



แผลงเช่าพระ : คือศรัทธาความเชื่อหรือเพียงเพื่อการพาณิชย์

Amulet Stalls : The Faith, Beliefs or Just Commercial

บทคัดย่อ

รายงานการวิจัยเรื่อง แผลงเช่าพระ : คือศรัทธาความเชื่อหรือเพียงเพื่อการพาณิชย์ มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษากระบวนการการเข้าสู่อาชีพตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง 2) ศึกษาแรงจูงใจเทคนิค กลยุทธ์ การซื้อขายแลกเปลี่ยนพระเครื่อง และ 3) ศึกษาถึงวงเงินที่เกิดจากธุรกิจการเช่า-บูชาพระเครื่อง ของผู้ประกอบการแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง ซึ่งใช้สนามวิจัยคือแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง บริเวณวัดแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบแผนการศึกษา รายพหุกรณี โดยมีกรณีศึกษาทั้งสิ้น 3 กรณีศึกษา ผู้วิจัยใช้การเลือกตัวอย่างแบบ การเลือกกรณีตามแบบทั่วไป และการเลือกกรณีแตกต่างหรือไม่สอดคล้อง เพื่อให้รายละเอียดตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย เครื่องมือวิจัยได้แก่ตัวผู้วิจัยเอง โดยทำการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในฐานะผู้สังเกต

ผลการศึกษาพบว่า

1) กระบวนการเข้าสู่อาชีพตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง ผู้ประกอบการแต่ละรายที่จะเข้าสู่อาชีพตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่องนั้น จะต้องเป็นผู้รู้จักที่ประกอบอาชีพนี้ก่อนแล้ว ซึ่งอาจเป็นญาติ หรือเป็นเพื่อนก็ได้ โดยการเข้ามาประกอบอาชีพนี้จะต้องมีเครือข่ายเฉพาะของตนเอง เพื่อเป็นการระบายนพระเครื่องที่ตนมีอยู่ การขายนั้นทั้งเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภูมิหลังของผู้ค้าแต่ละคนซึ่งแตกต่างกัน ซึ่งหากผู้ประกอบการเป็นข้าราชการหรืออดีตข้าราชการ หรือผู้ที่มีรายได้ประจำ จะประกอบอาชีพนี้เป็นอาชีพเสริม ส่วนผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพที่มีรายได้ประจำจะประกอบอาชีพนี้เป็นอาชีพหลัก

2) กลยุทธ์การซื้อขายแลกเปลี่ยนพระเครื่องของผู้ประกอบการแต่ละราย ทั้งระดับทั่วไปและระดับเซียนพระ พบว่าแต่ละรายนั้นต่างหาจุดเด่นให้กับแผลงเช่า-บูชาพระของตนเอง ด้วยเทคนิคการขายที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งมีทั้งแบบเข้าถึงตัวลูกค้า มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ผูกขาดตลาด และหากเป็นผู้ขายที่มีประสบการณ์ระดับเซียนพระ จะมีกลยุทธ์ที่สำคัญคือ รอจังหวะให้มีลูกค้ารายใหญ่มาซื้อ โดยเก็บพระดี มีราคาไว้ที่บ้าน ส่วนพระที่อยู่บนแผงนั้นเป็นพระทั่วๆ ไป หากลูกค้าต้องการเช่า-บูชา ต้องติดต่อเป็นการส่วนตัว

¹ รองศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิจัยและประเมินผลการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

² นิสิตปริญญาเอก สาขาวิจัยและประเมินผลการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

^{3,4} นิสิตปริญญาเอก สาขาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

⁵ นิสิตปริญญาโท สาขาวิจัยและประเมินผลการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร



ด้านกลยุทธ์การซื้อ แต่ละรายก็มีส่วนแตกต่างกัน โดยผู้ค้าระดับทั่วไป จะพยายามกดราคาผู้ที่นำพระมาปล่อย(นำมาขาย)ให้ต่ำที่สุด และเมื่อจะซื้อพระจะมีเทคนิคหลอกล่อผู้นำมาขาย ซึ่งอาจเป็นการขอเป็นของแถม ซื้อมากๆ เพื่อขอลดราคา ยอมแลกพระแล้วได้เงินเป็นของแถม ส่วนผู้ค้าระดับเซียนนั้น จะมีผู้ที่รู้จักมานานนำพระมาปล่อยให้ ซึ่งรวมถึงเจ้าของแผงต่างๆ ที่รู้จักกัน หรือเป็นผู้ที่มีอาชีพวังพระ ที่รู้จักกันมานาน หรืออาจเดินสนามพระอื่นๆ ที่มีเครือข่ายที่เป็นคนรู้จักเพื่อเลือกซื้อพระมาไว้ที่แผงตนเองตามที่ต้องการ

3) รายได้ที่เกิดขึ้นนั้นไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจ และความต้องการของตลาด และผู้ประกอบการมีโอกาสที่จะทำรายได้สูงๆ จากการจำหน่ายพระเครื่องเพียงองค์เดียว โดยที่รายได้จะอยู่ระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท/เดือน

คำสำคัญ 1. แผลงเช่าพระ 2. การพาณิชย์

Abstract

The purposes of research were to study 1) the processes of entry to the professional dealing of amulet stalls 2) the motivations, techniques and strategies of the dealing of amulet stalls, and 3) financial amount from the trader's dealing of amulet stalls. Research field was amulet stalls at a temple in Phitsanulok. This research used the qualitative research methodology. It has been considered as multi-case studies. Three case studies were selected by typical-case and discrepant-case selection for describe the details of the research purpose. Research instrument was researcher by participant as observer. The results showed that:

1) The processes of entry to the professional dealing of amulet stalls, the trader's dealing of amulet stalls must know with people who worked about dealing of amulet stalls before as the relatives or friends. They must have own networks for release their amulets. The dealing was both the major and minor occupation which depended on the different background of traders. If the trader was a government official or former official or person who had recurring revenue, he would deal as minor occupation. In the other hand, if person who had not recurring revenue, he would deal as major occupation.

2) The trader's dealing strategies of amulet stalls, the general traders and professional traders would have the different prominent techniques such as access to the customers, several selections of products and the monopoly of service. The professional



traders would have the important strategies as wait for good time to main customer that they collected the best price amulets at their home. The general amulets were showed on their stall. If customers demanded that they must personally contact.

The trader's buying strategies of amulet stalls, the general traders would try to set the minimum underprice to people who took the amulets for sell. When they bought the amulets, they would fool to those people such as request for a bonus, discount for buying a lot and change the amulets for getting premium money. The professional traders would get the amulets from people who knew with them long time, include the owners of stall in same area, people who was amulet seller, and the owners of stall in different area who were networks for buying the amulets to set their stall.

3) Unstable incomes depended on economic conditions and marketing demand. Moreover, the traders may have high revenue from selling only one amulet. Their revenue would be between 10,000 to 200,000 baht per month.

Key words 1. Amulet Stall. 2. Commercial.

ความเป็นมาของปัญหา

สังคมไทยในปัจจุบัน พระเครื่องได้รับความนิยมและเป็นความเชื่ออย่างหนึ่งในสังคมไทย ซึ่งถือได้ว่าพระเครื่องหรือวัตถุมงคลนั้นเป็นสัญลักษณ์แห่งความเชื่อ และเป็นเครื่องรางของขลังเพื่อให้เกิดกำลังใจและความปลอดภัยในวิถีชีวิต โดยเชื่อว่าจะเป็นสิ่งคุ้มครองให้ปราศจากภัยอันตรายทั้งมวล รวมทั้งก่อให้เกิดความเมตตากรุณาแก่ผู้พบเห็นด้วย ดังนั้นพระเครื่องจึงเป็นที่นิยมนำมาใส่สายสร้อย สำหรับคล้องคอทั้งผู้ชายและผู้หญิง พฤติกรรมดังกล่าวของคนไทยได้รับความนิยมมากขึ้น จนในปัจจุบันพระเครื่องได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจ หรือที่เรียกกันว่า “พุทธพาณิชย์” โดยมีการเช่า หรือบูชา (ซื้อและขาย) กันเป็นธุรกิจพระเครื่อง มีสถานที่ประจำ ที่เรียกว่า “ตลาดพระ” เกิดขึ้นจำนวนมากทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ ธุรกิจพระเครื่องได้เจริญขึ้น และเกิดปรากฏการณ์มีการเปิดศูนย์พระเครื่องในห้างสรรพสินค้า หลายแห่ง มีการประชาสัมพันธ์ ชุมชุมของเซียนพระ “นักเลงพระ” และมีกิจกรรมที่จะก่อให้เกิดการโชว์พระเครื่อง พระบูชา เป็นการอวดความเป็นเจ้าของพระเครื่องที่มีราคาและเป็นการเพิ่มราคาของพระเครื่องที่ได้รับการตัดสินได้รางวัลด้วย นี่คือนกิจกรรม “การจัดประกวดพระเครื่องพระบูชา” ซึ่งมีการจัดประกวดกันหลายแห่ง อาจกล่าวได้ว่าสังคมธุรกิจพระเครื่องได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจที่มีการซื้อขายและเกี่ยวโยง



กับระบบความเชื่อ ความสัมพันธ์กับบุคคลทุกระดับนับตั้งแต่พระสงฆ์ นายทหาร ข้าราชการทุกระดับ บุคคลทั่วไปทุกอาชีพ ตลอดจนชาวบ้านต่างก็มีความสนใจซื้อขายแลกเปลี่ยนพระเครื่องกันอย่างกว้างขวาง (นิติ กสิโกศล หน้า 32 , 2547)

สำหรับสถานการณ์พระเครื่องในช่วงที่ผ่านมา พบว่าธุรกิจพระเครื่องฟื้นตัวอย่างชัดเจน ในปี 2546 และในปี 2547 ต่อเนื่องถึงปี 2548 วงการพระเครื่องยังคงมีแนวโน้มคึกคักอย่างต่อเนื่อง โดยจะเห็นได้จากราคาพระเครื่องเริ่มมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะพระกรุและ พระเครื่องยอดนิยม ต่างๆ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการสร้างพระเครื่องและวัตถุมงคล รวมทั้งการจัดประกวดพระเครื่องที่เกิดขึ้นกันแทบทุกสัปดาห์ ธุรกิจแผลงพระที่เริ่มมีผู้คนคึกคักมากขึ้น และบรรดาผู้ประกอบการธุรกิจแผลงพระเริ่มขยายธุรกิจมากขึ้น โดยการเปิดกิจการในหลายพื้นที่รวมทั้งยังได้ปัจจัยหนุนจากการที่มีนักลงทุนชาวต่างประเทศหันมาสนใจเช่าพระเครื่องและวัตถุมงคลจากไทยเพื่อนำไปให้เช่าต่อสำหรับผู้สนใจพระเครื่องและวัตถุมงคลของไทยในต่างประเทศ หรือทำเป็นพิพิธภัณฑสถานส่วนตัวในต่างประเทศ สถานการณ์ในวงการพระเครื่องในปี 2547 ราคาพระเครื่องมีการปรับราคาขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะพระชุดยอดนิยมปรับราคาขึ้นถึงร้อยละ 40 และมีความต้องการเข้ามาอย่างต่อเนื่อง แต่ผู้ขายก็ไม่สามารถหาของมาให้ลูกค้าได้ตามความต้องการ เนื่องจากในปัจจุบันพระชุดยอดนิยมได้หายไปจากสนามพระ ทำให้พระเครื่องระดับรองๆ หรือพระเครื่องของบรรดาเกจิอาจารย์ที่มีประสบการณ์อัศจรรย์ปรากฏอยู่ตามหน้าหนังสือพิมพ์ ซึ่งพระเครื่องเหล่านี้เริ่มเป็นที่เสาะแสวงหาของนักสะสมพระเครื่อง ทำให้ราคาพระเครื่องเหล่านี้มีโอกาที่จะปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งพระเครื่องเหล่านี้ยังมีปริมาณเพียงพอที่จะมีการหมุนเวียนอยู่ในตลาดพระเครื่องอีกด้วย โดยในวงการพระเครื่องเรียกพระเครื่องเหล่านี้ว่า “พระมีอนาคต” อย่างไรก็ตามเมื่อพระเครื่องชุดใดเริ่มเป็นที่นิยมในวงการพระเครื่อง ก็จะมีพวกมือฉลุปลอมพระเครื่องชุดดังกล่าว ซึ่งปัจจุบันทำได้ใกล้เคียงอย่างมาก ถ้าไม่ชำนาญจริงก็จะโดนหลอกได้ง่าย โดยพระปลอมเหล่านี้นับว่าเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ราคาเช่าบูชาพระเครื่องไม่เปลี่ยนแปลงหรือหวามากนัก บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด คาดว่าเม็ดเงินในธุรกิจพระเครื่องและธุรกิจที่เกี่ยวข้องในปี 2548 นี้สูงถึงเกือบ 20,000 ล้านบาท และธุรกิจเหล่านี้ยังมีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่องตามภาวะเศรษฐกิจ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย 2548) นอกจากนี้ยังพบว่า ความนิยมในการสะสมพระเครื่องในปี 2550 ยังคงเฟื่องฟูต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2546 แต่สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัดชัดเจนตั้งแต่ปี 2549 คือ พระเก้ายังคงหายากมากขึ้น บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด คาดว่าเม็ดเงินในธุรกิจพระเครื่องและธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องในปี 2550 นี้สูงกว่า 22,000 ล้านบาท และธุรกิจเหล่านี้ยังมีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่องสวนทางกับภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งต่างจากเดิมที่อัตราการขยายตัวของธุรกิจนี้จะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับภาวะเศรษฐกิจ โดยคาดว่าจะยังมีอัตราขยายตัวเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 10-20 ต่อปี และคาดว่าผู้ที่อยู่ในวงการพระเครื่องไม่ว่าจะเป็นกลุ่ม นิยมพระเก่าหรือพระใหม่มีอยู่



ประมาณ 5 ล้านคน ธุรกิจพระเครื่องนั้นมีเม็ดเงินหมุนเวียนในแต่ละปีเป็นจำนวนมหาศาล (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2550)

การขยายตัวของธุรกิจแผลงพระเครื่องนี้เกิดจากความนิยม ความต้องการ ซึ่งอาจรวมถึงความศรัทธาในพุทธคุณขององค์พระ ซึ่งเป็นความเชื่อและความศรัทธาของแต่ละบุคคล แต่หาได้มีความเข้าใจความหมายที่แท้จริงของพระเครื่องไม่ จึงทำให้วงการธุรกิจพระเครื่องยังคงมีเม็ดเงินหมุนเวียนค่อนข้างสูง และเป็นธุรกิจที่ดึงดูดให้บุคคลต่างๆ ที่มีความสนใจได้เข้าสู่ธุรกิจซื้อขาย (เช่า – บูชา) พระเครื่องมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นเหตุให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงกระบวนการการเข้าสู่อาชีพตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง พฤติกรรม แรงจูงใจ เทคนิค กลยุทธ์ การซื้อขายแลกเปลี่ยนพระเครื่อง รวมถึงวงเงินที่เกิดจากธุรกิจการเช่า-บูชาพระเครื่อง ของผู้ประกอบการแผลงเช่า-บูชา พระเครื่อง ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกถึงสาเหตุที่แท้จริงของการเข้าสู่ธุรกิจแผลงพระเครื่อง ว่าเป็น **“ผู้กระจ่ายความศรัทธาและความเชื่อ หรือเพียงเพื่อการพาณิชย์”**

คำถามการวิจัย

1. กระบวนการการเข้าสู่อาชีพตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่องมีลักษณะอย่างไร
2. เทคนิค กลยุทธ์ การซื้อขายแลกเปลี่ยนพระเครื่อง มีลักษณะอย่างไร
3. วงเงินจากการซื้อขายแลกเปลี่ยนพระเครื่องมีประมาณเท่าไร

จุดมุ่งหมายของการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของคนตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะดังนี้

1. เพื่อศึกษากระบวนการ การเข้าสู่อาชีพตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง
2. เพื่อศึกษาเทคนิค กลยุทธ์ การซื้อขายแลกเปลี่ยนพระเครื่อง
3. เพื่อศึกษาวงเงินจากการซื้อขายแลกเปลี่ยนพระเครื่อง

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อมูลสารสนเทศที่มีประโยชน์ในการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับ วิถีชีวิตของคนตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง ซึ่งจะทำให้ทราบถึงกระบวนการการเข้าสู่อาชีพตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง เทคนิค กลยุทธ์ การซื้อขายแลกเปลี่ยน วงเงินจากการซื้อขายแลกเปลี่ยน เพื่อเป็นแนวทางการสร้างทฤษฎีจากพื้นที่ (Grounded Theory) ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง สำหรับการศึกษาค้นคว้าต่อไป



ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบแผนการศึกษา รายพหุกรณี (Multi-case Studies) ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

1. ตำแหน่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งข้อมูลที่ใช้ ประกอบไปด้วยแหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสารสิ่งพิมพ์ บุคคล สถานที่ เวลา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 เอกสารสิ่งพิมพ์ ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นเอกสาร วารสาร บทความ งานวิจัย นิตยสาร ตลอดจนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง พระเครื่อง การซื้อขายแลกเปลี่ยน (เช่า-บูชา) ราคา พระเครื่องในตลาด และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง คือทฤษฎีพฤติกรรมนิยม และแนวคิดการวิเคราะห์ เครื่องขายสังคัม ตามแนวคิดของ เอเดรียน ซี เมเยอร์ (Adrian C. Mayer) และแนวคิดของ เจเรมี โบเซแวง (Jeremy Boissevain)

1.2 บุคคล เป็นผู้มีอาชีพตั้งแฉงเช่า-บูชาพระเครื่อง เฉพาะผู้มีแฉงเช่า-บูชาพระเครื่องและตั้งอยู่บริเวณวัดแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งผู้วิจัยกำหนดการเลือกตัวอย่างเป็นแบบกรณีตามแบบทั่วไป (Typical-case selection) ทั้งนี้เพราะผู้วิจัยมีความเชื่อว่า ผู้มีอาชีพตั้งแฉงเช่า-บูชาพระเครื่อง จะมีคุณลักษณะที่ไม่แตกต่างกัน และภายหลังจากการเข้าสู่สนามวิจัย เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลในลักษณะเปรียบเทียบ ผู้วิจัยจึงกำหนดการเลือกกลุ่มบุคคลเพื่อการศึกษาช่วงหลัง เป็นแบบการเลือกกรณีแตกต่างหรือไม่สอดคล้อง (Discrepant-case selection) ทั้งนี้เพราะผู้วิจัยมีจุดประสงค์เพื่อต้องการเพิ่มเติมรายละเอียดเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ศึกษา

1.3 สถานที่ ที่จะดำเนินเก็บรวบรวมข้อมูลคือแฉงเช่า-บูชาพระเครื่อง (ตลาดแฉงพระเครื่อง) บริเวณวัดแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลกผู้วิจัยกำหนดชื่อว่า “วัดริมห้าสอง”

1.4 เวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นไปโดยยืดหยุ่น คือ ใช้เวลาช่วงกลางวันของวันทุกวัน (อาทิตย์ – เสาร์) และช่วงเวลาอื่นๆ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้วิจัยสามารถเข้าไปเก็บข้อมูลได้ โดยผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2553 ถึงวันที่ 31 มกราคม 2554

2. วิธีการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกสนามวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจแหล่งตั้งแฉงเช่า-บูชาพระ ซึ่งมีลักษณะเป็นตลาดพระเครื่อง ในจังหวัดพิษณุโลก เพื่อทำการกำหนดเป็นสนามวิจัย โดยพบว่าในตัวเมืองจังหวัดพิษณุโลก มีการตั้งแฉงเช่า-บูชาพระเป็นหลักแหล่งถาวร (ตลาดพระเครื่อง) จำนวน 4 แหล่งใหญ่ๆ ผู้วิจัยจึงกำหนดแหล่งที่ตั้งเพื่อเลือกเป็นสนามวิจัยที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 1 สนามวิจัย คือแฉงเช่า-บูชาพระเครื่อง บริเวณวัดแห่งหนึ่งในตัวเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยกำหนดชื่อว่า “วัดริมห้าสอง” ทั้งนี้เพราะเป็นสนามที่ใกล้กับ



แหล่งพระเครื่องชื่อดังที่สุดในจังหวัดพิษณุโลกและเป็นศูนย์รวมของผู้ให้เช่า ผู้เช่า และผู้เกี่ยวข้องกับวงการพระเครื่องเป็นจำนวนมาก

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบด้วย

1. เอกสารสิ่งพิมพ์
2. บุคคล เป็นผู้มีอาชีพตั้งแผงเช่า-บูชาพระเครื่อง ได้แก่
 - 1) ลุงหล่อ เนื้อชิน (นามสมมติ) และพี่พิมพ์ นียม (นามสมมติ)
 - 2) จำกรู เนื้อดิน (นามสมมติ)
 - 3) พี่เหรียญ เนื้อทองเหลือง (นามสมมติ)

ขั้นตอนที่ 3 เครื่องมือและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือวิจัย ได้แก่ ตัวผู้วิจัยเอง โดยทำการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในฐานะผู้สังเกต (participant as observer)

ขั้นตอนที่ 4 การเตรียมตัวเข้าสู่สนามวิจัย

ผู้วิจัยมีการเตรียมตัวเข้าสู่สนามวิจัย โดยมีการเตรียมตัวโดยศึกษาประเด็นตามที่วางแผนไว้ ติดต่อบุคคลที่จะสามารถพาผู้วิจัยเข้าสู่สนามวิจัยได้โดยเปิดเผยสถานะที่แท้จริงของผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 5 การเข้าสู่สนามวิจัย

ผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมในฐานะผู้สังเกต (participant as observer) และเข้าสู่สนามวิจัยด้วยการติดต่อบุคคลที่จะสามารถพาผู้วิจัยเข้าสู่สนามวิจัยได้โดยเปิดเผยสถานะที่แท้จริงของผู้วิจัย เพื่อให้ผู้ประกอบการทุกคนทราบถึงวัตถุประสงค์ของการเข้าสู่สนามวิจัย ทั้งนี้เพื่อป้องกันการถูกผู้ประกอบการมองว่าจะเข้ามาลักขโมยพระเครื่อง

ขั้นตอนที่ 6 การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสังเกต การสัมภาษณ์พูดคุยกับเจ้าของแผงเช่า-บูชาพระเครื่องและผู้มาเช่าพระเพื่อให้ได้ข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษา ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นที่จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. สภาพทั่วไปของสถานที่และผู้ประกอบอาชีพขายพระเครื่อง
 - 1.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์กายภาพของแผงเช่า-บูชาพระทั้งหมดภายในบริเวณวัด ประวัตินี้มา และการเกิดการตั้งแผงพระขึ้นภายในวัด
 - 1.2 ประวัตินี้มา ของการประกอบอาชีพตั้งแผงเช่า-บูชาพระเครื่องจากผู้ประกอบการขายพระเครื่องที่เป็นกรณีศึกษา



1.3 โครงสร้างทางสังคม และเครือข่ายทางสังคมของผู้ประกอบอาชีพตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง

2. กระบวนการการเข้าสู่อาชีพตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง กลยุทธ์การซื้อขาย แลกเปลี่ยนพระเครื่อง และวงเงินที่เกิดจากการซื้อ – ขาย พระเครื่อง

2.1 ความเป็นมา แรงจูงใจ เวลา ของการเข้าสู่อาชีพตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง

2.2 กลยุทธ์การซื้อขาย (เช่า-บูชา) แลกเปลี่ยน พระเครื่อง

2.3 วงเงินที่เกิดจากการซื้อขาย (เช่า-บูชา) พระเครื่อง

3. ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม ความเชื่อ ที่มีผลต่อการเข้าสู่อาชีพตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง

สำหรับการแปลผลและการสิ้นสุดการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการดำเนินการดังนี้

1. การแปลผลข้อมูลรายวัน หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละวัน ผู้วิจัยทำการแปลผลข้อมูลรายวันโดย นำข้อมูลที่ได้อ่านบันทึกให้เป็นระเบียบทุกวันหลังการสัมภาษณ์ โดยนำมาถอดเทปเป็นข้อความเชิงบรรยาย เพื่อบันทึกเหตุการณ์ทั้งหมดที่เกิดขึ้นในขณะสัมภาษณ์ จากนั้นอ่านข้อความจากการถอดเทป เพื่อเลือกข้อความที่เป็นคำบรรยายของผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก ข้อมูลตามประเด็นที่กำหนด และทำการตรวจสอบข้อความที่ยังไม่ชัดเจนและครบถ้วน เพื่อที่จะนำข้อความนั้นไปสัมภาษณ์ในครั้งต่อไป

2. การสิ้นสุดการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลสิ้นสุดเมื่อข้อมูลมีความอิ่มตัว (saturation of data) โดยพิจารณาจากการที่ไม่สามารถค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากที่มีอยู่ได้อีกและผู้วิจัยกับผู้ให้ข้อมูลมีความเข้าใจตรงกันในข้อมูลที่ได้รับ

ขั้นตอนที่ 7 การลดทอนข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการตรวจสอบข้อมูล

1. การลดทอนข้อมูล หลังจากผู้วิจัยเก็บข้อมูลภาคสนามเสร็จสิ้นในแต่ละวัน ผู้วิจัยจะนำมาอ่านทบทวน และลงความคิดเห็นเบื้องต้นแล้วจะพิจารณาว่าข้อมูลที่ได้มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นใดในการศึกษา เพื่อจัดระเบียบและจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้

2. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม ความเชื่อ ที่มีผลต่อการเข้าสู่อาชีพตั้งแผลงเช่าพระเครื่อง ตามทฤษฎีพฤติกรรมนิยม และแนวคิดการวิเคราะห์เครือข่ายสังคม ตามแนวคิดของ เอเดรียน ซี เมเยอร์ (Adrian C. Mayer) และแนวคิดของ เจเรมี โบเซแวง (Jeremy Boissevain) ด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และวิธีวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปซึ่งแบ่งออกเป็นวิธีย่อยๆ 3 วิธี คือ การวิเคราะห์แบบการสร้างข้อสรุปอุปนัย



(Analytic induction) การวิเคราะห์โดยการจำแนกหรือจัดกลุ่มข้อมูล (Category or Typological Analysis) และการวิเคราะห์โดยการเปรียบเทียบข้อมูล (Constant Comparison)

3. การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดการตรวจสอบข้อมูลไว้ 2 ลักษณะดังนี้

3.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เป็นการตรวจสอบความน่าเชื่อถือและความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูลจากแหล่งที่ต่างกัน ได้แก่ แหล่งเวลา สถานที่ และบุคคล

3.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เป็นการตรวจสอบความน่าเชื่อถือและความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูลจากวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต่างกัน ได้แก่ การตรวจสอบจากเอกสาร และการสัมภาษณ์เดี่ยว

ขั้นตอนที่ 8 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอในลักษณะการใช้ข้อความบรรยายประกอบภาพ และยกคำพูดข้อความของบุคคลสำคัญประกอบการบรรยาย เพื่อนำเสนอข้อมูลตามลำดับประเด็นที่ศึกษา จากนั้นจึงสรุปองค์ความรู้รวมทั้งค้นพบอีกครั้งหนึ่งในประเด็นที่กำหนดตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาสภาพทั่วไปของแฉงพระภายในบริเวณวัดทำให้ทราบว่า แฉงพระบริเวณวัดริมน้ำสองนั้นย้ายออกมาจากวัดริมน้ำหนึ่ง ซึ่งอยู่ฝั่งตรงข้ามถนน และมาขออาศัยที่ของวัดริมน้ำสอง ซึ่งในระยะเริ่มแรกนั้น มีการตั้งเป็นแฉงค่อนข้างถาวร แต่ปัจจุบันได้รื้อถอนแล้วให้ตั้งเป็นแฉงชั่วคราว โดยใช้ตู้เหล็กเก็บของเป็นที่ตั้งแฉงพระเครื่อง และปัจจุบันมีจำนวนแฉงเช่า-บูชาพระเครื่องจำนวน 23 แฉง กลุ่มผู้ประกอบการมีการบริหารจัดการด้วยการแต่งตั้งให้จากรู เนื้อดิน ซึ่งเป็นบุคคลกลุ่มแรกที่เข้ามาบุกเบิกเพื่อเปิดแฉงพระภายในวัดเป็นผู้ดูแลคอยจัดเก็บค่าบำรุงสถานที่และค่าไฟ โดยจัดเก็บค่าบำรุงสถานที่เดือนละ 100 ส่วนค่าไฟฟ้าให้จ่ายตามจริงที่ตามมิเตอร์ไฟ โดยคิดหน่วยละ 5 บาท และถวายเงินที่จัดเก็บได้ให้กับทางวัด ไม่เกินวันที่ 7 ของแต่ละเดือน ด้านการควบคุมดูแลไม่ให้เกิดการทะเลาะวิวาทนั้น พบว่าแต่ละร้านได้มีการตกลงกันว่าจะไม่ก้าวก่ายกัน ไม่มีการดึงลูกค้าจากร้านอื่นมาร้านของตัวเอง

สำหรับการศึกษาคูณลักษณะของผู้เช่า-บูชา (ผู้ซื้อ) และเจ้าของแฉงเช่า-บูชาพระเครื่องนั้นสามารถจำแนกได้ดังนี้

ด้านผู้เช่า-บูชา สามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ซื้อทั่วไป คือกลุ่มบุคคลที่เก็บสะสมพระเครื่องเช่า-บูชาพระเครื่องแบบต่างๆไปไม่เจาะจง เมื่อเช่า-บูชาพระเครื่อง จะเช่า-บูชา ในราคาเต็มเพดาน (ราคาแฉง หรือราคาที่สูงที่สุดในตลาด ณ เวลานั้น) มีโอกาสได้ของเล่น (พระปลอม) ค่อนข้างสูง



กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ซื้อระดับพอมีความรู้ มีประสบการณ์ในสนามพระเครื่อง คือกลุ่มบุคคลที่พัฒนาจากกลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นผู้พอมีความรู้ มีประสบการณ์ บุคคลกลุ่มนี้จะสามารถจำแนกของจริง (พระแท้) ของเล่น (พระปลอม) ได้พอสมควร เริ่มแสวงหาพระเครื่องที่เป็นที่นิยมในตลาดพระเครื่อง เป็นลูกค้าประจำของแผงพระ และเมื่อเช่า-บูชา พระเครื่อง จะสามารถเช่า-บูชา ได้ในราคาที่ใกล้เคียงราคาทุน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ซื้อระดับเซียนพระ คือกลุ่มที่จัดได้ว่ามีประสบการณ์สูงที่สุดในวงการ ซึ่งการที่จะพัฒนามาเป็นระดับเซียนพระได้นั้น บุคคลกลุ่มนี้จะต้องสั่งสมประสบการณ์ มีความรู้ในเรื่องพระเครื่องอย่างแตกฉาน สามารถจำแนกของจริง ของเล่น ได้ในระดับเกือบ 100% และสิ่งสำคัญคือต้องเป็นที่ยอมรับของคนในวงการพระเครื่อง

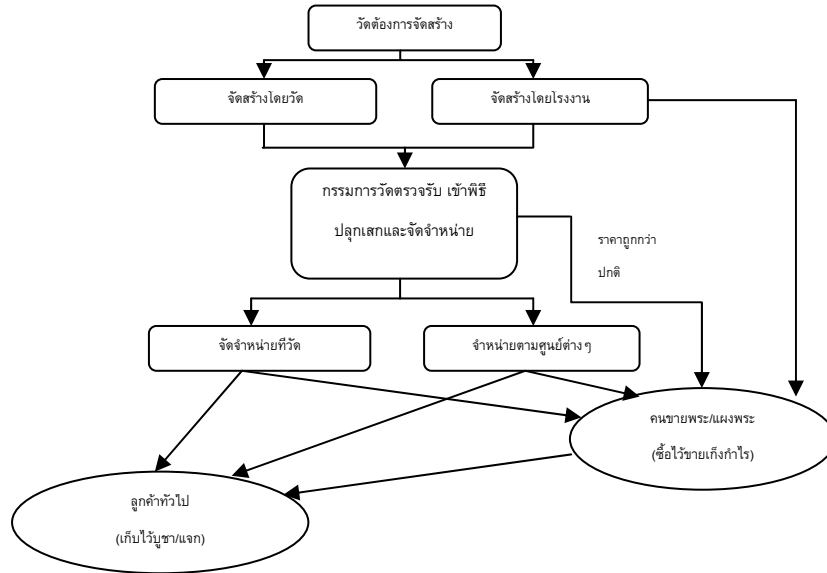
ด้านเจ้าของแผงเช่า-บูชาพระเครื่อง สามารถจำแนกได้ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ชายระดับทั่วไป หรือผู้ชายที่พอมีความรู้ มีประสบการณ์ในสนามพระเครื่อง เป็นกลุ่มผู้ชาย หรือเจ้าของแผงเช่า-บูชาพระ ระดับทั่วๆ ไป ซึ่งบนแผงพระ จะมีพระหลากหลาย โดยมากจะมีพระแท้ ที่เป็นพระใหม่ จำพวกเหรียญ รูปหล่อ ทั่วๆ ไป หรือพระใหม่ที่เป็นที่ต้องการในตลาดพระ และยังรวมถึงพระของเล่น (พระปลอม) ในระดับปลอมดูง่าย และปลอมดูยาก ราคาของพระบนแผงจะมีราคาตั้งแต่หลักสิบ ถึงหลักพัน แต่จะไม่มีพระหลักเกินหนึ่งหมื่น

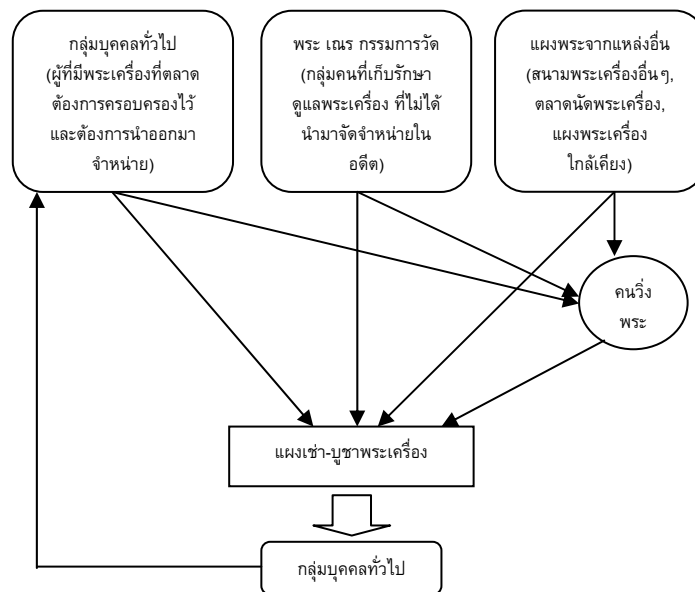
กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ชายระดับเซียนพระ หรือผู้มีประสบการณ์ในสนามพระเครื่องระดับสูง เป็นกลุ่มผู้ชายที่เป็นที่ยอมรับในวงการพระเครื่อง ว่าเป็นเซียนพระ กลุ่มผู้ชายระดับนี้จะสามารถจัดหาพระแท้ที่มีราคาในระดับสูง (พระแท้ที่มีราคาสูง ระดับหลักหมื่น ขึ้นไป) ทั้งพระใหม่ พระเก่า พระมหาชน และโดยเฉพาะพระกรุเก่า ที่เป็นที่ต้องการให้กับลูกค้าได้ สำหรับพระบนแผงพระของกลุ่มผู้ชายกลุ่มนี้ โดยมากจะเป็นพระแท้ ซึ่งมีทั้งพระใหม่และพระเก่า แต่ก็มีพระปลอมดูยาก ปะปนอยู่ด้วย ราคาพระบนแผงจะมีตั้งแต่หลักสิบ ถึงหลักหมื่น แต่หากผู้ซื้อต้องการพระที่ราคาสูงกว่านั้น ต้องติดต่อยังการส่วนตัวกับผู้ชาย ซึ่งจากการสังเกตและสัมภาษณ์ผู้ชายระดับเซียน พบว่า หากมีการเช่า-บูชาพระในราคาสูง จะไม่มีการซื้อขายที่แผงพระ แต่จะซื้อขายที่บ้านของผู้ชายแทน

ด้านเครือข่ายทางสังคมและแหล่งที่มาของพระเครื่องที่นำมาให้เช่า-บูชา พบว่าผู้ประกอบการแต่ละแผง ต่างมีเครือข่ายที่ต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับภูมิหลังอาชีพของผู้ค้าแต่ละราย โดยที่แต่ผู้ค้าแต่ละรายนั้นล้วนมีเครือข่ายของใครของมัน ซึ่งหากผู้ค้าเป็นอดีตข้าราชการ กลุ่มเครือข่ายโดยมากก็จะเป็นข้าราชการ แต่หากผู้ค้าเป็นผู้ประกอบอาชีพอื่น เช่น อาชีพค้าขาย กลุ่มลูกค้าก็จะเป็นกลุ่มผู้ค้าขาย เป็นต้น ซึ่งการจะมีเครือข่ายมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับระยะเวลาของการประกอบอาชีพ และชื่อเสียงของผู้ชาย หากผู้ชายมีชื่อเสียงมากเครือข่ายก็จะมากตามไปด้วย

สำหรับแหล่งที่มาของพระเครื่องนั้น สามารถจำแนกได้ออกเป็น 2 กรณี คือ กรณีพระเก่า และกรณีพระใหม่ ซึ่งมีที่มา ตามภาพที่ 1 และ 2



ภาพ 1 ที่มาและวงจรของพระเครื่อง กรณีพระใหม่



ภาพ 2 ที่มาและวงจรของพระเครื่อง กรณีพระเก่า



ด้านแรงจูงใจต่อการเข้ามาสู่อาชีพตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง พบว่ามีปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจสำคัญ 6 ปัจจัยได้แก่

- 1) ผู้ประกอบอาชีพนี้ไม่จำเป็นต้องเสียภาษี
- 2) เก็บพระเครื่องดีกว่าฝากเงินไว้ในธนาคาร
- 3) มีโอกาสขายได้กำไรหลายเท่าตัว
- 4) เป็นสินค้าที่ยิ่งเก่ายิ่งมีราคา
- 5) ไม่ต้องใช้แรงงานมาก
- 6) สามารถประกอบเป็นอาชีพเสริมได้

จากปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัยดังกล่าว จะเห็นได้ว่า เป็นสิ่งสำคัญที่เป็นแรงจูงใจต่อการเข้าสู่อาชีพเปิดแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง จึงทำให้ในปัจจุบันมีผู้เข้าสู่วงการพระเครื่องเป็นจำนวนมาก ทำให้ราคาพระเครื่องทะยานตัวสูงขึ้นมาก โดยเฉพาะพระชุดที่เป็นยอดนิยมหรือเป็นชุดที่นักเล่นพระทุกคนต่างแสวงหาไว้กับตัว ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า **“วงการพระเครื่องคือวงการของการขายความศรัทธาให้กับผู้ซื้อ ส่วนผู้ขายนั้นเป็นเสมือนอาชีพค้าขายอื่น ๆ คือต้องการกำไรสูงสุด นั่นคือเป็นไปเพื่อการพาณิชย์”**

ผลการศึกษาเชิงลึกเพื่อแสดงให้เห็นถึงกระบวนการเข้าสู่อาชีพตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง พฤติกรรมแรงจูงใจ เทคนิค กลยุทธ์ การซื้อขายแลกเปลี่ยนพระเครื่อง รวมถึงวงเงินที่เกิดจากรุจกการเช่า-บูชาพระเครื่อง ของผู้ประกอบการแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้ได้ดังนี้

1) กระบวนการเข้าสู่อาชีพตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง ผู้ประกอบการแต่ละรายที่จะเข้าสู่อาชีพตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่องนั้น จะต้องเป็นผู้รู้จักที่ประกอบอาชีพนี้ก่อนแล้ว ซึ่งอาจเป็นญาติ หรือเป็นเพื่อนก็ได้ โดยการเข้ามาประกอบอาชีพนี้จะต้องมีเครือข่ายเฉพาะของตนเอง เพื่อเป็นการระบายสินค้า (พระเครื่อง) ที่ตนมีอยู่ การขายนั้นมีทั้งเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภูมิหลังของผู้ค้าแต่ละคนซึ่งแตกต่างกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าหากผู้ประกอบการเป็นข้าราชการหรืออดีตข้าราชการ หรือผู้มีรายได้ประจำ จะประกอบอาชีพนี้เป็นอาชีพเสริม ส่วนผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพที่มีรายได้ประจำ จะประกอบอาชีพนี้เป็นอาชีพหลัก

2) กลยุทธ์การซื้อขายแลกเปลี่ยนพระเครื่องของผู้ประกอบการแต่ละราย ทั้งระดับทั่วไปและระดับเซียนพระ พบว่าแต่ละรายนั้นต่างหาจุดเด่นให้กับแผลงเช่า-บูชาพระของตนเอง ด้วยเทคนิคการขายที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งมีทั้งแบบเข้าถึงตัวลูกค้า มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ผูกขาดตลาด และหากเป็นผู้ขายที่มีประสบการณ์ระดับเซียนพระ จะมีกลยุทธ์ที่สำคัญคือ รอจังหวะให้มีลูกค้ารายใหญ่มาซื้อ โดยเก็บพระดี มีราคาไว้ที่บ้าน ส่วนพระที่อยู่บนแผลงนั้นเป็นพระทั่วๆ ไป หากลูกค้าต้องการเช่า-บูชา ต้องติดต่อเป็นการส่วนตัว



ด้านกลยุทธ์การซื้อ แต่ละรายก็มีส่วนแตกต่างกัน โดยผู้ค้าระดับทั่วไป จะพยายามกดราคาผู้ที่นำพระมาปล่อย(นำมาขาย)ให้ต่ำที่สุด และเมื่อจะซื้อพระจะมีเทคนิคหลอกล่อผู้นำมาขาย ซึ่งอาจเป็นการขอเป็นของแถม ซื้อมากๆ เพื่อขอลดราคา ยอมแลกพระแล้วได้เงินเป็นของแถม ส่วนผู้ค้าระดับเซียนนั้น จะมีผู้ที่รู้จักมานานนำพระมาปล่อยให้ ซึ่งรวมถึงเจ้าของแผงต่างๆ ที่รู้จักกัน หรือเป็นผู้ที่มีอาชีพวังพระ ที่รู้จักกันมานาน หรืออาจเดินสนามพระอื่นๆ ที่มีเครือข่ายที่เป็นคนรู้จักเพื่อเลือกซื้อพระมาไว้ที่แผงตนเองตามที่ต้องการ

3) รายได้ที่เกิดขึ้น รายได้ที่เกิดขึ้นนั้นไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจ และความต้องการของตลาด และมีโอกาสที่จะทำรายได้สูงๆ จากการจำหน่ายพระเครื่องเพียงองค์เดียว โดยที่รายได้ของผู้ประกอบการจะอยู่ระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท/เดือน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่าผู้ประกอบการตั้งแผงเช่า-บูชาพระเครื่องมีแรงจูงใจสำคัญของการเข้าสู่อาชีพนี้คือ รายได้ที่สามารถเกิดขึ้นได้อย่างสูงมากจากการให้เช่า-บูชาพระเพียงองค์เดียว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญของสกินเนอร์ (Burrhus Skinner) คือทฤษฎีการเสริมแรง ซึ่งการเสริมแรงจะเป็นเสมือนรางวัลของผู้ที่ได้รับทำให้เกิดแรงผลักดันให้มีการกระทำซ้ำๆ อย่างนั้นหรือกระทำให้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าปัจจุบันมีผู้เข้าสู่วงการพระเครื่องเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เพราะต่างคาดหวังว่าจะได้ครอบครอง และสามารถขายต่อได้อีกหลายเท่าตัว

ด้านเครือข่ายทางสังคมของผู้ประกอบการตั้งแผงเช่า-บูชาพระเครื่อง พบว่าเครือข่ายทางสังคมของผู้ประกอบการมีลักษณะเริ่มจากบุคคลใกล้ชิด เช่น ญาติ พี่น้อง หรือเพื่อนสนิท จากนั้นจึงขยายไปยังกลุ่มเพื่อนร่วมอาชีพ กลุ่มผู้ค้ารายอื่นๆ จนถึงกลุ่มที่ผู้ประกอบการไม่รู้จักมาก่อนหรือไม่รู้จักโดยตรง ได้แก่ กลุ่มลูกค้าต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะเครือข่ายทางสังคมของ เจเรไม โบเซแวง (Jeremy Boissevain) ซึ่งอธิบายว่าเครือข่ายบุคคลนั้นควรประกอบไปด้วยปริมณฑลที่สำคัญ อย่างน้อย 3 ปริมณฑล ด้วยกันคือ ปริมณฑลแรกควรประกอบไปด้วยบุคคลต่างๆ ที่ใกล้ชิดกับบุคคลที่เป็นจุดศูนย์กลางมากที่สุด อันได้แก่ ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นเครือข่ายใกล้ชิด (intimate network) ปริมณฑลที่สองได้แก่ เครือข่ายรอง (effective network) ซึ่งประกอบไปด้วยบุคคลต่างๆ ที่บุคคลที่เป็นจุดศูนย์กลางรู้จักคุ้นเคยน้อยกว่ากลุ่มแรก กลุ่มนี้มักได้แก่ญาติพี่น้องที่ห่างๆ กันออกไป เพื่อนฝูงและคนที่รู้จักคุ้นเคยอื่นๆ ส่วนปริมณฑลที่สาม ได้แก่ กลุ่มบุคคลซึ่งบุคคลที่เป็นจุดศูนย์กลางไม่รู้จักโดยตรง แต่สามารถติดต่อสัมพันธ์ได้ด้วยถ้าต้องการ โดยผ่านเครือข่ายใกล้ชิดอีกทีหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า “เครือข่ายขยาย (extended network) ทั้งนี้เพราะการเข้าสู่วงการพระเครื่องนั้น ผู้ประกอบการตั้งแผงเช่า-บูชาพระเครื่องจะต้องมีบุคคลใกล้ชิดที่สามารถนำเข้าสู่วงการได้ โดยบุคคลนั้นต้องเป็นญาติ พี่น้อง หรือเพื่อนที่สนิทจริงๆ



เพราะหากไม่สนิทกันจริงแล้ว ผู้เข้าสู่วงการรายใหม่อาจถูกหลอกจนหมดเนื้อหมดตัวก็ได้ และเมื่อเข้าสู่วงการพระเครื่องแล้ว ก็จะขยายเครือข่ายให้กว้างออกไปทั้งเครือข่ายผู้ประกอบการรายอื่น ซึ่งจะต้องพบเจอ ปะทะสังสรรค์กันทุกวัน และเครือข่ายกลุ่มลูกค้า ที่จะเป็นเช่า-บูชาพระเครื่องออกไปจากแผง

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของที่เกิดขึ้น พบว่าแต่ละผู้ประกอบการนั้นต่างมีบทบาทที่หลากหลาย บางคนนอกจากเป็นผู้ขายแล้วยังต้องเป็นผู้ซื้อ เป็นคณะกรรมการของหน่วยงานต่างๆ เป็นแม่บ้าน เป็นพ่อบ้าน และจะเห็นได้ว่าบทบาทของผู้ประกอบการตั้งแผงเช่า-บูชาพระเครื่อง กับผู้ประกอบการตั้งแผงเช่า-บูชาพระเครื่องด้วยกัน หรือบทบาทของผู้ประกอบการตั้งแผงเช่า-บูชาพระเครื่องกับลูกค้า จะเป็นลักษณะความสัมพันธ์ของการแลกเปลี่ยน ซึ่งอาจแลกเปลี่ยนด้วยเงิน หรือด้วยพระเครื่องก็ได้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคมที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานการแลกเปลี่ยน (Transactional Contact) ของ เจเรมี โบเซแวง (Jeremy Boissevain) ซึ่งได้อธิบายว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในเครือข่ายสังคมบางครั้งอาจจะเป็นไปตามทฤษฎีของการแลกเปลี่ยน (exchange theory) เพราะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานของการเรียนรู้และการตัดสินใจในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างคู่ความสัมพันธ์ทั้ง ด้านวัตถุ และด้านจิตใจ เช่น สิ่งของ ความช่วยเหลือต่างๆ หรือบุญคุณที่ต้องมีการตอบแทน โดยที่บุคคลเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือก

ด้านกลยุทธ์การขายและกลยุทธ์การซื้อ พบว่า ผู้ประกอบการตั้งแผงเช่า-บูชาพระเครื่องแต่ละรายต่างมีกลยุทธ์ทั้งที่เหมือนและต่างกันออกไป แต่ก็พบว่าแต่ละรายนั้นมีกลยุทธ์ที่เหมือนกันคือ ซื้อให้ถูกที่สุดเพื่อกำหนดกำไรสูงที่สุด และนอกจากนี้ยังพบว่าผู้ประกอบการตั้งแผงเช่า-บูชาพระเครื่องบางรายใช้กลยุทธ์เจาะตลาดเข้าถึงลูกค้าโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกลยุทธ์ทางการตลาด คือ กลยุทธ์การสร้างคุณค่าที่แตกต่าง กลยุทธ์สร้างความผูกพันในตราสินค้า กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และกลยุทธ์สร้างความสะดวกสบาย ง่ายๆ ไม่สลับซับซ้อนในการซื้อสินค้าหรือในการเข้ารับบริการ ทั้งนี้เพราะการเข้าถึงลูกค้าโดยตรงเป็นเสมือนการให้ความสำคัญกับลูกค้า และยังเป็นการสร้างความผูกพันทั้งตัวสินค้า และผู้ขาย รวมถึงเป็นการสร้างความสะดวกสบายให้กับลูกค้าเพราะไม่ต้องเดินทางมาที่แผงพระ แต่มีแผงพระไปให้เลือกถึงที่ การที่ลูกค้าเห็นว่าผู้ขายให้ความสำคัญก็จะตั้งใจและจะกลายเป็นลูกค้าประจำในที่สุด และนอกจากนี้ยังมีกลยุทธ์ที่สำคัญอีกหลายกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการตั้งแผงเช่า-บูชาพระเครื่อง เช่น กลยุทธ์ราคาด้วยการลดราคาสินค้าให้กับลูกค้า กลยุทธ์การสร้างคุณค่าที่แตกต่าง ด้วยการแสวงหาพระเครื่องที่แตกต่างจากแผงอื่นๆ เพื่อให้ตนมีครองครองเพียงผู้เดียว หรือให้ตนมีพระเครื่องหายากที่ตลาดต้องการ

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการตั้งแผงเช่า-บูชาพระเครื่องแต่ละราย ต่างก็ต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหลากหลาย เพื่อนำเสนอสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้า และเพื่อให้สินค้าตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าให้มากที่สุด เพื่อให้แผงเช่า-บูชาพระเครื่องของตนสามารถจำหน่ายได้สูงที่สุด



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผลการวิจัยที่ได้ ทำให้ทราบถึงกระบวนการเข้าสู่การพระเครื่อง ซึ่งได้บรรยายถึงวิธีการเข้าสู่อาชีพตั้งแผลงเช่า-บูชาพระเครื่อง รายละเอียดต่างๆ ของแหล่งที่มาของพระเครื่อง การกำหนดราคาพระเครื่องให้เหมาะสมกับราคาในท้องตลาด รวมถึงวิถีชีวิตในแต่ละวันของผู้ประกอบการ ซึ่งจะเป็นแนวทางของผู้ที่สนใจที่จะเข้าสู่การได้ศึกษาและนำไปใช้

1.2 สำหรับผู้ที่ต้องการเช่า-บูชา พระเครื่องจากแผลงเช่า-บูชา จะสามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้ โดยไม่เสียรู้ให้กับผู้ขาย ในกรณีพระเครื่องราคาทั่วไป (ราคาไม่เกิน 2,500 บาท)

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

2.1 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเป็นภาวะค่อนข้างซบเซา จึงทำให้ห้างการพระเครื่องไม่คึกคักเท่าที่ควร หากมีการศึกษาในช่วงเวลาที่เศรษฐกิจดี และพระเครื่องเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างมาก (เช่น ปี พ.ศ.2548 – 2549) อาจจะทำให้ได้ข้อมูลอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งจะเป็นการขยายให้เห็นถึงแรงจูงใจ กระบวนการ รวมถึงวิธีการขายของผู้ประกอบการแผลงเช่า-บูชาพระเครื่องได้มากยิ่งขึ้น

2.2 กลุ่มผู้มีอาชีพ “วังพระ” เป็นกลุ่มอาชีพหนึ่งที่นำศึกษา ถึงแนวคิด วิถีชีวิตของแต่ละคนเป็นอย่างดี เพราะผู้ประกอบการนี้จะต้องไปเสาะแสวงหาพระเครื่อง เพื่อนำมาจำหน่ายให้กับแผลงเช่าพระ ดังนั้นรูปแบบการแสวงหาพระเครื่องจากกลุ่มผู้มีอาชีพวังพระ ว่าหาจากแหล่งใด หากจากที่ไหน รู้ได้อย่างไรว่าจุดนั้นมีพระเครื่อง ฯลฯ ล้วนเป็นสิ่งที่น่าสนใจศึกษาเป็นอย่างยิ่ง

บรรณานุกรม

เจษฎา วิวัฒน์ภักตร์กุล. (2548). **ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการพระเครื่องย่านเยาวราช.**

สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

นิตติ กสิโกศล. (2547). **พระเครื่อง : ความเชื่อและค่านิยมในสังคมไทย.** กรุงเทพฯ สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เบญจจา ยอดดำเนิน แอ็ดดิทจ์และคณะ.(2536). **การศึกษาเชิงคุณภาพ: เทคนิค**

การวิจัยภาคสนาม.(พิมพ์ครั้งที่ 3). นครปฐม: โครงการเผยแพร่ข่าวสารและการศึกษาด้านประชากร สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

รัตนะ บัวสนธ์. (2552). **วิจัยเชิงคุณภาพทางการศึกษา.**(พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: คำสมัย.

รัตนะ บัวสนธ์. (2535). **การพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนเพื่อถ่ายทอด**



ภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษาชุมชนแห่งหนึ่งในเขตภาคกลางตอนล่าง.

ปริญญาพันธ์ุชะฎีบัณฑิต สาขาวิจัยและพัฒนาหลักสูตร บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

Anderson, R.E. and I.E. Carter. (1974). **Human Behavior in the Social Environment.**

Chicago: Aldine Publishing Company.

Mitchel A.R. & P.S. James. (1969). **Networks and Political Process. In social Networks in**

Urban Situations. J.C. Mitchell, Manchester: Manchester University Press.

<http://angsila.cs.buu.ac.th/~it471452/phrathai/page1.html> [สืบค้นวันที่ 10 กรกฎาคม 2553]

<http://www.kasikornresearch.com/TH/K-Econ%20Analysis/Pages/>

[ViewSummary.aspx?docid=9408](http://www.kasikornresearch.com/TH/K-Econ%20Analysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=9408) [สืบค้นวันที่ 10 กรกฎาคม 2553]

<http://www.kasikornresearch.com/TH/K-Econ%20Analysis/Pages/>

[ViewSummary.aspx?docid=4766](http://www.kasikornresearch.com/TH/K-Econ%20Analysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=4766) [สืบค้นวันที่ 10 กรกฎาคม 2553]