

รายงานสืบเนื่องจาก การประชุมวิชาการระดับชาติ งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ ทางนิเทศศาสตร์ ครั้งที่ 10



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ
อภิปรายงานวิจัย

- รศ. อวยพร พานิช
- รศ. ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์
- รศ. ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ
- รศ. ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์
- ผศ. ดร. กาญจนา มีศิลป์วิภัย
- ผศ. ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง
- ผศ. รัตนา ทิมเมื่อง
- ผศ. ดร.กฤษณ์ คำนนท์
- ผศ. วรวุฒิ อ่อนน่วม

The Proceedings of the 10th Academic Conference
on Communication Research and Creative Works

วันศุกร์ที่ 10 กรกฎาคม 2563
เวลา 08.30 น. - 16.30 น.

นำเสนอผลงานบนระบบออนไลน์
ผ่านแอปพลิเคชัน ZOOM



สารบัญ

หน้า

• รายชื่อสถาบันเครือข่ายนิเทศศาสตร์ที่ร่วมจัดการประชุมงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 10_____	5
• รายชื่อคณะกรรมการผู้จัดงานประชุมวิชาการงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ครั้งที่ 10_____	6
• รายชื่อสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมการประชุมวิชาการงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ครั้งที่ 10_____	7
• กำหนดการการจัดงานประชุมวิชาการงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ครั้งที่ 10_____	9



กลุ่ม 1: ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รศ.ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ และ ผศ.ดร.กาญจนา มีศิลป์วิภักย์

การสื่อสารในภาวะวิกฤตของเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทย

• ประเมศวร์ รัมย์ยากร_____	13
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำนโยบายการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุไปปฏิบัติของกรุงเทพมหานคร	
• จักริรัตน์ ณ ลำพูน, สุรินทร กปิตถา ณ อยุธยา และวัฒนา เจริญชัยนพกุลี่_____	29
การสร้างกิจกรรมนฤยาศิลป์บำบัดเพื่อช่วยในการปรับตัวทางสังคมของเด็กดาวนซินโดรม กรณีศึกษา : นักศึกษาทดลองเรียน สาขาวิชาสื่อสารการสดงร่วมสมัย คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	
• ภัทราพร เจริญรัตน์_____	38
การศึกษาช่องทางการขายความเชื่อเกี่ยวกับวัตถุมงคลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	
• วโรชา สุทธิรักษ์_____	48
นักแคสเกม : ผู้ทรงอิทธิพลแห่งโลกไซเบอร์	
• พิทักษ์พงศ์ พงษ์พิพัฒน์_____	60
ความสัมพันธ์ระหว่างเพศวิถีกับการมีส่วนร่วมในการใช้แอปพลิเคชันจอยลดาของสาววาย ในเครือข่ายเฟซบุ๊กสาววาย	
• ยุทธนา สุวรรณรัตน์ และอนรรฆอร บุรมัธนานนท์_____	69
กระบวนการสร้างสรรค์บทละครเพลงสำหรับเด็ก เรื่อง “The wild west musical”	
• ชโลธร จันทะวงศ์_____	80
เอกลักษณ์การสร้างสรรค์ละครเวทีเชิงสังเคราะห์แนวฟิวเจอริสม์ของฟิลิปโป โทมมาสโซ มาริเนตตี	
• จุฑารัตน์ การะเกตุ_____	92

การศึกษาช่องทางการขายความเชื่อเกี่ยวกับวัตถุมงคล ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

The Study of Sale Channel in Talismans Beliefs through Facebook

วโรชา สุทธิรักษ์ *

บทคัดย่อ

ความเชื่อเรื่อง “วัตถุมงคล” หรือ “เครื่องรางของขลัง” เป็นสิ่งที่อยู่คู่คนไทยมาช้านาน นับหลายร้อยปี สืบเนื่องมาจากการสู้รบของคนสมัยก่อน เพื่อเป็นที่พึ่งยึดเหนี่ยวทางใจให้หาญหาญ ไม่เกรงกลัวข้าศึก และป้องกันภัยอันตรายต่างๆ ในรูปของวัตถุมงคล เครื่องรางของขลัง และการสักยันต์ตามร่างกาย โดยเชื่อกันว่า จะสามารถช่วยคุ้มครองป้องกันภัยรอบตัวได้เป็นอย่างดี มีการผสมผสานกับพิธีกรรมทางพุทธศาสนาจนกลายเป็นวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของคนไทย

ปัจจุบันกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจเข้าสู่แวดวงธุรกิจนี้มีมากขึ้น ที่สามารถนำปัญหาของจำกัดด้านความเชื่อ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความเก่า ล้าสมัย นำมาพัฒนาเพื่อตอบโจทย์ลูกค้าในยุคดิจิทัล และสามารถสร้างกระแสของความนิยมในตัวสินค้าอย่างชัดเจน เมื่อ “ความเชื่อ” กับ “แฟชั่น” มารวมตัวกัน ก็กลายเป็นกระแสใหม่ ที่มาปลุกกระแสที่ทำให้วัยรุ่นหันมาใส่วัตถุมงคลเครื่องรางเหล่านั้น เป็นเครื่องประดับ เกิดเป็นธุรกิจใหม่ที่มาพร้อมกับ กระแส แฟชั่นตะกรุด หรือ แฟชั่นสายมูเตลู การสวมใส่วัตถุมงคลเครื่องรางของขลังจากเดิมเป็นผู้สูงอายุ มาเป็นวัยรุ่นที่มีความเชื่อในโชคลางจากการจำหน่ายหรือให้เช่าวัตถุมงคล ตามวัดต่างๆ ตามตลาดพระหรือศูนย์วัตถุมงคล มาเป็นการขายออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ได้รับความนิยมการผู้ประกอบการและผู้ซื้อ เพราะได้ทั้งความบันเทิงในการชมไลฟ์สดแล้ว ยังได้มีโปรโมชั่นที่ผู้ซื้อได้รับพิเศษ ตลอดจนมีการบริการส่งถึงที่ ผู้ประกอบการหรือผู้ขายสามารถถ่ายทอดสดหรือการไลฟ์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง รายได้ที่ได้รับจำนวนมากพอสมควร ราคาก็ไม่สูงมากนักทำให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจในการซื้อ จากช่องทางการจำหน่ายที่สะดวกสบายนี้เอง ทำให้ความเชื่อศรัทธาในวัตถุมงคลยังคงอยู่กับคนไทยอีกนานเท่าอนาน

คำสำคัญ: วัตถุมงคล สื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กไลฟ์

Abstract

“Sacred objects” or “Talismans” is a believed thing for Thai people for hundreds of years. Sequel to the battles of the olden days to be an anchor for the brave and fearless of the enemy. In the form of objects Talisman and tattoo on the body and believed that auspicious objects built with advanced black magic. Has been integrated with Buddhist rituals until it is a culture that is unique to Thai people.

* พันเอกหญิง อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Nowadays, a group of new generations are interested in entering this business circle. That can lead to problems of faith limitations sacred objects, old fashioned, developed to meet the needs of customers in the digital age and can create trend of product popularity. When “belief” and “fashion” come together, it becomes an interesting new trend. That awakens the youths turn to wear sacred objects, amulets, as if they were ornaments. Born into a new business that comes with the fashion trend, Takrud fashion or fashion trend. Wearing sacred objects, talismans from the old to the elderly become a teen with superstitions. From the sale or rental of sacred objects at various temples in the market, Buddha amulet or sacred center, come online especially via Facebook Life, popular with entrepreneurs and buyers. Because it's both entertaining to watch live, also have promotions that buyers receive special, as well as delivery services to. Entrepreneurs or vendors can live or live 24 hours a day. The income received is quite large. The price is not very high that allows the buyer to make a purchase decision. From this convenient distribution channel, causing the faith in sacred objects to remain with the Thai people for a long time.

Key word : talismans ,Social Media , Facebook

บทนำ

คนไทยกับความเชื่อเรื่อง “วัตถุมงคล” หรือ “เครื่องรางของขลัง” มีมายาวนานหลายร้อยปี เป็นที่พึ่งพาทางใจในทุกยุคทุกสมัย ความเป็นมาของวัตถุมงคลต่างๆ ที่ฝังรากลึกอยู่ในความเชื่อของคนไทย มีที่มาจาก การสู้รบทำสงครามของคนในสมัยก่อนนั่นเอง เนื่องจากการสู้รบในอดีตนั้น ทหารส่วนใหญ่แทบจะไม่มีเครื่องป้องกันตัว สิ่งทีพอจะเป็นกำลังใจได้บ้างไม่มากก็น้อยก็คือ วัตถุมงคลหรือเครื่องรางของขลัง หรือ แม้กระทั่งการสักลงยันต์ต่างๆ เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจให้ห้าวหาญไม่เกรงกลัวข้าศึก โดยเชื่อกันว่า วัตถุมงคลเครื่องรางของขลังสร้างขึ้นด้วยวิชาไสยศาสตร์ชั้นสูง โดยเกจิอาจารย์ผู้มีวิชาอาคม จะสามารถช่วยคุ้มครองป้องกันภัยต่างๆรอบตัวได้เป็นอย่างดี

แต่เมื่อเวลาผ่านไป ทุกสิ่งทุกอย่างย่อมมีการเปลี่ยนแปลงให้ทันโลกสมัยใหม่ เช่นเดียวกับคนที่มีความเชื่อ ก็พร้อมที่จะสรรหาวัตถุมงคลต่างๆ เพื่อมาบูชาให้จิตใจได้มีที่ยึด โดยธรรมชาติของมนุษย์และสัตว์ย่อมมีความกลัวติดตัวมาตั้งแต่เกิด ทั้งความกลัวจากภัยธรรมชาติและภัยจากสิ่งอื่น เช่น จากสัตว์ร้ายโรคระบาด ภูตผีปีศาจและจากมนุษย์ด้วยกันเอง ด้วยเหตุนี้มนุษย์จึงได้แสวงหาบางสิ่งมาเป็นที่ยึดเหนี่ยวหรือเป็นที่พึ่ง สำหรับป้องกันภัยอันตรายต่างๆ จึงเป็นที่มาของการเคารพบูชาในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เทพเจ้า การนับถือศาสนาและศาสดา การจัดทำวัตถุมงคลและเครื่องรางของขลัง ซึ่งแต่ละชนชาติและแต่ละท้องถิ่นจะมีความแตกต่างกันออกไปตามความเชื่อ

คนไทยจำนวนมากยังคงนำพิธีการบางอย่างของศาสนาพราหมณ์ มาผสมผสานกับพิธีกรรมทางพุทธศาสนาจนกลายเป็นวัฒนธรรมของคนไทย ในเรื่องวัตถุมงคลหรือเครื่องรางของขลังก็เช่นกัน คนไทยได้ปรับเอาเรื่องไสยศาสตร์มาผสมกับพุทธศาสตร์ เป็นพิธีกรรมในการสร้างพระเครื่องและวัตถุมงคลมากมายหลายแบบและหลายสำนัก ในสมัยก่อนการสร้างพระเครื่องวัตถุมงคลสำหรับแจกประชาชนแบบให้เปล่าโดยไม่มุ่งเอาผลตอบแทนเป็นเงินทอง เพื่อเป็นการบำรุงขวัญและกำลังใจให้กับเหล่าลูกศิษย์ ปัจจุบันวัตถุมงคลเหล่านั้นได้กลายเป็นของเก่า เป็นโบราณวัตถุอันทรงคุณค่า ทั้งในด้านศิลปะและความศักดิ์สิทธิ์ เป็นที่ปรารถนาของปุถุชนทั่วไป (ศิริพร เจนวิทยาอมรเวช ,2554)

วัตถุมงคลและเครื่องรางของขลัง จึงนับเป็นเป็นศาสตร์อย่างหนึ่งที่มีอยู่คู่กับมนุษย์ตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์ จนถึงทุกวันนี้ แม้ว่าปัจจุบันจะมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าไปมากแล้วก็ตาม ความเชื่อในเรื่อง วัตถุมงคลเครื่องรางของขลังของคนไทยก็ยังคงอยู่ในความนิยมในรูปแบบต่าง ๆ เครื่องรางของขลังไม่ได้มีเฉพาะแต่ในเมืองไทยเท่านั้น คนชาติอื่น ๆ ก็มีเครื่องรางของขลังใช้กันมานานแล้ว เช่น ญี่ปุ่น จีน เป็นต้น โดยเชื่อกันว่าของสิ่งนี้จะสามารถปกป้องคุ้มครองภัยอันตรายต่าง ๆ ให้ได้ รวมทั้งในเรื่องของโชคลาภ ความโชคดีทั้งหลายทั้งปวง

ความหมายของวัตถุมงคล

วัตถุมงคล เป็นเรื่องของความเชื่อ ความศรัทธาในสิ่งของซึ่งอาจเป็นทางด้านศาสนา หรืออาจเป็นตามสมัยนิยมก็ได้ วัตถุมงคลจะมีมากมายในสังคมไทย เช่น พระเครื่อง ปลัดขิก ผ้ายันต์ ตะกรุด มีดหมอ หินมงคล องค์เทพที่เป็นทางศาสนาอื่น ๆ เช่น พระพรหม พระตรีมูรติ พระราหู เป็นต้น พระราชวรมุนีให้ความหมายของวัตถุมงคลไว้ว่า วัตถุมงคล (Mangalavatthu) amulet, talisman ; fetish ; luck piece ; charm ; good luck charm ได้แก่ เครื่องราง และ/หรือยันต์ สิ่งที่คนนับถือโดยปราศจากเหตุผล เหริยผู้นำโชค เครื่องรางของขลัง และสิ่งที่น่าโชคดีมาให้ โดยสรุปแล้ววัตถุมงคล หมายถึงสิ่งของทั้งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติและสิ่งของที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นตามความเชื่อว่าจะเป็นเหตุนำมาซึ่งความสุขความเจริญ ความเป็นสิริมงคล โชคลาภ หรือเป็นเครื่องป้องกันอันตรายต่างๆ วัตถุมงคลในความหมายของพระราชวรมุนี จึงให้ความหมายที่ครอบคลุมทั้งพระเครื่อง และเครื่องรางของขลังทุกชนิด

วัตถุมงคลที่มีอยู่เป็นจำนวนมากนั้น สามารถแบ่งได้อย่างกว้างๆ เป็น 2 ประเภท (พระมหาวิ มหาปัญโญ, 2555) คือ

(1) ประเภทเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ เป็นวัตถุมงคลที่ได้มาจากธรรมชาติ ได้แก่ สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ไม่มีการสรรค์สร้างซึ่งถือว่ามีดีในตัวและเทวดารักษา ได้แก่ หิน เหล็กไหล คัดต่างๆ เขากวางคุณ เขี้ยวหมูตัน เขี้ยวเสือกलगว เถาวัลย์ เป็นต้น

(2) ประเภทที่มนุษย์ปรุงแต่งสร้างขึ้นจำแนกตามวัสดุ ได้แก่

ประเภทเนื้อดิน

สร้างจากองค์ประกอบของดิน เป็นหลัก เช่น พระพิมพ์ หรือพระเครื่องที่ค้นพบจากกรุต่างๆ ในสมัยโบราณ

ประเภทเนื้อผง

สร้างจากผงปูนเปลือกหอยผสมกับผงอิทธิ เกสรดอกไม้บูชาพระ หรือผงใบลาน ที่เผาไฟเป็นถ้ำ ถ่านกับวัสดุอย่างอื่น

ประเภทเนื้อหิน

สร้างจากโลหะธาตุต่างๆ เช่น หินเงิน หินตะกั่ว นวโลหะ ตลอดจนทองคำ สำริด เงิน นาค ทองแดง เป็นต้น

ประเภทเขี้ยวกระดูก

สร้างจากเขี้ยวกระดูกของสัตว์ต่าง ๆ ตลอดจนงาช้าง เมล็ดพันธุ์พืช เปลือกไม้ต่าง ๆ นำมาแกะสลักอีกชั้นหนึ่ง

ความหมายของเครื่องรางของขลัง

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรีได้อธิบายความหมายไว้ว่า

เครื่องราง หมายถึง ของที่นับถือว่าป้องกันอันตราย ยังไม่ออก ฟันไม่เข้า เช่น ตะกรุด
 ผ้ายันต์ เหล็กไหล เครื่องรางถือเป็นวัตถุมงคลประเภทหนึ่ง
 ของขลัง คือ ของที่ถือว่าศักดิ์สิทธิ์ มีพลังหรืออำนาจที่อาจบันดาลให้เป็นไป หรืออาจ
 บันดาลสิ่งที่ต้องประสงค์สำเร็จได้

สองคำนี้มักนิยมใช้คู่กันเป็น เครื่องรางของขลัง ปกติเป็นเรื่องนอกคำสอนของศาสนาพุทธ ถูกจัดอยู่ในประเภทไสยศาสตร์มากกว่า แต่เป็นที่นิยมกันมาแต่โบราณ ด้วยเห็นว่าพลังหรืออำนาจนั้นมาจากพุทธคุณ(วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี ,แก้ไข 14 ก.พ.63)

เครื่องรางของขลัง จัดเป็นเรื่องที่ลึกลับและกว้างขวางมาก เป็นความเชื่อโบราณเก่าแก่ที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น ในต่างประเทศระดับสากลทั่วโลกก็มีความเชื่อในเรื่องนี้ เพียงแต่แยกย่อยกันไปตามแต่ละท้องถิ่น

วัตถุมงคลและเครื่องรางของขลัง จึงนับเป็นภูมิปัญญาอย่างหนึ่งของพระเกจิอาจารย์ หรือฆราวาสผู้มีวิชาอาคมขลัง สมัยเก่าก่อนที่มีการสืบสานมาจนถึงทุกวันนี้ และส่วนใหญ่จะเป็นฝีมือการจัดสร้างขึ้นมาจากที่ละชิ้นไม่ซ้ำรูปแบบกัน เพราะไม่ได้ใช้แม่พิมพ์ตายตัวแต่อย่างใด วัตถุมงคลเครื่องรางของขลัง ที่คนไทยรู้จักกันมาช้านานแล้ว ก็คือ ตะกรุด ที่สร้างจากวัสดุต่างๆ เบี้ยแก้ ผ้ายันต์ ผ้าประเจียด เสื่อยันต์ ลูกอม เขี้ยวเสือกกลาง ไม้ครุ มีดหมอ รักยม กุมารทอง ฤๅษี ชูชก หุ่นพยนต์ ปลัดขิก น้ำเต้า กะลาตาเดียว ราหูอมจันทร์ หมากทุย เขือกคาคอแหว เขือกคาคอแขน แหวนพิรอด นางกวัก พ่อเฒ่า พ่อแก่ (ฤๅษี) ท้าวเวสสุวรรณ ฯลฯ รวมทั้งเครื่องรางที่แกะเป็นรูปสัตว์ต่างๆ เช่น หนูมาน ลิง องคต เสือ สิงห์ ราชสีห์ คชสีห์ ช้าง แพะ จิ้งจก ตุ๊กแก เต่า ปลาตะเพียน วัชรูควายธนู จระเข้ งู ฯลฯ (ยลดา ชุมสถาพร,2558)

วัตถุมงคลเครื่องรางของขลังโบราณไม่ว่าจะเป็น เกจิอาจารย์ที่เป็นพระสงฆ์ หรือฆราวาส ผู้ที่มีวิชาอาคมขลัง มีความรอบรู้และเชี่ยวชาญชำนาญการในเรื่องไสยศาสตร์เป็นอย่างดี ได้จัดสร้างขึ้นนี้มีความหลากหลายแต่ละชิ้นงานล้วนเป็นการสร้างขึ้นด้วยฝีมือชั้นบรมครูอันล้ำเลิศ ที่ละชิ้น โดยไม่ซ้ำกัน นับเป็นงานแฮนด์เมดที่เป็นภูมิปัญญาไทยอย่างแท้จริง

วัตถุมงคลประเภทเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ

ที่เป็นที่นิยมได้แก่ หินมงคลนำโชค สืบเนื่องมาจากความเชื่อในโชคชะตาและสิ่งเหนือธรรมชาติของคนไทย มีพลังอย่างแรงกล้า เพราะทำให้คนเหล่านี้มีพลังในการทำสิ่งๆต่างอย่างมั่นใจและมีความรอบคอบมากขึ้น การมีเครื่องรางวัตถุมงคลไว้ในครอบครองเปรียบเหมือนมีพลังที่มองไม่เห็นช่วยให้ผู้ถือสามารถทำสิ่งนั้นๆให้ประสบความสำเร็จได้ จึงเป็นที่มาของธุรกิจขายหินนำโชคซึ่งเป็นกระแสธุรกิจที่มาแรง ตลาดหินมงคลหรือหินนำโชคได้เกิดขึ้นมาเพียง 10 ปีเท่านั้น โดยได้รับความนิยมครั้งแรกในปี 2546-2547 ในฐานะหินมงคลที่ช่วยนำโชคด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความรัก งาน เงิน โชคลาภ ตามสีของหิน และคำบอกเล่าของผู้ขายที่ปรุงแต่งให้หินมีสรรพคุณน่าสนใจและน่าเชื่อถือ ตลาดหินมงคลได้กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งจากในช่วงปลายปี 2557 จากการเป็นเครื่องประดับของดาราระเลIGHที่มีชื่อเสียงระดับต้นๆ ของวงการที่ใส่หวดโพสต์ลงใน IG จนผู้ขายบางคนเรียกหินมงคลว่าหินดารา

หินมรกตมีตั้งแต่ระดับราคาหลักร้อยบาทถึงหลักพัน ซึ่งราคาขึ้นอยู่กับขนาดและความเก่าแก่ และคุณภาพของหิน โดยหินใหม่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นใหม่จักรพรรดิ ใหม่เศรษฐี ใหม่ 5 สี ใหม่ทอง เป็นหินที่ได้รับความนิยมสูง และกำลังเป็นเครื่องประดับที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ประเทศจีนเป็นประเทศที่ส่งออกหินมรกตแปรรูปมากที่สุดเนื่องจากเป็นประเทศที่มีค่าแรงถูก โดยส่วนใหญ่จะนำหินดิบมาจากประเทศอเมริกา ออสเตรเลีย แอฟริกาซึ่งเป็นแหล่งที่มีหินมรกตมากมาแปรรูปเพื่อส่งออกไปยังตลาดประเทศต่างๆ โดยเฉพาะไทย .ตลาดสำเพ็งเป็นแหล่งตลาดหินสีอีกแหล่งที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมาย โดยสำเพ็งมีการจำหน่ายหินที่หลากหลายรูปแบบทั้งแบบเหมาเป็นเส้น ซึ่งเป็นขีดและจำหน่ายเป็นเม็ดแล้วแต่ขนาดให้เลือกตามกำลังทรัพย์ (Marketeer Team,2015) .กลุ่มเป้าหมายหินมรกตปัจจุบันมี 2 กลุ่มหลักคือ กลุ่มแรก คือกลุ่มที่มีความเชื่อเรื่องอภินิหารของหินที่ช่วยส่งเสริมดวง โดยคนกลุ่มนี้จะสนใจ ที่มาที่ไปของหิน และเรื่องของสีที่เสริมดวงในด้านต่างๆ รวมถึงช่วยบำบัดดูแลสร้างสมดุลในร่างกายในรูปแบบหินบำบัด และกลุ่มที่สองคือ กลุ่มที่ใส่เพื่อความสวยงามตามแฟชั่น โดยไม่สนใจเรื่องดวงชะตา ที่มาที่ไปและสีของหิน หรือสีที่เหมาะสมกับดวง

เหตุผลที่ทำให้การขายหินนำโชคเป็นธุรกิจที่มาแรงเพราะ เป็นเครื่องประดับที่สามารถสวมใส่ได้ทุกเพศทุกวัย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงกว่า 70 เปอร์เซ็นต์ ส่วนผู้ชายอยู่ที่ 30 เปอร์เซ็นต์ และอีกเหตุผลหนึ่งด้วยความศรัทธาและความต้องการพื้นฐานของร่างกายและจิตใจของมนุษย์ เช่น ความต้องการที่จะมีรักแท้หรือมีคู่ครอง ความต้องการลาภ ยศ สรรเสริญ ความต้องการสุขภาพที่ดีปราศจากโรคร้ายไข้เจ็บ เป็นต้น ซึ่งตราบดีที่มนุษย์ยังมีความต้องการเหล่านี้และยังมีความศรัทธาในพลังแห่งธรรมชาติ การขายหินนำโชคจะเป็นธุรกิจที่ยังขายได้ไปอีกนาน นอกจากนี้ยังมีการนิยมใส่เป็นแฟชั่น ทำให้มีการผลิตเป็นเครื่องประดับที่มีรูปแบบหลากหลายมากขึ้น แบรินด์ “HOLY” ธุรกิจขายหินนำโชค ได้แบ่งชนิดของหินนำโชคที่ได้รับความนิยมค่อนข้างมาก ได้แก่

- หินนำโชคด้านความรัก คือ หินโรส ควอตซ์ (Rose Quartz) เป็นหินสีชมพู มีลักษณะโปร่งแสง ซึ่งสื่อถึงพลังของเพศแม่ เต็มเปี่ยมไปด้วยความรักและการให้อภัย และยังสามารถช่วยให้มีอารมณ์นุ่มนวล อ่อนหวาน และมีความใจเย็น
- หินนำโชคด้านความร่ำรวย มีเงินทองใช้สมำเสมอ คือ หินใหม่ทอง (Rutile Quartz) เป็นผลึกควอตซ์ ที่ภายในมีแร่เป็นเส้นสีทอง ซึ่งสื่อถึงการนำโชคลาภและความอุดมสมบูรณ์มาให้ ทำให้มีโชคด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเจรจาและการถูกรางวัล
- หินนำโชคด้านสุขภาพที่ดี ปราศจากโรค คือ หินซารอยต์ (Charoite) เป็นเจ้าแห่งหินสีม่วงและ มีตั้งแต่สีม่วงแวววาวและม่วงทึบ มีพลังในการรักษาและบำบัดอาการเจ็บป่วยทั้งกายและใจ และสามารถช่วยปกป้องรักษาให้พ้นอันตรายต่างๆได้
- หินนำโชคด้านหน้าที่การงาน คือ หินไคยาไนต์ (Kyanite) เป็นหินสีน้ำเงินหรือน้ำเงินอ่อน มีความแวววาว ซึ่งเป็นหินนำโชคที่ส่งเสริมในด้านปัญญา ทำให้เป็นคนมีความสามารถและเก่งในสายตาผู้อื่น

สำหรับผู้ที่สนใจ ราคาของหินนำโชคในขณะนี้ได้เพิ่มสูงมากขึ้น เพราะหินแท้นั้นเริ่มหาได้ยาก อาจมีราคาตั้งแต่หลักร้อยถึงหลักหมื่นบาท และข้อควรพิจารณาสำหรับผู้ซื้อสินค้า ควรพิจารณาว่าเป็นของแท้หรือเปล่า ราคาเหมาะสมหรือไม่ การบริการทั้งก่อนและหลังการขายเป็นอย่างไร ซึ่งสิ่งเหล่านี้ช่วยให้สามารถตัดสินใจได้ดีมากยิ่งขึ้น แบรินด์ “HOLY” เป็นหนึ่งในธุรกิจขายหินนำโชคที่ได้รับการตอบรับที่ดี ซึ่งมีเจ้าของคือ คุณชนันธร และ ธนัทธ อารีเฉลิม เกิดจากความศรัทธาในพลังของหินนำโชค จึงได้ทดลองจำหน่ายแก่คนรู้จัก เวลาผ่านไปเพียง 3 เดือน ได้มีการเปิดหน้าเพจ Facebook ซึ่งได้รับกระแสตอบรับที่ดีมาก จนทุกวันนี้มียอดขายต่อ

วันมากถึง 50-60 เส้นโดยจุดขายคือความซื่อสัตย์จริงใจต่อลูกค้า และมีการรับประกันคุณภาพว่าเป็นหินแท้ 100 เปอร์เซ็นต์ ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกและการพิสูจน์ และได้มีการสอนลูกค้าให้ทราบถึงวิธีพิจารณาหินแท้ จึงทำให้ลูกค้ามีความเชื่อใจและมั่นใจที่จะสั่งสินค้า เนื่องจากการที่ธุรกิจกำลังมาแรง ทำให้มีผู้ประกอบการที่ไม่จริงใจจำหน่ายหินปลอมให้แก่ลูกค้าจำนวนมาก

การขายหินนำโชคเป็นธุรกิจกระแสแรงเพราะ เป็นเครื่องประดับที่สามารถสวมใส่ได้ทุกเพศทุกวัย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงกว่า 70 เปอร์เซ็นต์ ส่วนผู้ชายอยู่ที่ 30 เปอร์เซ็นต์ และอีกเหตุผลหนึ่งด้วยความศรัทธาและความต้องการพื้นฐานของร่างกายและจิตใจของมนุษย์ เช่น ความต้องการที่จะมีรักแท้หรือมีคู่ครอง ความต้องการลาภ ยศ สรรเสริญ ความต้องการสุขภาพที่ดีปราศจากโรคร้ายไข้เจ็บ เป็นต้น ซึ่งตราบดีที่มนุษย์ยังมีความต้องการเหล่านี้และยังมีความศรัทธาในพลังแห่งธรรมชาติ การขายหินนำโชคจะเป็นธุรกิจที่ยังขายได้ไปอีกนาน นอกจากนี้ยังมีการนิยมนำไปเป็นของขวัญ ทำให้มีการผลิตเป็นเครื่องประดับที่มีรูปแบบหลากหลายมากขึ้น ปัจจุบันมีอีกหลายแบรนด์ที่จำหน่ายหินนำโชคในรูปแบบของของแฟชั่นที่สวยงาม ถูกตาต้องใจของลูกค้าทุกเพศวัย เช่น Changthai Harmenstone PRISTINI เป็นต้น นอกจากนี้ วัตถุมงคลที่เกิดจากธรรมชาติ ยังมีเหล็กไหล เหล็กไหล คัดต่างๆ เขากวางคุด เขี้ยวหมูตัน เขี้ยวเสือกลาง เถาวัลย์ เป็นต้น เนื่องจากเป็นสิ่งของหายากจึงอยู่ในวงจำกัด ไม่ออกมาซื้อขายกันอย่างเปิดเผย

วัตถุมงคลประเภทที่มนุษย์ปรุงแต่งสร้างขึ้น

วัตถุมงคล เป็นเรื่องของความเชื่อและศรัทธาในสิ่งของที่สร้างขึ้นมีความสัมพันธ์ทางด้านศาสนา ตามสมัยนิยมตั้งแต่โบราณกาลมีหลักฐานเป็นวัตถุมงคลที่สร้างขึ้นมีอายุเก่าแก่เกือบ 2,000 ปี วัตถุมงคลจะมีมากมายในสังคมไทย เช่น พระเครื่อง, พระกริ่ง, พระกริ่งปวเรศ, ปลัดขิก, ผ้ายันต์, ตะกรุด, มีดหมอ, องค์เทพที่เป็นทางศาสนาอื่น ๆ เช่น พระพรหม, พระตรีมูรติ, พระราหู, ไอ้ไข่วัดเจดีย์ วัตถุมงคล จากพระอาจารย์ออด วัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ จากครูบาบุญชุ่ม ท้าวเวสสุวรรณ ท้าวกัณเฑียรน้อยร้อยล้าน ตะกรุดมงคล ตะกรุด ไอ้ไข่

อันดับหนึ่งในวัตถุมงคลประเภทที่มนุษย์ปรุงแต่งขึ้น เป็นที่นิยมกันมากคือพระเครื่อง พระเครื่องถือได้ว่าเป็นเครื่องรางของขลังที่อยู่คู่ประเทศไทยมานานกว่า 2,000 ปี มีการวิวัฒนาการผ่านยุคสมัยมาอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ยุคต้นที่ยังคงเป็น “พระพิมพ์” ซึ่งถูกสร้างขึ้นเพื่อการสืบทอดพระพุทธศาสนาและหวังผลในแง่ของบุญบารมีสู่การเข้ามาของ “พระกริ่ง” จากวัฒนธรรมต่างชาติในราชวรมัย รัชกาลที่ 3 ถึง รัชกาล 5 จนทำให้ค่านิยมการสร้างพระเพื่อเป็นเครื่องรางแพร่หลาย และเมื่อบริบทของสังคมเปลี่ยนไปพระพิมพ์จึงได้กลายเป็น “พระเครื่อง” และได้รับความนิยมจวบจนปัจจุบัน

ความน่าสนใจของวงการพระเครื่องคือ วงการนี้จะไม่มีการแบ่งชนชั้นวรรณะไม่ว่าใครก็สามารถมาเป็น “คนเล่นพระ” เพื่อเช่าบูชาและสะสมพระเครื่องที่สนใจได้อย่างเท่าเทียม ซึ่งสิ่งที่ทำให้พระเครื่องได้รับความนิยมในทุกระดับอาจเกิดขึ้นได้จากทั้งความต้องการที่ยึดเหนี่ยวจิตใจตามแต่ตำนานของพระเครื่ององค์นั้นรวมถึงการชื่นชมความงดงามในเชิงพุทธศิลป์ คุณค่าในแง่ประวัติศาสตร์ความศรัทธาในเกจิอาจารย์ผู้สร้าง หรือ อาจเกิดจากความคาดหวังในเชิงพุทธพาณิชย์ได้เช่นกัน เนื่องด้วยพระเครื่องแต่ละพิมพ์ล้วนมีเอกลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างทั้งในแง่ความสวยงามในการออกแบบที่มาที่ไปและพุทธคุณจึงทำให้มีความต้องการจากชาวพุทธเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ปัจจุบันวงการพระเครื่องซึ่งรวมถึงธุรกิจต่อเนื่องต่างๆ ไม่ว่าจะโรงพิมพ์พระนิตยสารพระ หรือ ตลาดพระจัดได้ว่าเป็นแวดวงที่มีเงินหมุนเวียนค่อนข้างมหาศาลมีคนเล่นพระกว่า 10 ล้านคน แต่ขณะเดียวกันก็มีมิฉฉาชีพจำนวนมากหวังจะใช้ศรัทธาของชาวพุทธเป็นเครื่องมือในการกอบโกยผลประโยชน์

สมพร ทันตะเวช (เล็ก รูปหล่อ) เขียนพระท่านหนึ่งกล่าวว่า ที่ผ่านมากการซื้อขายพระเครื่องมีดำเนินการอยู่อย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะไม่เหมือนในช่วงที่เศรษฐกิจดี แต่ยังไม่มียอะไรที่น่าเป็นห่วง ยังคงซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน

ตามปกติ แต่ว่าอาจไม่คึกคักเหมือนดังแต่ก่อน สำหรับพระเก่า พระชุดเบญจภาคี ก็ยังมีการซื้อขายกันอยู่ ราคาพระก็ยังอยู่ในระดับมาตรฐาน ส่วนวัตถุมงคลพระเกยิอดนิยม อย่างเช่น เหรียญพระคณาจารย์ หลวงพ่อกลิ่น วัดพระญาติ, หลวงปู่ทิม วัดละหารไร่, เจ้าคุณนรฯ วัดเทพศิรินทร์, หลวงปู่โต๊ะ วัดประดู่ฉิมพลี ฯลฯ ในตลาดพระเครื่องก็ยังมีมีการซื้อขายหมุนเวียนตลอดเวลา สนนราคาอาจจะไม่แรงเหมือนสมัยที่เศรษฐกิจดี ปัจจัยสำคัญขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์และความสวยขององค์พระด้วย”(วิเคราะห์ตลาดพระเครื่อง 2563 : ข่าวสดออนไลน์ 2ม.ค.2563)

“ในส่วนของตลาดพระใหม่นั้น ปีที่ผ่านมาจำนวนสร้างดูจะลดน้อยลงไป แต่ก็ยังได้รับความสนใจพอสมควรจากบรรดานักเล่นพระใหม่ เช่น วัตถุมงคลท้าวเวสสุวรรณ ซึ่งเป็นเทพผู้ปกครองดูแลพวกยักษ์ ภูตผีปีศาจทั้งปวง ซึ่งเป็นวัตถุมงคลทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมเข้าหา โดยเฉพาะชาวจีนต่างนิยมเช่าบูชา”

แม้วิทยาการทางเทคโนโลยีในสมัยนี้จะมีมากแล้ว ความเชื่อในเรื่องของ พระเครื่อง วัตถุมงคลและเครื่องรางของขลัง อันเก่าแก่อาจจะลดน้อยลงไปในการรู้สึกเชื่อถือและศรัทธาของคนรุ่นใหม่ก็ตาม แต่ วัตถุมงคลเครื่องรางของขลัง ก็ยังเป็นที่ศรัทธาสนใจของผู้คนอีกไม่น้อย โดยเฉพาะนักนิยมสะสมพระเครื่องทั้งหลาย โดยเห็นว่า วัตถุมงคลเครื่องรางของขลังเป็นส่วนหนึ่งของงานสะสมที่น่าสนใจไม่น้อย แม้จะไม่เชื่อในเรื่องของอานุภาพความศักดิ์สิทธิ์ความเข้มขลังก็ตาม แต่วัตถุมงคลเครื่องรางของขลัง ก็ยังนับเป็นโบราณวัตถุอย่างหนึ่งที่เต็มไปด้วย ศาสตร์และศิลป์ อันทรงคุณค่ายิ่ง ที่จะไม่มีโอกาสพบเห็นจากชาติอื่นใด จึงนับว่าเป็นผลงานรังสรรค์ ที่เกิดมาจากภูมิปัญญาของคนไทยแต่ครั้งโบราณกาล สมควรที่คนรุ่นหลังควรจะได้อนุรักษ์เอาไว้ด้วยความหวงแหน และภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง

ปัจจุบันกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่สนใจเข้าสู่แวดวงธุรกิจมีมากขึ้น ที่สามารถนำปัญหาของข้อจำกัดด้านความเชื่อ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความเก่า ล้าสมัย นำมาพัฒนาเพื่อตอบโจทย์ลูกค้าในยุคดิจิทัล และสามารถสร้างกระแสของความนิยมในตัวสินค้าอย่างชัดเจนในยุคนี้คงไม่มีใครปฏิเสธชื่อของ “Leila Amulets” ซึ่งเป็น แบรินด์หนึ่งในตลาดแฟชั่นที่กำลังโตงโตง และ ได้รับความสนใจอย่างล้นหลาม “Leila Amulets” เกิดขึ้นจากการพัฒนาและต่อยอดธุรกิจครอบครัวที่เดิมทำงานเกี่ยวกับ Jewelry ของ เจนจิรา ตรีวิชาวพรรณ เจ้าของร้าน ที่คิดเพียงว่าจะทำอย่างไร ให้สามารถนำเครื่องรางของขลัง ที่เป็นหนึ่งในชีวิตของสังคมคนไทยมาแต่โบราณ ให้สามารถใส่ได้ทุกวัน “เครื่องรางของขลัง โดยเฉพาะตะกรุด เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของคนไทยมานาน แต่ที่ผ่านมา หลายคนอาจจะไม่กล้าใส่ เพราะรูปแบบไม่ทันสมัย พกพาไปไม่สะดวก

นอกจากนี้ยังมีแบรนด์ ชฎา อมูเลท (Chada Amulet) เป็นอีกหนึ่งแบรนด์จิวเวลรี่ที่ปฏิวัติวงการเครื่องรางและเครื่องประดับ ดึงความเชื่อของไทยแต่โบราณมาจับคู่กับแฟชั่นได้อย่างลงตัว ออกมาเป็น เครื่องประดับร่วมสมัย ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างชาติด้วยพุทธคุณ เสริมความเชื่อ ด้านการเงิน การงาน ความรักสุขภาพ อำนาจ บารมี และแคล้วคลาดปลอดภัย

แฟชั่นสายมูเตลู

เมื่อ “ความเชื่อ ความศรัทธา” มารวมตัวกับ “แฟชั่น” กลายเป็นกระแสนิยมแบบใหม่ที่นาสนใจ ทำให้วัยรุ่นหันมาใส่เครื่องรางเป็นเครื่องประดับ เกิดเป็นธุรกิจใหม่ที่มาพร้อมกับ กระแสแฟชั่นตะกรุด ที่เรียกกันว่าแฟชั่นสายมู หรือ แฟชั่นสายมูเตลู คำว่า “มูเตลู” หมายถึงกลุ่มคนที่นิยมสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และมีศรัทธาความเชื่อในวัตถุมงคล ที่เกี่ยวข้องกับคนไทยมานานมาก สมัยก่อนการสวมใส่เครื่องรางของขลัง มักนิยมกันในหมู่ผู้ชาย และมักจะเป็นคนที่มียา รุนฟู รุนลูง หรือ รุนปูลุนตา แต่มาถึงสมัยนี้ “ความเชื่อ” กับ “แฟชั่น” กลายเป็นกระแส

ใหม่ที่น่าสนใจ เพราะมีดารา และเซเลบบริตี้ใส่เครื่องประดับสายมู มาโชว์ความงามอวดความขลังกัน ทำให้วัยรุ่นหนุ่มสาวยุคใหม่ ให้ความสนใจหันมาใส่เครื่องรางเป็นแฟชั่น เป็นเครื่องประดับ บวกกับดีไซน์เนอร์แบรนด์ดัง ได้ออกแบบให้ทันสมัย ที่แตกต่างจากสมัยก่อนอย่างเห็นได้ชัดก็คือ เครื่องรางเหล่านี้ได้รับการออกแบบหรือดีไซน์ใหม่ให้สวยเก๋และดูทันสมัยมากขึ้น ลบล้างภาพในความทรงจำว่าเครื่องรางของขลังเป็นสิ่งที่น่ากลัว หรือดูเชยในอดีตไป ทั้งยังสามารถนำมา믹ซ์แอนด์แมตช์เข้ากับแฟชั่นการแต่งตัว ได้อย่างหลากหลายอีกด้วย ทำให้วงการแฟชั่นและเครื่องประดับของไทยมีสีสันเพิ่มมากขึ้น

สินค้าแฟชั่นสายมูที่พูดถึงอยู่นี้ มีหลายรูปแบบมากมาย โดยหลัก ๆ ที่นิยมให้เห็นค่อนข้างบ่อยในกลุ่มแฟชั่นนิสต้าสายมู มีอยู่ 5 ไอเท็มด้วยกัน ได้แก่ เครื่องรางที่เป็นตะกรุด, แหวนหินนำโชค, ด้ายแดงญี่ปุ่น, เล็บหินนำโชค และเคสหินนำโชค แต่ละแบบนี้ นอกจากจะให้ผลในเรื่องเสริมดวงแล้วก็ยังคงมีความสวยงาม เก๋ไก๋ใส่แล้วไม่เชย วัยรุ่นชอบ เรื่องสนนราคานั้น ก็แตกต่างกันไปตามแต่วัตถุประสงค์ที่นำมาบูชา ซึ่งมีราคาตั้งแต่หลักร้อยหลักพัน ไปจนถึงหลักหมื่น หรือหลักแสนก็มี ขึ้นอยู่กับความหายาก หรือรุ่นความดังของวัตถุมงคล หรือความหายากของสิ่งนั้น ๆ ที่นำมาบูชาด้วย ส่วนผลทางเสริมดวงนั้นอยู่ที่ความเชื่อของแต่ละคน

สินค้านี้สามารถสร้างรายได้มหาศาลจนเกิดเป็นเทรนด์ธุรกิจใหม่ โดยการจุดกระแสความนิยมนี้ เริ่มจากหมู่ศิลปินดารานักร้องที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ชื่นชอบและเห็นว่าดาราที่ใส่กันเยอะ จึงอยากจะได้บ้าง เช่น ลิซ่า วงแบล็กpink, มาริโอ้ เมาเร่อ, ออม สุชาร์, เต๋อ จรินทร์พร, พลอย-คริส หอวัง, อุ้ม ลักขณา, เต๋อ ณฐพร, ปุ้ยฝ้าย เอเอฟ, ชันเงิน เนื่อนวล, ไอซ์ อิชันัน เป็นต้น (ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ, 2019) ได้รับความนิยมมาก เฉพาะในหมู่วัยรุ่นผู้หญิง อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป แต่ส่วนใหญ่จะเป็นนักศึกษา วัยทำงาน แต่ผู้ชายก็มีเหมือนกัน ที่ทำขึ้นมีหลายอย่างได้แก่ ภูญาต่อ ต่อเงินต่อทอง กบกินเดือน แผลงกุศาคาหลวง ตะกรุดเขียนตัดเขียน เป็นต้น ซึ่งแต่ละอย่างมีการออกแบบใหม่ที่สวยงามและทันสมัย โดยเป้าหมายหลักคือ ทำอย่างไรให้คนรุ่นใหม่ใส่ได้สะดวกและดูทันสมัยขึ้น สามารถสวมใส่ได้ทุกวัน

จากศูนย์วัตถุมงคลสู่การไลฟ์ใน Face book

การจำหน่ายหรือให้เช่าวัตถุมงคล นอกจากตามวัดต่างๆแล้ว ตลาดพระหรือศูนย์วัตถุมงคลยังเป็นอีกสถานที่หนึ่งที่ทำเนินธุรกิจ จัดให้มีการพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายวัตถุมงคล เช่น “ตลาดพระเครื่องท่าพระจันทร์” เป็นตลาดพระที่เก่าแก่ที่สุดและใหญ่ที่สุดอีกแห่งหนึ่ง เป็นแหล่งรวมพระเครื่องวัตถุมงคลทุกรุ่นทุกชนิด ทั้งเหรียญพระเกจิ พระเนื้อผง พระเนื้อชิน พระกรุ ตะกรุด เครื่องรางของขลัง รวมไปถึงของเก่าโบราณวัตถุ ฯลฯ อีกทั้งยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพระเครื่องแบบครบวงจรหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นการจัดสร้างพระเครื่องวัตถุมงคล รูปถ่ายพระเครื่อง รับจำหน่ายพระเครื่อง รับจ้างอัดกรอบพระ เลี่ยมพระ ทำสายสร้อยคล้องพระ ธุรกิจหนังสือพระ เป็นต้น ตลาดพระวัดราชันต์ดา เป็นอีกแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร นอกจากจะมีพระพุทธรูป พระเครื่องแล้วยังถือเป็นตลาดเทวรูปแหล่งใหญ่ที่สุดในกรุงเทพมหานคร หรือ เรียกได้ว่าในประเทศไทยเลยก็ว่าได้ เป็นแหล่งรวมเทวรูปไว้ให้บูชาชุกชุมมากมาย และวัตถุมงคลอื่นๆอีกมากมายและราคาไม่แพง

นอกจากนี้ยังมีจำหน่ายตามศูนย์พระเครื่องตามห้างสรรพสินค้าต่าง เช่น ห้างพันธุ์ทิพย์งามวงศ์วาน ห้างพาด้าปิ่นเกล้า และศูนย์วัตถุมงคลวัดต่างๆ เช่น ศูนย์วัตถุมงคลวัดเจ้าอาร์ม ศูนย์วัตถุมงคลวัดดวงแข เป็นต้น ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สัญญาณอินเทอร์เน็ตขยายตัวครอบคลุมเกือบทุกพื้นที่ รวมทั้งมีความเสถียรและรวดเร็วมากกว่าในอดีต ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากที่นิยมซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าทั่วไป มาเป็นการซื้อขายผ่านระบบออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกกันว่า พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) กันมากขึ้นจากสถิติและธุรกิจพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ของไทยได้เติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดด ปัจจัยที่สำคัญมาจากการที่ธุรกิจต่างๆ เล็งเห็นว่า ตลาดพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางการจำหน่ายหลักๆ ในการ

เข้าถึงผู้บริโภค ได้อย่างรวดเร็วและต้นทุนต่ำ อีกทั้งยังมีการเข้ามาของผู้ให้บริการจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการแข่งขันด้านการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ทั้งการมีระบบชำระเงินออนไลน์ (Online Payment) ที่พัฒนาไปอย่างมากทั้งในด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ หรือการมีระบบจัดการสินค้าและขนส่งถึงปลายทางพร้อมเก็บเงิน (Warehouse & Fulfillment) ประสบการณ์ในการซื้อสินค้าออนไลน์ (Online Shopping Experience) เป็นองค์ประกอบด้านความบันเทิงในการซื้อสินค้าออนไลน์ ผู้ซื้อจะได้รับความพึงพอใจในขณะที่ซื้อสินค้าและพบว่าร้านค้าออนไลน์มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจและมีความน่าเชื่อถือ ในปัจจุบันราคาไม่ใช่สิ่งที่ธุรกิจค้าปลีกแข่งกันอีกต่อไป โปรโมชั่นและการลดราคาสามารถเพิ่มยอดขายได้ในระยะสั้น เพื่อสร้างประสบการณ์อันน่าประทับใจจึงเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อดึงดูดลูกค้า ด้วยหลักการที่ว่า “สินค้าเป็นเพียงของฝากจากการเลือกซื้อสินค้าอันน่าประทับใจ” เป็นการจูงใจให้ลูกค้าเลือกซื้อด้วยหัวใจ ไม่ใช่เพราะเหตุผล ด้วยประสบการณ์การเลือกซื้อสินค้าที่ดีทำให้ลูกค้ารู้สึกเหมือนเป็นคนที่สำคัญที่สุด ซึ่งเป็นความรู้สึกที่ลูกค้าจะจดจำ และต่อให้สินค้ามีราคาแพงก็ไม่สำคัญอีกต่อไปลูกค้าจะเลือกกลับมาที่ร้านเดิมอีกเพื่อประสบการณ์สุดพิเศษแบบนั้น อาทิเช่น การส่งที่รวดเร็วทันใจ (กิตติวัฒน์ จิตรวีตร, 2561)

พฤติกรรมการใช้ Social Media ทั่วโลก Q1 ปี 2020 พบว่า Facebook ยังคงครองอันดับ 1 Social Platform ที่มีจำนวนผู้ใช้งานเยอะที่สุดรองลงมาคือ YouTube WhatsApp FB Messenger WeChat Instagram และ TikTok ตามลำดับ ประเทศไทยมีผู้ใช้งาน Facebook มากที่สุดเป็นอันดับ 8 ของโลก อยู่ที่ 47 ล้านบัญชี 98% ของผู้ใช้งาน Facebook เข้าใช้งานผ่านมือถือและ 79% เข้าใช้งานผ่านมือถืออย่างเดียว (ที่มา: <https://www.twfdigital.com/blog/2020/02/global-digital-usage-stat-q1-2020/>)

เฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) เป็นรูปแบบในการถ่ายทอดสดที่มีการรับ/ส่ง สัญญาณภาพและเสียงบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารและเพิ่มยอดผู้เข้าชม ทำให้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของผู้ใช้งาน เฟซบุ๊กเป็นการติดต่อสื่อสารแบบ Two-way Communication โดยการถ่ายทอดสดกิจกรรมหรือโฆษณาให้ผู้ติดตามหรือผู้ใช้เฟซบุ๊กทำอันอื่นเพื่อเพิ่มอรรถรส ผู้ใช้สามารถเลือกความเป็นส่วนตัวในการถ่ายทอดสดได้ว่าจะเผยแพร่เฉพาะกลุ่มเพื่อน กลุ่มที่ผู้ใช้กำหนดเอง กลุ่มสาธารณะหรือเฉพาะส่วนตัวผู้ใช้ได้

เฟซบุ๊กไลฟ์ เป็นบริการถ่ายทอดสดลงแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก วิดีโอถ่ายทอดสดนี้จะถูกแสดงคล้ายกับวิดีโอทั่วไป สามารถกดแสดงความชอบ ทำการเผยแพร่ต่อ หรือแสดงความคิดเห็นได้ และหลังจบการถ่ายทอดสด แอปพลิเคชันจะทำการบันทึกไว้เป็นวิดีโอลงหน้าไทม์ไลน์เพื่อเก็บไว้ดูย้อนหลังได้โดยอัตโนมัติ ผู้ขายสามารถพูดคุยตอบโต้ทันทีทันใด ระหว่างผู้ถ่ายทอดสดและผู้ชม รวมไปถึงสามารถแสดงความคิดเห็นของผู้ชม ณ เวลานั้น (ที่มา: <http://thailivestream.com/services>)

จากผลการวิจัยเรื่องการยอมรับเฟซบุ๊กไลฟ์เพื่อเป็นช่องทางโฆษณาสินค้าแก่ผู้บริโภค โดย สุทธาทิพย์ สุธาวา พบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความสนุกสนานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อการโฆษณาสินค้าด้วยเฟซบุ๊กไลฟ์ ผู้ที่จะนำช่องทางการโฆษณาด้วยเฟซบุ๊กไลฟ์ควรเน้นถึงความสนุกสนาน ความบันเทิง ความเพลิดเพลินเป็นหลัก แต่ก็ยังคงประกอบเนื้อหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค และในขณะเดียวกันในด้านของอุปกรณ์ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์มือถือสมาร์ทโฟนหรือการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการดูโฆษณาสินค้า หรือการถ่ายทอดสดก็เป็นปัจจัยสำคัญ ในการที่ผู้บริโภคให้ความสนใจเป็นอย่างมากในการเข้าถึงเฟซบุ๊กไลฟ์ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการโฆษณาสินค้า นำไปสู่ความตั้งใจดูเฟซบุ๊กไลฟ์ในการตัดสินใจซื้อสินค้าได้

เว็บไซต์ออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) เข้ามามีบทบาทกับผู้บริโภคในทุกเพศทุกวัยมากขึ้น โดยสังเกตจากจำนวนผู้ใช้งานที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอัตราเฉลี่ย 225.44 ล้านคนต่อปี ซึ่งทำให้หลายธุรกิจมีการปรับตัว

โดยนำเอาเว็บไซต์ออนไลน์เฟซบุ๊ก มาใช้เป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารการตลาด ประกอบกับเฟซบุ๊กได้มีการพัฒนาให้สามารถถ่ายทอดสดหรือการไลฟ์สด โดยการสร้างห้องสนทนาเปรียบเสมือนช่องรายการทีวีส่วนตัว ผู้ประกอบการหรือผู้ชายสามารถถ่ายทอดสดหรือการไลฟ์ได้ตลอด 24 ชั่วโมงถือเป็นเครื่องมือที่สามารถสร้างเนื้อหาที่แปลกใหม่ สร้างความบันเทิงที่ผู้ชายสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ซื้อ ทั้งนี้ยังสร้างกระแสความนิยม ความเฉพาะเจาะจง และรวมไปถึงการสร้างการบอกต่อของผู้บริโภค นอกจากนี้ผู้ซื้อและผู้ชายยังสามารถแสดงความคิดเห็นโต้ตอบกันได้ทันที รวมทั้งธุรกิจการซื้อขายวัตถุมงคลด้วย ซึ่งปัจจุบันได้ใช้ช่องทางนี้ในการเผยแพร่และจำหน่ายวัตถุมงคลเครื่องรางของขลัง

จากการพูดคุยกับ คุณพลึก (นามสมมุติ) ผู้ขายวัตถุมงคลทางเฟซบุ๊กท่านหนึ่ง เกี่ยวกับการขายวัตถุมงคลทางเฟซบุ๊กนั้น โดยขั้นแรกทางเพจต้องเริ่มสร้างฐานลูกค้า ด้วยกลยุทธ์ต่างๆ เช่นการเล่นเกมในการทายเลขท้ายเลขธนบัตร 2 ตัวท้าย ถ้าทายถูกก็จะได้ของรางวัล โดยมีข้อแม้ว่าต้องกดไลค์ กดแชร์เพจ และเปิดสาธารณะเป็นข้อแลกเปลี่ยนหรือกติกาของเพจ ลูกค้าที่เข้ามาชมไลฟ์สด หรือเข้ามาติดต่อซื้อขายส่วนมากจะเป็นวัยรุ่น และวัยทำงานหรือเป็นบุคคลที่ใช้โซเชียล ส่วนการชำระเงินจะมีสองรูปแบบ คือโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารหรือเก็บเงินปลายทางเมื่อส่งของแล้ว เมื่อเพจเปิดระยะแรกเพื่อเป็นการสร้างเครดิตให้กับทางเพจ เพจจะยินยอมให้ลูกค้ามานัดรับของกับมือหรือถือเงินมาชนมือและเอาของไป ทางเพจก็จะขอถ่ายรูปลูกค้าและเจ้าของเพจตอนกำลังรับของแล้วเอาลงหน้าไทม์ไลน์ เพื่อเป็นการสร้างเครดิตให้มีความน่าเชื่อถือ เมื่อเครดิตเริ่มที่จะอยู่ตัวมีฐานลูกค้ามากพอสมควร ก็จะมีการรีวิวของลูกค้าเก่าที่เคยทำการซื้อกับเพจ ก็ทำให้ลูกค้าใหม่เริ่มมีความมั่นใจกับทางเพจมากขึ้น ในการส่งสินค้าครั้งต่อไปก็จะส่งเป็น Ems ทุกชิ้น เช่นเก็บค่าส่ง 100บาท ซึ่งค่าส่งพัสดุไม่ถึงอยู่แล้วเพจก็จะได้กำไรจากค่าส่งนิดหน่อย ก็เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับทางเพจไปอีกทาง สำหรับการตัดสินใจสินค้าจะซื้อหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับเครดิตการรีวิวของลูกค้าเก่าที่เคยทำการซื้อขาย แรกๆอาจจะตัดสินใจลำบากเนื่องด้วยการซื้อขายออนไลน์มีการโกงกันเยอะ สำหรับวัตถุมงคลที่ขายดีนั้น ก็จะเน้นทางเกจิทางจังหวัดอยุธยา เช่นหลวงพ่อรวย หลวงพ่อเพิ่ม หลวงพ่อพูน หรือหลวงปู่เฮง หรือไอ้ไข่วัดเจดีย์ ความนิยมขึ้นอยู่กับเซียนที่เป็นผู้จัดสร้างพระส่วนมากจะเป็นพระที่มีชีวิตอยู่เป็นประธานในการปลุกเสก ส่วนความแตกต่างระหว่างเป็นการขายแผงและขายออนไลน์ นั้นเหมือนกันแทบก็ไม่ต่างกันเลย ต่างกันแค่พวกที่ขายแผงจะมีหน้าร้าน ส่วนใหญ่จะเป็นคนรวยเป็นคนดังในวงการพระเครื่องต่างๆ จะมีทั้งขายหน้าร้านและออนไลน์ควบคู่กันไป ส่วนที่ผู้ซื้อนิยมแบบไหนมากกว่ากันนั้น คนส่วนมากให้ความนิยมการออนไลน์มากกว่า ซื้อขายกันในราคาไม่มากจนเกินไป อาจจะหลักร้อยถึงหลักหมื่น ก็ยังพอซื้อขายออนไลน์ได้ แต่ถ้าราคาหลักเกือบแสนหรือแสนขึ้นลูกค้าต้องมาดูของด้วยตัวเอง เพื่อเป็นการเช็คสินค้าว่าแท้หรือไม่ แต่ของที่นำมาขายออนไลน์นั้นไวใจได้ว่าของแท้ ส่วนข้อความที่ใช้ก็มีส่วนในการจำหน่าย เมื่อเพจจะมีการไลฟ์สดก็จะบอกล่วงหน้าให้ลูกค้าทราบ เช่น “ อีก 1 ชั่วโมงเจอกันนะครับ” หรือหากมีกิจกรรมแจกพระฟรีๆ หรือการแชร์ต่อกัน ก็จะเป็นการสร้างผู้ติดตามหรือลูกค้าใหม่ๆมั่นใจไปในตัว เรื่องวัตถุมงคลไวใจได้ว่าเป็นของแท้เพราะทางเพจไปเอาวัตถุมงคลกับทางวัดโดยตรง คือจองกับวัดเมื่อเปิดจองและไปรับของเอง สำหรับรายได้ที่ค่อนข้างดี แต่ขึ้นอยู่กับฐานลูกค้า ราคาพระปัจจุบันหรือความนิยม, หรือกิจกรรมต่างๆที่ทางเพจเปิดให้ลูกเพจร่วมสนุก บางเพจรายได้จะหลักแสนต่อเดือน แต่เงินปันผลจะนานประมาณ 3-4 เดือนเพราะเมื่อได้เงินมาก็จะเอาไปเก็บรวบรวมไปซื้อพระใหม่ การทำงานไม่ได้ทำคนเดียวแต่ทำกันเป็นทีมประมาณ 3-4 คน แต่จะมีการไลฟ์แจกพระทุกวัน รายได้ลูกค้าก็จะได้อำนาจคนละหลายพันบาท คุ่มค่าเหนื่อย นับเป็นรายได้ที่ดีทีเดียว

บทสรุป

วัตถุมงคล และ เครื่องรางของขลังเป็นความเชื่อที่มีมาแต่โบราณกาล เพื่อให้เกิดความโชคดี, มีโชคลาภ, และปกป้องคุ้มครอง ความเป็นมาของวัตถุมงคลต่าง ๆ ที่ฝังรากลึกอยู่ในความเชื่อคนไทยนั้น มีมายาวนานซึ่งมาจากการสืบทอดของคนในสมัยก่อนนั่นเอง เพื่อเป็นที่พึ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ ปัจจุบันวัตถุมงคลและเครื่องรางของขลังไทยได้รับความนิยมในระดับ Worldwide เลยทีเดียว บนโลกออนไลน์มีทั้งเว็บไซต์ภาษาอังกฤษและภาษาจีนที่ให้เช่าวัตถุมงคลและเครื่องรางของขลังต่าง ๆ มากมาย มูลค่าซื้อขายในธุรกิจนี้แค่เฉพาะในประเทศไทยก็มากถึงหลักแสนล้านต่อปี และเมื่อมีการนำ “ความเชื่อ” กับ “แฟชั่น” รวมตัวกันกลายเป็นกระแสใหม่ของวัยรุ่น จากการสวมใส่วัตถุมงคลที่แต่เดิมเป็นเรื่องของคนแก่ คนมีอายุรุ่นพ่อรุ่นปู่รุ่นตา กลับเห็นกระแสใหม่ที่วัยรุ่นหันมาใส่วัตถุมงคลเครื่องรางกันเยอะแยะมากมาย มีการออกแบบดีไซน์ให้สวยเก๋ ทันสมัย นำสวมใส่มากขึ้น กลายเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าสูง จากการจำหน่ายตามแผงจำหน่ายวัตถุมงคล ตามศูนย์จำหน่ายพระตามศูนย์การค้าต่าง ๆ มาเป็นการจำหน่ายออนไลน์ โดยเฉพาะทางเฟซบุ๊กไพล์ เพราะผู้ซื้อจะได้รับความพึงพอใจในขณะซื้อสินค้าและร้านค้าออนไลน์มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจและมีความน่าเชื่อถือ และยังมีการชำระเงินที่สามารถเลือกได้ ด้วยราคาที่ยุติธรรม และมีการจัดส่งถึงที่ ผู้ประกอบการหรือผู้ขายสามารถถ่ายทอดสดหรือการไลฟ์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจในการซื้อ และความเชื่อศรัทธาในวัตถุมงคลยังคงอยู่กับคนไทยอีกนาน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- ถวัลรัตน์ กัลยาณกิจ.(2558).*บุคลิกภาพผู้บริโภค ความเชื่อโชคลาง และพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับ*. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชานิเทศศาสตร์) คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พระธรรมธัชชัยสิทธิ์ ชยธมโม (ศรชัย).(2560) . *ศึกษาการบูชาวัตถุมงคลเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมดีในทางพระพุทธศาสนา ของประชาชนอำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์*. วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต (พระพุทธศาสนา). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- สุทธาทิพย์ สุธาวา. (2559). *การยอมรับเฟซบุ๊ก ไลฟ์เพื่อเป็นช่องทางโฆษณาสินค้าแก่ผู้บริโภค*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศิริพร เจนวิทยามรเวช.(2554) .*พฤติกรรมการเข้าบูชาความเชื่อและความศรัทธาในพระเครื่องและวัตถุมงคลของเภสัชกร*, วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการประกอบการ). คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ระบบออนไลน์

- ขายหินนำโชค “HOLY” ธุรกิจกระแสแรงโลกออนไลน์ ด้วยพลังศรัทธา .เข้าถึงได้จาก <https://www.smeleader.com> > ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
- ปรากฏการณ์ตลาดหินมงคลทีเวอร์ Marketeer Team เข้าถึงได้จาก <https://marketeeronline.co/archives/30208>

-
- แพชชั่นสายมู สวมความเชื่อ เสริมจิตใจ, เข้าถึงได้จาก<http://www.bkkgems.com/cms/assets/uploadfile/files/file281.pdf>
- ยลดา ชุมสถาพร. เครื่องรางของขลัง เข้าถึงได้จาก: <https://sites.google.com/site/dadaprathai/kheruxngrang-khxng-khlang>
- วงการของขลังใช้ดีไซน์หนักการคิสรพ์ท์ ปลุกกระแสเทรนด์ธุรกิจใหม่ #แพชชั่นสายมู ในหมู่วัยรุ่นคนดัง เข้าถึงได้จาก : <https://www.smeleader.com> > ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
- วิเคราะห์ตลาดพระเครื่อง 2563 : พระเครื่องขาวสด ขาวสดออนไลน์ เข้าถึงได้จาก https://www.khaosod.co.th/amulets/news_3286180
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2563). *วัดมุนงคล*. เข้าถึงได้จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%87>หน้านี้แก้ไข 14 ก.พ. 2563
- วัดมุนงคลภายนอกกับสรวงภายใน (บทพิสูจน์ความเชื่อของสังคมไทย)* เข้าถึงได้จาก <http://www.watkaokrailas.com/index.php?mo=3&art=41910709>
- สถิติและพฤติกรรมผู้ใช้งาน Internet Q1 ปี 2020 ทั่วโลก (รวมประเทศไทย) February 1,2020. เข้าถึงได้จาก <https://www.twfdigital.com/blog/2020/02/global-digital-us-age-stat-q1-2020/>
- สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (2558). *สื่อออนไลน์ประโยชน์เยอะภัยร้ายแยะ*. เข้าถึงได้จาก <http://dga.or.th/th/content/890/1904>
- leila-ตะกรุดแพชชั่น*. เข้าถึงได้จาก <https://www.marketingoops.com/exclusive/trending-exclusive/leila-amulet-fashion/Amulets & Talismans ~>
- วัดมุนงคล & เครื่องรางของขลัง*. เข้าถึงได้จาก <http://www.giunca.com/EdWorld/2017/03/31/thai-amulets-talismans/>
-