

ศาสตร์พลังตัวเลข: ความเชื่อและพฤติกรรมของคนไทย ในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ*

NUMEROLOGY: THAI BELIEFS AND PRACTICES IN THE SELECTION OF MOBILE PHONE NUMBERS

นิติกรฤทัย กิตติศรีวรนนท์¹, ธมนณภัก มาทรัพย์², ประภาวรรณ ตระกูลเกษมสุข³ และ ดวงทอง นุกูลกิจ⁴

Nitikrit Kittisriworanan¹, Thamanonphat Matrap², Prapawan Trakulkesomsuk³ and Tuangthong Nukulkit⁴

¹บริษัท ดิจิต พาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด

¹Degit power center company limited, Thailand

²นักวิจัยอิสระ

²Independent Researcher, Thailand

³⁻⁴บริษัท เกษมปัญญาทรัพย์ จำกัด

³⁻⁴Kasempanyasap company limited, Thailand

Corresponding Author's Email: tuangthong.nukulkit@gmail.com

วันที่รับบทความ : 29 กันยายน 2568; วันแก้ไขบทความ 8 ตุลาคม 2568; วันตอบรับบทความ : 10 ตุลาคม 2568

Received 29 September 2025; Revised 8 October 2025; Accepted 10 October 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจความเชื่อเรื่องอิทธิพลของศาสตร์พลังตัวเลขในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ 2) วิเคราะห์ความเชื่อและพฤติกรรมการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือตามความเชื่อเรื่องศาสตร์พลังตัวเลขของคนไทย และ 3) เสนอแนวทางการใช้ความรู้เกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลขในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัย

Citation:



* นิติกรฤทัย กิตติศรีวรนนท์, ธมนณภัก มาทรัพย์, ประภาวรรณ ตระกูลเกษมสุข และ ดวงทอง นุกูลกิจ. (2568).

ศาสตร์พลังตัวเลข: ความเชื่อและพฤติกรรมของคนไทยในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ.

วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่, 3(6), 61-83.

Nitikrit Kittisriworanan, Thamanonphat Matrap, Prapawan Trakulkesomsuk and Tuangthong Nukulkit. (2025).

Numerology: Thai Beliefs And Practices In The Selection Of Mobile Phone Numbers.

Modern Academic Development and Promotion Journal, 3(6), 61-83.;

DOI: <https://doi.org/10.>

<https://so12.tci-thaijo.org/index.php/MADPIADP/>

แบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้ คือ ระยะที่ 1 การสำรวจความเชื่อของคนไทยจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่เปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์มือถือเป็นเลขมงคล จำนวน 278 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระยะที่ 2 วิเคราะห์ความเชื่อและพฤติกรรมการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือด้วยการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 13 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่าในระยะที่ 1 ความเชื่อเรื่องอิทธิพลของศาสตร์พลังตัวเลขโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านทัศนคติมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเชื่อ และด้านพฤติกรรมตามลำดับ และในระยะที่ 2 พบว่า 1) ด้านความเชื่อของคนไทยที่ได้รับอิทธิพลจากศาสตร์พลังตัวเลข เป็นลักษณะของความเชื่อในฐานะเครื่องยึดเหนี่ยวทางใจ ความเชื่อที่มาจากคนรอบตัวและสื่อออนไลน์ ความเชื่อที่มาจากความหมายของเลขมงคล ความเชื่อกับการเปลี่ยนแปลงของชีวิต 2) พฤติกรรมเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ มีขั้นตอนตั้งแต่การรับรู้และแรงจูงใจ การสืบค้นข้อมูลและสร้างความเข้าใจ การคัดเลือกและการตัดสินใจซื้อ และการประเมินผลหลังใช้งาน และ 3) ด้านแนวทางการใช้ความรู้เกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลข พิจารณาได้จาก 4 มิติหลัก คือ ผู้ใช้ สังคมและชุมชน การกำกับดูแลและการคุ้มครองผู้บริโภค และการสร้างสมดุลระหว่างความเชื่อและเหตุผล

คำสำคัญ: ศาสตร์พลังตัวเลข, ความเชื่อ, การเลือกเบอร์โทรศัพท์, พฤติกรรมผู้บริโภค

Abstract

This study aimed to 1) explore Thai beliefs regarding the influence of numerology in the selection of mobile phone numbers, 2) analyze beliefs and behaviors associated with numerology-based number selection, and 3) propose guidelines for applying numerological knowledge in the selection of mobile phone numbers. A mixed-methods approach was employed, consisting of both quantitative and qualitative research conducted in two phases. In Phase 1, a survey was administered to 278 participants who had experience changing their mobile phone numbers to auspicious ones, with data analyzed using mean and

standard deviation. In Phase 2, in-depth interviews were conducted with 13 key informants, and the data were examined through content analysis.

The findings revealed that, overall, Thai beliefs influenced by numerology in mobile phone number selection were at a high level. Among the dimensions, attitudes had the highest mean score, followed by beliefs and behaviors. Qualitative results further indicated that numerological beliefs served as psychological reassurance, were influenced by family, peers, and online media, and were associated with the meanings of auspicious numbers and perceived life changes. In terms of behavior, the selection process involved four stages: awareness and motivation, information seeking and understanding, evaluation and decision-making, and post-use assessment. Finally, four key dimensions were proposed as guidelines for applying numerology to mobile phone number selection: the individual dimension, the social and community dimension, the governance and consumer protection dimension, and the dimension of balancing belief with rationality.

Keywords: Numerology, Beliefs, Mobile phone number selection, Consumer behavior

บทนำ

ศาสตร์พลังตัวเลขเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวกับการตีความหมายของตัวเลขและความเชื่อมโยงกับพลังงาน โชคลาภ โชตาชีวิต และความสำเร็จ ซึ่งมีรากฐานจากความเชื่อดั้งเดิมของหลายวัฒนธรรม โดยเฉพาะในวัฒนธรรมจีนที่ให้ความสำคัญกับตัวเลขอย่างมาก เช่น เลข 8 หมายถึงความมั่งคั่งร่ำรวย และเลข 9 หมายถึงความก้าวหน้าและความยั่งยืน ความเชื่อเหล่านี้ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะในประเทศจีน แต่ยังแพร่กระจายไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงประเทศไทย ซึ่งมีการผสมผสานกับความเชื่อทางศาสนา ความเชื่อพื้นบ้าน และวัฒนธรรมไทยดั้งเดิม จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตและการตัดสินใจในหลายมิติ เช่น การกำหนดวันมงคลสำหรับพิธีกรรม การเลือกหมายเลขทะเบียนรถ หมายเลขบ้าน และโดยเฉพาะการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือที่กลายเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตประจำวันของคนไทย

สำหรับประเทศไทย ความเชื่อเรื่องศาสตร์พลังตัวเลขได้ปรับตัวให้เข้ากับสังคมยุคใหม่ โดยเฉพาะเมื่อโทรศัพท์มือถือกลายเป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกคนต้องมี ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน เบอร์โทรศัพท์มือถือไม่ได้ทำหน้าที่เพียงเป็นเครื่องมือสื่อสาร แต่ยังกลายเป็นสัญลักษณ์ทางจิตวิทยาและความเชื่อ ที่สะท้อนตัวตน ความคาดหวัง และความมั่นใจของผู้ใช้ การเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือจึงไม่ใช่เพียงการเลือกสินค้าทางเทคโนโลยี แต่ยังเปรียบเสมือนรูปแบบของความเชื่อในการถือครองตัวเลขโทรศัพท์มือถือที่มีการถูกร่อนเรียงไว้และถูกนำมาใช้ในการอธิบายความสมเหตุสมผลจนเป็นที่ยอมรับ ตัวเลขแต่ละตัวมีพลังในตนเองและการร้อยเรียงตัวเลขทำให้ตัวเลขแสดงพลังด้านบวกหรือด้านลบออกมา (ภพ สวัสดิ์, 2561) ฉะนั้น การเลือกเบอร์โทรศัพท์จึงกลายเป็นการผสมผสานระหว่างความเชื่อดั้งเดิมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ผู้คนจำนวนมากไม่ได้พิจารณาเพียงปัจจัยด้านฟังก์ชันการใช้งาน ความสะดวกสบาย หรือราคาเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับความหมายเชิงสัญลักษณ์ของตัวเลขที่เชื่อว่าจะตัวเลขจะมีบทบาทช่วยเสริมพลัง ความมั่นคง ทั้งด้านการงาน การเงิน ความรัก และสุขภาพ (Ayonrinde et al., 2021) เนกเซนในการศึกษาที่ผ่านมาได้ระบุว่า ความเชื่อที่มีต่อตัวเลขเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่ฝังแน่นในสังคมไทยและมีอิทธิพลต่อหลายแง่มุมของชีวิต เช่น ความเชื่อและพฤติกรรมในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือเป็นตัวอย่างของการผสมผสานระหว่างความเชื่อทางวัฒนธรรมและการใช้เทคโนโลยี โดยตัวเลขในศาสตร์พลังตัวเลขถูกมองว่ามีความหมายสำคัญและสามารถนำมาซึ่งโชคลาภหรือความสำเร็จได้ หรือทฤษฎีการดึงดูดของพลังตัวเลข (นิติกฤตย์ กิตติศรีวรนนท์, 2559) จากการศึกษาของ ญัฐพร ไข่มุกข์ (2023) พบว่าคนไทยจำนวนมากมองว่าเลขมงคลเป็นปัจจัยที่สามารถเสริมความมั่นคงและความสำเร็จในชีวิต และในเชิงพฤติกรรม ความเชื่อและทัศนคติที่สนับสนุนศาสตร์พลังตัวเลขมักเปลี่ยนเป็นการกระทำที่จับต้องได้ ความเชื่อเหล่านี้ไม่เพียงส่งผลต่อการเลือกเบอร์โทรศัพท์เท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อการตัดสินใจในด้านอื่น ๆ ของชีวิตด้วย กล่าวได้ว่า ในสังคมไทยตัวเลขมีบทบาทสำคัญและมักถูกมองว่าเป็นสัญลักษณ์ของโชคลาภและความสำเร็จ ซึ่งความเชื่อเหล่านี้ได้กระตุ้นให้คนไทยมีความต้องการเลือกเบอร์โทรศัพท์ที่มีตัวเลขมงคล เพื่อเสริมสร้างโอกาสในชีวิตและธุรกิจของตนเอง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปันต์ชนิต ปิยโกศลสุวรรณ (2560) พบว่ากระบวนการกลายเป็นสินค้าของเลขโทรศัพท์มงคลเกิดจากความต้องการของมนุษย์ผนวกกับความรู้เกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลขที่ใช้ในการจัดวางหมายเลขโทรศัพท์ที่ถูกแปรรูปลค่าไปสู่ความสัมพันธ์เชิงพาณิชย์

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะสำรวจความเชื่อเรื่องอิทธิพลของศาสตร์พลังตัวเลข วิเคราะห์ความเชื่อและพฤติกรรมตามความเชื่อเรื่องศาสตร์พลังตัวเลขของคนไทย มุ่งเน้นศึกษาศาสตร์พลังตัวเลขในบริบทของการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือเพื่อให้ข้อมูลสำหรับการเสนอแนวทางการใช้ความรู้เรื่องศาสตร์พลังตัวเลขในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือได้อย่างถูกต้อง อันจะมีประโยชน์ในการช่วยให้เข้าใจถึงการผสมผสานระหว่างความเชื่อทางวัฒนธรรมและการใช้งานเทคโนโลยีสมัยใหม่ ให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการที่ความเชื่อทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น รวมไปถึงสามารถให้ข้อมูลสำคัญแก่นักวิชาการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาศาสตร์พลังตัวเลขได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจความเชื่อเรื่องอิทธิพลของศาสตร์พลังตัวเลขในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ
2. เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อและพฤติกรรมในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือตามความเชื่อเรื่องศาสตร์พลังตัวเลขของคนไทย
3. เพื่อเสนอแนวทางการใช้ความรู้เกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลขในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ

การทบทวนวรรณกรรม

ศาสตร์พลังตัวเลข (Numerology) หมายถึง แนวความเชื่อที่อธิบายความสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์หรือความหมายพิเศษระหว่างตัวเลขกับเหตุการณ์หรือชีวิตมนุษย์ ความเชื่อนี้มีได้ตั้งอยู่บนหลักวิทยาศาสตร์เชิงประจักษ์ หากแต่ยังรากลึกอยู่ในมิติของศาสนา ความเชื่อทางจิตวิญญาณ และวัฒนธรรมของมนุษย์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (Encyclopaedia Britannica, 2025) ในหลายสังคม ตัวเลขถูกใช้เป็นสัญลักษณ์ที่มีความหมายเฉพาะ เช่น เลขแห่งความโชคดี เลขแห่งความสำเร็จ หรือเลขที่เชื่อว่าเป็นอัมงคล ความเชื่อนี้สะท้อนผ่านการเลือกใช้ตัวเลขในชีวิตประจำวัน ทั้งในด้านพิธีกรรม ความเชื่อส่วนบุคคล และการตัดสินใจเชิงสังคมและเศรษฐกิจ ในประวัติศาสตร์ตะวันตก แนวคิดของศาสตร์พลังตัวเลขสามารถสืบย้อนกลับไปถึง

ยุคกรีกโบราณ โดยพีทาโกรัส (Pythagoras) และสำนักปรัชญาของเขาได้พัฒนาหลักการตีความความหมายของตัวเลข โดยเชื่อว่าจักรวาลดำรงอยู่บนความกลมกลืนของตัวเลข (numerical harmony) และตัวเลขแต่ละตัวมีคุณลักษณะเชิงสัญลักษณ์เฉพาะ เช่น เลข 3 แทนความเป็นชาย เลข 4 แทนความเป็นหญิง และเลข 10 แทนความสมบูรณ์ (Encyclopaedia Britannica, 2025) หลักคิดนี้ได้แพร่กระจายและผสมผสานเข้ากับคติความเชื่อทางศาสนาและโหราศาสตร์ เช่น Arithmomancy และ Kabbalah ซึ่งเน้นการแปลงตัวอักษรเป็นตัวเลขเพื่อทำนายหรืออธิบายเหตุการณ์ในชีวิต ในโลกตะวันออก วัฒนธรรมจีนถือเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการตีความความหมายของตัวเลขผ่านเสียงพ้องและสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม เลข 8 (八; bā) มีเสียงพ้องกับคำว่า “發” (fā) ที่หมายถึงความมั่งคั่งและความเจริญรุ่งเรือง จึงได้รับการยกย่องว่าเป็นเลขมงคลสูงสุด ขณะที่เลข 4 (四; sì) มีเสียงพ้องกับคำว่า “死” (sǐ) ที่หมายถึงความตาย จึงถูกมองว่าเป็นเลขอัปมงคล (Weng & Huang, 2018) ความเชื่อนี้ไม่เพียงเป็นคติทางวัฒนธรรม แต่ยังมีหลักฐานเชิงประจักษ์ว่ามีผลต่อพฤติกรรมและราคาสินทรัพย์ เช่น ราคาทะเบียนรถ บ้าน และแม้กระทั่งรหัสหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ (Hu, 2025)

สำหรับประเทศไทย ความหมายของตัวเลขบางตัวมีความสำคัญทั้งในเชิงภาษาและสัญลักษณ์ โดยเฉพาะเลข 9 ซึ่งพ้องเสียงกับคำว่า “ก้าว” ที่หมายถึงความก้าวหน้าและความเจริญรุ่งเรือง เลข 9 จึงถูกมองว่าเป็นเลขมงคลและถูกนำมาใช้ในหลายบริบท ไม่ว่าจะเป็นพิธีกรรมทางศาสนา การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ การจัดกิจกรรมทางการตลาด หรือแม้กระทั่งการออกแบบนโยบายสาธารณะ ความหมายดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าเลข 9 ทำหน้าที่เป็น “ทุนทางวัฒนธรรม” (cultural capital) ที่หล่อหลอมความเชื่อและพฤติกรรมของสังคมไทย กล่าวได้ว่า ศาสตร์พลังตัวเลขและความหมายทางวัฒนธรรม ความเชื่อเกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลขมีรากฐานลึกซึ้งในหลาย ประเทศไทยความเชื่อเรื่องตัวเลขเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับศาสนา พิธีกรรม และค่านิยมทางสังคม โดยเฉพาะความเชื่อด้านมงคลซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในหลายด้านของชีวิต เช่น การเลือกวันมงคล การกำหนดฤกษ์ยาม และการเลือกตัวเลขที่เชื่อว่าจะเสริมสิริมงคลและความมั่นคง งานวิจัยของ ญัฐพร ไข่มุกข์ (2023) พบว่า คนไทยจำนวนมากเชื่อว่าตัวเลขมีพลังเชิงสัญลักษณ์ที่สามารถสะท้อนความหวัง ความมั่นคง และความสำเร็จ และในยุคดิจิทัล ความเชื่อนี้ถูกเชื่อมโยงกับการใช้โทรศัพท์มือถือจนเกิดเป็นกระแสความนิยมในการเลือกซื้อเบอร์โทรศัพท์ที่เชื่อว่าจะมีความหมายมงคล

ศาสตร์พลังตัวเลขเป็นความเชื่อที่มีพัฒนาการยาวนานและมีอิทธิพลข้ามวัฒนธรรม แม้ความหมายของตัวเลขจะมีความแตกต่างกันไปตามบริบททางภาษาและวัฒนธรรม แต่ทุกสังคมล้วนให้ความสำคัญกับเลขที่เชื่อว่าเป็นมงคล และหลีกเลี่ยงเลขที่มองว่าเป็นอัปมงคล ความเชื่อนี้ยังคงดำรงอยู่ในสังคมสมัยใหม่ และสามารถแปลงเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจและแรงจูงใจทางพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน ดังนั้นในเรื่องความเชื่อเกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลขและเลขมงคลไม่ได้เพียงแค่มุ่งดำรงอยู่ในระดับความรู้หรือคติวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังมีผลโดยตรงต่อการก่อรูปทัศนคติ (attitude formation) และพฤติกรรมของบุคคลในชีวิตประจำวัน โดยทัศนคติในที่นี้หมายถึงโครงสร้างทางจิตวิทยาที่ประกอบด้วยองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (cognitive component) ด้านอารมณ์ความรู้สึก (affective component) และด้านพฤติกรรม (behavioral component) (Ajzen, 2005) แนวคิด Symbolic Consumption ของ McCracken (1986) ช่วยอธิบายพฤติกรรมในการเลือกซื้อเบอร์โทรศัพท์มือถือได้อย่างชัดเจน โดยชี้ให้เห็นว่าการบริโภคไม่ได้เป็นเพียงการตอบสนองต่อความต้องการทางกายภาพหรือประโยชน์ใช้สอย แต่ยังมี ความหมายเชิงสัญลักษณ์ (symbolic meaning) ที่สะท้อนถึงตัวตน อัตลักษณ์ และสถานะทางสังคมของผู้บริโภค สินค้าหรือบริการที่เลือกใช้จึงเป็นเครื่องมือที่บุคคลใช้ในการสื่อสารและแสดงออกต่อสังคม ในบริบทของศาสตร์พลังตัวเลข ตัวเลขที่ประกอบอยู่ในเบอร์โทรศัพท์มือถือเป็นมากกว่าชุดตัวเลขสำหรับการติดต่อสื่อสาร แต่ยังสื่อถึงความเชื่อ ความหวัง และความปรารถนาของผู้ใช้ เช่น การเลือกเลข 9 เพื่อแสดงถึงความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน หรือการเลือกเลข 8 เพื่อสื่อถึงความมั่งคั่งและความสำเร็จในชีวิต แนวคิดนี้อธิบายได้ว่าทำไมผู้บริโภคจำนวนมากจึงยอมจ่ายเงินสูงเพื่อซื้อเบอร์โทรศัพท์ที่มีความหมายมงคล แม้ว่าฟังก์ชันของเบอร์เหล่านี้จะไม่แตกต่างจากเบอร์โทรศัพท์ทั่วไป Weng และ Huang (2018) สนับสนุนแนวคิดนี้ โดยพบว่าผู้บริโภคในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ให้ความสำคัญกับตัวเลขมงคลจนเกิดการกำหนดราคาที่สูงขึ้นสำหรับสินค้า เช่น เบอร์โทรศัพท์ หมายเลขทะเบียนรถ และหุ้นในตลาดหลักทรัพย์

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) สามารถอธิบายพฤติกรรมในการเลือกซื้อเบอร์โทรศัพท์มือถือที่ได้รับอิทธิพลจากศาสตร์พลังตัวเลข สามารถอธิบายได้ด้วย ซึ่งระบุว่า พฤติกรรมของบุคคลถูกกำหนดโดย ความตั้งใจที่ได้รับอิทธิพลจาก 3 องค์ประกอบหลัก ดังนี้

1. ทศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) คือ ความเชื่อและการประเมินของบุคคลเกี่ยวกับผลลัพธ์ของพฤติกรรม เช่น การเชื่อว่าการเลือกเบอร์ม่งคลจะทำให้ชีวิตดีขึ้น มีความมั่นคง หรือมีโชค लाभเพิ่มขึ้น

2. บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norms) คือ แรงกดดันหรืออิทธิพลจากคนรอบข้าง เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือสังคมที่มีทัศนคติสนับสนุนให้เลือกเบอร์ม่งคล

3. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) คือ การรับรู้ว่าคุณมีความสามารถและทรัพยากรเพียงพอในการเลือกซื้อเบอร์โทรศัพท์ เช่น งบประมาณ ความรู้ และช่องทางการซื้อที่น่าเชื่อถือ

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาถึงอิทธิพลของสังคมและสื่อออนไลน์ในยุคดิจิทัล ปัจจัยภายนอกโดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ การเรียนรู้จากสังคม (Social Learning Theory) ของ Bandura (1977) อธิบายว่าบุคคลมีแนวโน้มที่จะเลียนแบบพฤติกรรมของผู้อื่น โดยเฉพาะเมื่อเห็นว่าพฤติกรรมนั้นให้ผลลัพธ์เชิงบวกและได้รับการยอมรับ ขณะที่แนวคิด Social Proof ของ Cialdini (2009) ชี้ว่า เมื่อบุคคลเห็นคนจำนวนมากมีพฤติกรรมในทิศทางเดียวกัน จะมีแนวโน้มที่จะทำตามพฤติกรรมนั้นด้วย จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่าการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือภายใต้อิทธิพลของศาสตร์พลังตัวเลขเป็นพฤติกรรมที่ซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับหลายปัจจัย โดยมีความเชื่อทางวัฒนธรรมเป็นรากฐานสำคัญ ผสมผสานกับการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และสถานะของผู้ใช้ การตัดสินใจของผู้บริโภคยังได้รับอิทธิพลจากทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถของตนเองตามกรอบแนวคิดของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน รวมถึงอิทธิพลจากสังคมและสื่อออนไลน์ที่ทำให้ความเชื่อแพร่กระจายได้กว้างขวางและรวดเร็ว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยคณะผู้วิจัยได้แบ่งกระบวนการการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 สำรวจความเชื่อเรื่องอิทธิพลของศาสตร์พลังตัวเลขในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่เปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์มือถือเป็นเลขมงคลที่

เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการในหัวข้อ “เปลี่ยนเบอร์มือถือด้วยตนเอง” ในระหว่างปี พ.ศ. 2565-2568 ใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) และวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เนื่องจากต้องการกลุ่มที่มีประสบการณ์ตรงและมีความเชื่อเกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลข โดยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับคืนมาจากกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้น 278 คน แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและตำแหน่งงาน และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว เป็นแบบสอบถามชนิดตรวจสอบรายการ (Checklist) ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความเชื่อของคนไทยที่ได้รับอิทธิพลจากศาสตร์พลังตัวเลขการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ ประกอบด้วย 1) ความเชื่อเกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลข 2) ทศนคติต่อศาสตร์พลังตัวเลข และ 3) พฤติกรรมในการเลือกเบอร์โทรศัพท์ ลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามมาตรวัดของ ลิเคิร์ท (Likert Scale, 1967) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ทั้งนี้แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้รับการตรวจสอบคุณภาพทั้งด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ และได้ทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนำร่อง (Try-out) จำนวน 20 คน และนำข้อมูลมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีของ Cronbach's Alpha ได้ค่าเท่ากับ 0.89 และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation, S.D.) หลังจากนั้นดำเนินการวิเคราะห์ เรียงเรียงและสรุปข้อมูลเพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการสร้างเครื่องมือการเก็บข้อมูลในระยะที่ 2

ระยะที่ 2 วิเคราะห์ความเชื่อและพฤติกรรมการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือตามความเชื่อเรื่องศาสตร์พลังตัวเลขของคนไทย และเสนอแนวทางการใช้ความรู้เกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลขในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ ด้วยการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก จากข้อมูลที่ได้รับจากระยะที่ 1 ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) และตรวจสอบคุณภาพข้อมูลโดยใช้เทคนิคการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ทั้งด้านข้อมูลและวิธีการเพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้น 13 คน โดยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ทั้งนี้แบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านศาสตร์พลังตัวเลขหรือ

โหราศาสตร์ เป็นผู้ที่มีความรู้ลึกซึ้งเกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลข และสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ศาสตร์พลังตัวเลขไม่ต่ำกว่า 10 ปี และได้รับการยอมรับในด้านโหราศาสตร์เชิงประจักษ์ จำนวนทั้งสิ้น 3 คน และ 2) กลุ่มผู้ที่เปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์มือถือเป็นเลขมงคล เพื่อวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ 1) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์เปลี่ยนเบอร์มงคลมาไม่น้อยกว่า 1 ปี จำนวนทั้งสิ้น 10 คน ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อนำไปสู่การสรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยในระยะที่ 1 สำนวจความเชื่อเรื่องอิทธิพลของศาสตร์พลังตัวเลขในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและตำแหน่งงาน และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ดังแสดงตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 278)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	92	33.09
หญิง	182	65.47
LGPTQ+	4	1.44
2. อายุ		
21-30 ปี	51	18.35
31-40 ปี	54	19.42
41-50 ปี	98	35.25
51-60 ปี	55	19.78
61 ปีขึ้นไป	20	7.19
3. ระดับการศึกษา		

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	79	28.20
ปริญญาตรี	160	57.05
ปริญญาโท	39	14.03
ปริญญาเอก	2	0.72
3. อาชีพ		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	24	8.63
พนักงานเอกชน	73	26.26
เจ้าของธุรกิจ	49	17.63
ค้าขาย	28	10.07
รับจ้างทั่วไป	66	23.74
อื่น ๆ	38	13.67

จากตารางแสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 278 คน สามารถสรุปผลได้ดังนี้ เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 182 คน คิดเป็น ร้อยละ 65.47 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 92 คน คิดเป็น ร้อยละ 33.09 และกลุ่ม LGBTQ+ มีจำนวน 4 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.44 เมื่อจำแนกตามช่วงอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 41-50 ปี มีจำนวนมากที่สุด 98 คน คิดเป็น ร้อยละ 35.25 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 51-60 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็น ร้อยละ 19.78 กลุ่มอายุ 31-40 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็น ร้อยละ 19.42 กลุ่มอายุ 21-30 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็น ร้อยละ 18.35 และกลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็น ร้อยละ 7.19 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 160 คน คิดเป็น ร้อยละ 57.05 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 79 คน คิดเป็น ร้อยละ 28.20 ระดับปริญญาโท จำนวน 39 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.03 และระดับปริญญาเอก จำนวน 2 คน คิดเป็น ร้อยละ 0.72 เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าพนักงานเอกชน มีจำนวนมากที่สุด 73 คน คิดเป็น ร้อยละ 26.26 รองลงมาคือรับจ้างทั่วไป 66 คน คิดเป็น ร้อยละ 23.74 เจ้าของธุรกิจ 49 คน คิดเป็น ร้อยละ 17.63 อื่น ๆ 38 คน คิดเป็น ร้อยละ 13.67 ค้าขาย 28 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.07 และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 24 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.63 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความเชื่อของคนไทยที่ได้รับอิทธิพลจากศาสตร์พลังตัวเลขการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ ประกอบด้วย 1) ความเชื่อเกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลข 2) ทศนคติต่อศาสตร์พลังตัวเลข และ 3) พฤติกรรมในการเลือกเบอร์โทรศัพท์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความเชื่อของคนไทยที่ได้รับอิทธิพลจากศาสตร์พลังตัวเลขการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ

ด้าน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ด้านความเชื่อเกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลข	3.91	0.93	มาก
ด้านทศนคติต่อศาสตร์พลังตัวเลข	4.04	0.56	มาก
ด้านพฤติกรรมในการเลือกเบอร์โทรศัพท์	3.88	0.78	มาก
ภาพรวม	3.94	0.75	มาก

จากตารางแสดงผลการวิเคราะห์ สามารถสรุปผลได้ดังนี้ ในภาพรวมของความเชื่อของคนไทยที่ได้รับอิทธิพลจากศาสตร์พลังตัวเลขการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถืออยู่ใน ระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยรวม 3.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75) เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด พบว่า ด้านทศนคติต่อศาสตร์พลังตัวเลข มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56) รองลงมาคือ ด้านความเชื่อเกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลข อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.93) และด้านพฤติกรรมในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78)

ผลการวิจัยในระยะที่ 2 วิเคราะห์ความเชื่อและพฤติกรรมการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือตามความเชื่อเรื่องศาสตร์พลังตัวเลขของคนไทย และเสนอแนวทางการใช้ความรู้เกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลขในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ ด้วยการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้ข้อมูลจำนวน 13 คน สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

1. ความเชื่อในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือตามความเชื่อเรื่องศาสตร์พลังตัวเลขของคนไทย

ความเชื่อเกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลขเป็นสิ่งที่ยังรากลึกในวัฒนธรรมไทยมายาวนาน และยังคงมีอิทธิพลอย่างต่อเนื่อง ความเชื่อนี้มีลักษณะเฉพาะตัว เนื่องจากผสมผสานแนวคิดดั้งเดิมด้านโหราศาสตร์ โหราศาสตร์ และความเชื่อพื้นบ้านเข้ากับสื่อสมัยใหม่ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูล 13 คน ซึ่งล้วนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์จริงในการเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์มือถือ โดยมีเหตุผลด้านศาสตร์พลังตัวเลข พบว่า ความเชื่อที่มีต่อศาสตร์พลังตัวเลขมีระดับและลักษณะที่หลากหลาย แต่มีจุดร่วมสำคัญคือ ทุกคนมองว่าศาสตร์พลังตัวเลขมีผลต่อชีวิตในเชิงจิตวิทยาและความรู้สึกมากกว่าการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพโดยตรง โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1.1 ความเชื่อในฐานะเครื่องยึดเหนี่ยวทางใจ

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เชื่อว่าเบอร์โทรศัพท์ที่มีตัวเลขมงคลสามารถเสริมพลังใจและความมั่นใจให้กับผู้ใช้ได้ ทำให้มีแรงผลักดันในการทำสิ่งต่าง ๆ มากขึ้น ความเชื่อนี้สะท้อนให้เห็นว่าเบอร์โทรศัพท์ไม่ได้ถูกมองว่าเป็นเพียงเครื่องมือสื่อสาร แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ของพลังงานและความหวังที่ช่วยให้เจ้าของเบอร์รู้สึกว่ามีจุดเริ่มต้นใหม่ที่ดีกว่าเดิมแสดงให้เห็นว่า สำหรับผู้เปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ความเชื่อเกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลขไม่ใช่เพียงเรื่องไสยศาสตร์หรือโหราศาสตร์ แต่ยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือทางจิตใจที่ช่วยสร้างพลังบวกส่งผลให้บุคคลกล้าที่จะเผชิญกับความท้าทายในชีวิตประจำวันมากขึ้น ดังเช่นคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ที่ว่า

“ตัวเลขไม่ได้กำหนดชีวิตเราทั้งหมด แต่พอมีเบอร์ใหม่ที่เรารู้สึกว่าเป็นมงคล ก็ทำให้เรามีกำลังใจ มั่นใจมากขึ้น เวลาทำงานก็รู้สึกดีขึ้น เหมือนเป็นแรงเสริมให้เราเดินไปข้างหน้า”

1.2 ความเชื่อที่มาจากครอบครัวและสื่อออนไลน์

ความเชื่อด้านศาสตร์พลังตัวเลขไม่ได้เกิดขึ้นอย่างโดดเดี่ยว แต่เป็นผลจากการสื่อสารและการเรียนรู้ทางสังคม โดยเฉพาะจากคนใกล้ชิดและสื่อออนไลน์ ผู้ให้ข้อมูลหลายคนกล่าวตรงกันว่า จุดเริ่มต้นของความเชื่อมักมาจากการสังเกตหรือได้รับฟังประสบการณ์จากคนรอบตัว เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน ที่มีการเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์แล้วพบการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดี ซึ่งกระตุ้นให้เกิดความสนใจและอยากลองพิสูจน์ด้วยตนเอง นอกจากนี้สื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง เช่น เว็บไซต์เบอร์มงคล Facebook และ TikTok กลายเป็นช่องทางหลักที่ผู้คนใช้แลกเปลี่ยนข้อมูล ประสบการณ์ และความหมายของตัวเลข ทำ

ให้แนวคิดเรื่องศาสตร์พลังตัวเลขแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ดังเช่นคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ที่ว่า

“ตอนแรกไม่ได้เชื่อเลยล่ะ แต่พอเห็นเพื่อนเปลี่ยนเบอร์แล้วเขาได้งานใหม่ เงินเดือนเพิ่มขึ้น เราก็กลองดูบ้าง เพราะคิดว่าอย่างน้อยก็ไม่เสียหาย”

“ตอนแรกเห็นจากโซเชียลมีเดีย เห็นคนแชร์ว่าการเปลี่ยนเบอร์ทำให้ชีวิตดีขึ้น ก็เลยเริ่มศึกษาและลองเรียนรู้ความหมายของตัวเลขเองก่อนจะตัดสินใจ”

1.3 ความเชื่อที่มาจากความหมายของเลขมงคล

การตีความหมายของตัวเลขมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับความต้องการเฉพาะด้านของผู้ใช้ ในช่วงเวลานั้น ๆ เช่น หากเน้นความก้าวหน้าในการทำงาน มักเลือกเบอร์ที่มีเลข 9 เพราะสื่อถึงการก้าวไปข้างหน้า หากเน้นความรักและความสัมพันธ์ มักเลือกเลข 15, 56, 95 ที่สื่อถึงความรักที่มั่นคงในขณะที่เลข 7 มักถูกมองว่าเป็นเลขที่เหนียวหรือมีอุปสรรค แต่บางคนยังคงชื่นชอบเพราะมองว่าเป็นตัวแทนของความพยายามและความท้าทายในชีวิต สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่า ความเชื่อเกี่ยวกับตัวเลขไม่ได้ตายตัว แต่เป็นเรื่องที่ยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ ความคาดหวัง และประสบการณ์ส่วนบุคคล การตีความหมายของตัวเลขมีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับความต้องการเฉพาะด้านที่ไม่ได้ตายตัว ดังเช่นคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ที่ว่า

“เลข 7 บางคนว่าไม่ดี แต่สำหรับเราเป็นเลขที่เราชอบนะ รู้สึกว่ามันท้าทาย เหมือนสะท้อนนิสัยเรา”

“เลข 0 บางคนเชื่อว่าเป็นเลขที่ไม่ดี อยู่ในเบอร์หรืออยู่กับอะไรก็มักจะไม่ได้ แต่ก้แล้วแต่คนละเชื่อ”

1.4 ความเชื่อกับการเปลี่ยนแปลงของชีวิต

ความเชื่อด้านศาสตร์พลังตัวเลขมักผูกโยงกับเหตุการณ์ในชีวิตที่ทำให้ผู้ไข้มองว่าเบอร์โทรศัพท์เป็นเครื่องมือที่ช่วย “เริ่มต้นใหม่” หรือ “แก้ไขปัญหา” ที่กำลังเผชิญอยู่ หลายคนเริ่มตัดสินใจเปลี่ยนเบอร์ในช่วงที่กำลังเผชิญปัญหาสำคัญ เช่น การเงิน ความสัมพันธ์ หรือสุขภาพ ซึ่งความเชื่อจะมีบทบาทในการสร้างความหวังและพลังใจให้ผู้ไข้รู้สึกว่ามีทางออก และพร้อมที่จะเริ่มต้นใหม่ออย่างมั่นใจ แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลบางคนมองว่าความเชื่อเหล่านี้มีทั้งด้านบวกและด้านลบ ดังเช่นคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เล่าประสบการณ์ส่วนตัวว่า

“ก่อนเปลี่ยนเบอร์เรามีปัญหาสุขภาพ เจอก่อนเนื้อที่รักแล้ว หลังเปลี่ยนเบอร์แค่สองเดือนก็ไปตรวจแล้วมันหายไป เราารู้สึกว่าเบอร์ใหม่นี้ช่วยให้ชีวิตดีขึ้นจริง”

2. พฤติกรรมการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือตามความเชื่อเรื่องศาสตร์พลังตัวเลขของคนไทย

การเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือของคนไทยที่เชื่อในศาสตร์พลังตัวเลขเป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อนและเป็นขั้นตอน โดยประกอบด้วยการตัดสินใจที่เชื่อมโยงทั้งความเชื่อ ความต้องการส่วนบุคคล อิทธิพลจากสังคม และการสื่อสารการตลาด พฤติกรรมนี้ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงเพราะความเชื่อในตัวเลขเพียงอย่างเดียว แต่ยังสัมพันธ์กับประสบการณ์ ความคาดหวัง และเหตุผลเชิงปฏิบัติ เช่น ราคา ความสวยงาม และความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูล 13 คน พบว่า กระบวนการตัดสินใจมีลักษณะคล้ายคลึงกัน สามารถอธิบายได้เป็นลำดับขั้น ดังนี้

2.1 การรับรู้และแรงจูงใจ

พฤติกรรมการเลือกเบอร์โทรศัพท์เริ่มต้นจากเหตุการณ์หรือสถานการณ์เฉพาะในชีวิตที่ทำให้ผู้ใช้รู้สึกว่าจำเป็นต้องหาทางแก้ไขหรือเสริมสิ่งที่ขาดหาย เช่น ปัญหาทางการเงิน ความรัก สุขภาพ หรือการทำงาน ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความสนใจศาสตร์พลังตัวเลข ตัวอย่างเช่น ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งตัดสินใจเปลี่ยนเบอร์เพราะประสบปัญหาสุขภาพและต้องการเริ่มต้นใหม่ โดยกล่าวว่า:

“การใช้ศาสตร์พลังตัวเลขมีประโยชน์ และเกิดการเปลี่ยนแปลงในชีวิตได้จริง ชีวิตก็เปลี่ยนไปจากหน้ามือเป็นหลังมือ”

“ตอนแรกไม่ได้เชื่อเลยคะ แต่พอเห็นเพื่อนเปลี่ยนเบอร์แล้วเขาได้งานใหม่ เงินเดือนเพิ่มขึ้น เราก็เลยลองดูบ้าง เพราะคิดว่าอย่างน้อยก็ไม่เสียหาย”

2.2 การสืบค้นข้อมูลและสร้างความเข้าใจ

หลังจากเริ่มสนใจ ผู้ใช้จะเข้าสู่ขั้นตอนการสืบค้นข้อมูล เพื่อหาความหมายของตัวเลขที่เกี่ยวข้องกับตนเองและหาคำตอบว่าต้องใช้เบอร์แบบใดให้สอดคล้องกับเป้าหมายชีวิต ช่องทางหลักที่ใช้ ได้แก่ 1) เว็บไซต์เกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลขและเบอร์มงคล 2) กลุ่มในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook หรือ TikTok 3) การพูดคุยกับผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีการประสบการณ์ 4) คำบอกเล่าจากคนรอบตัว เป็นต้น ซึ่งในขณะนี้ ผู้ใช้ส่วนใหญ่จะเริ่มจดบันทึกหมายเลขที่สนใจ เปรียบเทียบความหมายของตัวเลข และสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้มั่นใจก่อนตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะผู้ที่ไม่เคยเปลี่ยนเบอร์มาก่อนจะให้ความสำคัญกับ “การยืนยันจากหลายแหล่ง” เพื่อป้องกันความผิดพลาด ดังเช่นคำกล่าวที่ว่า

“ตอนแรกเห็นจากโซเชียลมีเดีย เห็นคนแชร์ว่าการเปลี่ยนเบอร์ทำให้ชีวิตดีขึ้น ก็เลยเริ่มศึกษาและลองเสิร์ชความหมายของตัวเลขเองก่อนจะตัดสินใจ”

“พี่ก็ไม่รู้จักเรื่องศาสตร์พลังตัวเลข แต่มีพี่สนิทที่แนะนำเพราะเขาเปลี่ยนเบอร์มาก่อนเลยไปหาข้อมูลดูบ้างว่ามันคืออะไร”

2.3 การคัดเลือกและการตัดสินใจซื้อ

เมื่อรวบรวมข้อมูลเพียงพอ ผู้ใช้จะเข้าสู่ขั้นตอนการคัดเลือกเบอร์ โดยมีเกณฑ์สำคัญ 3 ประการ ที่ใช้ในการตัดสินใจ ได้แก่ 1) ความหมายของตัวเลข เป็นปัจจัยอันดับแรก que ทุกคนให้ความสำคัญมากที่สุด ผู้ใช้มักมองหาตัวเลขที่สอดคล้องกับเป้าหมายชีวิต เช่น การงาน ความรัก สุขภาพ หรือการเงิน 2) ราคา แม้จะเชื่อในศาสตร์พลังตัวเลข แต่ผู้ใช้จะกำหนดงบประมาณที่เหมาะสมกับตนเอง เช่น ไม่ซื้อเบอร์ที่มีราคาสูงเกินไป 3) ความสวยงามและความจดจำง่าย เช่น เลขที่เรียงกัน เลขซ้ำ หรือมีรูปแบบที่ดี ซึ่งสร้างความพึงพอใจทางด้านสุนทรียภาพและการจดจำ เป็นต้น เมื่อได้เบอร์ที่ตรงตามความต้องการ ผู้ใช้จะตัดสินใจซื้อ โดยในขั้นตอนนี้ ผู้เชี่ยวชาญจะมีบทบาทสำคัญในการยืนยันและให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้ การได้รับคำแนะนำจากผู้ที่มีความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลขทำให้ผู้ใช้รู้สึกว่าได้เลือกสิ่งที่เหมาะสมและลดความกังวล ผู้ให้ข้อมูลหลายคนกล่าวว่า หากเบอร์โทรศัพท์มีความหมายดีแต่ราคาเกินกำลังซื้อ ก็จะไม่เลือกซื้อ เช่นคำกล่าวที่กล่าวว่า

“เราอยากได้เบอร์ที่เลขดูดีและความหมายดีด้วย ถ้าความหมายดีแต่เลขดูไม่สวยก็ไม่ค่อยชอบ ส่วนราคาก็ต้องดูด้วยว่าจะไม่เกินกำลังเรา”

“ประสบการณ์ของตัวเอง ถ้าอยากได้เบอร์ที่ดี มีความหมายที่ดี มีผลรวมที่ดีก็มักจะมีราคาแพง แต่ก็แล้วแต่คนซื้อนะถ้าพอใจ ซื้อไหวเขาก็ซื้อกัน”

“ถ้าราคาสูงไหวตัดสินใจเลย แต่ต้องมั่นใจก่อนว่าเลขตรงกับสิ่งที่อยากให้ชีวิตเป็น”

2.4 การประเมินผลหลังใช้งาน

หลังจากเปลี่ยนเบอร์ ผู้ใช้จะประเมินผลโดยสังเกตการเปลี่ยนแปลงในชีวิต ซึ่งมักแบ่งเป็นสองด้าน คือ 1) การเปลี่ยนแปลงที่เป็นรูปธรรม เช่น การเงินดีขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น มีลูกค้ามากขึ้น การงานก้าวหน้า มีโอกาสใหม่ ๆ เข้ามา ความรักมั่นคง ความสัมพันธ์ดีขึ้น หรือสุขภาพดีขึ้น เช่น ปัญหาสุขภาพบางอย่างลดลง 2) การเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจ เช่น รู้สึกสบายใจ มีกำลังใจมากขึ้น มีความมั่นใจในตนเอง มีความสุขและมองเชิงบวกต่อชีวิต เป็นต้น ดังคำกล่าวที่ว่า

“เบอร์เป็นเหมือนตัวช่วย แต่ถ้าเราไม่พยายามเอง มันก็ไม่เกิดผลอะไรหรอก”

“ถ้าลองเปลี่ยนแล้วสบายใจก็โอเค แต่ไม่ควรถึงขั้นไปซื้อเบอร์เป็นแสนเป็นล้าน เพราะชีวิตไม่ได้เปลี่ยนแค่เพราะเบอร์อย่างเดียว”

จากกระบวนการทั้งหมดนี้ สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมการเลือกเบอร์โทรศัพท์ของคนไทยที่เชื่อในศาสตร์พลังตัวเลขเป็นกระบวนการตัดสินใจที่ผสมผสานระหว่างความเชื่อและเหตุผล บุคคลไม่ได้ตัดสินใจแบบไร้เหตุผลหรือเชื่อแบบงมงาย แต่จะพิจารณาหลายปัจจัยร่วมกัน ทั้งข้อมูลที่ได้รับ ความหมายของตัวเลข ราคา และความน่าเชื่อถือของแหล่งซื้อขาย โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความมั่นใจและความสบายใจให้กับตนเอง ดังนั้น การเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือจึงเป็นมากกว่าการซื้อสินค้าทั่วไป แต่เป็นการแสดงออกถึงความหวังและความพยายามของบุคคลในการจัดการกับชีวิตของตนเอง ผ่านสัญลักษณ์ที่เรียกว่า “ศาสตร์พลังตัวเลข” ซึ่งแม้จะเป็นความเชื่อ แต่ก็สะท้อนความต้องการลึก ๆ ของมนุษย์ในการแสวงหาความมั่นคง ความสำเร็จ และความสุขในชีวิต

3. แนวทางการใช้ศาสตร์พลังตัวเลขในการเลือกเบอร์โทรศัพท์

จากผลการวิจัย พบว่า แม้ศาสตร์พลังตัวเลขจะมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจของผู้บริโภค แต่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นพ้องกันว่า การใช้ศาสตร์พลังตัวเลขอย่างมีเหตุผลและสติเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะแม้ตัวเลขจะสามารถสร้างความมั่นใจและพลังทางจิตใจได้ แต่การพึ่งพาตัวเลขเพียงอย่างเดียวโดยไม่พิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ในชีวิต อาจนำไปสู่ความผิดพลาดและความคาดหวังที่เกินจริง ดังนั้น แนวทางการใช้ศาสตร์พลังตัวเลขในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือที่เหมาะสม อาจจะพิจารณาได้จาก 4 มิติหลัก ดังนี้

3.1 มิติของบุคคลผู้ใช้

ผู้ให้ข้อมูลทุกคนยอมรับตรงกันว่า ศาสตร์พลังตัวเลขมีคุณค่าในฐานะเครื่องมือเสริมกำลังใจ มากกว่าจะเป็นตัวกำหนดชีวิตโดยตรง ดังนั้น แนวทางการใช้ศาสตร์พลังตัวเลขในระดับบุคคลคือการเชื่ออย่างมีสติและกำหนดขอบเขตในการใช้ศาสตร์พลังตัวเลขเพื่อไม่ให้เกิดความยึดติดจนเกินควร ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลายคนสะท้อนว่า ก่อนจะเลือกเบอร์โทรศัพท์ควรเริ่มจากการประเมินชีวิตของตนเองโดยตรงไปตรงมา เพื่อระบุว่าตนต้องการเสริมด้านใด เช่น การงาน การเงิน ความรัก หรือสุขภาพ แล้วจึงหาตัวเลขที่มีความหมายตรงกับความต้องการนั้น ดังเช่นผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งให้ข้อเสนอแนะว่า

“ก่อนเลือกเบอร์ควรดูชีวิตตัวเองก่อนว่าอยากให้ด้านไหนดีขึ้น แล้วค่อยเลือกตัวเลขที่สอดคล้อง อย่าเลือกเพียงเพราะใครบอกว่าดี ต้องเข้าใจด้วยว่ามันเหมาะกับเราไหม”

3.2 มิติของสังคมและชุมชน

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าคนไทยจำนวนมากได้รับข้อมูลเกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลขจากสื่อสังคมออนไลน์และการบอกต่อจากคนรอบข้าง ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มักมีความคลาดเคลื่อนและขาดการตรวจสอบ ทำให้เกิดความเข้าใจผิดและการเชื่ออย่างมง่ายได้ง่าย ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างแหล่งข้อมูลที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เสนอให้มีเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันกลาง ที่รวบรวมความหมายของตัวเลขอย่างเป็นระบบ มีคำอธิบายที่เข้าใจง่าย พร้อมตัวอย่างประกอบ เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถตรวจสอบและเปรียบเทียบได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องพึ่งพาข้อมูลจากเพียงแหล่งเดียว เช่น ผู้ขายหรือผู้เชี่ยวชาญที่อาจมีผลประโยชน์แอบแฝง ดังเช่นกล่าวอย่างชัดเจนว่า

“ควรมีแหล่งข้อมูลที่ถูกต้องให้คนศึกษาเอง จะได้ไม่โดนหลอก หรือซื้อเบอร์แพงเกินไป”

3.3 มิติของการกำกับดูแลและคุ้มครองผู้บริโภค

อีกประเด็นที่ผู้ให้ข้อมูลหลายรายแสดงความกังวลคือ การเอาเปรียบผู้บริโภค เช่น การขายเบอร์มงคลในราคาสูงเกินจริง หรือการให้ข้อมูลเท็จเพื่อสร้างความตื่นตระหนก ซึ่งอาจทำให้ผู้ใช้ตกเป็นเหยื่อของกลยุทธ์การตลาด อาจมีการกำหนดมาตรการต่างๆ ที่ช่วยให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่โปร่งใสและสามารถตัดสินใจได้อย่างมีเหตุผลมากขึ้น ดังเช่นคำกล่าวที่ว่า

“ควรมีมาตรฐานกลาง ไม่ใช่ใครจะพูดอะไรก็ได้ เพราะบางคนซื้อเบอร์แพงมากแล้วไม่ได้ผลตามที่หวัง ทำให้เสียทั้งเงินและความรู้สึก”

3.4 มิติของการสร้างสมดุลระหว่างความเชื่อและเหตุผล

หัวใจสำคัญของแนวทางการใช้ศาสตร์พลังตัวเลขคือการสร้างสมดุลระหว่างความเชื่อกับเหตุผล โดยผู้ใช้ต้องตระหนักว่า แม้ตัวเลขจะช่วยเสริมความมั่นใจและสร้างพลังบวกให้กับชีวิต แต่ความสำเร็จที่แท้จริงยังคงขึ้นอยู่กับการลงมือทำของตนเอง หลายคนที่ให้ข้อมูลยอมรับว่า หลังจากเปลี่ยนเบอร์แล้วชีวิตดีขึ้นในหลายด้าน แต่ก็ยังเน้นย้ำว่าผลเหล่านั้นเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนพฤติกรรมควบคู่กัน เช่น การทำงานหนักขึ้น การจัดการการเงินอย่างมีระบบ หรือการสื่อสารที่ดีขึ้นกับคนรอบข้าง ดังเช่นคำกล่าวที่ว่า

“เบอร์เป็นเหมือนตัวช่วย แต่ถ้าเราไม่พยายามเอง มันก็ไม่เกิดผลอะไรหรอก”

กล่าวโดยสรุป แนวทางการใช้ศาสตร์พลังตัวเลขในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือควรดำเนินไปในทิศทางที่สร้างความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับผู้ใช้ โดยเน้นความเชื่อที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของเหตุผลและการตัดสินใจที่มีข้อมูลสนับสนุน พร้อมทั้งมีมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ศาสตร์พลังตัวเลขสามารถเป็นเครื่องมือเชิงสัญลักษณ์ ที่ช่วยสร้างแรงบันดาลใจและความมั่นใจให้กับผู้ใช้ แต่ความสำเร็จในชีวิตยังคงขึ้นอยู่กับความพยายาม การวางแผน และการลงมือทำของบุคคลเอง หากสามารถสร้างสมดุลระหว่างความเชื่อกับเหตุผลได้อย่างเหมาะสม ศาสตร์พลังตัวเลขก็จะเป็นประโยชน์ในฐานะส่วนหนึ่งของการตัดสินใจอย่างมีสติและรับผิดชอบ ทั้งต่อชีวิตส่วนตัวและสังคมโดยรวม

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความเชื่อ และพฤติกรรมของคนไทยที่ได้รับอิทธิพลจากศาสตร์พลังตัวเลขในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ รวมถึงการเสนอแนวทางในการใช้ศาสตร์พลังตัวเลขอย่างมีเหตุผล โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วยการสำรวจเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง 278 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญและผู้ใช้จริง รวม 13 คน ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า โดยภาพรวมความเชื่อ ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลขในการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถืออยู่ในระดับมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีทศนคติและความเชื่อที่เข้มข้นต่อศาสตร์พลังตัวเลข แต่พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริงอาจถูกจำกัดด้วยปัจจัยบางประการ เช่น ต้นทุน ราคา และความพร้อมของเบอร์ที่ต้องการ หากเมื่อพิจารณาในเชิงทฤษฎี ผลการวิจัยนี้สามารถอธิบายได้โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) ที่ระบุว่าพฤติกรรมของบุคคลถูกกำหนดโดยเจตนาที่เกิดจากความเชื่อ ทศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม กล่าวคือ พฤติกรรม (Behavior) ที่ถูกแสดงออกมานั้นเป็นผลมาจากเจตนา ที่ประกอบด้วยปัจจัยที่มีอิทธิพล ได้แก่ ทศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ดังนั้น จากผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ความเชื่อของผู้บริโภคเกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลขหล่อหลอมให้เกิดทศนคติที่ดีต่อการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือ และเมื่อทศนคติสูงจะนำไปสู่เจตนาและพฤติกรรมการเลือกเบอร์ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมสะท้อนให้เห็นถึงอุปสรรคบางประการ เช่น ราคาของเบอร์มงคลที่สูงหรือความพร้อมของเลขที่ต้องการ ซึ่งเป็นตัวแปรด้านการรับรู้

ความสามารถควบคุมตนเองตามแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ทำให้แม้ผู้บริโภคจะมีทัศนคติและความเชื่อในระดับสูง แต่ไม่ได้แสดงพฤติกรรมการเลือกซื้อเบอร์เสมอไป อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาข้างต้นให้เห็นว่า แม้ผู้บริโภคจะเชื่อในศาสตร์ตัวเลข แต่การแสดงออกทางพฤติกรรมไม่ได้เป็นเพียงการคล้อยตามความเชื่อ หากยังคำนึงถึงข้อจำกัดทางสังคม เศรษฐกิจ และความเป็นจริงในชีวิต การเลือกเบอร์มงคลจึงเป็นกระบวนการต่อรองระหว่าง “เหตุผลทางสัญลักษณ์” และ “เหตุผลเชิงเศรษฐกิจ” อันเป็นลักษณะเฉพาะของการบริโภคในสังคมไทยยุคปัจจุบัน

นอกจากนี้ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพสนับสนุนผลเชิงปริมาณอย่างชัดเจน โดยพบว่า ความเชื่อที่ผู้ใช้มีต่อศาสตร์พลังตัวเลขส่วนใหญ่ไม่ได้เกิดจากความเชื่อแบบมโน แต่เป็นความเชื่อที่ทำหน้าที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวทางใจที่ช่วยเสริมความมั่นใจและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ใช้กล้าดำเนินชีวิตและเผชิญความท้าทาย ตัวเลขจึงไม่เพียงเป็นเพียงตัวเลขธรรมดา แต่ยังมี ความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่สะท้อนความหวังและตัวตนของผู้ใช้เบอร์โทรศัพท์มือถือ ซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิด Symbolic Consumption ของ McCracken (1986) ที่กล่าวว่าสินค้า บางประเภทไม่ได้มีคุณค่าทางกายภาพเพียงอย่างเดียว แต่ยังถ่ายทอดความหมายทาง วัฒนธรรมและจิตใจมายังผู้บริโภค ผลการศึกษายืนยันว่า การเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือของคน ไทยสะท้อนถึงการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ โดยเฉพาะตัวเลข 8 และ 9 ซึ่งถูกตีความว่าเป็นเลข แห่งความมั่งคั่งและความก้าวหน้า แสดงให้เห็นถึงการแปลงความเชื่อทางวัฒนธรรมให้เป็น สัญลักษณ์ของความสำเร็จในปัจจุบัน

นอกจากนี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเบอร์ของผู้บริโภคส่วนใหญ่เกิดจาก การเรียนรู้ทางสังคมและอิทธิพลทางสังคม โดยผู้ใช้จำนวนมากเริ่มสนใจศาสตร์พลังตัวเลขจาก การสังเกตพฤติกรรมและประสบการณ์ของคนใกล้ชิด เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน ที่เปลี่ยนเบอร์แล้วพบผลลัพธ์ที่ดี รวมถึงการรับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ TikTok ซึ่งทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลหลักสำหรับการค้นคว้าความหมายของตัวเลขและ ประสบการณ์ของผู้อื่น การเรียนรู้จากแบบอย่างและหลักฐานเชิงสังคมเหล่านี้ช่วยเพิ่มความ มั่นใจและลดความเสี่ยงทางความรู้สึของผู้ใช้ก่อนตัดสินใจเปลี่ยนเบอร์ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ Bandura (1977) และ Cialdini (2009) ที่ชี้ว่า พฤติกรรมของบุคคลจำนวนมาก ถูกกำหนดโดยการเลียนแบบและแรงกดดันทางสังคม อีกทั้งผลการศึกษายังพบว่า ผู้บริโภคให้ ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจเลือกเบอร์โทรศัพท์ที่ซับซ้อนและมีหลายขั้นตอน เริ่มจาก การรับรู้และแรงจูงใจ เช่น ความต้องการแก้ไขปัญหาชีวิตหรือเสริมสิ่งที่ขาดหาย จากนั้นเข้าสู่

การสืบค้นข้อมูลและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับศาสตร์พลังตัวเลข ผ่านการค้นคว้าด้วยตนเอง หรือสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ ก่อนจะเข้าสู่การคัดเลือกโดยใช้เกณฑ์สำคัญ 3 ประการ คือ ความหมายของตัวเลข ราคา และความสวยงามหรือความง่าย กระบวนการนี้สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคไม่ได้ตัดสินใจอย่างไรเหตุผล แต่ผสมผสานระหว่างความเชื่อและเหตุผลเข้าด้วยกัน ฉะนั้นการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือของคนไทยภายใต้อิทธิพลของศาสตร์พลังตัวเลขไม่ได้เป็นเพียงปรากฏการณ์ทางความเชื่อแต่เพียงเท่านั้น เป็นการเปิดพื้นที่การตีความใหม่ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคระหว่าง “ความเชื่อ และพฤติกรรม”

สรุป/ข้อเสนอแนะ

โดยสรุป ผลการวิจัยครั้งนี้ยืนยันว่าศาสตร์พลังตัวเลขมีอิทธิพลต่อการเลือกเบอร์โทรศัพท์มือถือของคนไทยอย่างเด่นชัด โดยทำงานผ่านกลไกทางจิตวิทยาและสังคม ความเชื่อ และทัศนคติทำหน้าที่เป็นแรงผลักดันที่หล่อหลอมพฤติกรรมของผู้บริโภคในมิติของการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ในสังคมไทย ซึ่งสะท้อนถึงความพยายามของมนุษย์ในการแสวงหาความมั่นคง ความสำเร็จ และความสุข ผ่านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เรียกว่า “ศาสตร์พลังตัวเลข” ทั้งนี้ จากการศึกษาข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้ 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ประกอบด้วย 1.1 ผู้ประกอบการที่จำหน่ายเบอร์มงคลควรนำศาสตร์พลังตัวเลขมาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการ แต่ต้องไม่ชักจูงผู้บริโภคเกินจริง เช่น การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและรอบด้านแก่ผู้บริโภค เปิดเผยเงื่อนไขและราคาที่ชัดเจน จัดทำคู่มือหรือเอกสารประกอบการเลือกเบอร์ที่อธิบายศาสตร์พลังตัวเลข หรือพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่สามารถค้นหาความหมายตัวเลขที่ถูกต้องและเข้าใจง่าย ระบบแนะนำเบอร์ที่เหมาะสมกับเป้าหมายชีวิตของผู้ใช้ โดยไม่เน้นการขายเพียงอย่างเดียว เป็นต้น ซึ่งแนวทางนี้จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นในระยะยาวและทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน 1.2 ผู้บริโภคควรพิจารณาปัจจัยหลายด้านร่วมกัน ศึกษาข้อมูลจากหลายแหล่ง โดยเฉพาะแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ พิจารณาราคาและงบประมาณที่สามารถรับได้ ไม่ควรสร้างภาระทางการเงินเกินความจำเป็น ควรใช้เหตุผลประกอบความเชื่อโดยใช้ศาสตร์พลังตัวเลขเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งเสริมกำลังใจและแรงบันดาลใจมากกว่าการเชื่อว่าเป็นตัวกำหนดชีวิตโดยตรง 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ประกอบด้วย 2.1. ควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบและทำความเข้าใจความแตกต่างของพฤติกรรมเลือกเบอร์โทรศัพท์ และ 2.2 ควรดำเนินการศึกษา

ติดตามผลระยะยาว เพื่อตรวจสอบ ติดตามพฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงของผู้ที่มีการเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐพร ไข่มุกข์. (2023). การศึกษามโนทัศน์ ‘เลขเก้า’ ในสังคมไทยปัจจุบัน. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 20(1), 59–75.
- นิติภฤตย์ กิตติศรีวรรณท์. (2559). *Decoder ถอดรหัสพลังตัวเลข สร้างแรงดึงดูดความสำเร็จ*. กรุงเทพฯ: วิช.
- ปัทมขนิต ปิยโกศลสุวรรณ. (2560). กระบวนการกลายเป็นสินค้าของเลขหมายโทรศัพท์มงคล ใน *ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต*. วิทยาลัยสหวิทยาการ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภพ สวัสดิ์. (2561). ตัวเลขลิขิตชีวิตเราได้หรือ อุดมการณ์ชะตานิยมกับการเรียงร้อยตัวเลข. *Veridian E-Journal*, 11(2), 982–1001.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ayonrinde, O. A., Stefatos, A., Miller, S., Richer, A., Nadkarni, P., She, J., Alghofaily, A., & Mngoma, N. (2021). The salience and symbolism of numbers across cultural beliefs and practice. *International Review of Psychiatry*, 33(1–2), 179–188.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence: Science and practice* (5th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Encyclopaedia Britannica. (2025). *Number symbolism*. Retrieved September 10, 2025, from <https://www.britannica.com/topic/number-symbolism>
- Fortin, N. M., Hill, A. J., & Huang, J. (2012). *Superstition in the housing market* (Working paper). Vancouver, Canada: University of British Columbia, Vancouver School of Economics.

- Hu, Y. E. (2025). *How much would you pay for lucky numbers?* (Economics Discussion Paper No. 2025–2). Kiel, Germany: Kiel Institute for the World Economy.
- Huang, J. Y. C. (2022). *Overriding superstition-driven consumer decision making* (Doctoral dissertation, University of Warwick). ProQuest Dissertations Publishing.
- Likert, R. (1967). *The method of constructing an attitude scale*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- McCracken, G. (1986). Culture and consumption: A theoretical account of the structure and movement of the cultural meaning of consumer goods. *Journal of Consumer Research*, 13(1), 71–84.
- Pravichai, S., Boonraksa, S., & Nithisathian, K. (2015). Superstitious beliefs and problem gambling among Thai lottery gamblers. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(3), 123–130.
- Shum, M., Chen, H., & Zhang, J. (2014). Superstition and “lucky” apartments: Evidence from Chengdu, China. *Regional Science and Urban Economics*, 49, 24–36.
- Vyse, S. A. (2018). Superstition, ethics, and transformative consumer research. *Journal of the Association for Consumer Research*, 3(4), 489–495. doi:10.1086/699472
- Weng, P.-S., & Huang, Y.-W. (2018). Lucky issuance: The role of numerological superstitions in stock markets. *Pacific-Basin Finance Journal*, 51, 226–242.