวิจัยเป็นข้อมูลส่วนรวม จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ในการสละเวลาตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนและให้ข้อมูลตามความเป็นจริง คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิจัย ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ และสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม อันเป็นประโยชน์ มา ณ โอกาสนี้

เสาวลักษณ์ ตะเกาหิรัญ (ผู้วิจัย)

แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับความเชื่อในมูเตลู

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อมูเตลู และพฤติกรรมที่เกี่ยวกับมูเตลู

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ พฤติกรรม และกิจกรรมที่มีความเสี่ยง

**นิยามคำศัพท์เฉพาะ**

“มูเตลู” หรือ สายมู สื่อถึงความเชื่อด้าน โหราศาสตร์และไสยศาสตร์ การทำบุญเสริมดวงชะตา การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เครื่องรางของขลัง การพยากรณ์ รวมไปถึงการทำพิธีกรรมทางความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเรียนรู้ การงาน ความรัก ทรัพย์สิน โชคลาภ การคุ้มครอง

ให้ปลอดภัยจากอันตราย “มูเตลู” สายมู มีความหมายที่กว้างขวางครอบคลุมรวมความเชื่อความศรัทธาที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อด้านโหราศาสตร์และไสยศาสตร์ทั้งเชิงบวกและลบไว้ทั้งหมด

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่อง X หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

LGBTQ

2. อายุ

น้อยกว่า 25 ปี

26 - 41 ปี

42 - 57 ปี

มากกว่า 57 ปี

3. รายได้

ต่ำกว่า 20,000 บาท

20,001 - 40,000 บาท

40,001 - 60,000 บาท

60,001 - 80,000 บาท

มากกว่า 80,001 บาท

4. ระดับการศึกษา

สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท - ปริญญาเอก

5. อาชีพ

นิสิต นักศึกษา

พนักงานบริษัทเอกชน

- ข้าราชการ/พนักงานภาครัฐวิสาหกิจ
- ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับความเชื่อในมูเตลู

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน



1. ท่านมีความเชื่อในเรื่อง “มูเตลู” ในระดับใดโปรดระบุระดับความสำคัญ (0 = น้อย, 10 = มาก)
 

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
น้อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	มาก
2. เมื่อมีผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรม “มูเตลู” ที่ท่านสนใจ ท่านจะค้นหาข้อมูลจากช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
  - Magazine
  - Search Engine/Google
  - Facebook
  - Instagram
  - Twitter
  - YouTube

- Tik Tok
- Line Official
- Official Website
- Influencer
- การบอกต่อ

3. ความเชื่อหรือกิจกรรมใน “มูเตลู” ที่ท่านให้ความสนใจใน 3 ลำดับแรก จากมากไปหาน้อย



- พกเครื่องรางของขลัง วัดมิ่งมงคล
- ดูหมอ ดูดวง ลายมือ ทำนายพยากรณ์
- ไพ่ปี่ซี
- ใช้สิ หรือ เลขมงคล
- ดูฤกษ์ยาม ยามดี
- ฮวงจุ้ย
- คนทรงเจ้า
- การตีเลขเด็ด
- สะเดาะเคราะห์ แก้กรรม อ้อนวอนบูชา

4. เรื่องที่ท่านมักจะกังวลหรือหาคำตอบโดยการพึ่งพาความเชื่อใน “มูเตลู” (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การเรียน
- การงาน
- โสคลาภ
- สุขภาพ
- ความรัก
- ชื่อหวย
- ความกังวลใจในปัญหาต่างๆ
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. ส่วนใหญ่แล้วท่านสมหวังหรือได้ตามปรารถนา จากการพึ่งพามูเตลูหรือไม่ โปรดระบุระดับความสมหวัง (0 = ไม่สมหวัง, 5 = สมหวังทุกครั้ง)

- |                                    |                          |                          |                          |                          |   |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|
| 0                                  | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                                       |
| ไม่สมหวัง <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> สมหวังทุกครั้ง |

**ส่วนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อมูเตลู พฤติกรรมที่เกี่ยวกับมูเตลู และ

**ส่วนที่ 4** คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ พฤติกรรม และกิจกรรมที่มีความเสี่ยง



Figure 1 เกล็ดทำนายเสริมดวงให้ปัง 12 ราศี ปี 2566 จากรายการโหราศาสตร์

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึก / ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด  
โดย 1 = น้อยที่สุด, 2 = น้อย, 3 = ปานกลาง, 4 = มาก, 5 = มากที่สุด



	ระดับความคิดเห็น				
	น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
<b>ความวิตกกังวล (Uncertainties)</b>					
<b>คุณมีความวิตกกังวลต่อเรื่องต่อไปนี้ในระดับใด</b>					
1. คุณมีความกังวลต่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับตัวคุณ					
2. คุณมีความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งของประเทศมหาอำนาจและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับตัวคุณ					
3. คุณมีความกังวลต่อสถานการณ์การเมืองภายในประเทศและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับตัวคุณ					
4. คุณมีความกังวลต่อการแพร่ระบาดของโควิด 19 และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับตัวคุณ					
5. คุณมีความกังวลต่อดิจิทัลดิสรทรัมป์ชัน และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับตัวคุณ					
<b>บุคลิกลักษณะที่เน้นความเชื่อ “มูเตลู” (Superstitious Traits)</b>					
1. คุณมีการทำพิธีกรรมทางความเชื่อในมูเตลู เล็กๆ น้อยๆ เพื่อให้ตนเองโชคดีในบางครั้ง					
2. หากคุณมีตัวช่วยที่จะทำให้คุณ โชคดี คุณมักจะรักษาและไม่ต้องการสูญเสียสิ่งนั้นไป					
3. ในบางครั้ง คุณก็แสดงตนว่า เป็น "คนสาขุม"					
4. คนที่รู้จักคุณ มักจะบอกว่า "คุณเป็นคนสาขุม"					
<b>เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตเป็นผลมาจากการกระทำและลักษณะพฤติกรรมของตนเอง โดยสามารถควบคุมได้ (Internal Locus of Control)</b>					
1. คุณมักจะไม่สามารถแก้ปัญหาที่คุณมีได้ ๑					
2. คุณรู้สึกว่าไม่มีอิสระในการใช้ชีวิต / มักจะถูกกำหนดคชะเกณฑ์โดยบุคคลอื่นๆ อยู่เสมอ ๑					
3. คุณสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่างที่สำคัญในชีวิตของคุณได้ ๑					
4. คุณสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่าง เพื่อที่จะไปถึงเป้าหมายของคุณ					
5. ไม่ว่าจะไรจะเกิดกับชีวิตของคุณในอนาคต ล้วนเป็นผลมาจากตัวคุณเอง					
6. คุณมักจะรู้สึกหมดหนทางในการจัดการกับปัญหาชีวิตของคุณ ๑					
7. คุณมักจะควบคุมสิ่งที่เกิดขึ้นกับคุณ ได้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ๑					

พฤติกรรมเกี่ยวกับความเชื่อมูเตลู (Superstitious Behaviors)					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. แม้วีร่าร่างกายจะตายไปแล้ว แต่วิญญาณยังคงวนเวียนอยู่รอบๆ</li> <li>2. โสยศาสตร์มนต์คำมืออยู่จริง</li> <li>3. แมวดำนำมาซึ่งความโชคร้าย</li> <li>4. การทำนายพยากรณ์ทางโหราศาสตร์เป็นวิธีการทำนายอนาคตที่ถูกต้องและแม่นยำ</li> <li>5. ภูติ ผี ปีศาจ แม่มด หมอผี มืออยู่จริง</li> <li>6. ถ้าคุณทำกระจกแตก คุณจะได้รับความโชคร้าย</li> <li>7. การดูดวง หรือการดูหมอ เป็นการทำนายพยากรณ์อนาคตของคุณ ที่ถูกต้องแม่นยำ</li> <li>8. เลข 13 คือเลขแห่งความโชคร้าย</li> <li>9. สวรรค์ นรก มืออยู่จริง</li> <li>10. คุณเชื่อว่า “ไม่สามารถอ่านจิตใจของผู้อื่นได้”</li> <li>11. การใช้ทมนต์คาถามืออยู่จริง</li> <li>12. การสวมแหวนนิ้วกลางข้างขวา เป็นการเสริมดวงการเงินและบารมี</li> <li>13. การสวมแหวนนิ้วนางหรือนิ้วก้อย เป็นการเสริมดวงความรัก</li> <li>14. คุณเชื่อเรื่องปีชง และจะหาหนทางในการแก้ชง</li> <li>15. การสวมเสื้อสีดำจะนำความโชคร้ายมาให้</li> <li>16. การพกวัตถุมงคลจะทำให้คุณแคล้วคลาดปลอดภัย</li> <li>17. การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จะให้คุณสมหวัง</li> <li>18. การถวายเทียนสีตามวันเกิดและการบูชาเทพพระพิฆเนศ จะทำให้คุณประสบความสำเร็จ มีกินมีใช้แบบปังๆ</li> <li>19. คุณเชื่อว่าพระแม่อุมาเทวีจะนำคู่แท้มาให้คุณ</li> <li>20. เมื่อเข้าสู่ปีใหม่ คุณจะไปบูชาเทพไล่สิ่งชั่วร้าย</li> <li>21. โดยรวมแล้ว ชีวิตของคุณใกล้เคียงกับสิ่งที่คิดฝันตั้งใจไว้</li> <li>22. ชีวิตที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของคุณถือว่าดีมาก</li> <li>23. คุณมีความพึงพอใจกับชีวิตที่อยู่</li> <li>24. ชีวิตที่ผ่านมา คุณก็ได้ในสิ่งสำคัญต่างๆ ตามที่คุณต้องการ</li> <li>25. ถ้าย้อนกลับไปได้ คุณก็ไม่ได้อยากจะเปลี่ยนแปลงอะไรในชีวิต</li> </ol>					
<b>กิจกรรมที่มีความเสี่ยง (Risk-Taking Activity)</b>					
1. การเสี่ยงโชค (Gambling Interest)					
<b>ชอบการพนัน</b>					
1. คุณชื่นชอบกิจกรรมที่ต้องเดิมพันด้วยเงิน					
2. เมื่อไหร่ก็ตามที่มีโอกาส คุณมักจะมีการเดิมพันหรือพนัน					
3. คุณมักจะพนันบอล เล่นไพ่ หรือเข้าคาสิโนออนไลน์เมื่อมีโอกาส					
4. คุณมักจะมีดวงและโชคดีด้านการพนันมากกว่าผู้อื่น					
<b>กิจกรรมสุ่มเสี่ยงต่างๆ</b>					



1. คุณมักจะเข้าร่วมกิจกรรมการชิงโชค การลุ้นรางวัล และซื้อลอตเตอรี่อยู่เสมอ					
2. คุณชื่นชอบและสนุกกับกิจกรรมชิงโชค ลุ้นรางวัลต่างๆ รวมถึงลุ้นการถูกรางวัลลอตเตอรี่					
3. คุณจะเข้าร่วมการจับฉลาก การชิงโชค ลุ้นรางวัล หรือซื้อลอตเตอรี่ ในอนาคตอย่างแน่นอน					
4. การเข้าร่วมการจับฉลาก การชิงโชค การลุ้นรางวัลต่างๆ และการซื้อลอตเตอรี่ เป็นสิ่งที่คุณสนุกสนานสำหรับคุณ					
<b>2. การลงทุน (Investment Activity)</b>					
<b>การซื้อขายหุ้นหรือเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี (Cryptocurrency)</b>					
1. คุณชื่นชอบการซื้อขายหุ้นหรือเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี					
2. คุณเลือกซื้อขายหุ้นหรือเหรียญคริปโตเคอร์เรนซี ในวันที่ตรงกับวันฤกษ์ดีที่ถูกโฉลกกับคุณ					
3. คุณซื้อขายหุ้นหรือเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีอยู่เป็นประจำ					
4. คุณเห็นตัวคุณเอง เป็นนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ในอนาคต					
5. คุณมักจะเพิ่มโอกาสทางการเงินในรูปแบบต่างๆ เป็นประจำ					