

ธุรกิจพระเครื่องออนไลน์กับวิถีความเชื่อในยุค 4.0 Online Amulets Business and Way of Belief in the Age of 4.0



ธมนวรรณ แจ่มจรัส¹, วรารัตน์ ดาวสนั่น², ประยงค์ จันทรแดง³

Thamonwan Chaemchamrat¹, Wararat Daosanan²,

Prayong Jandaeng³

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม
คณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

Bachelor of Arts Program in Social Development,
School of Political and Social Sciences, University of Phayao

Corresponding Author, E-mail: maymaym.2542@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า พระเครื่องคืออะไร เหตุใดจึงมีธุรกิจพระเครื่องออนไลน์และธุรกิจพระเครื่องออนไลน์เหมาะสมกับสังคมไทยปัจจุบันหรือไม่ ผลการศึกษาพบว่า พระเครื่องเป็นเครื่องรางชนิดหนึ่งที่มีรูปลักษณะเป็นโลหะหรือผงดินเผา มีขนาดเล็กสามารถห้อยพกพาได้สะดวกและเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คนไทยนิยมนับถือเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ เชื่อกันว่า ช่วยป้องกันภัยหรือเสริมสร้างบารมี ปัจจุบันเป็นยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารทันสมัยทำให้เกิดการเช่าบูชาพระเครื่องออนไลน์ เช่น การไลฟ์สดบนเว็บไซต์ Amulet24.com ที่เปิดให้มีการสั่งจอง เช่าบูชาพระเครื่องและเครื่องรางของขลัง และบริการจัดส่งให้ผู้สั่งจองผ่านไปรษณีย์ จึงเกิดเป็นธุรกิจพระเครื่องออนไลน์จำนวนมาก ในด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจนี้สร้างรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจอีกทางหนึ่ง ด้านศาสนา การนับถือพระเครื่องไม่ผิดหลักการถ้าหากใช้ยึดเหนี่ยวจิตใจ ไม่นับถือด้วยการงมงาย ด้านประเพณี การสร้างพระเครื่องและห้อยพระเครื่องถือเป็นประเพณีไทยสำคัญอย่างหนึ่งของชาวพุทธไทย ธุรกิจพระเครื่องออนไลน์โดยรวมแล้วมีผู้เห็นด้วยและยินยอมที่มีการเกิดธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ เพราะจะได้มีแหล่งเรียนรู้และเผยแพร่ให้โลกได้รับรู้ในสิ่งที่คนไทยนับถือบูชาและยังสะท้อนให้เห็นความเป็นเอกลักษณ์ของชาวพุทธไทย



คำสำคัญ: พระเครื่อง; ธุรกิจออนไลน์; พุทธพาณิชย์; ความเชื่อ

Abstract

This article aims to study the meaning of Buddhist amulets, the online amulets business and its suitability in the contemporary Thai society. It is found that the so called Buddhist amulets are auspicious, sacred objects made of metals or mud with a small size suitable to hang on neck or easily bring. The amulets are believed to be spiritually refuges, to help protection and enhance charming. The information technology at present leads to the so called online amulets business such as live broadcasting on website, namely Amulet24.com with full services of selling and buying including the postal delivery. For the purpose of economics, it can be an economic boot. For the religion, the amulets can be used as the mental refuge. For the tradition, making amulets and hanging them on necks are a Thai tradition. It can be said that the online amulets business is widely agreed and allowed as to be a source of learning and spreading what Thai Buddhists believe as well as reflecting their uniqueness.

Keywords: Buddhist Amulets; Online Business; Buddhist Commerce; Belief

บทนำ

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันประเทศไทยมีวัฒนธรรม ค่านิยมและความเชื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและเหตุปัจจัยต่าง ๆ มากมาย เช่น ความเปลี่ยนแปลงด้านปัจจัย 4 ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย อาหาร การสร้างที่อยู่อาศัยและการรักษาโรคที่ล้วนเปลี่ยนแปลงจากเดิมไปสู่สภาพที่ทันสมัยตามแบบอย่างประเทศที่พัฒนาแล้ว อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ยังคงเป็นเอกลักษณ์ของคนไทยส่วนใหญ่ ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงไปมากนัก คือ ความเชื่อในเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ต่าง ๆ (Animism) ซึ่งเป็นความเชื่อที่มีมาแต่ดั้งเดิม เช่น ความเชื่อเรื่องผีसांग เรื่องขวัญและโชคลาง เรื่องของขลังสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ แต่การเขียนบทความครั้งนี้ ผู้เขียนขอยกตัวอย่างความเชื่อเรื่องความขลังศักดิ์สิทธิ์ของพระเครื่อง ซึ่งเป็นสิ่งที่ชาวไทยพุทธส่วนใหญ่นับถือ เพราะเชื่อว่า เป็น

ตัวแทนการระลึกถึงพระพุทธเจ้า พระธรรมคำสั่งสอนและยังเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ แต่เดิมพระเครื่องเกิดจากพระเกจิอาจารย์ผู้มีชื่อเสียงจำนวนหนึ่งที่สร้างขึ้นสำหรับแจกให้ผู้ที่นับถือ ต่อมา มีการสร้างเป็นจำนวนมากเพื่อให้เช่าบูชา ในปัจจุบันธุรกิจพระเครื่องเกิดขึ้นมากมายทั่วประเทศ แสดงให้เห็นว่า ผู้คนยังคงมีความนิยมในพระเครื่องไม่เสื่อมถอย เพราะกลุ่มผู้เล่นหรือผู้สนใจมีความหลากหลายและจุดประสงค์ที่แตกต่างกัน ทำให้การเช่าบูชาพระเครื่องเป็นที่พบเห็นอยู่ทั่วไป ไม่เว้นแม้แต่ในระบบธุรกิจออนไลน์

จากการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยที่มีการนำรูปแบบเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันมากขึ้น ธุรกิจสมัยใหม่จึงเข้ามาจับบทบาท ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายของใช้ สามารถหาได้จากเว็บไซต์ออนไลน์ เช่นเดียวกับธุรกิจพระเครื่องที่นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ เช่น เปิดเว็บไซต์พระเครื่อง ประมูลพระเครื่องผ่านโซเชียลมีเดีย ตลาดพระเครื่องออนไลน์ จนกระทั่งประชาสัมพันธ์หรือซื้อขายผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ การที่เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีอิทธิพลต่อคนในสังคมเป็นอย่างมาก ทำให้การติดต่อซื้อขายสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และส่งผลให้กระแสพระเครื่องออนไลน์ได้รับความนิยมจากผู้เล่นพระเครื่องอย่างกว้างขวางในยุค 4.0

ด้วยเหตุดังกล่าวมาข้างต้นนี้ ผู้เขียนจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ เพื่อศึกษาว่า พระเครื่องคืออะไร เหตุใดจึงมีธุรกิจพระเครื่องออนไลน์และธุรกิจพระเครื่องออนไลน์เหมาะสมกับสังคมไทยปัจจุบันหรือไม่ การเขียนครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและจากสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ตลอดจนการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับพระเครื่องในตอนท้ายประกอบ

เนื้อเรื่อง

บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ก่อนที่จะศึกษาเรื่องธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ครั้งนี้ ผู้เขียนได้ศึกษาบททวนวรรณกรรมที่มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจพระเครื่องออนไลน์เผยแพร่ไว้ ดังต่อไปนี้

เรื่องแรกโดยณัฐวุฒิ แก้ววิมล (2558) มีเนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเช่าพระเครื่องออนไลน์ เว็บไซต์ *G-pro* โดยเปรียบเทียบจากพฤติกรรมตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพและรายได้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าพระเครื่องออนไลน์ เว็บไซต์ *G-pro* ซึ่งพบว่า ผู้ที่สนใจเช่าพระเครื่องออนไลน์บนเว็บไซต์ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพศชาย อายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ทำอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ 20,000-30,000 บาท และระดับความคิดเห็นของผู้เช่าพระเครื่องออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจเช่าพระเครื่องออนไลน์บนเว็บไซต์ *G-pro*

โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงมาก และจุดประสงค์หลักในการตัดสินใจเข้าพระเครื่อง คือ สะสมและเก็งกำไรในวันข้างหน้า ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้เข้ามาเป็นสมาชิกเว็บไซต์ G-pra คือ ตัวเอง

เรื่องต่อมาเขียนโดยจิตาภา ทัดหอม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง*การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจและคุณภาพของระบบสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร* พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร มีปัจจัยได้แก่ ปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านความบันเทิง ปัจจัยความไว้วางใจ ปัจจัยคุณภาพของระบบสารสนเทศ ด้านคุณภาพระบบและการบริการ ในขณะที่ปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการปฏิสัมพันธ์ ความนิยม ความเฉพาะเจาะจง การบอกปากต่อปากและปัจจัยคุณภาพของระบบสารสนเทศ ด้านคุณภาพข้อมูลไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค

เรื่องสุดท้ายเป็นงานเขียนของกิตติ ภิญญ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง*ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมพระเครื่องของประชาชนที่มีความสนใจพระเครื่อง ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาศูนย์พระเครื่อง ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า สาขางามวงศ์วาน* พบว่า ความเชื่อเป็นสิ่งแรกและสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ทำให้พระเครื่องเกิดความนิยม เพราะพระเครื่องเริ่มต้นจากความเชื่อที่เป็นส่วนหนึ่งในการใช้ชีวิตของคนในอดีต เช่น การเชื่อเรื่องผีสง การเชื่อเรื่องดวงหรือการเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำให้ความเชื่อเหล่านี้ได้มาผูกกับพระเครื่อง จึงทำให้ความเชื่อมีความสำคัญที่สุดในการสร้างความนิยม รองลงมาเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการบอกเล่าจากผู้มีประสบการณ์หรือมีความเชื่อว่า พระเครื่องสามารถให้ผู้ที่บูชาได้สิ่งสมปรารถนา เช่น ความหวังให้พระเครื่องเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวทางจิตใจในการดำเนินชีวิต ความร่ำรวย การทำมาค้าขายดี โชคลาภ แรงจูงใจเหล่านี้เกิดจากความเชื่อเดิมของคนที่มีความเชื่ออยู่แล้ว จึงทำให้เกิดแรงจูงใจในการพกพระเครื่องบูชาและหวังสิ่งที่ตนต้องการจะได้รับ สุดท้าย คือ ความต้องการหลังจากเกิดปัจจัยทั้งสองอย่างข้างต้น จึงทำให้เกิดความต้องการที่จะหาพระเครื่องมาครอบครองเพื่อหวังถึงผลของพระเครื่องนั้น ๆ

ความหมายของพระเครื่อง

ในเบื้องต้นนี้ควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของพระเครื่อง ความหมายธุรกิจออนไลน์และคนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพระเครื่องออนไลน์หรือคนที่

เกี่ยวข้องกับพระเครื่องให้ชัดเจนก่อน เพื่อวิเคราะห์ว่า ธุรกิจพระเครื่องออนไลน์เหมาะสมกับสังคมไทยปัจจุบันหรือไม่

พระเครื่อง หมายถึง เครื่องรางที่ทำขึ้นตามความเชื่อทางพระพุทธศาสนา ซึ่งมีลักษณะเป็นพระพุทธรูปหรือรูปของพระภิกษุทั้งที่ยังมีชีวิตอยู่หรือมรณภาพไปแล้ว โดยพระเครื่องทั่วไปมีขนาดเล็ก พกติดตัวได้และเชื่อว่า พระเครื่องเหล่านั้นมีฤทธิ์อำนาจศักดิ์สิทธิ์ที่อาจช่วยคุ้มครอง ป้องกันเจ้าของหรือผู้ที่บูชาติดตัวพ้นจากภัยอันตราย ทั้งภัยอำนาจลึกลับเหนือธรรมชาติ ภัยธรรมชาติ ภัยจากสัตว์และจากมนุษย์ด้วยกัน นอกจากนี้ แล้วยังมีฤทธิ์ทำให้ผู้บูชาเป็นที่รักของคนทั่วไปและเสริมบารมีให้เจริญก้าวหน้า มั่นคงในหน้าที่การงานอาชีพ (ณัฐวุฒิ แก้ววิมล, 2558: 1-3)

บางครั้งเรียกพระเครื่องว่า วัตถุมงคล ซึ่งหมายถึง วัตถุที่ทำขึ้นเป็นรูปของพระพุทธเจ้า เป็นสิ่งที่ใช้ระลึกถึงองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า จัดเป็นพุทธานุสติกรรมฐาน สร้างขึ้นให้มีขนาดเล็กเพื่อที่สามารถจะบูชาติดตัวหรือแขวนไว้กับตัวได้ (siammongkol, 2555)

จากที่มีผู้ให้ความหมายของพระเครื่องไว้ข้างต้นนี้สามารถสรุปได้ว่า พระเครื่อง คือ เครื่องรางชนิดหนึ่งที่มีรูปลักษณะเป็นโลหะหรือผงดินเผา มีขนาดเล็กสามารถห้อยพกพาได้สะดวกและเป็นสื่อสัญลักษณ์ยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวพุทธ นิยมสร้างเป็นรูปของพระพุทธเจ้า พระสาวกหรือพระเกจิอาจารย์และเชื่อว่า สามารถป้องกันภัย ให้โชคลาภหรือเสริมสร้างบารมี

ความหมายของธุรกิจออนไลน์

ธุรกิจออนไลน์ (Online Business) หมายถึง การทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายสินค้าหรือการบริการ ข้อดีของธุรกิจประเภทนี้คือ การลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการบางอย่างลง สามารถเลือกสินค้าได้ตลอดเวลา ขณะเดียวกันก็มีข้อเสีย คือ ผู้บริโภคอาจไม่มั่นใจคุณภาพของสินค้า รวมถึงการจัดส่งสินค้าที่ชำระเงินไปแล้ว (ภาณุวัฒน์ รัตนดิษฐ์, 2555: 7)

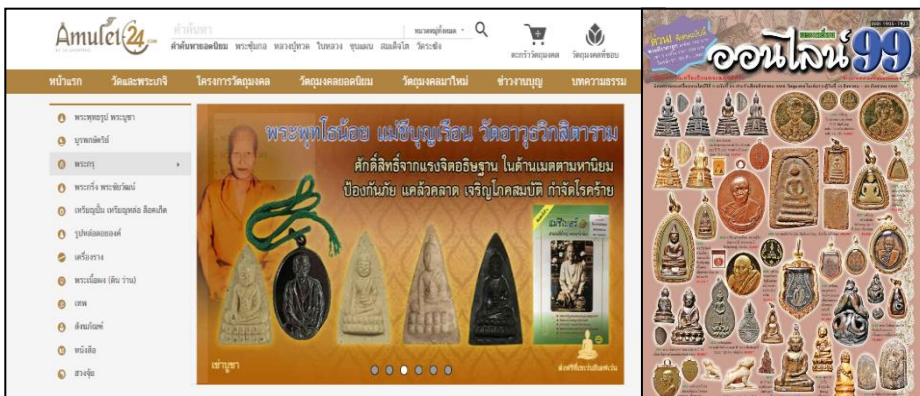
ธุรกิจประเภทยังมีชื่อเรียกว่า ธุรกิจร้านค้าออนไลน์ เป็นธุรกรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) โดยการค้าขายสินค้าบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ที่มีความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วขีดจำกัด เป็นช่องทางการตลาดขนาดใหญ่ไร้พรมแดน เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว การดำเนินธุรกิจประเภทยังแข่งขันกันด้วยการนำเสนอสินค้าและการบริการที่รวดเร็ว (ญาณวุฒิ เศรษฐติกุล และคณะ, 2560: 22)

ธุรกิจออนไลน์จึงมีจุดขาย คือ การค้าขายและให้บริการผ่านทางระบบออนไลน์ โดยมีเว็บไซต์เป็นสื่อกลาง ในปัจจุบันทั้งเว็บไซต์ที่ต้องลงทุนทำขึ้นมาเองและเว็บไซต์ที่เปิดให้ทำการลงโฆษณาขายโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เช่น เว็บไซต์ลงประกาศฟรี การทำธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบันไม่ได้ทำขึ้นเพราะเป็นกระแส แต่เป็นการทำขึ้นโดยมองการณ์ไกลเพื่อการสร้างรายได้แบบระยะยาว สามารถยึดเป็นอาชีพหาเลี้ยงครอบครัวได้ (pongpan, 2562) ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต การกระจายสินค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยช่องทางที่หลากหลาย เช่น การทำแบนเนอร์ (Banner) การสร้างเว็บไซต์ (Website) การลงยูทูป (YouTube) รวมถึงการเขียนบทความตามเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียง เพื่อให้ผู้ที่สนใจเข้ามาชมและเลือกซื้อสินค้าตามใจชอบ ทั้งนี้เป็นการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาชมด้วยตนเอง จึงมีความสะดวกสบาย รวดเร็วและทันสมัย เพราะผู้ให้บริการหรือพ่อค้ากับลูกค้าสามารถติดต่อผ่านเครือข่ายของสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และชำระเงินผ่านทางธนาคารออนไลน์ (Online Banking) ได้ทันที

จะเห็นได้ว่า ธุรกิจออนไลน์เป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการนำเทคโนโลยีสื่อสารที่ทันสมัยเข้ามาประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการธุรกิจเสื้อผ้า อาหาร เครื่องใช้ต่าง ๆ ล้วนเป็นสิ่งที่บุคคลในสังคมสามารถใช้บริการได้ทุกขณะ เพราะในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่มีความทันสมัยมากขึ้น มีเครื่องอำนวยความสะดวก ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน (Smartphone) คอมพิวเตอร์ (Computer) แท็บเล็ต (Tablet) สามารถเข้าถึงธุรกิจออนไลน์ได้อย่างรวดเร็วผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและธุรกิจรายใหม่ก็เกิดขึ้นหลากหลาย เช่นเดียวกับธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ ซึ่งแต่เดิมนิยมบูชาเพราะศรัทธาในพุทธคุณ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคม การขยายโอกาสทางธุรกิจจึงมีมาก ทำให้ธุรกิจพระเครื่องเกิดการปรับตัวและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงพระเครื่องได้ง่าย ส่งผลให้ธุรกิจพระเครื่องออนไลน์เป็นแหล่งรวมตัวของผู้เล่นและนิยมบูชาเพื่อเก็งกำไร

พระเครื่องกับธุรกิจออนไลน์

ในบทความนี้ ผู้เขียนขอยกตัวอย่างกรณีธุรกิจพระเครื่องออนไลน์บนเว็บไซต์ชื่อดัง คือ Amulet24.com (<https://www.amulet24.com>) ซึ่งเป็นแหล่งรวมของคลังของศักดิ์สิทธิ์ทั่วประเทศไว้จำนวนมาก เว็บไซต์นี้ไม่ได้มีเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับพระเครื่องเท่านั้น แต่ยังรวมของคลัง วัตถุมงคลอื่น ๆ ตลอดจนข่าวสารด้านพิธีกรรมเกี่ยวกับการปลุกเสกและทำบุญในโอกาสต่าง ๆ มากมาย



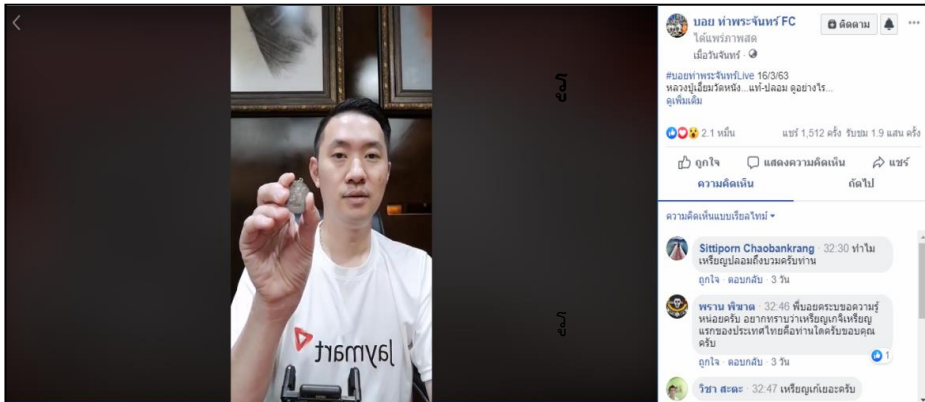
ภาพ 1 การเข้าบูชาพระเครื่องออนไลน์ผ่านเว็บไซต์และนิตยสาร (Amulet24.com, ม.ป.ป.)

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาเฉพาะกรณีการเข้าบูชาพระเครื่องออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ Amulet24.com การเข้าบูชาพระเครื่องมี 2 วิธี ได้แก่ 1) ทางนิตยสารพระและ 2) ทางเว็บไซต์ออนไลน์ โดยการเข้าบูชาพระเครื่องออนไลน์มีทั้งการบูชาและการเช่าบูชาพระ โดยมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1) สมัครสมาชิกหรือล็อกอิน (Login) สำหรับผู้ที่ต้องการสมัครสมาชิกใหม่ให้กรอกข้อมูลรายละเอียดทุกช่อง จากนั้น คลิกสมัครสมาชิก

2) เลือกวัตถุมงคลที่ต้องการ รวมถึงสีและขนาด (ถ้ามี) จากนั้น ระบุจำนวนที่ต้องการบูชา แล้วคลิกบูชาหรือจองวัตถุมงคล ซึ่งเป็นวิธีนำวัตถุมงคลมาใส่ในตะกร้า (ยังไม่ชำระเงินในทันที) หากต้องการตัดสินใจก่อนหรือเก็บไว้ดูในอนาคตคลิกเพิ่มวัตถุมงคลที่ชอบเพื่อเก็บไว้ดูในภายหลัง นอกจากนี้ ยังสามารถส่งข้อมูล (Share) วัตถุมงคลให้เพื่อนดูได้ผ่านสัญลักษณ์ด้านล่าง เมื่อเลือกวัตถุมงคลเป็นที่พึงพอใจแล้วให้ไปที่ตะกร้าวัตถุมงคลเพื่อตรวจสอบรายการวัตถุมงคลที่บูชาอีกครั้งหนึ่ง โดยในขั้นตอนนี้ยังสามารถเพิ่มหรือลดจำนวนวัตถุมงคลได้ (หรือจะเก็บไว้ดูที่หลังก็ได้) เมื่อตัดสินใจได้แล้วให้คลิกดำเนินการชำระเงิน เพื่อไปยังขั้นตอนต่อไป

3) ช่องทางจัดส่งวัตถุมงคล เป็นขั้นตอนสุดท้าย คือ การเลือกวิธีจัดส่ง แบ่งเป็น 2 วิธี ได้แก่ 1) การรับวัตถุมงคลที่ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น (7-Eleven) 2) การจัดส่งตามที่อยู่ โดยมีการเลือกวิธีชำระเงินได้หลายช่องทาง ได้แก่ ชำระผ่านธนาคารชำระที่จุดรับบริการชำระสินค้า (Counter Service) หรือชำระปลายทาง



ภาพ 2 การเข้าบูชาพระเครื่องออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ (บอย ท่าพระจันทร์ FC, 2563)

สำหรับการเข้าบูชาพระเครื่องทางเฟซบุ๊ก มีการเข้าบูชาผ่านการไลฟ์สด (Live) ทางเพจ (Facebook Page) โดยมีการเข้าบูชาและสั่งจอง ดังต่อไปนี้

- 1) ผู้ให้เช่าจะบอกชื่อพระเครื่อง ขนาด รอยตำหนิของพระเครื่อง ส่วนราคาเช่าผู้ให้เช่าจะเปิดราคาขั้นต่ำให้ผู้สนใจหรือผู้เข้ามาดูได้เสนอราคา
- 2) ผู้เช่าจะเสนอราคาที่ช่องข้อความสนทนาหรือช่องโพสต์ (Post) ของการไลฟ์สด เมื่อการเสนอราคาคงที่หรือไม่มีคนเสนอราคาเพิ่มแล้ว ทางผู้ให้เช่าจะนับเลขถอยหลังเพื่อยุติการให้เช่าพระเครื่ององค์นั้น
- 3) ผู้ให้เช่าจะแจ้งให้ผู้เช่าติดต่อทางช่องข้อความ (Inbox) มาทางเพจเพื่อชำระเงิน โดยทางผู้เช่าจะต้องชำระเงินภายใน 24 ชั่วโมง พร้อมส่งที่อยู่ให้ทางผู้ให้เช่าได้จัดส่งผ่านช่องทางบริษัทไปรษณีย์ บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) บริษัทนินจาแวน (Ninja Van) หรือบริษัทแฟลช เอ็กซ์เพรส (Flash Express) และนัดรับสินค้า

การเข้าบูชาพระเครื่องออนไลน์

หากกล่าวตามประเพณีปฏิบัติที่สืบทอดกันมาเกี่ยวกับพระเครื่องในสังคมไทย คนที่สนใจพระเครื่องจะไปหาพระเกจิอาจารย์ที่ตนนับถือ ดูตามแผงเช่าพระหรือศูนย์พระเครื่องเพื่อสัมผัสพระเครื่องที่ตนสนใจก่อนที่จะเข้าบูชามาไว้กับตน แต่การเข้าบูชาออนไลน์เหมือนเป็นเรื่องใหม่ที่เกิดขึ้นพร้อมกับความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ก่อนที่จะกลายเป็นธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ที่แพร่หลายในปัจจุบัน ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นเรื่องธรรมดาของสรรพสิ่งที่ไม่มีสิ่งใดคงที่ตลอดเวลา ในที่นี้จะขอวิเคราะห์ประเด็นธุรกิจเกี่ยวกับความเชื่อดังกล่าว ดังต่อไปนี้

1) *ด้านเศรษฐกิจ* สังคมไทยได้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้สังคมไทยได้รับอิทธิพล วัฒนธรรมและเทคโนโลยีสื่อสารที่ทันสมัยก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้มีการนำเทคโนโลยีสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ตหรือคอมพิวเตอร์ที่มีระบบอินเทอร์เน็ตเป็นตัวประสานเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ให้แก่คนในสังคมหรือทั่วโลกได้เข้าถึง ไม่ว่าจะเป็นการประกอบธุรกิจ ซื้อขายสินค้าและการศึกษา ล้วนแต่ค้นคว้าในโลกระบบอินเทอร์เน็ต และธุรกิจหลายประเภทได้เกิดขึ้นหรือปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย รวมถึงศูนย์พระเครื่องที่นำเทคโนโลยีสื่อสารมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับสังคม จนกลายเป็นธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ถึงทุกวันนี้ ธุรกิจพระเครื่องออนไลน์จึงเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น โดยไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่และเวลาอีกต่อไป เช่น การเช่าบูชาผ่านช่องทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นไลฟ์สดผ่านเฟซบุ๊ก เว็บไซต์พระเครื่องออนไลน์ เว็บไซต์ประมูลพระเครื่อง จึงกล่าวได้ว่า เป็นธุรกิจหนึ่งที่เป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจในสังคมไทย เช่น การไลฟ์สดผ่านเฟซบุ๊กได้สร้างอาชีพและรายได้ให้กับเจ้าของเว็บไซต์ รายได้จากการสร้างพระเครื่องที่เกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย ทั้งพระเกจิอาจารย์ ผู้จัดสร้าง ตลาดพระเครื่อง ตลอดจนธุรกิจส่งของหลายบริษัทที่จัดส่งให้กับลูกค้า

2) *ด้านหลักการทางศาสนา* โดยพื้นฐานความเชื่อของชาวไทย จะมีความเชื่อในเรื่องผี วิญญาณ สิ่งลี้ลับและไสยศาสตร์ ต่อมาได้ยอมรับนับถือศาสนาจากอินเดีย ทั้งศาสนาพราหมณ์-ฮินดูและพระพุทธศาสนาเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ การนับถือศาสนาจากอินเดียไม่ได้ทำให้ความเชื่อดั้งเดิมหายไป หากแต่ความเชื่อนั้นได้เข้ามาอยู่ภายใต้ร่มเงาของศาสนาแทน จึงได้เกิดวัตถุมงคลเครื่องรางของขลังผสมกันทั้งแบบพุทธพราหมณ์และผี คือ การสร้างรูปเคารพแทนพระพุทธเจ้า พระธรรมหรือพระสงฆ์ ผ่านพิธีกรรมปลุกเสกแบบพราหมณ์และเกิดความขลังศักดิ์สิทธิ์แบบมีผีหรือวิญญาณสิงสถิตอยู่คอยปกป้องรักษาให้โชคลาภ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เมื่อนำพระเครื่องมาเป็นตัวกำหนดในการใช้ชีวิต หากเชื่อหรือศรัทธาแต่พอดี ไม่มงมงายเกินไป ก็จะเป็นผลดีแก่ตนเอง เพราะความเชื่อความศรัทธาดั้งเดิมก็ไม่ได้ผิดแปลกอะไร หากบุคคลเหล่านั้นรู้จักทำมาหากิน ไม่พึ่งหวังสิ่งลี้ลับหรือไสยศาสตร์อย่างเดียว เช่น กรณีพระรอดที่เชื่อกันว่า หากบูชาจะช่วยป้องกันภัยอันตรายให้แคล้วคลาด ทั้งยังเสริมเสน่ห์เมตตามหานิยม ได้ลาภผลและคงกระพันชาตรี แต่เมื่อบูชามาแล้ว หากไม่รู้จักระมัดระวังหรือมีสติรู้ตน ก็อาจทำให้ประสบอุบัติเหตุได้ ส่วนเรื่องโชคลาภ หากไม่รู้จักรับทำมาหากิน พุทธคุณของพระเครื่องก็ไม่สามารถช่วยได้ สำหรับเรื่องเสน่ห์เมตตาก็ออยู่กับการปฏิบัติตน รู้จักนอบน้อม เคารพผู้อื่น วาจาดีและจริงใจ การกระทำเพียงเท่านั้นจะเป็นเสน่ห์ในตัวบุคคล

ให้ผู้อื่นเห็นแล้วเกิดเมตตา แต่ไม่ได้หมายความว่า การศรัทธาในพระเครื่องเป็นสิ่งที่ไม่ดี หรือทำให้คนงมงายเสียทั้งหมด เพราะอย่างไรเสีย การเชื่อในความพอดิและนับถือในฐานะเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจและการไม่คาดหวังให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์อำนวยการในทางตรงข้าม เป็นการเชื่อหรือมีศรัทธาอย่างมีปัญญาและรู้คุณค่าของพระเครื่องในการสร้างพลังใจ ก็จะเป็นแก่นธรรมแก่ตนเองในการสร้างชีวิตที่ดีได้ ดังคำสอนของพระพุทธเจ้าในเรื่อง การพึ่งตนเองที่ว่า อัตตา หิ อัตตะโน นาโถ แปลว่า ตนแลเป็นที่พึ่งของตน (พระไตรปิฎกภาษาบาลี เล่ม 25 ข้อ 22: 36; พระไตรปิฎกภาษาไทย เล่ม 25 ข้อ 160: 82)

3) *ด้านประเพณี* ระบบความเชื่อหรือความศรัทธาร่วมกันของคนจำนวนมาก ทำให้เกิดประเพณี อันเป็นสิ่งที่ต้องทำต่อเนื่องกันมาไม่ขาดสาย ประเพณีการบูชาพระเครื่องก็เช่นกัน เป็นกิจกรรมหนึ่งที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความหวัง ความปรารถนา ความคิด ฉะนั้น ในกลุ่มสังคมไทยแต่ละพื้นที่จะมีพิธีกรรมแตกต่างกัน ดังที่ศรีศักร วัลลิโภดม (2547) ได้มองว่า ประเพณีพิธีกรรมเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความเชื่อด้านศาสนา และไสยศาสตร์ที่มีมาพร้อมกับความเป็นมนุษย์ในทุกเชื้อชาติและทุกภาษา แต่จะมีมากหรือน้อยแตกต่างกันไป ทั้งนี้ สังคมที่เจริญด้านศาสนาและอภิปรายมาแล้วจะมีความเชื่อด้านไสยศาสตร์น้อย ความศักดิ์สิทธิ์ของประเพณีพิธีกรรมก็จะคลี่คลายลง แล้วพัฒนาเป็นกิจกรรมทางสังคมแทน เช่นเดียวกันกับความเชื่อในอำนาจลี้ลับเหนือธรรมชาติและความเชื่อทางศาสนาที่ประกอบด้วยพุทธและพราหมณ์ได้มีการปฏิบัติเพื่อบูชาตามความเชื่อ เช่น ประเพณีการหล่อพระพุทธรูปที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเป็นอุทเทสิกเจดีย์สำหรับกราบไหว้สักการะ เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจและรำลึกถึงพุทธคุณในแง่บุคลาธิษฐาน รวมทั้งเหตุการณ์สำคัญทางพระพุทธศาสนาที่ปรากฏในพุทธประวัติด้วยการหล่อหรือปั้นเป็นปางต่าง ๆ (สุรศักดิ์ เจริญวงศ์, 2533) ดังนั้น วัฒนธรรมความเชื่อของชาวพุทธไทยที่นิยมห้อยหรือแขวนพระเครื่องประจำตัวจึงปรากฏให้พบเห็นทั่วไป

ตามที่กล่าวมา พระเครื่องเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับคนไทยมานาน การนับถือจึงเป็นเรื่องปกติที่คนในสังคมจะเชื่อในเรื่องของพุทธคุณ เพราะพระเครื่องเหมือนเป็นตัวแทนของพระพุทธเจ้า เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คนส่วนใหญ่บูชาเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ ปกป้องจากภัยต่าง ๆ แต่เมื่อเกิดธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ขึ้น ผู้เขียนจึงสัมภาษณ์เชิงลึกบรรดาผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ให้เช่าบูชา กลุ่มผู้เล่นหรือผู้เช่าบูชาและประชาชนทั่วไป ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังต่อไปนี้

กลุ่มผู้ให้เข้าบูชาพระเครื่องให้ความเห็นว่า ธุรกิจพระเครื่องออนไลน์เป็นสิ่งที่ได้รับการต่อยอดจากเดิม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย สะดวกสบายต่อชีวิตประจำวัน ทำให้การค้าขาย การติดต่อและการเรียนรู้เป็นสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว จึงอยากให้มองว่า ธุรกิจพระเครื่องออนไลน์เป็นธุรกิจหนึ่งที่ขยายฐานองค์ความรู้ในเรื่องพระเครื่องให้แก่บุคคลทั่วไป โดยเฉพาะรุ่นลูกรุ่นหลาน เพราะโลกออนไลน์เป็นสิ่งที่จะคงอยู่ตลอดไปและง่ายต่อการสืบค้น หากถามว่า มีความเหมาะสมที่นำพระเครื่องมาให้เข้าบูชาในออนไลน์หรือไม่ สำหรับผู้ให้เข้าชมว่า มีความเหมาะสมในระดับพอดี ใ้ว่าเข้าบูชาในออนไลน์แล้วความศักดิ์สิทธิ์หรือพุทธคุณจะเสื่อมถอย เพราะการที่บุคคลบูชาไป หากบุคคลนั้นมีความเชื่อในสิ่งที่ยึดเหนี่ยว ต่อให้เป็นพระเครื่องเก๊ พุทธคุณก็ยังอยู่ในจิตใจของเขา

กลุ่มเล่นหรือเข้าบูชาพระเครื่องได้สะท้อนมุมมองว่า ธุรกิจพระเครื่องออนไลน์เป็นสิ่งที่เหมาะสมและดีสำหรับผู้เล่น เนื่องจากผู้เล่นส่วนใหญ่มีความชื่นชอบเป็นทุนเดิม ยังได้เรียนรู้มากจะยิ่งมากประสบการณ์ ฉะนั้น ธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ถือเป็นแหล่งการเรียนรู้อย่างหนึ่งที่สามารถเห็นพระเครื่องหลากหลายพื้นที่ พุทธคุณหรือความศักดิ์สิทธิ์เป็นสิ่งที่บอกไม่ได้ว่า มีจริงมากน้อยแค่ไหน เพียงแค่ชื่นชอบในพระเครื่ององค์ใดองค์หนึ่ง ความศรัทธาก็ยังอยู่ แต่กลุ่มของผู้เล่นบางกลุ่มก็นิยมเล่นพระเครื่องเก๊ เพราะพระเครื่องเก๊มีความสวยงาม ไม่สึก จะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้เล่นพระเครื่องยอมรับในธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ ไม่ว่าพระเครื่องจะแท้หรือเก๊ ความชื่นชอบจะเป็นตัวตัดสินใจการบูชามาเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ

ส่วนกลุ่มสุดท้าย เป็นกลุ่มประชาชนทั่วไปที่ไม่ได้มีความสนใจในพระเครื่องมากนัก แต่ก็เชื่อว่าจะไม่นับถือบูชา กลุ่มนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มที่ 1 เห็นด้วยในธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ เพราะเห็นว่า ธุรกิจพระเครื่องออนไลน์เป็นช่องทางการติดต่อเข้าบูชาและเกิดการเรียนรู้ของกลุ่มผู้สนใจ เช่นเดียวกับธุรกิจออนไลน์อื่น ๆ เพราะการเกิดกลุ่มธุรกิจออนไลน์ประเภทนี้มีพื้นฐานมาจากความชื่นชอบส่วนตัว ความเชื่อความศรัทธาในพระเครื่องยังคงมีอยู่ ไม่ได้จางหาย ขอให้มีความเชื่อและยอมรับในพุทธคุณ การเข้าบูชาก็จะไม่สูญเปล่า ซึ่งคล้ายกับการเล่นหวยที่เชื่อในสิ่งที่จะทำให้ถูกหวย เช่น การเห็นจอมปลวกขนาดใหญ่ ก็จะไปกราบไหว้ขอพร สำหรับกลุ่มที่ 2 ที่ไม่เห็นด้วยในธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ เพราะยังมีความเชื่อในเรื่องเดิมที่ว่า สิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นพระเครื่องหรือของขลังไม่ควรนำมาเร่เข้าบูชา ควรอยู่เป็นหลักเป็นแหล่ง เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเคารพนับถือในสิ่งนั้น ธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ก็เช่นเดียวกันที่ควรเป็นเพียงให้เรียนรู้ ไม่ควรมีการเข้าบูชา เพราะหากมีการเข้าบูชาข้าม

จังหวัดหรือพื้นที่ทางไกล จะต้องมีการจัดส่ง ซึ่งผู้จัดส่งอาจไม่รู้ว่าเป็นพระเครื่อง อาจมีการข้าม การโยน กลุ่มนี้จึงมองว่า เป็นสิ่งที่ไม่ควรและไม่เหมาะสมที่จะนำสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คนไทยนับถือมากระทำในลักษณะดังกล่าวนี้

จากที่ได้ทำการศึกษา มา ทำให้ผู้เขียนได้รับทราบถึงข้อเท็จจริงในด้านความเหมาะสมการบูชาพระเครื่องออนไลน์ของผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยผู้เขียนได้เล็งเห็นว่าสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงตามความทันสมัยของโลก ทำให้สังคมไม่หยุดนิ่ง มีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นค่านิยมหรือวิถีชีวิตที่ปรับเปลี่ยนตามอิทธิพลต่าง ๆ ที่ได้รับ เช่นเดียวกับความเชื่อ ค่านิยมในพระเครื่องที่มีความเปลี่ยนแปลง ซึ่งบุคคลบางกลุ่มได้หันมาบูชาพระเครื่องเพื่อเก็งกำไร การเป็นสังคมสมัยใหม่ยิ่งทำให้เห็นการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจพระเครื่อง ซึ่งจากข้อมูลของผู้ถูกสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่าการความคิดเห็นหรือมุมมองของคนไทยยังมีความแตกต่างกัน ในประเด็นนี้ไม่ได้กล่าวให้เกิดการเปรียบเทียบแต่อย่างใด เพียงแต่ผู้เขียนต้องการสะท้อนให้เห็นความเชื่อความศรัทธาที่อาจมีความลดถอยลง ต่างกับด้านเศรษฐกิจที่มีความเจริญก้าวหน้ามากขึ้น ในด้านเศรษฐกิจนั้นคนในสังคมต้องมีความรู้ด้านการค้าขายเป็นองค์ประกอบหลักจึงจะนำความรู้ของแต่ละบุคคลมาประกอบธุรกิจได้ เช่นเดียวกับธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ที่มีการนำเสนอรูปแบบวิถีความเชื่อใหม่ที่เกิดขึ้น ซึ่งรูปแบบดังกล่าวอาจทำให้ค่านิยมด้านพระเครื่องออนไลน์เพิ่มขึ้น แต่ขณะเดียวกันอาจมีบางกลุ่มที่ใช้ผลประโยชน์จากธุรกิจพระเครื่องออนไลน์นี้เพื่อประโยชน์ส่วนตน ไม่คำนึงถึงจรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจพระเครื่อง ดังนั้น ผู้เขียนจึงเห็นว่า ธุรกิจพระเครื่องออนไลน์กับวิถีความเชื่อในยุค 4.0 ได้มีการนำเทคโนโลยีและการค้าแบบห้วสมัยใหม่มาใช้ ซึ่งรูปแบบการนำเสนอเป็นสิ่งที่สร้างสรรค์และน่าสนใจ ส่วนเรื่องวิถีความเชื่ออาจเสื่อมถอยไปบ้างแต่เชื่อว่าหมดไป เพราะคนรุ่นใหม่หรือกลุ่มใหม่อาจหันมาสนใจในธุรกิจพระเครื่องมากขึ้น ทั้งนี้ เป็นเพราะสื่อโฆษณาที่เข้าถึงได้ง่ายและมีความเชื่อเป็นทุนเดิมที่สามารถพัฒนาต่อยอดไปในด้านธุรกิจนี้ได้ ฉะนั้น ในยุค 4.0 ธุรกิจพระเครื่องกับวิถีความเชื่อจะมีแนวทางที่เข้ามาเสริมสร้าง ก็คือ ปัญญาที่มากับควบคู่กับความศรัทธา

องค์ความรู้ใหม่

ในด้านองค์ความรู้ใหม่สามารถสรุปได้ 3 ประเด็น คือ 1. การนับถือบูชาพระเครื่อง เป็นสิ่งคู่กับสังคมไทยมายาวนาน โดยผู้นับถืออาจแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ 1) กลุ่มที่เชื่อว่า พระเครื่องเป็นสื่อกลางให้รำลึกถึงพระรัตนตรัย และ 2) กลุ่มที่เชื่อว่าพระเครื่องเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีอิทธิฤทธิ์ ปาฏิหาริย์ ดลบันดาลตามประสงค์

2. ธุรกิจออนไลน์เป็นเรื่องใหม่ที่มาพร้อมกับอินเทอร์เน็ตที่จะช่วยทำให้การค้าขาย กระจ่ายสินค้าได้สะดวกรวดเร็วและกว้างไกลกว่าการไปเข้าบูชาจากวัดหรือร้านเช่าพระเครื่องโดยตรง

3. ความเหมาะสมของธุรกิจพระเครื่องอาจพิจารณาได้ 2 ประเด็น คือ 1) รูปแบบการทำธุรกิจสมัยใหม่ที่มีความสะดวกรวดเร็ว ไร้ข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ ซึ่งในยุคโรคโควิด-19 ก็เหมือนจะช่วยให้มีการรักษาระยะห่าง (Social Distancing) ได้ดี และ 2) ความเหมาะสมของธุรกิจ โดยเฉพาะลักษณะของการเลือกเช่าออนไลน์ (Online Shopping) และการจัดส่งพระเครื่อง อาจดูมองว่า เป็นสิ่งที่ขัดกับศรัทธาดั้งเดิมที่ต้องเป็นสิ่งที่จะต้องเคารพบูชา ไม่ใช่ของซื้อของขายและไม่ใช่ของที่ต้องบรรจุลงกล่องแล้วจัดส่งรวมกับสินค้าชนิดอื่น เพราะอาจทำให้พุทธคุณของพระเครื่องเสื่อมลง

สรุป

จากที่ได้ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ดังกล่าวข้างต้น สรุปบทความได้ดังนี้ พระเครื่องเป็นเครื่องรางชนิดหนึ่งที่มีรูปลักษณะเป็นโลหะหรือผงดินเผา มีขนาดเล็กสามารถห้อยพกพาได้สะดวกและเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ ไม่ว่าจะป้องกันภัย เสริมสร้างบารมีและเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คนไทยนิยมนับถือ เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปมีการนำเทคโนโลยีสื่อสารที่ทันสมัยมาปรับใช้ให้ทันเห็นการณ์ของสังคม จึงเกิดเป็นธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ที่สามารถสร้างรายได้ กระตุ้นเศรษฐกิจไทย เพราะการเช่าบูชาพระเครื่องออนไลน์เป็นลักษณะของการซื้อขายแบบทั่วไป โดยมีการซื้อและสั่งจอง จัดส่งถึงมือผู้รับหรือชำระเงินปลายทางและจัดส่งทางไปรษณีย์หรือใช้บริการบริษัทเคอรี่ เป็นต้น ดังนั้น การเข้าถึงแหล่งธุรกิจพระเครื่องออนไลน์จึงมีความสะดวกและรวดเร็ว ทั้งยังตอบประเด็นทางศาสนาและประเพณีได้ว่า พระเครื่องมีต้นกำเนิดมาจากแรงศรัทธาของคน มีการประกอบพิธีกรรมเพื่อให้มีความขลังศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อของแต่ละบุคคล เพราะฉะนั้น ความเชื่อของแต่ละบุคคลที่มีต่อธุรกิจพระเครื่องออนไลน์โดยรวมแล้ว จึงเห็นด้วยและยินยอมต่อการเกิดธุรกิจพระเครื่องออนไลน์ เพราะจะได้มีแหล่งเรียนรู้ในแง่พุทธศิลป์และเผยแพร่แก่ประชากรโลกได้รับรู้ในสิ่งที่คนไทยนับถือบูชาและยังสะท้อนให้เห็นว่า ค่านิยมในพระเครื่องไม่มีเสื่อมถอย

เอกสารอ้างอิง

กิตติ ภิญาญ. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมพระเครื่องของประชาชนที่มีความสนใจพระเครื่อง ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา ศูนย์พระเครื่อง

- ห้วงสรรพสินค้าพันธุ์พืชผักสวนครัว สาขางามวงศ์วาน. การค้นคว้าอิสระปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จิตาภา ทัดหอม. (2558). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจและคุณภาพ ของระบบสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการ ถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคออนไลน์ใน กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จุฬารณย์ ทองเสนห์. (2563). ประชาชนทั่วไป. สัมภาษณ์. 2 กุมภาพันธ์.
- ญาณวุฒิ เสวตติติกุล และคณะ. (2560). การวิเคราะห์องค์ประกอบของร้านค้า ออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายแฟชั่นของผู้บริโภค. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม. 5 (1), 21-31.
- ณัฐวุฒิ แก้ววิมล. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าพระเครื่อง ออนไลน์ เว็บไซต์ G-pro. การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บอย ท่าพระจันทร์ FC. (16 มีนาคม 2563). ภาพการเข้าบูชาพระเครื่องออนไลน์ผ่าน เฟซบุ๊กไลฟ์. สืบค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2563, จาก <https://www.facebook.com/boythaphrachan/>
- บัญชา เลิศอักษร. (2563). ผู้สนใจเข้าพระเครื่อง. สัมภาษณ์. 2 กุมภาพันธ์.
- พิมพ์ชนก ชันต์ดาวงษ์. (2563). ประชาชนทั่วไป. สัมภาษณ์. 2 กุมภาพันธ์.
- ภาณุวัฒน์ รัตนดิษฐ์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจออนไลน์. การ ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณ ราชวิทยาลัย เล่ม 25. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราช วิทยาลัย.
- มหามกุฏราชวิทยาลัย. (2523). พระไตรปิฎกภาษาบาลี อักษรไทย ฉบับสยามรัฐ เล่ม 25. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหามกุฏราชวิทยาลัย.
- ศรีศักร วัลลิโภดม. (2547). ลอยกระทง: จากประเพณีหลวงสู่ประเพณีราษฎร์ แล้ว พิเศษด้วยการท่องเที่ยว. วารสารเมืองโบราณ. 30 (4), 7-13.

- ศุภชัย เรื่องสรรางมสิริ. (2 มกราคม 2563). *วิเคราะห์ตลาดพระเครื่อง 2563*. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://www.khaosod.co.th/amulets/news_3286180
- สิทธิชัย บัวคำหลวง. (2563). ผู้รับ-เช่าพระเครื่อง. *สัมภาษณ์*. 2 กุมภาพันธ์.
- สุรศักดิ์ เจริญวงศ์. (2533). ประติมากรรมไทย. ใน *โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ. สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ เล่ม 14*. หน้า 615-618. กรุงเทพมหานคร: โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว.
- Amulet24.com. (ม.ป.ป.). *พระเครื่องดี เกจิดัง พิธีขลัง มวลสารศักดิ์สิทธิ์*. สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.amulet24.com/>
- Pongpang. (12 กันยายน 2562). *ธุรกิจจอออนไลน์คืออะไร*. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://blog.sogoodweb.com/Article/Detail/112649>
- Siammongkol. (23 กันยายน 2555). *ประวัติความเป็นมาของพระเครื่อง*. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.siammongkol.com/smf/index.php?topic=1515.0>