



พลังความเชื่อและความศรัทธาในวัดมุงคล สู่เครื่องประดับและอัญมณี

ดร.วรรณัท อธิรัตนานนท์

Lucky Design Co.,Ltd Bangkok.

Received September 25, 2021, Revised October 20, 2021, Accepted November 3, 2021

บทคัดย่อ

พลังความเชื่อและความศรัทธาในวัดมุงคลสู่เครื่องประดับและอัญมณี ในสังคมไทยกระแสความนิยมวัดมุงคล และทิศทางในอนาคต แนวโน้มในอนาคตของผู้เชื่อบูชาวัดมุงคล และเครื่องประดับและอัญมณี ทั้งนี้เพื่อให้ความสำเร็จสูงสุดในการประกอบการ จึงปฏิเสธไม่ได้ว่า ธุรกิจออนไลน์เข้ามามีส่วนเป็นธุรกิจที่น่าสนใจนำมาศึกษาเพื่อหาแนวทางในการดำเนินการที่ทำให้ความเชื่อความศรัทธามาผสมผสานกับกระแสการติดต่อ ในการประกอบการ จึงปฏิเสธไม่ได้ว่า ธุรกิจวัดมุงคลและเครื่องประดับและอัญมณี ในยุคออนไลน์เป็นธุรกิจที่น่าสนใจนำมาศึกษาเพื่อหาแนวทางในการดำเนินการที่ทำให้ความเชื่อความศรัทธามาผสมผสานกับกระแสการติดต่อในยุคโลกาภิวัตน์อย่างการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ได้อย่างแนบเนียนในยุค ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal)

การพัฒนาของวงการนักสะสมวัดมุงคลและเครื่องประดับและอัญมณี มาสู่โลกอินเทอร์เน็ตมีทั้งการเปิดร้านวัดมุงคล และเครื่องประดับและอัญมณี ประมูลวัดมุงคลและเครื่องประดับและอัญมณี ในตลาดออนไลน์ จนกระทั่งกระแสการประชาสัมพันธ์ผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) หรือการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และด้วยความสะดวกในการเข้าถึง ซึ่งเป็นการจำลองสนามวัดมุงคล และเครื่องประดับและอัญมณี ที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถพบปะ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงการซื้อขายกันได้สะดวก และคล่องตัวมากที่สุด จึงทำให้กระแสวัดมุงคลและเครื่องประดับและอัญมณีออนไลน์ ได้รับความนิยมจากผู้เล่นอย่างกว้างขวาง ด้วยการนำวิทยากรที่ทันสมัยอย่างการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มาร่วมขับเคลื่อนกระแสความนิยมของกลุ่มบุคคล ทำให้เกิดกระแสความนิยมอย่างแพร่หลาย

คำสำคัญ: พลังความเชื่อและความศรัทธา, วัดมุงคล และ เครื่องประดับและอัญมณี

มจร



The power of belief and faith in Sacred objects to jewelry and gems

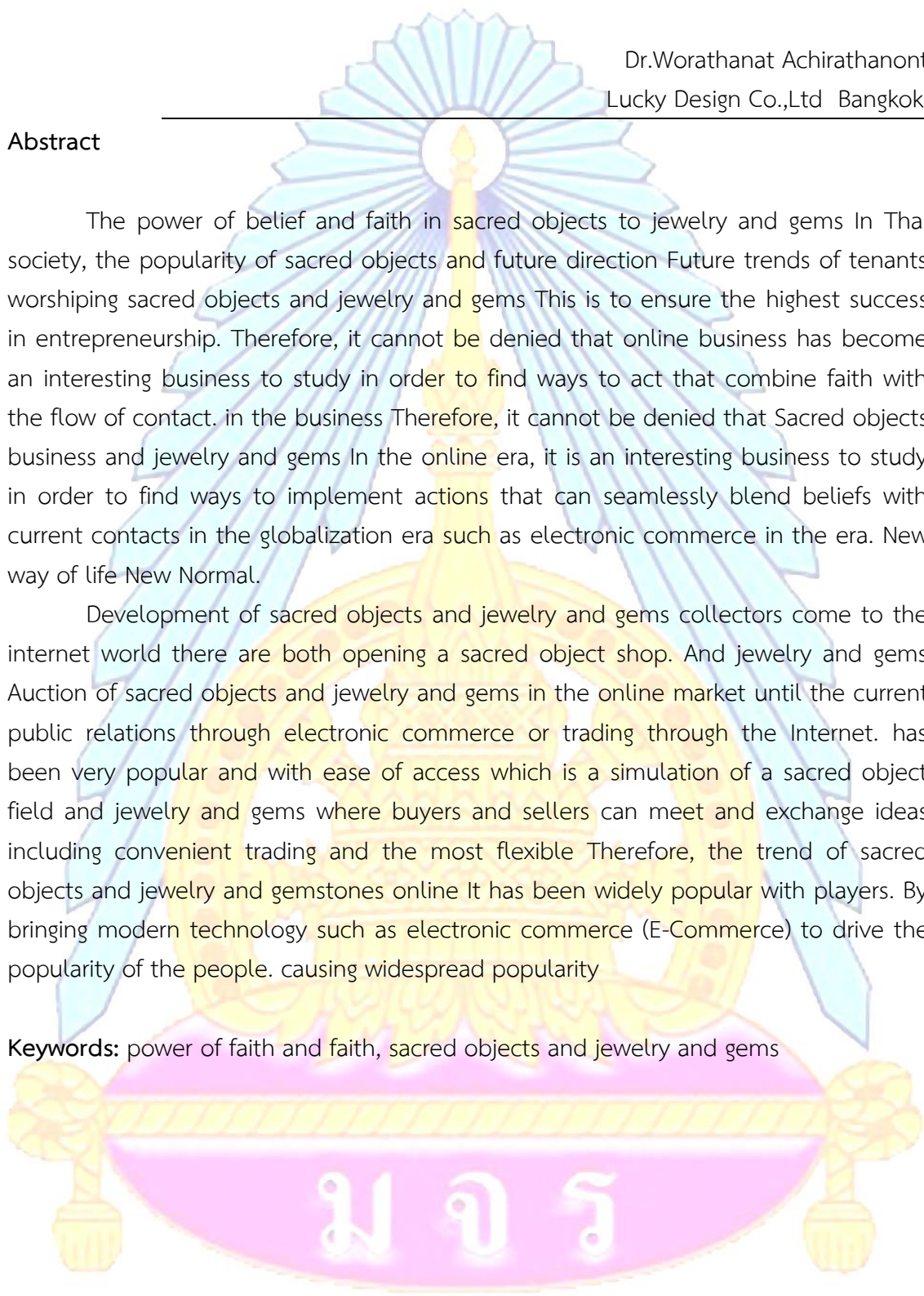
Dr.Worathanat Achirathanont
Lucky Design Co.,Ltd Bangkok.

Abstract

The power of belief and faith in sacred objects to jewelry and gems In Thai society, the popularity of sacred objects and future direction Future trends of tenants worshipping sacred objects and jewelry and gems This is to ensure the highest success in entrepreneurship. Therefore, it cannot be denied that online business has become an interesting business to study in order to find ways to act that combine faith with the flow of contact. in the business Therefore, it cannot be denied that Sacred objects business and jewelry and gems In the online era, it is an interesting business to study in order to find ways to implement actions that can seamlessly blend beliefs with current contacts in the globalization era such as electronic commerce in the era. New way of life New Normal.

Development of sacred objects and jewelry and gems collectors come to the internet world there are both opening a sacred object shop. And jewelry and gems Auction of sacred objects and jewelry and gems in the online market until the current public relations through electronic commerce or trading through the Internet. has been very popular and with ease of access which is a simulation of a sacred object field and jewelry and gems where buyers and sellers can meet and exchange ideas including convenient trading and the most flexible Therefore, the trend of sacred objects and jewelry and gemstones online It has been widely popular with players. By bringing modern technology such as electronic commerce (E-Commerce) to drive the popularity of the people. causing widespread popularity

Keywords: power of faith and faith, sacred objects and jewelry and gems



บทนำ

ปรากฏการณ์แห่งความเปราะบางของชีวิตอันเกิดจากโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจ ความวิตกกังวลจากความไม่แน่นอน แม้ตอนนี้เราจะมีวัคซีนแล้วก็ตาม แต่ยังไม่มียาการันตีได้ว่า เราสามารถกลับไปใช้ชีวิตได้เหมือนเดิม สังคมไทยในช่วงเวลาที่ยากลำบากนี้ สิ่งเดียวที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของคนไทย นั่นคือการหันไปพึ่งสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือเรื่องเหนือธรรมชาติ แม้ในความเป็นจริงความเชื่อและความศรัทธาจะอยู่คู่กับสังคมไทยมานาน ไม่ว่าจะเป็นโควิด-19 หรือไม่ เพียงแต่อาจมีการพัฒนา รูปแบบให้สอดคล้องกับยุคปัจจุบันมากขึ้น ทางสภาองค์การนายจ้างผู้ประกอบการค้าและอุตสาหกรรม ไทย (อีคอนไทย) คาดว่า อัตราการว่างงานของแรงงานไทยในปี 2564 น่าจะอยู่ที่ 2.9 ล้านคน โดยเฉพาะนักศึกษาจบใหม่ที่ยังหางานทำไม่ได้ตั้งแต่ปีที่แล้ว เมื่อรวมกับนักศึกษาจบใหม่ในปีนี้น่าจะอยู่ที่ 9 แสนคน งานวิจัย “Marketing in the Uncertain World” การตลาดของคนอยู่เป็น โดยวิทยาลัย การจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่าในช่วงโควิด-19 คนไทยเกิดความรู้สึกกังวลกับความไม่แน่นอนในชีวิต ส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์คนไทยหันหน้าพึ่ง “สายมู” และ “เชื่อในโชคกลาง” ผลวิจัยระบุว่า คนไทยกว่า 52 ล้านคนในปัจจุบันหันหน้ามาพึ่งความเชื่อโชคกลาง โดย 5 อันดับความเชื่อโชคกลางที่มีผลต่อคนไทยมากที่สุด ได้แก่ 1. พยากรณ์ ไโหราศาสตร์ ลายมือ ไพ่ยิปซี 2. พระเครื่องวัตถุมงคล 3. สีมงคล 4. ตัวเลขมงคล และ 5. เรื่องเหนือธรรมชาติ

ความเชื่อความศรัทธาต่อเรื่องเหนือธรรมชาติอยู่คู่กับสังคมไทยมาช้านาน หากเราย้อนกลับไปศึกษาในมุมมองแบบพระพุทธศาสนา ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องผีมาตั้งแต่แรก โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ คมกฤษ อยู่เต็กเค่ง (<https://www.gqthailand>) อาจารย์ประจำภาควิชาปรัชญา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อธิบายว่า การนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของไทยเปลี่ยนทุกสมัย ถ้าย้อนกลับไปแบบดั้งเดิมตามความเชื่อพื้นเมืองคือศาสนาผี ก่อนจะมีศาสนาพุทธและพราหมณ์เข้ามา แล้วจึงผสมผสานกลายเป็นศาสนาพุทธแบบไทย จากการศึกษาประวัติศาสตร์จะพบว่าผีมีความสำคัญในสมัยโบราณ ก่อนที่ศาสนาพุทธจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น และพราหมณ์ก็อยู่กับราชสำนักและชนชั้นสูง ซึ่งสมัยรัชกาลที่ 1 มีความพยายามฟื้นฟูพระพุทธศาสนา จนมาสำเร็จในรัชกาลที่ 4 ทำให้พระพุทธศาสนามีความเป็นเหตุเป็นผล และวิทยาศาสตร์มากขึ้น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คมกฤษตั้งข้อสังเกตว่าสังคมในปัจจุบัน ผีมีอำนาจและบทบาทมากขึ้น เหมือนสมัยโบราณ โดยมีพระพุทธศาสนาและพราหมณ์เป็นฉากหน้า ส่วนหนึ่งคือองค์การทางศาสนาไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของคนสมัยใหม่ได้ แน่แน่นอนว่าผีมีการเปลี่ยนแปลงเชิงความคิดและรูป “คือแต่เดิมพุทธศาสนากับพราหมณ์ต้องเบียดกับผี ทำให้พื้นที่ผีเหลือน้อยลงมาก จนต้องอิงอาศัยกับพุทธศาสนา ภายหลังคล้ายผีมีอำนาจมากขึ้น เพราะลักษณะการตอบสนองความต้องการที่ชัดเจน เช่น ตรงสี่แยกราชประสงค์ ที่ตั้งเทพเจ้าอินทรี จิ้งจก แล้วคือรูปแบบผี หรือความเชื่อแบบผี โดยทำหน้าที่แทนศาลพระภูมิ” นอกจากนี้ ผีจะไม่ได้อยู่ในวัดอีกต่อไป แล้วยังออกมาในพื้นที่ของเอกชน ทำให้เราเห็นว่าครูบาอาจารย์ ขวราสเอง ต่างก็ออกวัตถุมงคลกันมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น “ไอไข่” แม้จะอยู่ในพื้นที่ของวัด แต่มันก็ออกไปข้างนอก ด้วยความที่วัตถุมงคลไอไข่เป็นที่ต้องการในท้องตลาด

ธุรกิจเครื่องประดับอัญมณีเป็นธุรกิจที่ได้รับอิทธิพลจากความเชื่อในเรื่องอภิปรัชญาเกี่ยวกับราศีเราจึงไม่อาจมองข้ามความสำคัญของความเชื่อเหล่านี้มาเป็นจุดขายในตัวผลิตภัณฑ์ อีกทั้งควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพ และเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การปรับกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์



เพื่อรับมือกับการแข่งขันที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น โดยอาศัยวิถีการดำเนินชีวิต ความเชื่อ วัฒนธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม ของผู้บริโภคมาเป็นปัจจัยในการพัฒนาธุรกิจทั้งนี้เพราะผู้บริโภคในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับการออกแบบที่สอดคล้องเรื่องวัฒนธรรม และความเชื่อมากยิ่งขึ้น นักออกแบบ และนักการตลาดจะต้องสะท้อนแนวคิดของสินค้าเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ การตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่มีความชอบและความเชื่อส่วนบุคคล การเสนอขายสินค้าดังกล่าวจะช่วยให้สินค้านั้นมีมูลค่าทางจิตใจของลูกค้ามากยิ่งขึ้น เครื่องประดับอัญมณีนั้นสามารถตอบสนองความเชื่อที่มีอยู่ในแต่ละบุคคล เป็นหนึ่งในช่องทางในการนำเสนอสินค้าผู้บริโภคจำนวนมากในสังคมเอเชียยังให้ความสำคัญกับความเชื่อด้านไสยศาสตร์ ฮวงจุ้ย หรือแม้แต่เรื่องการดูดวง ฯลฯ ซึ่งทำให้คนเหล่านี้คล้อยตามได้ นอกจากนี้ยังได้มีการผสมผสานกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ แทนที่จะเป็นเพียงเครื่องประดับที่ผู้สวมใส่มิเพียงไม่กี่ชิ้นมา เป็น การสร้างความหลากหลาย หรือใช้หลักการ Increasing usage มาช่วยในการเพิ่มการบริโภคของผู้บริโภค

ความหลากหลายของวัตถุมงคล

วัตถุมงคล เป็นเรื่องของความเชื่อ และศรัทธาในสิ่งของที่สร้างขึ้นมีความสัมพันธ์ทางด้านศาสนา ตามสมัยนิยมตั้งแต่โบราณกาลมีหลักฐานเป็นวัตถุมงคลที่สร้างขึ้นมีอายุเก่าแก่เกือบ 2,000 ปี วัตถุมงคลจะมีมากมายในสังคมไทย เช่น พระเครื่อง, พระกริ่ง, พระกริ่งปวเรศ, ปลัดขิก, ผ้ายันต์, ตะกรุด, มืดหมอ, องค์เทพที่เป็นทางศาสนาอื่น ๆ เช่น พระพรหม, พระตรีมูรติ, พระราหู สำหรับเครื่องราง เป็นสิ่งที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณกาลนับพันปีมาแล้ว และประวัติเครื่องรางของขลังไม่ได้มีเฉพาะแต่ในเมืองไทยเท่านั้น ชนชาติอื่น ๆ ก็มีเครื่องรางใช้กันมานานแล้ว โดยเชื่อกันว่าของสิ่งนี้จะสามารถปกป้องคุ้มครองภัยอันตรายต่าง ๆ ให้ได้ รวมทั้งในเรื่องของโชคลาภ ความโชคดีทั้งหลายทั้งปวง วัตถุมงคลและเครื่องรางของขลัง จึงนับเป็นเป็นศาสตร์อย่างหนึ่งที่มีอยู่คู่กับมนุษย์ตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์ (วิกิพีเดีย, <https://th.wikipedia.org/wiki>) จนถึงทุกวันนี้ วัตถุมงคล-เครื่องรางของขลัง ในยุคสมัยที่เทคโนโลยีเจริญก้าวหน้ายังเป็นที่นิยมและมีความเชื่อถือ สำหรับความเชื่อในเรื่อง เครื่องราง ของคนไทย มีมาแต่ครั้งโบราณ ดังจะเห็นได้ในวรรณกรรมที่มีการกล่าวถึงอยู่เสมอ ๆ โดยเฉพาะ เครื่องราง ที่นักรบใช้ติดตัวในยามออกศึกสงคราม เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจให้หาญหาญไม่เกรงกลัวข้าศึก โดยเชื่อกันว่า เครื่องราง ที่สร้างขึ้นด้วยวิชาไสยศาสตร์ชั้นสูง โดยพระเกจิอาจารย์ผู้มีวิชาอาคมอันเข้มขลัง จะสามารถช่วยคุ้มครองป้องกันภัยรอบตัวได้เป็นอย่างดี การบูชาวัตถุมงคลควรเข้ามาบูชาด้วยเงินของตนเองจะขลังกว่ามีผู้ให้มา เพราะถ้ารับจากผู้อื่นมา ถือว่าบูชาแทนเขา บุญและความขลังจะน้อยกว่าเข้ามาบูชาเอง

ตลาดวัตถุมงคลไทยบูมขึ้นมาในช่วงไม่กี่สิบปีนี้ และเกิดลัทธิ (Cult) อื่นๆ ตามมา เนื่องจากคนเริ่มเอื่อมระอา กับพระพุทธรูปศาสนากระแสหลัก และการไม่ปรับตัว ทำให้คนอยากหาที่พึ่งทางใจมาเป็นทางเลือก ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ใหม่และน่าสนใจ “สมัยโบราณการทำพระเครื่องไม่ใช่ไว้พึดติดตัว แต่เข้าใจว่าเริ่มจากการมีพระพุทธรูปไว้ในบ้าน ซึ่งแต่เดิมไม่มี น่าจะเริ่มจากในวัง หรือชนชั้นสูงมาก่อน แล้วคติความเชื่อนี้ก็เผยแพร่ลงไปสู่ชนชั้นกลาง ต่อมาก็กลายเป็นวัตถุมงคลที่ขยายไปสู่วงกว้าง ทั้งพระพุทธรูป เกจิอาจารย์ ซึ่งหลัง ๆ เราจะเห็นความหลากหลาย มีทั้งเทพเจ้า หรือเครื่องรางของขลังที่เกี่ยวกับผี ที่ไม่จำเป็นต้องเกี่ยวกับวัดหรือศาสนา เนื่องจากข้อห้ามหรือกฎเกณฑ์ต่าง ๆ น้อยลง “ถ้า

ศึกษาจากวรรณกรรมเก่า ๆ วัดอุ้มผางแบ่งตามความเชื่อ เช่น แคล้วคลาด คงกระพันชาตรี เมตตามหานิยม ค้าขาย เป็นต้น ซึ่งในอดีตพระเครื่องที่เน้นเรื่องคงกระพันชาตรีจะได้รับความนิยมมาก เพราะสังคมผู้ชายสมัยก่อนนั้นวัดความเป็นชายผ่านระบบนักเลง แต่พอปัจจุบันสภาพแวดล้อมเปลี่ยน ทำให้วัดอุ้มผางที่ได้รับความนิยม คือค้าขาย และเมตตามหานิยม แต่หลัง ๆ ก็เปลี่ยนไปอีก อย่างเรื่องความรัก ก็เปลี่ยนรูปแบบให้ดูน่ารัก เป็นสร้อยหินพร้อมวัดอุ้มผางเพื่อให้ผู้หญิงใช้ได้ด้วย” วัดอุ้มผาง ในศาสนาพุทธ หรือเรียกกันโดยทั่วไปว่า พระเครื่องราง หรือ พระเครื่อง คือรูปสมมติของพระพุทธเจ้าที่มีขนาดเล็ก สร้างเพื่อเป็นที่ระลึกถึงพระพุทธเจ้า และเพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนา พระเครื่องอาจจะรวมถึงรูปสมมติของพระโพธิสัตว์, พระอริยสงฆ์ และเทพเจ้าที่มีขนาดเล็กด้วย วัดอุ้มผาง ทางพุทธศาสนานั้น ประกอบด้วย 2 ประเภท

1) วัดอุ้มผาง ภายนอก เช่น วัดที่สร้างมาจากดิน โลหะ ฯลฯ

2) มงคลที่แท้จริงมาจากภายใน ตามพระธรรมคำสอนของพระพุทธเจ้า คือ มงคลชีวิต เป็นคำแนะนำในการดำเนินชีวิตเพื่อความสุข และความเจริญก้าวหน้าของชีวิต ที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงไว้ 38 ข้อ ในมหาเมฆคสูตรหรือเรียกว่า มงคล 38 ประการ

การสร้างพระพุทธรูป เป็นความเชื่อและคตินิยม ในการสร้างพระเครื่องในการสร้างพระเครื่องให้มีขนาดเล็กเพื่อที่จะสามารถสร้างได้จำนวนมาก สำหรับบรรจุในพระพุทธรูปเจดีย์ เพื่อว่าในอนาคตเมื่อพระพุทธศาสนาเสื่อมลง วัดต่าง ๆ พังทลายยังสามารถพบรูปสมมติของพระพุทธเจ้า เพื่อแสดงให้เห็นความเจริญรุ่งเรืองของพระพุทธศาสนา เป็นหลักฐานทางวัตถุว่า ที่นี้มีพระพุทธศาสนา มีผู้ศรัทธาในคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้า และปฏิบัติตาม เป็นพุทธานุสติ อัมมานุสติ สังฆานุสติ รวมทั้งเป็นสิ่งระลึกอันประเสริฐของบุคคล ผู้คนรุ่นแต่ก่อน ปัจจุบันและต่อไปในอนาคต

ความเชื่อบางอย่างที่ไม่ควรเชื่อ

นอกจากคำอธิบายเชิงวิชาการด้านประวัติศาสตร์แล้ว ในมุมมองของเสกสรรค์ ศิริพิสัยสกุล หรือ “หมอปี พุทสี่อวิญาณ” เขาอธิบายความเชื่อความศรัทธาในสังคมไทยว่า เป็นเรื่องธรรมชาติที่มีมาทุกยุคทุกสมัย แล้วคงเกิดต่อไปเรื่อย ๆ ในอนาคต เนื่องจากมนุษย์เรายังต้องการสิ่งแปลกใหม่ และรวดเร็วทันใจ “คนเราขี้เกียจรอว่าต้องขยันทำงาน แล้วถึงจะได้เงิน อยากได้ใคร่ที่เสกเปรี๊ยะแล้วรวยเลย คือเราแสวงหาไปเรื่อย ๆ ต้องการที่พึ่ง แต่ถ้าหนทางที่พระพุทธเจ้าบอก อยากรวยต้องทำงาน อยากรักใคร่ต้องให้ใจคนนั้นก่อน มันช้า เลยอยากกระโดดปล้ำ มันจะเป็นแบบนี้ไปตลอดกาล”

ประเภทของพุทธพาณิชย์หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ (อรุณี อินทรโพธิ์จัน, www.bangkokbiznews.com) ความศรัทธามีหลายประเภท (ภาพที่ 1) พุทธพาณิชย์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ การให้เช่าบูชาพระเครื่อง เครื่องรางของขลัง วัดอุ้มผาง มีความหลากหลายและได้รับความนิยมแตกต่างกันไปในแต่ละช่วงเวลา (ภาพที่ 2) รองลงมาเป็นการให้บริการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา เช่น การบวช การสวดมนต์ข้ามปี การทำกิจกรรมหรือพิธีกรรมที่เป็นบริการตนเองโดยไม่จำเป็นต้องอาศัยพระสงฆ์เป็นผู้ประกอบพิธี เช่น การไหว้พระ การแก้บน การปิดทอง ลอยเทียนสีประจำวันเกิด การบูชารูปเคารพและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การเชิญชวนให้ทำบุญ บริจาค เครื่องเสียงทนาย การทำบุญสร้างวัดอุ้มผางสร้าง และบูรณะศาสนสถาน การจัดงานเทศกาล งานวัด และในระยะหลังนิยม

กิจกรรม	ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์	ข้อมูลจากหอการค้าไทย
การให้เจ้าบูชาพระเครื่อง เครื่องรางของขลัง วัตถุมงคล	5,517	522
การให้บริการประกอบพิธีกรรม	1,392	375
กิจกรรม/ พิธีกรรมที่เป็นการบริการตนเอง	1,221	10
การเชิญชวนให้ทำบุญ บริจาค	531	220
การทำให้วัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว	408	117

มหาสังข์ เหล็กไหล
กษัตริย์โลกผืนเสก ลูกเทพ
ล็อกเกต ชากเสื้อ นางแก้ว แสดมณี
จตุคาม วัตุมงคล ปลัดขิก
บุษก พญาง หินสี โตเรมอน
พุทธศิลป์ สาดกลาดันทอง เขียวเลื้อย คำยันต์
ชานหมาก แก้วโป่งขาม ขุนแผน
คิ้วสังข์ ตะเพียน
พระเครื่อง
ความขลัง สิ่งงาม ห้าว เสาวห้า ตะกรุด เขียวพหุขุม
เลขยันต์ เลขทะเบียนรถ กุมารทอง
เขี้ยว-เล็บ-งา **เหรียญ** ลูกบิ๊ด
เครื่องรางของขลัง เบี้ยแก้ว
เขี้ยวพญานาคราช

ภาพที่ 2 การให้ข้อมูลพระเครื่อง เครื่องรางของขลังและวัตถุมงคล
ที่มา: วิเคราะห์จากข้อมูลหนังสือพิมพ์

บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเกิดพุทธพาณิชย์และพุทธศรัทธา จากข้อมูลโซเซียลมีเดียจะเห็นชื่อตัวบุคคล เช่น ฉัမ်ชโย พุทธอิสระ เจ้าคุณธงชัย ส่วนข้อมูลจากหนังสือพิมพ์เน้นที่ตัวองค์กรหน่วยงานที่เป็นผู้สร้างหรือจัดกิจกรรมทางศาสนา ได้แก่ ตัววัด ซึ่งดำเนินการโดยกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง รองลงมาคือ เขียนพระ คอลัมน์พระในหนังสือพิมพ์ การประกวดพระ ชมรมพระเครื่อง และตลาดพระเครื่อง

ทัศนคติเชิงลบที่มีต่อวัด พระสงฆ์ และศาสนา ข้อมูลโดยรวมพบว่า มีผู้รู้สึกไม่ศรัทธาต่อศาสนาหรือการเสื่อมศรัทธาในศาสนา ข้อมูลจากสื่อโซเชียลมีเดียระบุถึง การชื้อบุญ การทำบุญมากเกินไป วัด พระสงฆ์ และศาสนาสร้างความเดือดร้อนให้ชาวบ้าน ขณะที่ข้อมูลจากสื่อหนังสือพิมพ์พบว่า ประชาชนต้องการให้มีการปฏิรูปศาสนาและปฏิรูปสงฆ์ (ทั้งนี้ ยังไม่รวมชาวพระที่เป็นคติ เพราะคติยังไม่สิ้นสุด) อย่างไรก็ตาม เมื่อนำทัศนคติทั้งเชิงบวกและลบมาวิเคราะห์ร่วมกันพบว่าข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกมีความถี่สูงกว่าเชิงลบมาก แม้จะมีผู้เสื่อมศรัทธาต่อวงการสงฆ์ไปบ้าง แต่ส่วนใหญ่คนทั่วไปก็ยังคงมีทัศนคติเชิงบวกมากกว่าลบต่อวัด พระสงฆ์ และศาสนา ยังเน้นการเข้าวัดเพื่อทำบุญ การประกอบกิจกรรมทางศาสนา เช่น การตักบาตร การบวช การปฏิบัติธรรม สืบค้าความเชื่อยังเป็นที่ยอมรับ



เพราะผู้คนยังมีความศรัทธา ความเชื่อ ความสุข ความหวังที่จะได้รับการปฏิบัติหรือการเข้าบูชา ศาสนาพุทธยังเป็นที่พึ่งของคนไทยส่วนใหญ่

ในอดีตที่ไม่นิยมนำพระพุทธรูปมาไว้ในบ้าน แต่ในช่วงสมัยรัชกาลที่ 4 ได้มีการเปลี่ยนแปลง ความเชื่อในสังคมไทย ก็เริ่มนำพระพุทธรูปมาไว้ในบ้าน มีการสร้างห้องพระหรือหอพระเพื่อใช้เป็น ที่บูชาและเก็บรักษาพระพุทธรูปและพระพิมพ์ อีกทั้งมีการสร้างพระพุทธรูปขนาดเล็กที่ใช้นำติดตัวพกพา ไปไหนมาไหนระหว่างการเดินทาง เพื่ออาศัยอำนาจพุทธานุภาพขององค์พระที่อธิฐานจิตในการช่วย ปกป้องให้พ้นจากอันตราย ปัจจุบันนิยมนำมาห้อยคอเป็นเครื่องรางสำหรับคุ้มครองป้องกันและเพื่อ ความเจริญรุ่งเรืองในชีวิต สำหรับพระกรุอันเลื่องชื่อนั้นมีนับร้อยๆ กรุ แต่มีอยู่กรุหนึ่งที่มีประวัติการ สร้างพระ นำลงบรรจุกรุ รวมทั้งมีการเปิดกรุอย่างชัดเจน คือ “พระสมเด็จฯ วัดบางขุนพรหม” ซึ่งเป็น มรดกอันทรงคุณค่าที่ท่านเจ้าประคุณสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต) พรหมรังษี ได้สร้างและบรรจุไว้ให้ เมื่อกว่าศตวรรษมาแล้ว ปัจจุบันแม้แต่เศษชิ้นส่วนที่แตกหักก็ยังเป็นที่ต้องการของผู้คน มีราคาเช่าหาสูง และหายาก

สมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต) พรหมรังษี ท่านสร้างพระพิมพ์สมเด็จฯ ไว้ 3 แห่ง คือ 1.พระ สมเด็จฯ วัดระฆังโฆสิตาราม กทม. 2.พระสมเด็จฯ วัดบางขุนพรหม กทม. และ 3.พระสมเด็จฯ วัดเกต ไชโย จ.อ่างทอง ตามประวัติการสร้างพระสมเด็จฯ วัดบางขุนพรหม สมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต) ได้สร้าง พระสมเด็จวัดระฆังฯ ขึ้นแจกชาวบ้านในราว พ.ศ.2409 หลังจากท่านได้สมณศักดิ์ “สมเด็จพระพุฒา จารย์” ได้ 2 ปี ต่อจากนั้นประมาณ พ.ศ. 2411-2413 ท่านจึงสร้างพระสมเด็จฯ ขึ้นอีกจำนวนหนึ่ง นำไปบรรจุไว้ในพระเจดีย์องค์ประธานที่วัดบางขุนพรหม เรียกกันว่า “พระสมเด็จฯ วัดบางขุนพรหม” การสร้างพระเครื่องเพื่อบรรจุกรุในยุคปัจจุบัน หลายวัดหลายแห่งได้ทำตามคติความเชื่อของคนโบราณ อย่างไรก็ตาม สำหรับบางคนที่ไม่ชอบเครื่องราง มองว่างมง่าย จริง ๆ สิ่งที่เป็นมงคล ควรต้องศรัทธา และเชื่อถือ สิ่งดี ๆ ถึงจะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นพระหรือเครื่องราง ก็ควรจะอนุรักษ์ และสะสมเพื่อสืบทอด สำหรับตนเองเป็นปัจจัย 5 เป็นสิ่งสำคัญในชีวิตประจำวัน แต่ก็มองเป็นเรื่องของความสบายใจ เพราะความพึงพอใจของแต่ละคนไม่เหมือนกัน อย่างเราชอบแบบนี้ จะไปบังคับให้คนอื่นชอบแบบนี้ก็ ไม่ได้

การตลาดเข้ามามีบทบาท

การตลาดเข้ามามีบทบาทเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้ขายกับผู้บริโภค ผู้ซื้อหรืออีกนัย เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างแหล่งเสนอขาย วัดมุงมลลัทธิอุมณี กับความต้องการ การสร้างโลโก้ (Logo Design) การสร้างโลโก้ เปรียบเสมือนการสร้างสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนสินค้า บริการ องค์กร รวมถึง ความรู้สึกด้วย ทั้งชื่อ สัญลักษณ์ที่เป็นโลโก้ หรือแม้กระทั่งสีของเครื่องประดับ เทคนิคในการสร้างโลโก้ คือ ควรกำหนดเป้าหมายไว้ว่าอยากให้ผู้บริโภคเห็นแล้วนึกถึงอะไร ส่วนสโลแกน หรือ คำพูด คำบรรยายติดปากสั้น ๆ ของวัดมุงมล มีไว้เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำรูปแบบได้ง่ายขึ้น เมื่อผู้บริโภคยังคงมีความเชื่อจึงสามารถนำเสนอสินค้าที่ตอบสนองความเชื่อดังกล่าวเครื่องประดับอุมณีตามราศีเกิดเป็น แนวทางในการนำเสนอวัดมุงมลและอุมณี อีกรูปแบบหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ที่มีความเชื่อเรื่องการเสริมราศี และความเป็นสิริมงคล ผู้ประกอบการสามารถออกแบบ



เรื่องระดับอณุมติที่สะท้อนให้เห็นถึงแนวความคิดใหม่ ๆ และสอดคล้องกับความเชื่อส่วนบุคคล จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มตลาดที่ยังคงมีความต้องการ

พระเครื่อง ความหมายจาก พจนานุกรมแปล ไทย-ไทย ราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง พระพุทธรูปองค์เล็ก ๆ ที่นับถือว่าเป็นเครื่องคุ้มครองป้องกันอันตราย (ย่อมาจากคำ พระเครื่องราง) สังคมไทยกับพระเครื่องอยู่ด้วยกันมาอย่างยาวนานแล้ว ตั้งแต่เริ่มรับพระพุทธศาสนาเข้ามาในประเทศไทย พระเครื่องเป็นสัญลักษณ์ของชาวไทยที่นับถือพระพุทธศาสนา และพระเครื่องยังเป็นทั้งตัวแทนในการระลึกถึงพระพุทธเจ้าและพระธรรมคำสั่งสอน ด้วยความกลัวภัยต่าง ๆ ทำให้คนเราจำเป็นต้องหาและกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวพึ่งพาให้เกิดความปลอดภัย ความมั่นคงในชีวิต และทรัพย์สินของตน ทั้งนี้ วัดอุ้มผางต่าง ๆ โดยเฉพาะพระบูชาและพระเครื่อง ซึ่งมีอำนาจของพุทธคุณที่เป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ โดยเชื่อว่าพระเครื่องนั้นสามารถคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินของตนได้ ทำให้พระเครื่องเป็นที่นิยมของคนไทยมาตั้งแต่โบราณ

ปัจจุบันพระเครื่องได้รับความนิยมเลื่อมใสมากยิ่งขึ้น เป็นที่น่าสนใจว่ามีสาเหตุอะไรที่ทำให้คนไทยหันไปยึดถือพระพุทธรูป พระสงฆ์ (เกจิอาจารย์) หรือวัดอุ้มผาง จนเป็นที่ต้องการของคนทุกชนชั้น คำตอบที่สะท้อนออกมาคือ เพราะสังคมปัจจุบันอยู่ในภาวะที่ต้องดิ้นรนขวบวชมากขึ้นภาวะเศรษฐกิจที่บีบคั้น ภาวะการเมือง และปัญหาสังคมที่ไร้การเยียวยา ตลอดจนการไม่ได้รับความใส่ใจจากรัฐ ทำให้ประชาชนแทบทุกชนชั้นวาระเกิดความไม่มั่นคงในวิถีการดำเนินชีวิตของตนเองดังนั้น พระเครื่องจึงเป็นที่สนใจของทุกคน เป็นที่พึ่ง และศรัทธาทรงจิตใจ เป็นสัญลักษณ์แห่งความศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งผูกพันกับวิถีชีวิตของคนไทยจนถือเป็นวัฒนธรรมแห่งความเชื่อในอำนาจของพุทธคุณ โดยรูปแบบของ “เครื่องราง” และ “วัดอุ้มผาง” ก็ถูกดัดแปลงให้คนแต่ละรุ่น สามารถใสในชีวิตประจำวันได้ง่ายขึ้น มีทั้ง กำไล, สร้อย, พวงกุญแจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภควัดอุ้มผาง

ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychology Factors) ประกอบด้วย การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อ และทัศนคติ (นพดล สมฤกษ์ผล, 2552)

(1) การจูงใจ (Motivation) หมายถึง สิ่งกระตุ้น หรือความรู้สึกที่เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำ หรือมีพฤติกรรมในรูปแบบที่แน่นอน

(2) การรับรู้ (Perception) หมายถึง อะไรก็ตามที่ถูกนำมาสู่ความสนใจของผู้บริโภคโดยผ่านประสาททั้งห้า ดังนั้นบุคคลแต่ละคนในภาวะที่ถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าเดียวกัน อาจประพฤติปฏิบัติต่างกัน เพราะ บุคคลมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน จากประสบการณ์ในอดีตที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับ ลักษณะของสิ่งกระตุ้น ความสัมพันธ์ของสิ่งกระตุ้นกับสิ่งแวดล้อม และสถานภาพของแต่ละบุคคล

(3) การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง พฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้ปฏิบัติ ประสบการณ์ หรือการเกิดขึ้นของสัญชาตญาณ ดังนั้น การตลาดจึงใช้แนวคิดนี้มาเป็นประโยชน์ด้วยการโฆษณาซ้ำ ๆ จนเกิดการจูงใจในการซื้อ

(4) ความเชื่อและทัศนคติ (Believes and Attitude) หมายถึง ความรู้สึกที่อยู่ภายในตัวมนุษย์หรือความเห็นที่เป็นรูปแบบพฤติกรรมของบุคคล



ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ลักษณะภายนอกของตัวบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อที่เห็นได้ชัดเจน ได้แก่ อายุ อาชีพ วัฏจักรชีวิต บุคลิกภาพ สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ และวิถีทางการดำเนินชีวิต จากคุณลักษณะเฉพาะของบุคคลนี้ ทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างจากคนอื่น ดังนี้

(1) อายุ และวัฏจักรชีวิต (Age and Life Cycle) ผลิตรัณที่ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อขึ้นอยู่กับอายุของผู้บริโภค เช่น ลักษณะเสื้อผ้าที่ใช้แต่งกายมีการเลือกซื้อเหมาะสมกับวัย นอกจากนี้ความต้องการในตัวผลิตรัณที่ และพฤติกรรมการเลือกซื้อ แตกต่างกันในแต่ละช่วงของวัฏจักรชีวิต

(2) อาชีพ (Occupation) อาชีพในแต่ละอาชีพจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการในผลิตรัณที่ที่แตกต่างกัน

(3) บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึงโครงสร้างทั้งหมดของมนุษย์ซึ่งจะทำให้บุคคลแต่ละคนมีนิสัยและทัศนคติที่ต่างกัน บุคลิกภาพจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ เช่น บุคคลที่มีความละเอียด ระมัดระวัง ก็มีความพิถีพิถันในการซื้อโดยคำนึงถึงตราผลิตรัณที่ และต้องทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตรัณที่ ก่อนการตัดสินใจซื้อ เป็นต้น

(4) สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economics) โอกาสที่ผู้บริโภคจะซื้อผลิตรัณที่ขึ้นอยู่กับระดับรายได้ การออม การเป็นเจ้าของทรัพย์สิน ความสามารถในการกู้ยืม การให้สินเชื่อ และทัศนคติที่เกี่ยวกับการจ่ายเงิน

(5) วิถีทางการดำเนินชีวิต วิถีทางการดำเนินชีวิตของบุคคลขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ลำดับชั้นทางสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล

ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Culture Factors) เป็นสัญลักษณ์ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเป็นที่ยอมรับจากกรุ่นหนึ่งไปสู่กรุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนด และควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการ และพฤติกรรมของบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรมจึงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ประกอบด้วย วัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย และลำดับชั้นทางสังคม

(1) วัฒนธรรม (Culture) หมายถึงรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่สามารถเรียนรู้ และถ่ายทอดสืบต่อกันมา โดยผ่านการอบรม และขัดเกลาทางสังคม

(2) วัฒนธรรมย่อย (Sub-Culture) พฤติกรรมของบุคคลในแต่ละวัฒนธรรมยังแตกต่างแคบลงไปอีก โดยพิจารณาความแตกต่างในด้านเชื้อชาติ ศาสนา และพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ สิ่งเหล่านี้มีบทบาทในการก่อตัวขึ้น เป็นทัศนคติของบุคคล

(3) ลำดับชั้นทางสังคม (Social Class) มนุษย์ที่อยู่รวมกัน ในสังคมจะมีการแบ่งลำดับชั้นที่แตกต่างกันไปตามอาชีพ ความมั่งคั่ง ชาติตระกูล การอำนาจเหนือคนอื่น และบุคลิกลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งโดยทั่วไปอาจแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ ระดับสูง ระดับกลาง และระดับต่ำ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับลำดับชั้นทางสังคมที่เขาอยู่ด้วย

ความเชื่อและทัศนคติ (belief and attitude)

ความเชื่อเป็นสิ่งที่เกิดมากับมนุษย์ทุกยุคทุกสมัย ตั้งแต่ดึกดำบรรพ์จนกระทั่งถึงปัจจุบัน แม้ในปัจจุบันนี้ความเชื่อก็ยังกลายเป็นสิ่งที่ฝังอยู่ในความรู้สึกของมนุษย์ทุกเพศทุกวัยและทุกระดับ



การศึกษา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมนุษย์เรายังมีความไม่มั่นคงทางจิตใจ ซึ่งความเชื่อของมนุษย์ในแต่ละยุคแต่ละสมัยอาจแตกต่างกันไป ทั้งนี้อาจเนื่องจากสภาวะแวดล้อม การศึกษาและการพัฒนาทางสังคม คนสมัยก่อนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปรากฏการณ์ธรรมชาติน้อยมาก โดยเชื่อว่าธรรมชาติเป็นสิ่งที่มีความพลังอำนาจ มีอันตรายและน่ากลัว ดังนั้นความกลัวจึงเป็นอารมณ์ที่มีบทบาทสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความเชื่อเกิดศาสนาและพิธีกรรมขึ้น (แสง จันทรงาม, 2544) ความเชื่อทางศาสนาแบบดั้งเดิมมักจะเกี่ยวข้องกับอำนาจเหนือธรรมชาติในรูปต่าง ๆ เช่น ความเชื่อเรื่องผีขวัญ และสิ่งศักดิ์สิทธิ์อื่น ๆ และมักจะมีพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อเหล่านี้ เช่น พิธีเซ่นไหว้ผีบรรพบุรุษ ผีบ้าน ผีเมือง การทำขวัญ การรักษาโรคด้วยพิธีการทางไสยศาสตร์ ดังนั้น ความเชื่อ และพิธีกรรมเหล่านี้จึงเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญ ทศนคติทำนองนี้นักปราชญ์ทางวัฒนธรรมประเพณี คือ เสถียร โกเศศ (2512) ได้กล่าวว่า สังคมไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันยังมีความเชื่อดั้งเดิมเกี่ยวกับอำนาจเหนือธรรมชาติ ศาสนาพื้นบ้านอันก่อให้เกิดประเพณี และพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตมนุษย์มากมายประกอบประเพณี และพิธีกรรมก็เพื่อก่อให้เกิดความสบายใจ บรรลุตามที่ต้องการ (นฤมล หิณฺฐิระนันท์ , 2541)

ลักษณะสำคัญของวัฒนธรรม มี 4 อย่าง คือ

1. วัฒนธรรมสามารถเรียนรู้กันได้
2. วัฒนธรรมรับมาใช้ร่วมกันได้โดยผ่านสถาบันทางสังคม (เช่น ครอบครัว วัด โรงเรียน และสื่อมวลชน)
3. วัฒนธรรมจะต้องได้รับการยอมรับการตอบสนองจากสังคมอย่างเหมาะสม
4. วัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา (Engel, et al. quoted in Bovee, Houston and Thill, 1995)

เยี่ยม ฉายางาม (2532) ได้กล่าวถึงศาสนาเกิดจากความเชื่อถ้าไม่มีความเชื่อศาสนาก็ไม่มี เพราะศาสนาเป็นการแสดงออกถึงความเชื่อจึงเป็นรูปธรรมคู่กับความเชื่อซึ่งเป็นนามธรรม ความเชื่อแปลว่าความที่เห็นจริงด้วย ความเชื่อตามปกติมีความยินดีตามมาด้วยเรียกว่า Faith หรือ ภัคดี นอกจากนี้ยังกล่าวถึงความเชื่อศรัทธาในพุทธศาสนามีหลักไว้ 4 ประการคือ 1) เชื่อกรรม 2) เชื่อผลของกรรม 3) เชื่อว่ากรรมเป็นของผู้กระทำ 4) เชื่อเรื่องการตรัสรู้ของพระตถาคต

มณี พยอมยงค์ (2529) ได้กล่าวถึงประเภทของความเชื่อ และความสำคัญของความเชื่อ เอาไว้ในหนังสือ วัฒนธรรมพื้นบ้าน : คติความเชื่อ ว่าความเชื่อแบ่งออกเป็นสองประเภทใหญ่ ๆ คือ ความเชื่อทั่วไป หรือความเชื่อธรรมดา เช่น เรื่องนรก สวรรค์ เทวดา และอีกประการหนึ่งคือ ความเชื่อทางไสยศาสตร์ ความเชื่อทั้งสองแบบอาจแบ่งออกได้หลายประการ เช่น ความเชื่อเป็น พื้นฐานให้เกิดการกระทำสิ่งต่าง ๆ ทั้งด้านดี ด้านร้าย คนโบราณจึงสร้างศรัทธาให้เกิดแก่ลูกหลานอันเป็นการปลูกฝังความเชื่อให้สืบทอดไปในสำนักของแต่ละคน จนไม่อาจถอนได้ ความเชื่อก่อให้เกิดคุณค่าหลายประการ เช่น เกิดความมั่นใจ เกิดพลัง เกิดการสร้างสรรค์ ฯลฯ ในทางตรงข้ามถ้าต้องการบอกเล่าอย่างเดียว ไม่มีการวิเคราะห์เหตุผล ความเชื่อเช่นนี้ย่อมก่อให้เกิดผลเสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาสังคม เพราะผู้ที่มีความเชื่อเช่นนี้จะต่อต้านกับเหตุผล ความไม่เจริญก้าวหน้าของบ้านเมืองก็อาจมาจากศรัทธาความเชื่อของประชาชนส่วนหนึ่งเหมือนกัน

จารุวรรณ ธรรมวัตร (2530) ได้กล่าวถึงความเชื่อเกิดจากปัญหาการดำเนินชีวิตประจำวัน ปัญหานั้นเกินขีดความสามารถที่จะแก้ไขได้ จึงสร้างความเชื่อว่ามีอำนาจลึกลับเหนือธรรมชาติ บันดาลให้เป็นไป เพื่อป้องกันภัยพิบัติที่เกิดขึ้นกับตัวเอง มนุษย์จึงวิงวอนขอความช่วยเหลือจากอำนาจ



ลึกลับ ถ้าบอกกล่าวหรือทำให้อ่านาจนั้นพอใจอาจช่วยให้ปลอดภัยได้ เมื่อมีการประกอบพิธีกรรมที่ถูกต้องทำให้รอดพ้นจากภัยพิบัติต่าง ๆ และส่งผลให้อยู่เย็นเป็นสุข มีสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน

ธุรกิจพระเครื่องในตลาดปัจจุบัน มีมูลค่าสูงกว่า 4 หมื่นล้านบาท เนื่องจากมีการ แข่งขันกันอย่างมาโดย หาคความแตกต่าง และสร้างจุดขาย ตั้งแต่การออกแบบ มวลสารที่ใช้ ในการ สร้างรวมถึง การ ดึงพระชื่อดังเป็น ผู้ปลุกเสก ซึ่งค่าปลุกเสกพระเครื่องระดับเกจิสูงถึงวันละ 5 หมื่นบาท นอกจากนี้ยังมีต้นทุน 60-70 เปอร์เซ็นต์เป็นค่าโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ รวมถึงการปล่อยพระใหม่ลงตลาดถ้าคาดหวังจะให้มูลค่าพระเครื่อง มีราคาสูงต้องรู้วิธีการสร้างกระแส จากกลุ่มเซียนพระชื่อดังหรือลงทุนกันในกลุ่มผู้สร้างเพื่อหาเช่าพระเครื่องที่กลุ่มตัวเองนั้นได้สร้างขึ้น ที่รู้จักในวงการพระเครื่องว่า “การปั่นราคา” การพัฒนาของวงการนักสะสมพระเครื่องมาสู่โลกอินเทอร์เน็ต มีทั้งการเปิดร้านพระเครื่อง ประมูลพระเครื่อง ตลาดพระเครื่องออนไลน์ จนกระทั่งกระแสการประชาสัมพันธ์ผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) หรือการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และด้วยความสะดวกในการเข้าถึง ซึ่งเป็นการจำลองสนามพระ ที่ผู้ซื้อ และผู้ขายสามารถพบปะและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงการซื้อขายกันได้สะดวกและคล่องตัวมากที่สุด จึงทำให้กระแสพระเครื่องออนไลน์ ได้รับความนิยมจากผู้เล่นพระอย่างกว้างขวาง ด้วยการนำวิทยาการที่ทันสมัยอย่างการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มาร่วมขับเคลื่อนกระแสนิยมของพระเครื่อง ทำให้เกิดกระแสความนิยมพระเครื่องออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ดังจะสังเกตได้จากจำนวนสมาชิกที่เข้าร่วม และจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์พระเครื่องออนไลน์ที่มีจำนวนมากขึ้น

สรุป

ความเชื่อเรื่อง “วัตถุมงคล” หรือ “เครื่องรางของขลัง” เป็นสิ่งที่อยู่คู่คนไทยมายาวนานนับหลายร้อยปี ถูกเปรียบดั่งที่พึ่งพาทางใจของมนุษย์ในทุกยุคทุกสมัย แต่เมื่อเวลาผ่านไป ทุกสิ่งย่อมถูกเปลี่ยนแปลงให้ทันโลกสมัยใหม่ เช่นเดียวกับคนที่มีความเชื่อ ก็พร้อมที่จะสรรหาวัตถุมงคลต่าง ๆ เพื่อมาบูชา ให้จิตใจได้มีที่ยึดเหนี่ยว แต่ก็อาจโดนผู้คนบางส่วนมองเป็นเรื่องไร้สาระมง่าย แต่ก็ถือเป็นการเคารพในความชอบของแต่ละบุคคล กระแสความนิยมวัตถุมงคล และทิศทางในอนาคต แนวโน้มในอนาคตของผู้เช่าบูชาพระเครื่อง ทั้งนี้เพื่อให้ความสำเร็จสูงสุดในการประกอบการ จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าธุรกิจพระเครื่องออนไลน์เป็นธุรกิจที่น่าสนใจนำมาศึกษาเพื่อหาแนวทางในการดำเนินการที่ทำให้ความเชื่อความศรัทธามาสัมผัสกับกระแสการติดต่อในยุคโลกาภิวัตน์อย่างการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ได้อย่างแนบเนียนได้อย่างไร วิธีที่เชื่อมั่นในอำนาจคุณธรรมความดีของบุคคลสามารถสานสัมพันธ์กับทุกสิ่งในโลกได้ แม้อาจเหมือนว่าความสำนึกดังกล่าวจะนำไปสู่การสร้างพันธนาการจิตให้วนเวียนอยู่กับพิธีกรรมอันศักดิ์สิทธิ์ทางด้านจิตวิญญาณ แต่ก็ยังเป็นเบื้องต้นที่จะนำไปสู่การเรียนรู้ความจริงในพระพุทธศาสนา เพื่ก้าวสู่การศึกษาปฏิบัติธรรมขั้นสูง เพื่อจะนำไปสู่การปลดปล่อยพันธนาการให้จิตกลับคืนมาสู่ความเป็นอิสระโดยธรรมจากอำนาจใด ๆ ในโลก ดังปรากฏการสั่งสอนให้เจริญสติปัญญาในพระพุทธศาสนา ที่สรุปลงให้สังคม พึงตน พึงธรรม ไม่พึงอำนาจอื่นใดเลยในที่สุด จะเห็นได้ว่าที่เห็นนานาพิธีการที่เป็นไปในเชิงเทวนิยม ปรากฏอยู่ในพื้นฐานชีวิตของสังคมไทย ดังปรากฏสัญลักษณ์ที่สะท้อนความเชื่อตามคตินิยมเกลื่อนกลาดไปทั่วแผ่นดิน ไม่ว่าจะเป็นศาลภูมิเทวดา ห้องบูชาพระ หิ้งไหว้ผีบรรพชน จึงมีคำกล่าวว่า เช้าไหว้พระ กลางวันบูชาเทพยดา กลางคืนไหว้ผีบรรพชน แม้สังคมได้



ก้าวสู่โลกยุควิทยาศาสตร์ที่แสดงความเชื่อตามหลักเหตุผลพิสูจน์ได้ แต่ก็เชื่อว่าความเชื่อเชิงเทวนิยมนี้จะหมดไป โดยเฉพาะการแทรกซึมอยู่ในพิธีกรรมทางพุทธศาสนาที่สื่อสารตามวัดวาอารามต่างๆ ในพระพุทธศาสนา ที่น่าสนใจคือ พระภิกษุจำนวนมากยังดำเนินพิธีกรรมทางเทวนิยมควบคู่ไปกับการประกอบศาสนกิจตามพระธรรมวินัยในพระพุทธศาสนา ดังค่านิยมสร้างเครื่องรางของขลังวัตถุมงคลทั้งหลาย ความศรัทธาเลื่อมใสอย่างถูกต้อง จิตสำนึกที่ตรงตามธรรมของสาธุชนในสังคม จึงเป็นเครื่องหมายที่จะตราว่า สังคมประเทศชาตินี้มีพระพุทธศาสนาประจำชาติแท้จริงหรือไม่ ซึ่งสำคัญยิ่งกว่าที่บัญญัติทั้งปวงในเอกสารตราสารใด ๆ เพราะความศรัทธาที่ดำรงอยู่ด้วยความรู้ถูกต้องชอบตรงตามธรรมนั้น จะเป็นรากแก้วให้จิตวิญญาณของสัตว์ทั้งหลาย ที่จะนำไปสู่ความเพียรชอบ ความระลึกถึงชอบ และความตั้งมั่นชอบ เมื่อสมบูรณ์ในอำนาจธรรมดังกล่าว กำลังธรรมย่อมเกิดขึ้นในจิตวิญญาณแห่งสัตว์นั้น ให้ขับเคลื่อนชีวิตไปบนเส้นทางวิสุทธิได้อย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- จารุวรรณ ธรรมวัตร. **วรรณกรรมท้องถิ่น : อีสาน-ล้านช้าง**. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม, 2530.
- นพดล สมฤกษ์ผล. **ความเชื่อและพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชาชนในจังหวัด กรุงเทพมหานคร**. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 2552.
- นฤมล ใหญ่ชีระนันท์. **รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ ชุดโครงการประเมินสถานภาพไทยศึกษาความเชื่อและพิธีกรรม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.). (2541).
- มณี พยอมยงค์. **การศึกษาเชิงวิเคราะห์โคลงปทุมสังกา**. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2529.
- แสง จันทรงาม. **ประเพณีธรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: บริษัทสร้างสรรค์บุ๊คส์, 2544.
- พระยา อนุমানราชชน (เสถียรโกเศศ). **การศึกษาเรื่องประเพณีไทยและชีวิตชาวไทยสมัยก่อน**. กรุงเทพมหานคร: คลังวิทยา, 2521.
- เอี่ยม ฉายงาม. **เพิ่มศัพท์ด้วยรากศัพท์ละตินและกรีก**. กรุงเทพมหานคร: ร.พ.มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2532.
- ศาสตราจารย์ คมกฤช อุ่ยเต็กเค่ง. แหล่งที่มา: <https://www.gqthailand.com/gq-hype/article/gq-hype-vol-64>.
- วิกิพีเดีย, แหล่งที่มา: <https://th.wikipedia.org/wiki>.
- อรุณี อินทรไพโรจน์, แหล่งที่มา: <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist>.
- Engel, et al. **quoted in Bovee, Houston and Thill**. 1995.