

การวางแผนทางการตลาดสำหรับธุรกิจเครื่องรางและของขลังตามวัฒนธรรมไทยสำหรับกลุ่ม นักท่องเที่ยวอาเซียนและจีน ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

พัทธนันท์ โชคอริยพิทักษ์¹ ชนิสร่า แก้วสุวรรณ² และ สิริการย์ ธนศรีบุญยกต์^{3*}

¹ นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

² อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

³ นักวิชาการอิสระ, ชลบุรี

THE PLANNING FOR THAI CULTURE SACRED OBJECT SHOP FOR ASEAN AND CHINESE TOURISTS IN PATTAYA CITY, THAILAND

Pathanan ChokAriyapitak¹, Chanisara Kaeosawan² and Sirikarn Thanasribunyapak^{3*}

¹ Master's Degree Student of Graduate School of Commerce Burapha University

² Lecturer of Graduate School of Commerce Burapha University

³ Independent Scholar, Chonburi

*Corresponding author e-mail: ptn.ff@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 22 มีนาคม 2565

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 30 พฤษภาคม 2565

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 1 มิถุนายน 2565

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความเชื่อและความศรัทธาในเครื่องรางและของขลัง ของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนและจีน เพื่อศึกษาถึงแผนการตลาด แผนการดำเนินงาน แผนกลยุทธ์สำหรับธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลัง เพื่อศึกษาถึงการวางแผนทางการตลาด สำหรับธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลัง จากนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนและจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในการวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อศึกษาการวางแผนการตลาดสำหรับธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลัง ตามวัฒนธรรมไทย จากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนและจีน ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน จำนวน 11 คน แบ่งเป็นชาวสิงคโปร์ 3 คน ชาวมาเลเซีย 3 คน และชาวจีน 5 คน ผู้ประกอบการร้านเครื่องรางและของขลัง จำนวน 6 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดเครื่องรางและของขลัง จำนวน 1 คน

ผลจากการวิจัยพบว่า แผนการตลาด แผนการดำเนินงาน แผนกลยุทธ์สำหรับธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลังแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย 1. ด้านรูปแบบ แบ่งออกเป็น ความทันสมัย แฟชั่น และความสวยงาม 2. ด้านการจัดสร้าง แบ่งออกเป็น ความน่าเชื่อถือ เกจิอาจารย์ผู้สร้าง และพุทธคุณ ที่มีลักษณะเด่น คือ มหาเสน่ห์ โชคลาภ การคุ้มครอง 3. ด้านกลุ่มลูกค้า แบ่งออกเป็น ชาวจีน ชาวอาเซียน และชาวไทย ซึ่งมี 2 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มวัยทำงานและวัยรุ่น 4. ด้านสถานที่ขาย แบ่งออกเป็น รูปแบบออนไลน์ คือ ไลน์ เถา

เป้า อินสตาแกรม เฟสบุ๊ก และการการันตีรับประกันสินค้า รูปแบบหน้าร้าน คือ การตกแต่งร้านให้น่าเชื่อถือ มีจุดขายสินค้าที่ชัดเจน และมีการการันตีรับประกันสินค้า การวางแผนทางการตลาดสำหรับธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลัง มีความเชื่อและความศรัทธาที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ การเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและการดำเนินชีวิต การวางแผนทางการตลาดของธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลังแนวแฟชั่นมีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ชอบตามกระแสนิยม การสื่อสารเรื่องความศรัทธาผ่านโซเชียลมีเดีย

คำสำคัญ : เครื่องราง ของขลัง ท่องเที่ยว วัฒนธรรมไทย

Abstract

The purpose of this research is to study belief and faith in sacred object of Asean and Chinese tourists to study the marketing plan action plan Strategic plan for sacred object shop to study the planning for Thai culture sacred object shop from Asean and Chinese tourists in Pattaya, Thailand. This research is a qualitative research by in-depth interview. In analyzing and summarizing the results to study the Planning for sacred object shop according to Thai culture from the group of Asean and Chinese tourists in Pattaya, Thailand. The sample group in the research was 11 Asean tourists, divided into 3 Singaporeans, 3 Malaysians and 5 Chinese nationals, 5 sacred object shop owners, 1 sacred object specialist.

The results of the research found that believe and faith, marketing plans, operational plans Strategic Plans and Planning As for the sacred object shop it is divided into 4 areas, consisting of form aspects, which are divided into modernity, fashion and beauty. In terms of construction, it is divided into reliability. Master builders and Buddhist monks whose distinctive characteristics are great charm fortune and protection. Customer groups are divided into Chinese Asean and Thai people. Which have 2 groups, consisting of working age groups and teenagers. The place of sale is divided into online formats, namely line Taobao, Instagram, Facebook and product warranty. Storefront style is to decorate the store to look credible. There is a clear selling point and a guarantee for the product. The Plainning for amulet and talisman business Have faith and faith that is the anchor of the mind connection with culture and life The Planning of the fashion amulet and talisman business is targeted at the new generation who like to follow the trend. Communicating on Faith through Social Media.

Keywords: Amulet, Talisman, Travel, Thai Culture

ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

คนไทยนอกจากจะนับถือพระพุทธศาสนาและศาสนาอื่น ๆ แล้ว ยังมีความเชื่อเรื่องผี วิญญาณ ไสยศาสตร์ โชคลาง อาถรรพ์ เทพเจ้า บุญ บาป กรรม ฯลฯ ซึ่งคติความเชื่อดังกล่าวมี ความหมายต่อวิถีชีวิต ตลอดจนแบบแผนในการดำเนินชีวิตของคนไทย (อิทธิราชย์ นันชนันตี, 2559) ความเชื่อเกี่ยวกับภูตผีปีศาจ โชคลางและการบนบานยังคงแทรกซึมอยู่ในคนไทยทุกยุคทุกสมัย ซึ่งความเชื่อต่าง ๆ เหล่านี้มีมาตั้งแต่อดีตและผ่านการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นจนมาถึงปัจจุบัน แต่ความเชื่อในเรื่องของอำนาจเครื่องรางและของขลังของผู้คนในสังคมยังคงมีอยู่ มีความเชื่อว่าเครื่องรางและของขลังจะช่วยบันดาลสิ่งที่ดีที่ผู้ที่มีความศรัทธาต้องการนั้นให้กลายเป็นจริงได้ และยังช่วยในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น อีกทั้งยังเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของผู้คนในสังคมอีกด้วย เนื่องจากสังคมไทยในสมัยก่อนมีความเชื่อ ความศรัทธา และการนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยได้รับอิทธิพลจากศาสนาพราหมณ์ ในการนับถือเทพ ซึ่งสาเหตุสำคัญที่ผู้คนมีความเชื่อในอำนาจเครื่องรางและของขลัง เกิดขึ้นจากความกลัวด้านภัยพิบัติ ภูตผี วิญญาณ และความต้องการ ทั้งด้านการเงิน การงาน ความรัก และโชคลาภ

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้น เห็นได้ว่าศาสนามีบทบาททางด้านจิตใจ ความเชื่อ ความศรัทธาของผู้คนในสังคม มีความเชื่อมโยงต่อระบบเศรษฐกิจและการเมือง และยังมีบทบาทในวัฒนธรรมของสังคมไทย ผู้คนในสังคมจึงค่อนข้างมีความเชื่อถือในเรื่องของเครื่องรางและของขลังว่าวัตถุเหล่านี้มีอำนาจศักดิ์สิทธิ์จะช่วยบันดาลสิ่งที่ดีที่ผู้ที่มีความศรัทธาต้องการ เพื่อให้ประสบความสำเร็จ ช่วยปกป้องจากภัยอันตรายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและไม่ได้เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ทำให้เกิดการพัฒนาเครื่องรางและของขลังเป็นสินค้าที่มีมูลค่าและสร้างกำไรอีกด้วย (ถวัลรัตน์ กัลยาณกิจ และ ธาตรี ใต้ฟ้าพูล, 2558)

จากการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ของวัตถุมงคล: สายประคำแฟชั่นและความเชื่อมโยงของศาสนาและการค้า (When sacred objects go brand : fashion rosaries and the contemporary linkage of religion and commercially) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาย เพศหญิงและเพศที่สามเกี่ยวกับเรื่องความเชื่อในการใช้งานลูกประคำ และความสัมพันธ์ระหว่างลูกประคำกับแฟชั่นและสื่อ โดยผลการวิจัยสามารถแบ่งความเชื่อออกได้เป็นสองมุมมอง ในมุมมองแรกเป็นเรื่องของความเชื่อในศาสนา การสวดมนต์ในพิธีกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในกิจวัตรประจำวันทั้งในช่วงเวลาเช้า เวลาก่อนนอนหรือเมื่อนึกถึงลูกประคำยังเป็นสัญลักษณ์ตัวแทนของศาสนา เพราะมีความเชื่อว่าการใช้ลูกประคำจะสามารถทำให้ผู้สวมใส่ได้เข้าใกล้พระเจ้าและช่วยให้ระลึกถึงผู้ที่ล่วงลับไปแล้ว แต่ในอีกมุมมองหนึ่งระบุว่าลูกประคำเป็นเครื่องประดับแฟชั่น ไม่ใช่วัตถุศักดิ์สิทธิ์ เพราะผู้ที่สวมใส่คิดว่าการใส่ลูกประคำจะช่วยเสริมให้ตนเองดูดีขึ้น และต้องการให้ผู้อื่นจ้องมองที่ตนเอง ลูกประคำเป็นเครื่องมือสำหรับการส่งเสริมความเชื่อทางคริสต์ศาสนา โดยมีการปรับให้เข้ากับในแต่ละท้องถิ่น ผู้ที่ใช้ลูกประคำมักจะมีความสัมพันธ์ระหว่างขนบธรรมเนียมประเพณีกับศาสนา โดยความศักดิ์สิทธิ์จะเป็นเรื่องราวที่มีส่วนช่วยให้คุณภาพของลูกประคำนั้นเป็นที่ต้องการในตลาด มีประสิทธิภาพสูงในการดึงดูดวัฒนธรรมที่มีอำนาจเปลี่ยนแปลง เมื่อลูกประคำแฟชั่นไม่ได้มีความสำคัญแคใน

นิตยสารและสถานที่ท่องเที่ยวในเวลากลางคืน ลูกประคำจะมีส่วนช่วยจะหยุดกิริยาที่ไม่ดีลงไป ซึ่งส่งผลดีสำหรับโลกแห่งจิตวิญญาณ (Diego, Stefania, Gary, & Robert, 2012)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมมาบูชา และเช่าพระเครื่อง เครื่องรางและของขลัง เพราะต้องการหาที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ และเพื่อปกป้องคุ้มครองตนเอง ทั้งทางศาสนาและไสยศาสตร์ ทำให้มีความเชื่อเรื่องเทพเจ้า การทำให้เทพเจ้าพอใจโดยการทำพิธีกรรม การบูชาและการบวงสรวง จึงก่อให้เกิดศาสนา โดยศาสนาและไสยศาสตร์ยังมีความเกี่ยวข้องกันตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ไสยศาสตร์ที่แฝงอยู่ในศาสนา และไสยศาสตร์ที่ไม่แฝงอยู่ในศาสนา ศาสนาที่ไสยศาสตร์มีความเกี่ยวข้องกันเกิดจากความเชื่อของมนุษย์ตั้งแต่ในอดีต ถึงแม้จะมีการปรับปรุงและพัฒนาศาสนาแต่ไสยศาสตร์ยังคงมีความเกี่ยวข้อง เช่น ศาสนาฮินดู เป็นต้น เดิมศาสนาพุทธเป็นศาสนาที่ไม่มีไสยศาสตร์แฝง แต่เมื่อศาสนาพุทธได้เผยแพร่ศาสนาไปในประเทศที่นับถือศาสนาฮินดู ได้แก่ ประเทศกัมพูชา ประเทศพม่า เป็นต้น ศาสนาพุทธจึงรับไสยศาสตร์มาเป็นส่วนหนึ่ง ตัวอย่างเช่น การขึ้นบ้านใหม่ เจิมรถยนต์ใหม่ จะมีการเจิมป้าย เจิมรถยนต์เพื่อเสริมความเป็นสิริมงคลให้แก่ผู้เป็นเจ้าของ โดยผู้คนมีความเชื่อว่าเครื่องรางและของขลังเหล่านี้ จะช่วยส่งเสริมด้านการเงิน เพื่อให้ค้าขายดี ซื้อง่ายขายคล่อง ร่ำรวย ธุรกิจมีความเจริญรุ่งเรือง ช่วยส่งเสริมด้านเสน่ห์เมตตามหานิยม มีเสน่ห์ต่อผู้พบเห็น ผู้คนเมตตาและเอ็นดู

สภาพทั่วไปเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจพระเครื่อง โดยราคาค่านิยมพระเครื่องจากนิตยสารและเว็บไซต์ มีราคาค่านิยมตั้งไว้เริ่ม 500 บาท ซึ่งเป็นพระเหรียญที่สร้างใหม่ไปถึงราคาค่านิยม 55 ล้านบาทหรือรวม 5 องค์ ไม่ต่ำกว่า 250 ล้านบาท โดยปัจจัยที่ใช้ตัดสินใจซื้อหรือเช่าพระเครื่อง คือความเก่าแก่ของพระเครื่อง ความหายากของพระเครื่อง ความเป็นพระเครื่องแท้ สภาพของพระเครื่อง มีรูปลักษณะพระเครื่องต้องไม่มีรอยหัก บิ่น ใด ๆ ปรากฏขึ้น รวมทั้งพิธีกรรมและเรื่องราวพระเครื่อง เป็นพิธีกรรมหรือความขลังในทางไสยศาสตร์ ความเชื่อในแง่ของอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ ถ้าเคยเกิดเหตุอัศจรรย์ใด ๆ กับผู้ที่สวมใส่พระเครื่องนั้นจะทำให้ความนิยมซื้อหามากขึ้น (อภิสิทธิ์ จันตะนี, 2559) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่นิยมบูชาเครื่องรางและของขลังที่มีรูปร่างแปลกตา มีความโดดเด่น มีความแตกต่างจากผู้อื่น เครื่องรางและของขลังต้องใส่กรอบเบรียบร้อยและสามารถสวมหรือใส่ได้ทันที เครื่องรางและของขลังต้องมีคาถาสำหรับการบูชา เพื่อเสริมความเป็นสิริมงคลและความสมปรารถนาแก่ผู้สวมใส่ พระเกจิอาจารย์ผู้สร้าง ต้องมีชื่อเสียง ระบุปีและจำนวนที่สร้างอย่างชัดเจน คนจีนส่วนใหญ่นิยมบูชาเครื่องรางและของขลังที่ช่วยด้านหน้าที่การงาน ด้านการทำมาค้าขาย ด้านความรัก ความเมตตา และด้านโชคลาภ จากการเสี่ยงโชคอีกด้วย ตัวอย่างเช่น จากสถานการณ์ในปัจจุบันในปี พ.ศ. 2563 นี้ ได้มีเครื่องรางและของขลังที่จัดทำขึ้น จากกลุ่มผู้ศรัทธารายการช่องส่องผี ได้จัดสร้างหลวงปู่ทวด รุ่นหลังกรรอนขึ้น เปิดให้ประชาชนผู้ที่สนใจเช่าบูชาในราคา 199 บาท ปรากฏว่าได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้ที่ศรัทธาที่ยังไม่มี มีความต้องการเช่าบูชาในอัตราซื้อขายเปลี่ยนมือถึง 850 บาท ในระยะเวลา เพียง 2-3 เดือน (พิระพงษ์ ยงประเดิม, 2563) ซึ่งจะเห็นได้ว่าถ้าเกิดความศรัทธาในเครื่องรางและของขลังใด แม้ราคาจะสูงขึ้นกว่าเดิมถึง 5 เท่าตัว ผู้ศรัทธาก็นิยมบูชา เพื่อให้ได้มาเพื่อการครอบครอง

ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าการทำธุรกิจพระเครื่องมีความสำคัญและสามารถสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีพื้นที่ดำเนินการวิจัยเป็นพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เนื่องจากเมืองพัทยา ในจังหวัดชลบุรี เป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวอาเซียนและจีนมากกว่าอำเภออื่น ๆ ในจังหวัดชลบุรีที่เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของผู้ทำธุรกิจพระเครื่อง ซึ่งงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการทำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงแผนการตลาด แผนการดำเนินงาน แผนกลยุทธ์สำหรับธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลัง
2. เพื่อศึกษาถึงการวางแผนทางการตลาด สำหรับธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลัง จากนักท่องเที่ยวอาเซียนและจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในการวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อศึกษาการวางแผนทางการตลาดสำหรับธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลังตามวัฒนธรรมไทย จากกลุ่มนักท่องเที่ยวอาเซียนและจีน ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการเลือกนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนและจีน ผู้ประกอบการร้านเครื่องรางและของขลัง และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดเครื่องรางและของขลัง ใช้วิธีการสุ่มเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จนกระทั่งข้อมูลอิ่มตัว

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ

สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอาเซียนและจีน ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ

1. นักท่องเที่ยวชาวอาเซียน ซึ่งผู้วิจัยสัมภาษณ์จนข้อมูลอิ่มตัว ได้จำนวนทั้งหมด 11 คน แบ่งเป็น ชาวสิงคโปร์ 3 คน ชาวมาเลเซีย 3 คน และชาวจีน 5 คน เนื่องจากสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่สนใจเครื่องรางและของขลังตามวัฒนธรรมไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ ชาวมาเลเซีย และชาวจีนมีสัดส่วนเปอร์เซ็นต์ที่สูงมากกว่าประเทศอื่น ๆ ในประเทศอาเซียนและประกอบกับนักท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเทศนี้มีกำลังการซื้อที่สูง

2. ผู้ประกอบการร้านเครื่องรางและของขลัง จำนวน 6 คน
3. ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดเครื่องรางและของขลัง จำนวน 1 คน

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature Review) ซึ่งมีแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องรางและของขลังในประเทศไทย
 2. ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม (นักท่องเที่ยวชาวอาเซียน ผู้ประกอบการร้านเครื่องรางและของขลัง และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดเครื่องรางและของขลัง)
 3. สรุปผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยพิจารณาประเด็นหลัก (Major Themes) และแบ่งเป็นประเด็นย่อย (Sub-themes) ตามแนวคำถามตามเนื้อหาที่กำหนดไว้ จากนั้นทำการนับความถี่ของคำหรือข้อความที่จำแนกไว้ภายใต้ระบบการจำแนกที่กำหนดไว้ หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์เชื่อมโยง สรุปบรรยายข้อมูลที่จำแนกได้ อ้างอิงไปสู่ข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวกับการวางแผนทางการตลาดสำหรับธุรกิจเครื่องรางและของขลังตามวัฒนธรรมไทย สำหรับหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอาเซียนและจีน ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
- หมายเหตุ: เนื่องจากเกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอาเซียนและจีนไม่สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ ผู้วิจัยจึงปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาและมีความเห็นว่าควรเปลี่ยนการสัมภาษณ์เป็นแบบออนไลน์แทนการสัมภาษณ์ปกติ

ผลการศึกษาวิจัย

กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยว

ด้านความเชื่อ ความเชื่อทางพระพุทธศาสนาความเกี่ยวข้องกับเครื่องรางและของขลัง คือ เครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ มีพุทธคุณด้านเมตตามหานิยม โดยลักษณะไม่มีข้อบังคับหรือรูปแบบที่จำเพาะเจาะจง โดยการตัดสินใจในการคัดเลือกหา เช่าบูชา เครื่องรางของขลัง จะพิจารณาจากความเชื่อถือเป็นหลัก โดยมีความเชื่อในเรื่องผีสิงเทวดาจะส่งผลต่อความศักดิ์สิทธิ์ของเครื่องรางของขลัง และมักจะมีการแนะนำจากการดูโหราศาสตร์เป็นองค์ประกอบในการเช่าบูชา

ด้านความเชื่อต่อวัตถุมงคล ความเชื่อและศาสนาทำให้เกิดความอดทน อดกลั้น ไม่ค่อยเป็นเหตุให้เกิดความขัดแย้งทางการเมืองและสังคมโดยรวม ศาสนาทุกศาสนาในประเทศไทย ล้วนสอนให้คนเป็นคนดี ปล่อยวาง มีสติ มีสมาธิ มีปัญญา มองรอบด้านอย่างเป็นกลางและปล่อยวาง ทุกอย่างอยู่ในขอบเขตเชื่อมั่นในกฎแห่งกรรม อิทธิพลที่ส่งผลต่อสถาบันสำคัญ ๆ ต่าง ๆ ตามแต่ละศาสนานั้น ๆ

ประเภทของเครื่องรางและของขลังในปัจจุบันเครื่องรางและของขลังเป็นที่นิยมของตลาดไม่น้อยไปกว่ากัน โดยเครื่องรางและของขลังจะต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ เครื่องรางจะต้องเป็นของที่นับถือว่าสามารถป้องกันภัยอันตรายได้ ยิ่งไม่ออก ฟันไม่เข้า ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มองเห็นหรือสิ่งที่มองไม่เห็น ซึ่งของที่นำมาเป็นเครื่อง รางนั้นล้วนแล้วแต่เป็นวัตถุมงคล และได้ผ่านการปลุกเสกหรือการทำพิธีกรรม เพื่อความเข้มขลังในการปกป้องคุ้มครองให้กับครอบครัวงูษาได้ ของขลัง จะต้องเป็นของที่ถือว่าศักดิ์สิทธิ์ มีพุทธคุณของครูบาอาจารย์ มีพลังหรืออำนาจที่อาจบันดาลให้เป็นไปได้สมประสงค์ บันดาลให้สิ่งต่าง ๆ เป็นไปตามคาดหวัง สำเร็จและลุล่วงไปได้ด้วยดี หรืออาจบันดาลสิ่งที่ต้องประสงค์สำเร็จได้ โดยความสนใจของเครื่องรางและของขลัง ที่น่าสนใจสำหรับลูกค้า คือ ด้านการคุ้มครอง ด้านโชคลาภ และด้านมหาเสน่ห์หรือเมตตามหานิยม เครื่องรางและของขลังที่น่าสนใจจะต้องมีลักษณะเป็นเครื่องสวม เครื่องคาด เครื่องฝัง และเครื่องอม วัตถุที่ใช้ในการสร้าง ประกอบไปด้วย โลหะ ผง ดิน เขี้ยวสัตว์ เขาสัตว์ หนังสัตว์ เล็บสัตว์ งาสัตว์ และผ้าทอทั่วไป มีรูปร่างเพศผู้ชาย เพศผู้หญิง สัตว์ต่าง ๆ และรูปร่างอื่น ๆ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับชั้น ประกอบด้วย เครื่องรางชั้นสูง เครื่องรางชั้นต่ำ และเครื่องรางที่แบบแขวน โดยการส่งเสริมนั้น จะต้องมีการส่งเสริมการงาน การเงิน เสน่ห์/ เมตตามหานิยม ความรัก ความแคล้วคลาดปลอดภัย อำนาจบารมี ชื่อเสียงเกียรติยศ และการเจรจา ค้าขาย

ด้านเครื่องรางและของขลังที่เกี่ยวกับแฟชั่น การที่เครื่องรางและของขลังในวัฒนธรรมไทย จะสามารถนำไปใช้สวมใส่เป็นแฟชั่นได้นั้น จะต้องมีการวิวัฒนาการปรับปรุง และออกแบบให้เครื่องรางออกมาสวยงาม

ด้านการวางแผนการตลาดสำหรับธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลัง กลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มลูกค้าหลักสำหรับธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลัง คือ คนที่มีความศรัทธาเชื่อมั่น และคนที่ชอบเก็บสะสมวัตถุมงคล กลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มลูกค้าหลักสำหรับธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลังประเภทแฟชั่น คือ กลุ่มวัยรุ่น คนรุ่นใหม่ และกลุ่มคนทำงาน การสร้างคุณค่าที่แตกต่างเหนือกว่าคู่แข่งสำหรับธุรกิจร้านเครื่องรางของขลัง คือ การสรรหาวัตถุมงคลให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมการบริโภคของคนในสังคมปัจจุบัน จุดเด่นของร้านเครื่องรางและของขลังวัฒนธรรมไทย คือ พระผู้ปลุกเสกเป็นเกจิอาจารย์ชื่อดัง ผสานคุณค่าระหว่างวัตถุมงคลแบบเก่ากับเรื่องของแฟชั่นสมัยนิยม

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญ

การวางแผนทางการตลาด สำหรับธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลังประกอบด้วยจุดแข็งสำหรับธุรกิจร้านค้าเครื่องรางของขลังในเมืองพัทยา คือความน่าเชื่อถือของร้านค้า การให้บริการอย่างเต็มที่ จุดอ่อนสำหรับธุรกิจร้านค้าเครื่องรางของขลังในเมืองพัทยา คือมีต้นทุนทางการเงินที่สูง การเสียโอกาสทางธุรกิจเพราะต้องลงทุนกับเครื่องรางเป็นจำนวนมาก โอกาสสำหรับธุรกิจร้านค้าเครื่องรางของขลังในเมืองพัทยา คือ การใช้ระบบออนไลน์เพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านเครื่องรางของขลัง พัทยาเป็นเมืองใหญ่ และมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก อุปสรรคสำหรับธุรกิจร้านค้าเครื่องรางของขลังในเมืองพัทยา คือ สภาพเศรษฐกิจโดยรวมที่ชะลอตัวลง และเกิดโรคระบาดโควิด 19 คุณลักษณะเครื่องรางและของขลังที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ ประกอบด้วย ความศักดิ์สิทธิ์และพุทธคุณ รวมถึงการออกแบบที่สวยงาม ร้านค้าเครื่องรางและของขลังควรมี

ช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประกอบด้วยผ่านระบบออนไลน์ ผ่านระบบออฟไลน์ (มีหน้าร้านค้า) ช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถสร้างยอดขาย/ ผลตอบแทนได้สูงสุด ได้แก่ เฟสบุ๊ก ไลน์ และการส่งจองจากร้านค้า การสื่อสารทางการตลาดของเครื่องรางและของขลังที่เหมาะสม ประกอบด้วย มีการจัดโปรโมชั่นครั้งเป็นคราวเพื่อสร้างยอดขายและมีการให้ความรู้แก่ลูกค้า ราคาเครื่องรางและของขลังควรอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 1000 บาท

การตลาดตามกลุ่มเป้าหมาย ตลาดของร้านเครื่องรางและของขลังวัฒนธรรมไทย สามารถแบ่งเป็น ตลาดกลุ่มประกอบด้วยชาวไทยที่เป็นนักธุรกิจ ชาวไทยที่เป็นข้าราชการ ชาวไทยที่เป็นนักศึกษา ชาวต่างชาติที่เป็นชาวเอเชีย ชาวอาเซียน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของร้านเครื่องรางและของขลังวัฒนธรรมไทย ควรเป็นกลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวจีน นักท่องเที่ยวชาวอาเซียน การกำหนดวางตำแหน่งของสินค้าร้านเครื่องรางและของขลังวัฒนธรรมไทย ควรมีการกำหนดตำแหน่งของร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ ตัวซึ่งสร้างความแตกต่างกัน

สภาวะแวดล้อมในการแข่งขันทางธุรกิจ โอกาสของการเกิดคู่แข่งรายใหม่ในตลาดเครื่องรางและของขลังในวัฒนธรรมไทยมีระบบการขายออนไลน์ และการเปิดร้านค้าได้ง่ายโดยใช้ทุนไม่มาก อำนาจในการต่อรองของผู้ผลิตเครื่องรางของขลังที่มีต่อธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลังมี ความศรัทธาในผู้ปลูกเสกวัตถุมงคล และการยอมรับถึงการได้รับความนิยม อำนาจต่อรองของผู้ซื้อเครื่องรางของขลังวัฒนธรรมไทย คือ การมีคุณค่าที่เกิดจั้งการจัดสร้างในเวลานานมาแล้ว สินค้า/บริการที่สามารถทดแทนเครื่องรางและของขลังวัฒนธรรมไทย ประกอบด้วย สร้างจากวัตถุดิบตำรับย่อมมีความน่าสนใจและราคาที่สูงกว่า และไม่สามารถทดแทนกันได้ การแข่งขันในธุรกิจร้านค้าเครื่องรางและของขลังวัฒนธรรมไทย ในเมืองพัทยา คือ เทียวชมวัดแล้วบูชาวัตถุมงคลกลับไป

ด้านความเชื่อ ความเชื่อทางพระพุทธศาสนา คือ การทำความดีและเชื่อในกฎแห่งกรรม โดย สามารถดึงความเชื่อทางพุทธศาสนามาปัดเป่าจากสิ่งที่ไม่ดี คຸ່ມครองให้แคล้วคลาดปลอดภัย และด้านมหาอุตม์คงกระพันชาตรี เครื่องรางที่แม้จะเป็นของเก่าแต่ก็นำมาประยุกต์ให้ทันสมัย เครื่องรางของขลังแม้ป้องกันสิ่งชั่วร้ายแต่ก็ประยุกต์ให้สวยงามนำมาประดับตกแต่งเพื่อใช้พกติดตัว และ นำมาเป็นเครื่องประดับเช่น สร้อยคอ สร้อยข้อมือ แฟชั่นตามแบบสมัยนิยม และนวัตกรรมใหม่ ๆ

ประเภทของเครื่องรางและของขลัง คุณสมบัติที่น่าสนใจของเครื่องรางและของขลัง ด้านการคุ้มครองด้านโชคลาภ และด้านมหาเสน่ห์หรือเมตตามหานิยม ความสนใจเครื่องรางของขลังที่มีพุทธคุณด้านโชคลาภ พุทธคุณด้านคงกระพัน พุทธคุณด้านแคล้วคลาด พุทธคุณด้านมหาอำนาจ และพุทธคุณด้านเมตตามหานิยม เครื่องรางและของขลังที่เกี่ยวกับแฟชั่น เครื่องรางและของขลังแนวแฟชั่น เป็นที่ต้องการของตลาดจะต้องมีกระแสนิยมและการเลียนแบบเน็ตไอดอลดารานักร้อง รูปทรงที่สวยงามทันสมัย และการประยุกต์ได้หลายรูปแบบ

การวางแผนทางการตลาดสำหรับธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลัง มีความเชื่อและความศรัทธาที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ การเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม และการดำเนินชีวิต การวางแผนทางการตลาดของธุรกิจร้าน

เครื่องรางและของขลังแนวแพชั่นมีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ชอบตามกระแสนิยม การสื่อสารเรื่องความศรัทธาผ่านโซเชียลมีเดีย

ความนิยมเครื่องรางและของขลังไทยในกลุ่มประเทศอาเซียนและจีน ตลาดชาวอาเซียน และจีน เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้านเครื่องรางและของขลัง ความเชื่อที่คล้ายคลึงกับคนไทย บูชาเพื่อเป็นของฝากสำหรับญาติพี่น้องเพื่อนฝูง

กลุ่มที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญ

การวางแผนทางการตลาดของธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลังตามแนวแพชั่น ปัจจุบันผู้คนที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับเครื่องรางของขลังกันอย่างแพร่หลาย โดยมีโอกาสได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้าที่ซื้อได้ ประกอบกับด้วยสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันซึ่งตกต่ำลง ส่งผลทำให้คนส่วนใหญ่ต้องการกำลังใจ ในการต่อสู้เพื่อฝ่าฟันกับสภาพเศรษฐกิจ จึงต้องการเครื่องรางและของขลัง เพื่อใช้เป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจและเสริมสร้างกำลังใจ เพื่อที่จะต่อสู้ในชีวิต อุปสรรคคือความเชื่อใจและศรัทธาในตัวของผู้มีวิชานี้ จุดแข็ง คือ ธุรกิจนี้มีความจำกัในด้านของแหล่งผลิตที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่มีอยู่จำนวนไม่มากนัก จุดอ่อน คือ ส่วนแบ่งการตลาดที่ชัดเจน และทำให้แย่งคู่แข่งจากเจ้าตลาดได้ยาก รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีและน่าใช้สำหรับผู้บริโภคที่เข้าได้กับโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี แต่ในทางกลับกัน คุณสมบัติก็มีส่วนสำคัญมากพอกับรูปแบบที่สวยงาม ช่องทางจำหน่ายออนไลน์ ที่สำคัญ ได้แก่ เว็บไซต์สินค้า เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ เป็นต้น โปรโมชันต้องเป็นที่ดึงดูดใจให้กับลูกค้า และทำให้รู้สึกคุ้มค่า ราคาจะต้องมีคุณค่ากับตัวมันเอง

การตลาดตามกลุ่มเป้าหมายต้องขยายส่วนแบ่งตลาดให้เป็นวงกว้าง โดยใช้รูปแบบออนไลน์เป็นเครื่องมือ กลุ่มเป้าหมายจะมีแบ่งออกเป็น กลุ่มคนทำงานหนุ่มสาวซึ่งมากที่สุด อายุช่วง 25-35 ปี และกลุ่มนักธุรกิจซึ่งเป็นกลุ่มที่มั่นคง อายุช่วง 35-60 ปี ปัจจัยการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางการตลาด ประกอบด้วย 1. คุณสมบัติของเครื่องรางตามความต้องการของลูกค้า 2.การวางสินค้าที่มีความพรีเมียมในกลุ่มลูกค้าชั้นธุรกิจ 3.สินค้าที่ดึงดูดลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น วัยกลางคน วัยธุรกิจ ซึ่งตลาดเครื่องรางและของขลังตามแนวแพชั่นเป็นตลาดเฉพาะเป็นตลาดที่ใช้การบอกปากต่อปากได้ผลดีที่สุด

ตำแหน่งของสินค้าในตลาด การกำหนดราคาสินค้าจะมีการกำหนดจากคุณภาพหรือคุณสมบัติและชื่อเสียงเป็นสิ่งสำคัญ โดยคุณสมบัติของเครื่องรางของขลังมีมากมายครอบคลุมแทบทุกด้าน ซึ่งวัฒนธรรมไทยที่ลูกค้านิยมมักจะเป็นในด้านส่งเสริมการทำงานและการเงิน ส่งเสริมเรื่องความแคล้วคลาดปลอดภัย ส่งเสริมเรื่องความรัก ผู้เช่าจะดำเนินการเช่าเพื่อ 1. การนำไปบูชา 2. นำไปเจิมตามที่ต้องการ 3. ของสะสม 4. เสริมโชค 5. กันสิ่งไม่ดี 6. พกพากับตัวเสริมโชคหรือเรียกทรัพย์ และอีกมากมายหลายรูปแบบ เครื่องรางและของขลังที่เป็นที่นิยมมักจะเป็นเครื่องรางที่มีอำนาจของพระพุทธรูป พระธรรมคุณ พระสังฆคุณ ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นเหรียญของครูบาอาจารย์หรือเป็นพระที่เป็นที่นิยมศรัทธา บูชาที่มีชื่อเสียง ในประเทศไทย การให้บริการแก่ลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ต้องซื้อใจลูกค้าได้ จึงจะได้รับความเชื่อใจ

สภาวะแวดล้อมในการแข่งขันทางธุรกิจ ด้านโอกาส คือ การขายในระบบออนไลน์ เครื่องรางนั้นต้องได้รับการรีวิวที่มากพอและมีคุณสมบัติเป็นไปตามจริง อำนาจต่อรองหากว่าสินค้าที่เราเป็นเอกลักษณ์ที่หาได้

ยากในตลาดและเป็นตัวของตัวเองมากพอที่จะดึงดูดลูกค้าได้และไม่สามารถหาซื้อที่อื่นได้อีก การต่อรองของผู้ซื้อคือจำนวนการผลิตของเครื่องราง ที่หากมีมากนั้นก็จะทำให้มีการต่อรองมากขึ้น ไม่มีสินค้าทดแทนเครื่องรางของขลังได้ เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยว และลูกค้าเป็นชาวต่างชาติก็มี เพราะฉะนั้นเอกลักษณ์และความหลากหลายตามความต้องการลูกค้าจึงสำคัญ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ความเชื่อและความศรัทธาในเครื่องรางและขลัง ของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนและจีน ความเชื่อและศาสนาทำให้เกิดความอดทน อดกลั้น ไม่ค่อยเป็นเหตุให้เกิดความขัดแย้งทางการเมืองและสังคมโดยรวม ศาสนาทุกศาสนาในประเทศไทย ล้วนสอนให้คนเป็นคนดี ปลอ่ยกวาง มีสติ มีสมาธิ มีปัญญา มองรอบด้านอย่างเป็นกลางและปลอ่ยกวาง ทุกอย่างอยู่ในขอบเขตเชื่อมั่นในกฎแห่งกรรม อิทธิพลที่ส่งผลต่อสถาบันสำคัญ ๆ ต่าง ๆ ตามแต่ละศาสนานั้น ๆ เพราะแต่ละศาสนามีกฎระเบียบประเพณีที่ถือปฏิบัติแตกต่างกัน สอดคล้องกับ Spiggle, 1986 ที่ว่าความเชื่อและศาสนาทำให้เกิดความอดทน อดกลั้น ไม่ค่อยเป็นเหตุให้เกิดความขัดแย้งทางการเมืองและสังคมโดยรวม ตัวอย่างเช่น ในขณะที่สวดมนต์ โดยการใช้ลูกประคำเพื่อกำหนดจิตอยู่กับบทสวดนั้น เป็นการฝึกความอดทน อดกลั้น ต่ออุปสรรคหรือสิ่งเร้า ถือได้ว่าเป็นการแสดงความจริงรักภักดีต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ศาสนานั้น ๆ เมื่อสังคมเปลี่ยนแปลง มีปัญหาใหม่ ๆ เกิดขึ้น ศาสนาย่อมมีส่วนช่วยแก้ไขหรือทำให้ปัญหาซับซ้อนขึ้นได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับผู้นำไปใช้ทำให้เกิดความเชื่อตามนั้นอาจจะให้เห็นได้ในรูปของข้อห้ามข้อปฏิบัติต่าง ๆ ตลอดจนแนวการดำเนินชีวิตในสังคม เมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงหรือมีปัญหาใหม่ ๆ เกิดขึ้น ศาสนาและความเชื่อย่อมมีส่วนทั้งในการแก้ไขให้ดีขึ้น สอดคล้องกับ Muniz and Schau (2005) วัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องประสานกันไปอย่างแยกไม่ออก การที่จะเข้าใจและเข้าถึงสภาพความคิดของคนในสังคมนั้น ๆ จึงจำเป็นต้องเข้าใจลักษณะความเชื่อและศาสนาของสังคมนั้นด้วย สอดคล้องกับ Belk and Tumbat (2005) สังคมเราทุกวันนี้มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้เกิดช่องว่างทางความคิดและแสวงหาสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจใหม่ ๆ จึงส่งผลต่อกระแสของความเชื่อในศาสนาใหม่ ๆ หรือแนวใหม่ ๆ แต่อยู่ในศาสนาเดิม เป็นการแสดงความจริงรักภักดี โดยเครื่องรางและของขลังจะต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ เครื่องราง จะต้องเป็นของที่นับถือว่าสามารถป้องกันภัยอันตรายได้ ยิ่งไม่ออก ฟันไม่เข้า ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มองเห็นหรือสิ่งที่มองไม่เห็น ซึ่งของที่นำมาเป็นเครื่อง รางนั้นล้วนแล้วแต่เป็นวัตถุมงคล และได้ผ่านการปลุกเสกหรือการทำพิธีกรรมเพื่อความเข้มขลังในการปกป้องคุ้มภัยให้กับครอบครัวบูชาได้ ของขลัง จะต้องเป็นของที่ถือว่าศักดิ์สิทธิ์ มีพุทธคุณของครูบาอาจารย์ มีพลังหรืออำนาจที่อาจบันดาลให้เป็นไป ได้สมประสงค์ สอดคล้องกับ ยุพารักษ์ ชนะบรรวัฒน์ (2560) ผลการศึกษาพบว่า สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ชาวพุทธไทยนิยมบนมิตัวกันหลากหลาย สามารถจำแนกได้เป็นหมวดหลัก 5 หมวด ได้แก่ พระพุทธรูป รูปเคารพพระเกจิ พระเครื่อง เทพ และสิ่งศักดิ์สิทธิ์อื่น ซึ่งจุดประสงค์ที่ทำให้ชาวพุทธบนบานต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์นั้นมีหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความสำเร็จด้านการงาน การเงิน การศึกษาเล่าเรียน ความรัก ครอบครัว สุขภาพ และความปลอดภัย เมื่อได้สมความปรารถนาตามที่บนไว้ก็จะมีการแก้บนตามคำบอกกล่าวของผู้บน เช่น การแก้บนด้วยการถวายวัตถุสิ่งของ การแสดง การสร้างบุญหรือการทำความดี

แผนการตลาด แผนการดำเนินงาน แผนกลยุทธ์สำหรับธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลัง ตลาดของร้านเครื่องรางและของขลังวัฒนธรรมไทย สามารถแบ่งเป็นตลาดกลุ่มได้เป็นชาวไทยที่เป็นนักธุรกิจ ชาวไทยที่เป็นข้าราชการ ชาวไทยที่เป็นนักศึกษา ชาวต่างชาติที่เป็นชาวเอเชีย ชาวอาเซียน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของร้านเครื่องรางและของขลังวัฒนธรรมไทย ควรเป็นกลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวจีน นักท่องเที่ยวชาวอาเซียน การกำหนดวางตำแหน่งของสินค้าร้านเครื่องรางและของขลังวัฒนธรรมไทย ควรมีการกำหนดตำแหน่งของร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ ตัวซึ่งสร้างความแตกต่างกับ ซึ่งสอดคล้องกับ คริษฐา เกียรติกลาง (2563) ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเลือกบูชาพระเครื่อง จุดมุ่งหมายในการบูชาพระเครื่องหลวงพ่อบุญไฟ คือ เพื่อให้เกิดความเมตตาตามหานิยม บันดาลให้เกิดโชคลาภแก่ตัวเอง ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าบูชาพระเครื่องหลวงพ่อบุญไฟ คือ เขียนพระที่น่าเชื่อถือ ช่องทางที่ทำให้ท่านรู้จักหลวงพ่อบุญไฟ พบว่า สื่อทางสังคมออนไลน์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าบูชา พระบูชาหลวงพ่อบุญไฟ วัดอารามหลวง วัดโพธิ์ชัย จังหวัดหนองคาย ด้านผลิตภัณฑ์ คือ พิธีปลุกเสกน่าเชื่อถือ เป็นที่เลื่อมใส ด้านราคา คือ ราคาขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือของเขียนพระ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ เช่าบูชาจากวัด ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการจัดชุดรวมรุ่นยอดนิยมในการให้เช่า ดังนั้นจึงจัด ทำโครงการขึ้นดังนี้ โครงการที่ 1 รับประกันสินค้าทุกชิ้น โครงการที่ 2 กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ และโครงการที่ 3 การสร้างความน่าเชื่อถือในการเปิดร้านออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ ชัยภักดิ์ อรัญญภูมิ (2560) พบว่า ความสำคัญในการส่งเสริมการเช่าพระเครื่องได้แก่การส่งเสริมทางการตลาด รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ความสมบูรณ์ของพระเครื่อง ด้านราคา ราคาต้องมีความเหมาะสมกับความนิยมของพระเครื่อง และให้ความสำคัญกับการแบ่งชำระเป็นงวด ท่าเลที่ตั้งจะต้องมีการแยกหมวดหมู่ มีความสะดวกในการเข้าถึง มีการให้บริการผ่านระบบออนไลน์ สอดคล้องกับ ณัฐพงศ์ ดวงแก้ว, 2562 แบรินต์โลลา มีการประยุกต์ความเชื่อให้มีความสอดคล้องเข้ากับคุณค่าร่วมสมัยและเครื่องประดับแฟชั่นในปัจจุบัน ซึ่งสิ่งที่แบรินต์โลลาสร้างนั้นไม่ใช่แค่拿來เข้ามาเป็นหลักในการสร้างแบรนด์เท่านั้น แต่แบรินต์โลลาเป็นการออกแบบเครื่องประดับแฟชั่นที่ต่างจากเดิมและยังมีความสวยงามเพิ่มขึ้นด้วย

การวางแผนทางการตลาด สำหรับธุรกิจร้านเครื่องรางและของขลัง ตามวัฒนธรรมไทยมีความเชื่อและความศรัทธาที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ การเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและการดำเนินชีวิต สอดคล้องกับ Diego and Mathie (2018) ความเหมือนกันของจิตวิญญาณและศาสนา คือ ต่างก็เชื่อมโยงทั้งในด้านสังคม วัฒนธรรมของคน ตั้งแต่เกิด เติบโต เรียนรู้ ทำงาน และการใช้ชีวิต โดยหล่อหลอมเข้าด้วยกัน โดยเครื่องรางและของขลังแนวแฟชั่นมีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ชอบตามกระแสนิยม การสื่อสารเรื่องความศรัทธาผ่านโซเชียลมีเดีย สอดคล้องกับ Diego, Stefania, Gary, and Robert (2013) เมื่อวัดถุมงคลนำมาสร้างเป็นแบรนด์ ลูกประคำ (เป็นเม็ดดวงกลมมีรูตรงกลางสำหรับร้อยเป็นกำไลหรือสร้อยคอ) แฟชั่นและการเชื่อมโยงร่วมสมัยของศาสนาในเชิงพาณิชย์ ทำการวิจัยเพื่อหาความแตกต่าง หาความหมายของลูกประคำ โดยผู้บริโภคพิธีกรรมทางศาสนาและการอธิษฐาน ภาวนา เป็นส่วนหนึ่งของกิจวัตรประจำวันที่มีความสำคัญ ส่วนใหญ่ผู้คนมักอธิษฐาน ภาวนาให้แก่ตนเอง เพื่อน และชุมชน บุคคลเหล่านี้มีความเชื่อว่าการอธิษฐาน ภาวนาจะช่วยทำให้พวกเขาได้เข้าใกล้กับพระเจ้าและเพื่อให้พระเจ้าให้คำขอพิเศษแก่พวกเขา โดยการวิจัยนี้ผู้ที่ให้ข้อมูลส่วน

ใหญ่พวงกุญแจ และนิยมสะสมลูกประคำ ซึ่งพวกเขาได้รับลูกประคำจากคนในครอบครัว เพื่อน หรือเพื่อนบ้าน ซึ่งลูกประคำเหล่านี้สื่อจะมีเรื่องราว ความรู้สึก ความทรงจำและการเดินทางของพวกเขา โดยการเดินทางไปสถานที่ที่มีความศักดิ์สิทธิ์และบุคคลที่มีความสำคัญของพวกเขาซื้อหรือให้ ส่วนใหญ่พวกเขามักจะได้รับลูกประคำในช่วงเวลาที่มีความสำคัญทางศาสนา โดยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการขาย คือการนำลูกประคำมาปรับและตกแต่งให้มีความทันสมัย ทำการประทับตราและทำโปรโมชัน ตลาดชาวอาเซียน และจีน เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้านเครื่องรางและของขลัง ความเชื่อที่คล้ายคลึงกับคนไทย บูชาเพื่อเป็นของฝากสำหรับญาติพี่น้องเพื่อนฝูง สอดคล้องกับ จุฑาทิพย์ ทิพย์เหรียญ (2559) ชาวจีนมีความต้องการทางด้านต่าง ๆ เหมือนผู้คนในประเทศอื่น ๆ ซึ่งเป็นพื้นฐานด้านความรัก การงาน การเงิน สุขภาพและโชคลาภ พระเครื่องและเครื่องรางของขลังเหล่านี้ต้องมีการนำมาใส่กรอบสำเร็จ จะนำมาสวมใส่เป็นเครื่องประดับ เช่น พระสมเด็จ พระปิดตา พระขุนแผน และพระผีเสื้อ (Butterfly) หรือชาวรู้จักกันในชื่อเทพมรจําแลง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความเห็นของลูกค้า ทั้งในประเทศไทย ชาวต่างชาติ และผู้เปิดกิจการให้เช่าเครื่องรางและของขลัง รวมถึงผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยมีข้อเสนอต่อไปนี้

ด้านการดำเนินธุรกิจ

การจัดสร้างวัตถุมงคลเครื่องรางและของขลัง จะต้องมีความที่ พุทธคุณด้านสามารถป้องกันภัยอันตราย ด้านเมตตา และโชคลาภเป็นหลัก จะต้องผ่านพิธีกรรมที่น่าเชื่อถือ โดยมีเจ้าจารย์ชื่อดังเป็นผู้ทำพิธี

การมีหน้าร้านในปัจจุบัน หน้าร้านได้มีการเปลี่ยนไปจากอดีตที่มีร้านอยู่ในพื้นที่เท่านั้น แต่ในปัจจุบันร้านค้าออนไลน์เป็นกระแสนิยม แต่ร้านค้าออนไลน์นั้นยังคงยากต่อการที่จะสร้างความน่าเชื่อถือ เพราะสินค้าเครื่องรางและของขลังจำเป็นต้องมีความน่าเชื่อถือสูงมาก เพราะฉะนั้น การเปิดร้านค้าออนไลน์จึงควรทำควบคู่ไปกับหน้าร้านที่มีที่ตั้งด้วย เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มลูกค้าทั้งชาวไทยแล้วชาวต่างประเทศ

การสร้างความน่าเชื่อถือ เนื่องจากความน่าเชื่อถือเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญในการตัดสินใจเช่าเครื่องรางและของขลัง การสร้างความน่าเชื่อถือที่ประสบความสำเร็จอันดับต้น ๆ เลยคือการการันตีสินค้าและการรับประกัน ซึ่งผู้ขายจะต้องมีการรับประกันสินค้าและสามารถเคลมสินค้าได้หากมีการตรวจสอบแล้วว่าสินค้านั้นเป็นของปลอม อาจจะรวมไปถึงการรับซื้อสินค้าคืนเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับร้านค้าผู้จำหน่ายวัตถุมงคลเครื่องรางและของขลังได้

ด้านการวิเคราะห์การวางแผน

การทำการตลาดจะต้องเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ ทั้งในประเทศเช่นการสร้างเพจ การสร้างอินสตาแกรม เพื่อลงเรื่องราวของเครื่องรางและของขลังไว้ให้ผู้สนใจเข้ามาหาความรู้และซื้อขายแลกเปลี่ยนเครื่องรางของขลังในต่างประเทศ ต้องมีการทำข้อมูลลงขายยังแพลตฟอร์มของแต่ละประเทศนั้น ๆ เช่น

ประเทศจีน จะมีแพลตฟอร์ม Taobao ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่มีประชากรคนจีนใช้อยู่เป็นจำนวนมาก และเราจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหญ่ได้อย่างตรงจุด

ประยุกต์รูปแบบเครื่องรางและของขลังให้มีความเป็นแฟชั่น ทันสมัย พกพาสะดวก เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าที่มีอายุน้อยลง เพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าจากเดิมที่มีแต่รุ่นปู่รุ่นพ่อให้ขยายออกมาสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่มากขึ้น ข้อเสนอแนะกับภาครัฐ

เนื่องจากสินค้าประเภทเครื่องรางและของขลัง มีราคาซื้อขายในตลาดสูง มีเม็ดเงินหมุนเวียนเป็นจำนวนมาก รวมถึงมีมีจาชิปที่เข้ามาหาเงินในวงการนี้เป็นจำนวนมาก บทลงโทษ ระบบ ระเบียบ รัฐควรเข้ามากำกับดูแลให้เป็นรูปธรรม

เนื่องจากสินค้าประเภทเครื่องรางและของขลัง มีการซื้อโดยชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก ภาครัฐควรมีการตั้งกฎการควบคุมการส่งออก และควบคุมคุณภาพ การออกใบมาตรฐานรับรองพระแท้ พระปลอมอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและความยั่งยืนของตลาดพระเครื่องในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

ศรีษฐา เกยด่านกลาง (2563). กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายบูชา พระเครื่องพระบูชาหลวงพ่อบุชาใส วัดอารามหลวง วัดโพธิ์ชัย จังหวัดหนองคาย. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 10(1), 73-87.

จุฑาทิพย์ ทิพย์เหรียญ. (2559). พฤติกรรมการซื้อของฝากของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบอิสระ ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ชัยภักดิ์ อรัญญภูมิ (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเช่าพระเครื่องในตลาดทิพย์เนตรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. (รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้).

ณัฐพงศ์ ดวงแก้ว. (2562). *ครุฑาคติใหม่ : แต่งองค์ทรงเครื่อง พุทธศรัทธาหลังถึงพุทธกาล*. กรุงเทพฯ: มติชน.

ถวัลรัตน์ กัลยาณกิจ และ ธาตรี ไต้ฟ้าพูล. (2558). *บุคลิกภาพผู้บริโภค ความเชื่อโชคลางและพฤติกรรม การซื้อเครื่องประดับหินสีมงคล*. เข้าถึงได้จาก

<http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/51089>

พิระพงษ์ ยงประเดิม. (2563).

ยุพารักษ์ ชนะบวรวัฒน์. (2560). การบนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชาวพุทธในสังคมไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, (2546) *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิสิทธ์วัฒนา.

อภิรักษ์ จันตะนี. (2559). เศรษฐกิจพระเครื่องเมืองไทย. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 10(1).

- อธิราชย์ นันชนดี. (2558). การนับถือผีของชาวไทยย้อ: ความสัมพันธ์ด้านความเชื่อและนิเวศวิทยาปรัชญา
พัฒนาวัฒนธรรม. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา)
- Belk, W., R., Gulnur, & Tumbat. (2005). The Cult of Macintosh. *Consumption Markets and Culture*, 205-218.
- Diego, Stefania, Gary, & Robert. (2012). When Sacred Objects Go B@a(n)d: Fashion Rosaries and the Contemporary Linkage of Religion and Commerciality, in Rinallo, Diego and Linda M. Scott, ed., *Spiritual and Sacred Consumption*, London: Routledge, 29-40.
Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/285085757_When_sacred_objects_go_brand_fashion_rosaries_and_the_contemporary_linkage_of_religion_and_commerciality
- Diego, R., & Mathieu, A.O. (2018). The marketing and consumption of spirituality and religion. *Journal of Management, Spirituality & Religion*. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/14766086.2019.1555885>
- Muniz, A.O.T., & Schau, H. J. (2005). Religiosity in the Abandoned Apple Newton Brand Community. *Customer Research*, 737-747.
- Spiggle, S. (1986). Measuring Soocial Values: A Content Analysis of Sunday Comics and Underground Comix. *Journal of Consumer Research*, 13 (June), 100-113.