

การสร้างความหมายและมูลค่าของการเข้าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวด



นายสวัสดิ์ เกื้อนคำ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR) are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

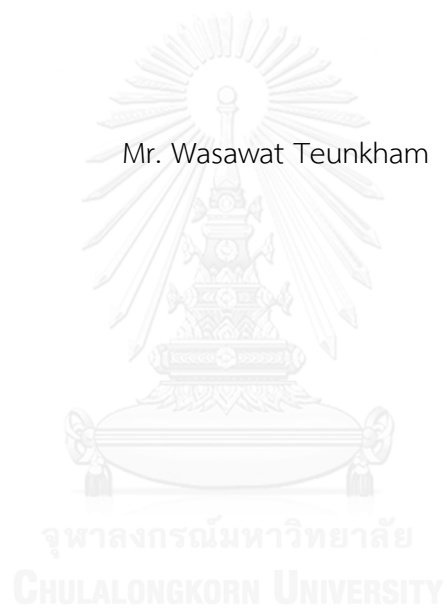
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

VALUE AND MEANING CONSTRUCTION OF THAI AMULET CONSUMPTION : A CASE
STUDY OF LUANG PU THUAT

Mr. Wasawat Teunkham



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Economics Program in Economics

Faculty of Economics

Chulalongkorn University

Academic Year 2014

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การสร้างความหมายและมูลค่าของการเช่าบูชาพระเครื่อง หลวงปู่ทวด
โดย	นายสวัสดิ์ เกื้อนคำ
สาขาวิชา	เศรษฐศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ดร.กุลิณี มุทธาภลิน

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชโยดม สรรพศรี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(ดร.สันต์ สัมปัตตะวนิช)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ดร.กุลิณี มุทธาภลิน)

.....กรรมการ
(ดร.วัชรพงศ์ รติสุขพิมล)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.กนกศักดิ์ แก้วเทพ)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ แล ดิลกวิทยรัตน์)

วสวัตต์ เถื่อนคำ : การสร้างความหมายและมูลค่าของการเช่าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวด (VALUE AND MEANING CONSTRUCTION OF THAI AMULET CONSUMPTION : A CASE STUDY OF LUANG PU THUAT) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ดร.กุลลณี มุทธาภลิน, 157 หน้า.

การศึกษาเรื่อง การสร้างความหมาย และมูลค่าของการเช่าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวด มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา 2 ประการ คือ เพื่อศึกษาการกระบวนการสร้างความหมายและสร้างมูลค่าของพระเครื่องหลวงปู่ทวด และศึกษารูปแบบการบริโภคพระเครื่องหลวงปู่ทวดของผู้เช่าบูชา ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร้านขายพระเครื่องจำนวน 5 ร้าน และผู้เช่าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวดจำนวน 7 ท่าน แบ่งการพิจารณาออกเป็น 2 ด้าน คือ ในด้านอุปทาน จะใช้แนวคิดสิ่งศักดิ์สิทธิ์และสิ่งธรรมดา (Sacred and Profane) และแนวคิดกระบวนการกลายเป็นสินค้า (Commodification) เป็นกรอบในการศึกษา ส่วนในด้านอุปสงค์จะใช้ตรรกวิทยาแห่งการบริโภค (Logic of Consumption) เป็นกรอบในการศึกษา

จากการศึกษา พบว่า พระเครื่องหลวงปู่ทวดถูกสร้างความหมายให้กลายเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์จากกระบวนการสร้างพระเครื่อง ได้แก่ มวลสารและพิธีการปลุกเสก รวมถึงการเผยแพร่เรื่องราวอภินิหารในประวัติของหลวงปู่ทวด และประสบการณ์อภินิหารที่ผู้ครอบครองพระเครื่องพบเจอ ผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสารพระเครื่อง โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้เกิดความนิยมในพระเครื่องหลวงปู่ทวด โดยพระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นแรกที่ถูกสร้าง คือ เนื้อว่าน ปี 2497 และหลังจากนั้นก็มีการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดอีกหลายรุ่น ทั้งจากอาจารย์ทิม วัดช้างให้ และจากหลายวัด หลายเกจิอาจารย์ ซึ่งหลวงปู่ทวดเกิดการเปลี่ยนแปลงจากเกจิภาคใต้ กลายเป็นเกจิระดับภูมิภาค ในช่วงปี พ.ศ. 2505 จากการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด โดยพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าเฉลิมพลทิฆัมพร และมีสื่อเป็นตัวช่วยในการขยายความศรัทธาให้แพร่กระจายไปทุกพื้นที่ ไม่ใช่แค่พื้นที่ภาคใต้เท่านั้น นอกจากนี้ ตลาดพระเครื่องยังมีส่วนช่วยให้พระเครื่องได้รับความนิยม เนื่องจากทำให้พระเครื่องกลายเป็นสินค้าที่มีสภาพคล่อง โดยเฉพาะพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่เป็นพระที่ได้รับความนิยม ซึ่งซื้อขายคล่อง สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้รวดเร็ว ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อราคาพระเครื่องหลวงปู่ทวด ได้แก่ ความหายาก ความสวยงาม ประสบการณ์อภินิหาร ชื่อรุ่น การมีพระปลอม กระแสความนิยม ภาวะเศรษฐกิจ และการประกวดพระเครื่อง โดยพุทธคุณที่โด่งดังของพระเครื่องหลวงปู่ทวด คือ พุทธคุณด้านแคล้วคลาด เนื่องจากพื้นที่ภาคใต้สมัยก่อนมีความไม่ปลอดภัยและถนนหนทางไม่ค่อยดีนัก ประสบการณ์ของพระเครื่องหลวงปู่ทวดจึงเน้นไปทางด้านแคล้วคลาด สำหรับการศึกษาดรรชนีตรรกวิทยาแห่งการบริโภค (Logic of Consumption) ที่ผู้เช่าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวดได้รับมากที่สุด คือ ตรรกะของมูลค่าใช้สอย (Logic of Use Value) โดยการใช้พระเครื่องหลวงปู่ทวดเพื่อคุ้มครองตนเองให้แคล้วคลาดปลอดภัย และตรรกะของมูลค่าการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) คือ เลือกเช่าพระเครื่องรุ่นที่มีความนิยม เพื่อเป็นการลงทุนในพระเครื่อง

สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์

ปีการศึกษา 2557

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5485162829 : MAJOR ECONOMICS

KEYWORDS: AMULETS, LUANG PU THUAT, VALUE AND MEANING

WASAWAT TEUNKHAM: VALUE AND MEANING CONSTRUCTION OF THAI AMULET CONSUMPTION : A CASE STUDY OF LUANG PU THUAT. ADVISOR: GULLINEE MUTAKALIN, Ph.D., 157 pp.

There are two main purposes in this study. The first purpose is to study the construction of meaning and valuation of Luang Pu Thuat amulets. The second purpose is to study the characteristics of Luang Pu Thuat amulets consumption. This thesis combined various qualitative research methods together. Documentary analysis, in-depth interview of 5 amulet sellers and 7 amulet consumers as well as partial observation are employed in this study. The result of the study are categorized into demand and supply sides. The ideas of Sacred and Profane and Commodification are considered in the supply side analysis whereas the logic of consumption signifies analysis on the demand side.

According to the findings, Luang Pu Thuat amulets have been recognized in their sacredness due to their sacred raw materials and widely-shared supernatural stories of Luang Pu Thuat experienced by holders of the amulets. The first set of Luang Pu Thuat amulets, made of “Nue Wan,” was released in 1954 and followed by a variety of set made by magic monks. However, the amulets have become nationally-known in Thailand since 1962 as introduced by Prince Chalermpontikamporn who launched and distributed the amulets throughout the country by using media. The reason that the amulets could be distributed throughout the country is the liquidity of the amulets market in Thailand. Price of Luang Pu Thuat amulets is contingent on several factors particularly scarcity, beauty, miracle stories, availability and popularity of the set, presence of the fake amulets, economic condition as well as amulets contest. Protective power in granting safety to the holder is one of the well-known powers of Luang Pu Thuat amulets. Evidently, numbers of miracle story happened to those who acquire the amulets especially in the southern part of Thailand- the most chaotic zone.

For the demand side, this study found that the main logics of consumption underlying the consumers of Luang Pu Thuat amulets are the logic of Use Value as they protect them from harm and the logic of Exchange Value as most consumers invest in these popular amulets.

Field of Study: Economics

Academic Year: 2014

Student's Signature

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้ สำเร็จได้ด้วยดี ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ ดร.กุลลินี มุทธาภลิน อาจารย์ที่
ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความกรุณาอย่างสูง สละเวลาในการให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษาใน
การทำวิทยานิพนธ์ และตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ และข้าพเจ้า
ขอขอบพระคุณ ดร.สันต์ สัมปัตตะวนิช ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ดร.วัชรพงศ์ รติสุข
พิมล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.กนกศักดิ์ แก้วเทพ และรองศาสตราจารย์
แล ดิลกวิทย์รัตน์ กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย ที่กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำ และเป็น
กรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ คุณกษิรา วรวิฒนะปริญญา และคุณนฤมล เตียวไพบุลย์
เจ้าหน้าที่หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ที่ช่วยเหลือ ประสานงาน ติดตาม และย้ำเตือนถึง
กำหนดการต่างๆ รวมทั้งขอขอบพระคุณเพื่อนร่วมหลักสูตรที่ช่วยให้คำแนะนำในการทำ
วิทยานิพนธ์

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้คงไม่สำเร็จ หากไม่ได้รับความรู้และข้อมูลเรื่องพระเครื่องจาก คุณ
ฉ่อย ท่าพระจันทร์ คุณไผ่ ท่าพระจันทร์ คุณแดง รามอินทรา คุณน้อง พรปุทวด เจ้าของร้านพระ
เครื่องหลวงปู่ทวด พันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน และคุณพร เมืองใต้ รวมถึงผู้ให้ข้าพเจ้าสัมภาษณ์เพื่อ
เก็บข้อมูล ได้แก่ คุณอ้วน คุณยุ้ย คุณบาส คุณเอนก คุณมิกซ์ คุณต่อ และคุณเอก

ท้ายสุดนี้ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณครอบครัว คุณพ่อ คุณแม่ ญาติๆ และเพื่อนๆ ที่ช่วย
ให้กำลังใจข้าพเจ้าจนสำเร็จการศึกษา

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย	6
2.1.1 แนวคิดมูลค่าส่วนเกินของมาร์กซ์	6
2.1.2 แนวคิดกระบวนการกลายเป็นสินค้า (Commodification) ของธีโอดอร์ อะดอร์ โน และ แมกซ์ ฮอร์ไคเมอร์.....	8
2.1.3 แนวคิดตรรกวิทยาแห่งการบริโภค (Logic of Consumption) ของฌอง โบตริยาร์ด.....	10
2.1.4 แนวคิดสิ่งศักดิ์สิทธิ์และสิ่งธรรมดา (Sacred and Profane) ของเอมีล เดอร์ไคม์	15
2.2 วรรณกรรมปริทัศน์.....	17
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	27

3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	27
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
3.3 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์.....	28
3.4 กรอบแนวคิด.....	31
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
บทที่ 4 กระบวนการสร้างความหมายของพระเครื่องหลวงปู่ทวด.....	34
4.1 ประวัติหลวงปู่ทวด.....	34
4.2 จุดเริ่มต้นการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด.....	37
4.3 องค์ประกอบของพระเครื่องหลวงปู่ทวด.....	39
4.4 การสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดโดยวัดอื่นๆ.....	44
4.4.1 ทายาทปลุกเสกพระเครื่องหลวงปู่ทวด.....	45
4.5 สาเหตุที่ทำให้พระเครื่องกลายเป็นสุดยอดเครื่องราง.....	46
4.6 พระเครื่องหลวงปู่ทวดจากพื้นที่ภาคใต้สู่พื้นที่ภาคกลาง.....	47
4.7 การสร้างความหมายของพระเครื่องหลวงปู่ทวด.....	48
บทที่ 5 กระบวนการสร้างมูลค่า และการบริโภคพระเครื่องหลวงปู่ทวด.....	53
5.1 การสร้างค่านิยม.....	53
5.2 ราคาของพระเครื่องหลวงปู่ทวด.....	56
5.3 การใช้สื่อ.....	71
5.4 การสร้างตลาด.....	92
5.5 การบริโภคพระเครื่องหลวงปู่ทวดของผู้ชายและผู้เข้าบูชา.....	104
5.6 ความเห็นต่อพุทธพาณิชย์.....	120
บทที่ 6 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	128
รายการอ้างอิง.....	139

ภาคผนวก..... 143

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ 157



สารบัญตาราง

ตารางที่ 5-1 แสดงราคาพระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นที่มีการเช่าบูชาเกิน 1 ล้านบาท	66
ตารางที่ 5-2 แสดงตัวอย่างรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่เสนอเรื่องราวเกี่ยวกับพระเครื่อง	84
ตารางที่ 5-3 แสดงตัวอย่างรายชื่อนิตยสารพระเครื่อง.....	84
ตารางที่ 5-4 ตัวอย่างเว็บไซต์ตลาดพระเครื่องออนไลน์.....	96
ตารางที่ 5-5 แสดงสถิติ 10 กระทู้ยอดฮิต ใน www.uamulet.com	97
ตารางที่ 5-6 แสดงกระทู้กระดานประมูลพระ 10 อันดับแรก ใน www.uamulet.com	98



สารบัญภาพ

ภาพที่ 2-1 แสดงมูลค่าที่เพิ่มขึ้นของทุน	7
ภาพที่ 2-2 แสดงวัฏจักรการผลิตของนายทุน	7
ภาพที่ 2-3 แสดงกระบวนการผลิต/บริโภควัฒนธรรมตามจุดยืนของอะดอร์โนและฮอว์ไคเมอร์ 10	
ภาพที่ 3-1 กรอบแนวคิด.....	32
ภาพที่ 4-1 ดินกาศกายักษ์.....	40
ภาพที่ 4-2 พระเครื่องหลวงปู่ทวด วัดช้างให้ เนื้อว่าน รุ่นแรก ปี 2497.....	41
ภาพที่ 5-1 บรรยากาศงานประกวดพระเครื่อง.....	63
ภาพที่ 5-2 หนังสือประวัติหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืดและคุณอภินิหารพระเครื่องหลวงปู่ทวดฯ	72
ภาพที่ 5-3 ไชยปริศนาในร้านหนังสือ ทำไมหนังสือพระเครื่องหลวงปู่ทวดมาแรง?	78
ภาพที่ 5-4 ตัวอย่างหนังสือที่เกี่ยวกับประวัติหลวงปู่ทวด	79
ภาพที่ 5-5 หนังสือคนดังที่คล้องพระเครื่อง	80
ภาพที่ 5-6 งานเสวนาสอนการดูพระเครื่องหลวงปู่ทวด โดย ฉ่อย ท่าพระจันทร์	81
ภาพที่ 5-7 ตัวอย่างนิตยสารพระเครื่องที่มีพระเครื่องหลวงปู่ทวดลงขาย	85
ภาพที่ 5-8 เว็บไซต์สมาคมผู้นิยมพระเครื่องพระบูชาไทย	87
ภาพที่ 5-9 เว็บไซต์ที่เผยแพร่ประวัติหลวงปู่ทวดและการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด	87
ภาพที่ 5-10 บรรยากาศร้านพระเครื่องหลวงปู่.....	94
ภาพที่ 5-11 บรรยากาศศูนย์พระเครื่องชมรมพระเครื่องมรดกไทย	95
ภาพที่ 5-12 เว็บไซต์ตลาดพระเครื่องออนไลน์	97
ภาพที่ 5-13 เว็บไซต์ตลาดพระเครื่องออนไลน์และมีทำเนียบข้อมูลประวัติเกจิอาจารย์	99
ภาพที่ 5-14 กลุ่มพระเครื่องหลวงปู่ทวดใน Facebook	100

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

พระพุทธศาสนาเข้ามาสู่ดินแดนประเทศไทย ประมาณ พ.ศ.236 สมัยเดียวกับประเทศลังกา โดยพระเจ้าอโศกมหาราช กษัตริย์แห่งอินเดีย ได้ส่งพระสมณทูตไปเผยแผ่พระพุทธศาสนาในประเทศต่างๆ ซึ่งในขณะนั้นประเทศไทยรวมอยู่ในดินแดนที่เรียกว่าสุวรรณภูมิ มีประเทศรวมกันอยู่ในดินแดนส่วนนี้ ได้แก่ ไทย พม่า ศรีลังกา ญวน กัมพูชา ลาว มาเลเซีย (ธรรมะไทย, 2555) เนื่องจากพระเครื่องเป็นสัญลักษณ์ของผู้ที่นับถือพระพุทธศาสนา เป็นตัวแทนในการระลึกถึงพระพุทธเจ้า จึงทำให้พระเครื่องอยู่คู่กับประเทศไทยมาอย่างยาวนานควบคู่กับพระพุทธศาสนาที่เข้าสู่ประเทศไทย

ปัจจุบันประเทศไทยมีค่านิยมในการสะสมพระเครื่องอย่างมาก สังเกตได้จากข่าวเกี่ยวกับวงการพระเครื่องในหนังสือพิมพ์ จำนวนนิตยสารพระเครื่องรายปักษ์หรือรายเดือน จากความนิยมพระเครื่องนำไปสู่การเกิดตลาดพระเครื่องตั้งแต่แผงพระเล็กๆ จนไปถึงร้านพระเครื่องใหญ่ๆตามห้างสรรพสินค้า เกิดการจัดประกวดพระเครื่อง ส่งผลให้เกิดธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับพระเครื่องตามมา เช่น หนังสือพระเครื่อง ร้านเลี่ยมพระเครื่อง ร้านถ่ายรูปพระเครื่อง ร้านขายสร้อย อุปกรณ์เกี่ยวกับการสะสมพระจำพวกตลับพระ กล่องใส่พระ รวมไปถึงร้านทองรูปพรรณต่างๆที่รับเลี่ยมพระ ร้านขายเครื่องเงินที่รับทำกรอบพระเงิน เป็นต้น ค่านิยมในพระเครื่องของคนไทยนั้น มีความเชื่อและความศรัทธา มีการบูชาสะสมพระเครื่องหลายประเภท โดยมีวัตถุประสงค์ในการสะสมพระเครื่องดังนี้ (นิติ กสิโกศล, 2547)

1. เพื่อระลึกถึงคุณความดีของพระพุทธเจ้าและเกจิอาจารย์ที่เคารพนับถือ
2. เพื่อเป็นขวัญกำลังใจ เป็นที่พึ่งทางจิตใจ เป็นเครื่องเตือนใจให้ประพฤติตนเป็นคนดี ละเว้นการทำความชั่ว
3. เพื่อป้องกันภัยอันตรายแก่ตัว โดยเชื่อว่าอำนาจพุทธคุณของพระเครื่อง สามารถป้องกันไม่ให้เกิดภัยอันตรายแก่ตนเองได้ จึงมีการแขวนพระเครื่องไว้กับตัว มีพระเครื่องไว้ในรถยนต์ บ้านเรือน ร้านค้า เป็นต้น
4. เพื่อให้มีโชคลาภ ความเจริญรุ่งเรือง และขอพรตามที่ตนปรารถนา เช่น ขอให้ค้าขายดี มีความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เป็นที่รักของผู้บังคับบัญชา เป็นต้น

5. เพื่อทำธุรกิจให้เข้าบูชาพระเครื่อง

6. เป็นการแสดงฐานะทางสังคม ห้องพระในบ้านแสดงให้เห็นฐานะของเจ้าของบ้าน และการที่มีพระเครื่องยอดนิยมประดับคอ ก็เป็นที่ได้รับการยกย่องในวงสังคม

7. สะสมพระเครื่องไว้เพื่อเป็นมรดกตกทอดแก่ลูกหลาน เพราะ พระเครื่องดี ๆ ปัจจุบันเป็นของหายาก ราคาสูง เป็นที่ต้องการของคนในวงการทั่วไป นอกจากนี้ยังมีคุณค่าทางพุทธศิลป์ และโบราณคดี

ค่านิยมบูชาพระเครื่องในฐานะเครื่องรางของขลัง มาจากความเชื่อเรื่องพุทธคุณของพระเครื่องในด้านต่างๆ แบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้ (นิติ กสิโกศล, 2547)

1. ประเภทเมตตามหานิยม คือ ทำให้เป็นที่รักใคร่ หลงใหล เกิดความรักความเมตตา หรือทำงาน ค้าขายได้สะดวก ร่ำรวย เช่น พระสมเด็จจักรพรรดิ พระนางพญา พระขุนแผน พระนางแก้ว และพระบัวเข็ม เป็นต้น

2. ประเภทอยู่ยงคงกระพัน คือ ยิง ฟันแทง ไม่เข้า เช่น พระร่วง และพระกริ่ง พระคง เป็นต้น

3. ประเภทแคล้วคลาด คือ รอดพ้นจากภัยอันตรายต่างๆ ทั้งจากผู้มุ่งร้ายและอุบัติเหตุ เช่น พระรอด เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีความเชื่อว่า พระเครื่องต่างๆ มีความศักดิ์สิทธิ์แตกต่างกันไป เช่น มีความเชื่อกันว่า พระปางนาคปรกเด่นทางคุ้มครองป้องกัน พระเครื่องปกโพธิ์เด่นทางให้ความร่มเย็นเป็นสุข พระปิดตาเด่นทางโชคลาภ พระสังกัจจายน์เด่นทางเมตตามหานิยมความอุดมสมบูรณ์ นางแก้วเด่นทางค้าขาย (นิติ กสิโกศล, 2547) เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่า ความนิยมพระเครื่องที่มีพุทธคุณในด้านใดนั้น ขึ้นอยู่กับความนิยมและอาชีพของบุคคลนั้น ทั้งนี้เพื่อความเจริญรุ่งเรืองในอาชีพของตน เช่น ผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขายหรือสอบเสียงโซค ก็จะมีพระเครื่องที่มีพุทธคุณทางด้านมหาลาภ ผู้ที่ทำงานราชการหรือต้องการความนิยมชมชอบจากผู้อื่น ก็จะทำพระเครื่องทางด้านเมตตามหานิยม ส่วนผู้ที่ต้องทำงานเสี่ยงอันตรายก็ต้องการพระเครื่องทางด้านแคล้วคลาด และบางพวกที่นิสัยนักเลงก็มักจะหาพระเครื่องทางด้านคงกระพันชาตรี มหาอุทม์ ยิ่งไม่ออก ฟันไม่เข้า (นิติ กสิโกศล, 2547)

จากกระแสความนิยมพระเครื่องในสังคมไทย ส่งผลให้ในปี 2548 ศูนย์วิจัยกสิกร กล่าวว่า วงการพระเครื่องเติบโตขึ้น เนื่องจากราคาพระเครื่องปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะพระกรุและพระยอด

นิยมต่างๆ มีการประชาสัมพันธ์การสร้างพระเครื่องและวัตถุมงคลใหม่ๆ รวมถึงมีนักลงทุนชาวต่างชาติเข้าพระเครื่องและวัตถุมงคลจากไทยเพื่อนำไปให้เช่าต่อสำหรับผู้สนใจในต่างประเทศ ทำให้ราคาพระเครื่องที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะพระชุดยอดนิยม มีการปรับราคาสูงขึ้นถึงร้อยละ 40 และมีความต้องการเข้ามาอย่างต่อเนื่อง แต่ผู้ขายไม่สามารถหาสินค้าได้ตามความต้องการ เพราะ พระชุดยอดนิยมได้หายไปจากสนามพระ เนื่องจากผู้ที่เก็บสะสมไว้นำออกมาให้เช่าต่อ ทำให้พระเครื่องระดับรองๆ ลงมาเริ่มเป็นที่เสาะแสวงหาของนักสะสม ราคาพระเครื่องเหล่านี้จึงมีโอกาที่จะปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และพระเครื่องเหล่านี้ยังมีปริมาณเพียงพอที่จะหมุนเวียนในตลาดพระเครื่องอีกด้วย ศูนย์วิจัยกสิกร คาดการณ์ว่าเม็ดเงินในธุรกิจพระเครื่องและธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีมูลค่าเกือบ 20,000 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2548) และมีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่องตามภาวะเศรษฐกิจ โดยคาดว่าจะยังมีอัตราขยายตัวเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 10-20 ต่อปี แต่เนื่องจากกระแสจตุคามรามเทพ ส่งผลให้ในปี 2550 ช่วงต้นปี มีการคาดการณ์ว่ามูลค่าในธุรกิจพระเครื่องและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สูงกว่า 22,000 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2550) และมีโอกาสเติบโตสวนทางกับภาวะเศรษฐกิจ แต่ด้วยกระแสจตุคามรามเทพนั้น ส่งผลให้ธุรกิจพระเครื่องและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด จนมีมูลค่าสูงถึง 40,000 ล้านบาท โดยมีการคาดว่าผู้ที่อยู่วงการพระเครื่องไม่ว่าจะเป็นผู้นิยมพระเก่าหรือพระใหม่มีอยู่ประมาณ 5 ล้านคน และถึงแม้ในปี 2551 กระแสจตุคามรามเทพจะซบเซาลง แต่ก็ยังมีการคาดการณ์ว่า กระแสเงินสะพัดในวงการพระเครื่องจะอยู่ระดับ 40,000 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2551) ใกล้เคียงกับปี 2550 เนื่องจากยังมีการเช่าพระเครื่องอื่นๆ ทั้งจากพระเกจิและพระใหม่ โดยราคาของพระเครื่องยังคงปรับตัวสูงขึ้น

เนื่องจากมูลค่าของธุรกิจพระเครื่องและธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีมูลค่าสูงถึง 40,000 ล้านบาท มีการสร้างพระเครื่องใหม่เพิ่มขึ้นตลอด ซึ่งราคาพระเครื่องในตลาดนั้น มีตั้งแต่หลักร้อยจนถึงหลักล้านถึงแม้จะเป็นพระเครื่องที่มีความเชื่อทางด้านพุทธคุณเหมือนกัน แต่ราคากลับแตกต่างกัน ดังนั้นราคาของพระเครื่องจึงไม่ได้เกิดจากการมูลค่าการใช้ประโยชน์จากพุทธคุณของพระเครื่องเพียงอย่างเดียว แต่มีมูลค่าเชิงสัญลักษณ์อีกด้วย

ถ้าหากกล่าวถึงพระเครื่องที่ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายของเมืองไทย หลวงปู่ทวด ถือว่าเป็นหนึ่งในพระเครื่องที่อยู่ในอันดับต้นๆ ดังเช่นที่คุ้นเคยกับคำกล่าวที่ว่า “หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด” และพระเครื่องหลวงปู่ทวดถูกยกย่องให้เป็นสุดยอดพระเครื่องนिरันอันตรายขึ้นชื่อเรื่องพุทธคุณในด้านแคล้วคลาด มีการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดออกมามากมาย ตั้งแต่รุ่นที่โด่งดังอย่างหลวงปู่ทวด วัดช้างให้ ปี 2497 และได้มีการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดต่อมาอย่างต่อเนื่องทั้งจากหลากหลายเกจิอาจารย์ หลากหลายวัด เกจิอาจารย์ปลุกเสกหลวงปู่ทวดที่มีชื่อเสียง

เช่น อาจารย์ทิม วัดช้างให้ อาจารย์นอง วัดทรายขาว อาจารย์ทอง วัดสำเภาเขย พ่อท่านคล้าย วันสวนขัน เป็นต้น และจากวัดที่มีชื่อเสียง เช่น วัดพะโคะ วัดเมือง วัดประสาธตบุญญาวาส เป็นต้น ซึ่งพระเครื่องหลวงปู่ทวดนั้น ไม่มีองค์ใดที่หลวงปู่ทวดเป็นผู้สร้างเอง มีแต่เกจิอาจารย์อื่นสร้างขึ้น โดยไม่มีผู้สร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด เคยพบเจอตัวจริงของหลวงปู่ทวด เนื่องจากหลวงปู่ทวดเป็นพระที่มีชีวิตในสมัยอยุธยา มีแค่เรื่องเล่า ตำนานของหลวงปู่ทวด และหลักฐานยืนยันการมีตัวตนจริงบางส่วน จึงมีความน่าสนใจที่จะศึกษาว่าพระเครื่องหลวงปู่ทวดมีกระบวนการในการสร้างให้กลายเป็นพระเครื่องที่ได้รับความนิยมและกลายเป็นสินค้าที่มีมูลค่าได้อย่างไร รวมทั้งผู้ที่เข้าบูชาได้รับสัญญาณอะไรจากพระเครื่องหลวงปู่ทวด

1.2 คำถามวิจัย

1. กระบวนการสร้างความหมายและสร้างมูลค่าของพระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นอย่างไร
2. การบริโภคของผู้บูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวดมีลักษณะแบบใด

1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงกระบวนการสร้างมูลค่าและความหมายของพระเครื่องหลวงปู่ทวด
2. เพื่อศึกษาการบริโภคพระเครื่องหลวงปู่ทวดของผู้บูชา

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

เนื่องจากหลวงปู่ทวดถูกสร้างจำนวนมากหลายรุ่นจากหลากหลายเกจิอาจารย์และหลากหลายวัด ผู้ศึกษาจึงเลือกศึกษาเฉพาะหลวงปู่ทวดของอาจารย์ทิม วัดช้างให้ ซึ่งเป็นต้นกำเนิดการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดอันโด่งดัง โดยการศึกษาวิจัยนี้ เลือกศึกษาผู้บูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวด และร้านขายพระเครื่องหลวงปู่ทวดในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ได้แก่ สนามพระท่าพระจันทร์ ศูนย์พระเครื่องพันธ์ทิพย์พลาซ่า งามวงศ์วาน ศูนย์พระเครื่องพันธ์ทิพย์พลาซ่า บางกะปิ และงานประกวดพระเครื่องที่จัดโดยสมาคมผู้นิยมพระเครื่องพระบูชาไทย

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้เข้าใจถึงกระบวนการที่ส่งผลต่อความหมายของพระเครื่องหลวงปู่ทวด จนกลายเป็นสินค้าที่มีมูลค่า และมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากสินค้าทั่วไป รวมถึงเข้าใจรูปแบบการบริโภคพระเครื่องหลวงปู่ทวด และช่วยให้สถาบันพุทธศาสนาเข้าใจถึงความนิยมพระเครื่องของพุทธศาสนิกชนใน

ปัจจุบัน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการนำความรู้ไปใช้ในการปรับปรุงพหุพาณิชยและพุทธศาสนาให้คงอยู่
ร่วมกันได้ในสังคมไทย



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย

เพื่อให้เข้าใจถึงการสร้างความหมายและการกลายเป็นสินค้าของพระเครื่อง จำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงกระบวนการกลายเป็นสินค้าก่อน ซึ่งมาร์กซ์ได้ให้คำนิยามของสินค้าไว้ดังนี้

2.1.1 แนวคิดมูลค่าส่วนเกินของมาร์กซ์

คาร์ล มาร์กซ์ ได้กล่าวถึงกระบวนการผลิตภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม โดยจุดเริ่มต้นของกระบวนการผลิตนี้ คือ สินค้า ซึ่งวัตถุประสงค์ในการผลิตสินค้าของนายทุนก็เพื่อนำไปขายให้ได้กำไร โดยการนำวัตถุดิบตั้งต้นเข้ากระบวนการเปลี่ยนแปลงเป็นวัตถุดิบใหม่ ดังนั้น “กระบวนการผลิตสินค้า คือ กระบวนการที่นายทุนทำการแปลงมูลค่าใช้สอยของวัตถุดิบตั้งเดิม ให้เกิดมูลค่าในการใช้สอยใหม่ เช่น วัตถุดิบเริ่มต้น ได้แก่ ดินเหนียว มูลค่าใช้สอย คือ เอาไปปั้นหรือใช้ปลูกข้าว เมื่อเข้าสู่กระบวนการผลิตแล้วกลายเป็นถ้วยชาม มูลค่าการใช้สอยใหม่ คือ ใส่อาหาร” (พิระ ตั้งธรรมรักษ์, 2553) ซึ่งมาร์กซ์ได้ให้คำนิยามที่แตกต่างกันระหว่างสินค้า (Commodity) และผลผลิต (Product) เนื่องจากผลผลิต (Product) นั้น ถูกผลิตขึ้นมาเมื่อใช้บริโภคเองภายในครัวเรือน หรือให้ผู้อื่นแบบให้เปล่า แต่สินค้า (Commodity) นั้นเป็นวัตถุที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อขายหรือแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น ดังนั้น สินค้าใน ความหมายของมาร์กซ์ จะไม่ใช่เพียงแค่วัตถุที่มีมูลค่าในการใช้สอย (Use Value) เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่สินค้าในความหมายของมาร์กซ์ คือ วัตถุที่มีทั้งมูลค่าในการใช้สอย (Use Value) และมูลค่าในการแลกเปลี่ยน (Exchange Value) นั่นคือ มูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้านั้นย่อมมีค่ามากกว่ามูลค่าเดิมของตัวมันเอง หมายความว่า นายทุนจะลงทุนผลิตสินค้า ก็ต่อเมื่อสินค้าที่ผลิตออกมานั้น มีมูลค่ามากกว่ามูลค่าเดิม (ในการผลิตสร้างมูลค่าส่วนเกินที่เรียกว่า Surplus Value ขึ้น โดยสินค้าหรือปัจจัยการผลิตที่มีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ในการผลิต ก็คือ แรงงาน) โดย “ทุนนั้น จะอยู่ในกระบวนการสะสมพอกพูนปริมาณขึ้น เป็นมูลค่าที่เพิ่มขนาดตนเองขึ้นเรื่อยๆ อย่างไม่รู้จบ โดยผ่านกระบวนการผลิต จำหน่าย บริโภค” (พิชิต ลิขิตกิจสมบูรณ์, 2546) ซึ่งทุนจะมีลักษณะไหลเวียนเป็นรอบและมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในในแต่ละรอบ

ภาพที่ 2-1 แสดงมูลค่าที่เพิ่มขึ้นของทุน

$$M - C - C' - M'$$

$$M' > M ; M - M' = P$$

ที่มา: (พิชิต ลิขิตกิจสมบูรณ์, 2548: 80)

จากรูปภาพที่ 2.1 นายทุนเริ่มต้นด้วยปริมาณเงินทุนที่แน่นอน (M) โดยนำเงินไปซื้อปัจจัยการผลิตและจ้างแรงงาน (C) แล้วนำปัจจัยเข้ากระบวนการผลิต แปรรูปออกมาเป็นสินค้า (C') ซึ่งมีมูลค่ามากกว่าปัจจัยการผลิตและค่าจ้างแรงงาน (C) โดยสินค้าที่ผ่านกระบวนการผลิต (C') จะถูกนำไปขายในตลาดกลายเป็นเงินที่มีปริมาณมากกว่าเงินทุนในครั้งแรก (M) ซึ่งมูลค่าที่เพิ่มขึ้นนี้ก็คือกำไร (P) โดยนายทุนจะแบ่งเงินไปบริโภคเพียงส่วนน้อย ที่เหลือจะนำไปลงทุนเพื่อขยายการผลิตในรอบต่อไป กลายเป็นการลงทุนผลิตซ้ำเป็นวัฏจักร (พิชิต ลิขิตกิจสมบูรณ์, 2546)

ภาพที่ 2-2 แสดงวัฏจักรการผลิตของนายทุน

$$M - C - C' - M' \rightarrow M' - C' - C'' - M'' \rightarrow \dots$$

ที่มา: (พิชิต ลิขิตกิจสมบูรณ์, 2548: 80)

จากวัฏจักรการลงทุนผลิตซ้ำเพื่อสะสมส่วนมูลค่าเกินของของระบบทุนนิยม และความก้าวหน้าของการผลิต ทำให้เกิดปัญหาการสินค้าที่ผลิตออกมามีปริมาณมากกว่าความต้องการ หรือเกิดอุปทานส่วนเกิน (Oversupply) ดังนั้น วัฒนธรรมและสัญญาจึงถูกสร้างขึ้นกับสินค้าเพื่อแก้ปัญหาอุปทานส่วนเกิน โดยกระตุ้นให้เกิดการบริโภคมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็เป็นการทำให้วัฏจักรการลงทุนสามารถเกิดขึ้นซ้ำๆต่อไปได้ เป็นการขยายการสะสมทุนให้มากขึ้นตามไปด้วย

ในส่วนของการใส่วัฒนธรรมลงไปในสินค้านั้น “ในสังคมก่อนหน้าระบบทุนนิยม จะมีสิ่งของบางอย่างเท่านั้นที่สามารถเป็นสินค้า และมีสิ่งของบางอย่างที่ไม่สามารถเป็นสินค้าได้ เช่น พระพุทธรูป ความรัก เกียรติยศ ฯลฯ” (กาญจนา แก้วเทพ & สมสุข หินวิมาน, 2551) ซึ่งกลไกสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทุกสิ่งให้เป็นสินค้า คือ การตั้งราคาให้แก่สิ่งของนั้น โดยในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 ไม่เพียงแต่สินค้าทั่วไปเท่านั้นที่ถูกผลิตขึ้นมาภายใต้ระบบอุตสาหกรรมแบบทุนนิยม แต่วัฒนธรรมก็ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของระบบอุตสาหกรรมแบบทุนนิยมด้วย โดยผ่านกระบวนการกลายเป็นสินค้าของ

วัฒนธรรม ซึ่ง ฮีโอดอร์ อะดอร์โน และ แมกซ์ ฮอร์ไคเมอร์ เรียกสิ่งนี้ว่า อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม (Culture Industry)

2.1.2 แนวคิดกระบวนการกลายเป็นสินค้า (Commodification)

ของฮีโอดอร์ อะดอร์โน และ แมกซ์ ฮอร์ไคเมอร์

มาร์กซ์มองว่ากระบวนการสำคัญในการทำให้วัตถุเป็นสินค้า คือ การตั้งราคา แต่ในมุมมองด้านวัฒนธรรมนั้น การตั้งราคาเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้เกิดสินค้าขึ้นมาได้ เนื่องจากวัตถุนิตหนึ่งอาจเป็นสินค้าในเวลาและสถานที่หนึ่ง แต่ไม่ใช่สินค้าในเวลาและสถานที่อื่น ซึ่งอาจจะมีการนิยามความหมายแตกต่างกันออกไปได้ ดังนั้น การจะสร้างสินค้าขึ้นมา จะต้องมีการให้ความหมายทางวัฒนธรรมแก่วัตถุนั้นด้วย (วรนนท์ ลิมปสทธิกิจ, 2553)

กระบวนการกลายเป็นสินค้านี้ยังรวมถึงพื้นที่ “ความศักดิ์สิทธิ์” ที่ถูกทำให้เป็นสินค้าโดยผ่านกระบวนการทางสังคมแบบใหม่ มีการสร้างความหมายและเอกลักษณ์ทางสังคมชุดใหม่เข้าไป ซึ่งกระบวนการนี้ทำให้สิ่งนั้นมีมูลค่า มีคุณค่าในการซื้อขายแลกเปลี่ยนในสังคม โดยกระบวนการกลายเป็นสินค้าและการกำหนดคุณค่าการแลกเปลี่ยน จะเชื่อมโยงกับกระบวนการรับรู้ (Cognitive Process) และการจำแนก (Classification) นั่นคือ วัตถุที่แตกต่างกันจะถูกคัดเลือกและจัดประเภทเพื่อให้เป็นพื้นฐานในการแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งทำให้สิ่งของที่แตกต่างกันนั้น เมื่อจัดประเภทแล้วจะเกิดการรับรู้ว่าเป็นสิ่งที่อยู่ในประเภทเดียวกัน มีคุณค่าที่สามารถแลกเปลี่ยนกันได้ และเมื่อเกิดการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจ ระบบเงินตราเข้ามามีบทบาทในเศรษฐกิจ การจัดประเภทและคุณค่าสิ่งของที่แตกต่างกันนั้นลดบทบาทลง เมื่อระบบทุนนิยมได้ถูกพัฒนา กระบวนการเป็นสินค้าก็ทำให้วัตถุประเภทหนึ่งสามารถแลกเปลี่ยนกับวัตถุที่แตกต่างกันได้ง่ายขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้คุณค่าที่เคยแตกต่างหลากหลายหมดลง เหลือเพียงคุณค่าที่ตั้งอยู่บนมาตรฐานวัดแบบ “เงินตรา” เท่านั้น (วรนนท์ ลิมปสทธิกิจ, 2553) ซึ่ง ฮีโอดอร์ อะดอร์โน และ แมกซ์ ฮอร์ไคเมอร์ ได้กล่าวถึงปรากฏการณ์นี้ว่า “ในระบบทุนนิยม วัฒนธรรมแบบต่างๆ เช่น การร้องรำทำเพลง งานศิลปะ ฯลฯ ล้วนเป็นสินค้าที่ได้รับการผลิตโดยนายทุนอุตสาหกรรม มีการผลิตในระบบสายพานขนาดใหญ่ (Mass Production) มีการกระจายออกเป็นวงกว้าง (Mass Distribution) และมีการบริโภคกันอย่างกว้างขวาง (Mass Production) โดยเรียกสิ่งเหล่านี้ว่า อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม” โดยกระบวนการเหล่านี้จะทำให้คุณค่า ความหมาย และสุนทรียะแห่งวัฒนธรรมเหล่านั้นลดลง (กาญจนา แก้วเทพ & สมสุข ทินวิมาน, 2551)

เมื่อวัฒนธรรมถูกนำมาผลิตในระบบอุตสาหกรรม ดังนั้น กระบวนการผลิตวัฒนธรรมจึงมีลักษณะไม่แตกต่างผลิตสินค้าอื่นๆ โดยอุตสาหกรรมวัฒนธรรมมีกระบวนการผลิต ดังนี้

1. การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า (Commodification of Culture) “เอกลักษณ์ของการผลิตสินค้าวัฒนธรรมแบบเป็นอุตสาหกรรม คือ การผลิตสินค้าวัฒนธรรมทั้งที่เป็นวัตถุธรรม และนามธรรม เช่น ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ความเชื่อ ความศักดิ์สิทธิ์ เวลา คุณค่าของมนุษย์ ตัวอย่างเช่น การซื้อตั๋วบุคลากรในบริษัท การซื้อตั๋วนักกีฬาฟุตบอล ซึ่งระบบทุนนิยมนั้นได้นำมนุษย์มาผลิตเป็นสินค้า” (กาญจนา แก้วเทพ & สมสุข หินวิมาน, 2551) หรือกรณีพุทธพาณิชย์ ที่ระบบทุนนิยมได้นำความเชื่อและความศักดิ์สิทธิ์มาผลิตเป็นสินค้า

2. การผลิตแบบเป็นมาตรฐานเดียวกัน (Standardization) คือ การผลิตสินค้าออกมาในลักษณะเหมือนกัน จนเกิดเป็นมาตรฐานเดียวกันหมด

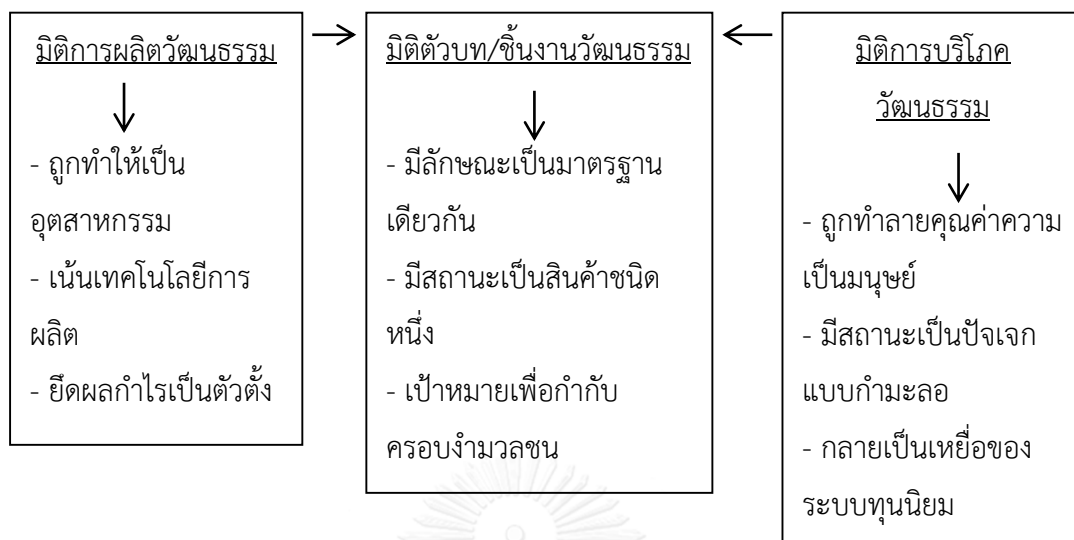
3. การผลิตเป็นจำนวนมาก (Mass Production) คือ การผลิตแบบสายพานการผลิตขนาดใหญ่ โดยผลิตครั้งละมากๆ

4. การผลิตซ้ำ (Reproduction)

การที่วัฒนธรรมถูกผลิตออกมาครั้งละมากๆ และสามารถผลิตซ้ำได้ ทำให้สินค้าสามารถกระจายออกไปยังพื้นที่ต่างๆ เพื่อให้มวลชนสามารถบริโภคสินค้าเหล่านี้ได้อย่างทั่วถึง และสร้างวัฒนธรรมการบริโภคให้คงอยู่ต่อไป

ในกรณีของพระเครื่องหลวงปู่ทวดนั้น มีการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า โดยการนำความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงปู่ทวดมาสร้างให้เป็นสินค้า คือ พระเครื่องหลวงปู่ทวด โดยการกลายเป็นสินค้า และการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้านั้น เป็นการมองในด้านการผลิต ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างความหมาย การสร้างมูลค่า และในขณะเดียวกัน ด้านการบริโภคของผู้ชื่นชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวดนั้น ก็ส่งผลต่อการสร้างความหมาย การสร้างมูลค่า อีกทางหนึ่งด้วย

ภาพที่ 2-3 แสดงกระบวนการผลิต/บริโภควัฒนธรรมตามจุดยืนของอะดอร์โนและฮอว์โคเมอร์



ที่มา : (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551: 264)

จากกระบวนการกลายเป็นสินค้าดังกล่าว ผู้ศึกษาจะใช้แนวคิดนี้ในการพิจารณาถึงปรากฏการณ์ของพระเครื่องหลวงปู่ทวด เพื่อให้เข้าใจถึงการที่พื้นที่ศักดิ์ของพระเครื่องถูกทำให้เป็นสินค้าอุตสาหกรรมได้อย่างไร และพระเครื่องหลวงปู่ทวดนั้นได้ถูกให้ความหมายอย่างไร ส่วนในด้านการบริโภคนั้น ผู้ศึกษาจะใช้แนวคิดตรรกวิทยาแห่งการบริโภค (Logic of Consumption) ของฌอง โบตริยาร์ด เป็นกรอบในการศึกษา

ซึ่งสำหรับสินค้าวัฒนธรรมนั้น ฌอง โบตริยาร์ด กล่าวถึงสินค้าวัฒนธรรมว่า “สินค้าวัฒนธรรมเป็นสินค้าที่ขายสัญลักษณ์เป็นหลัก หรือเป็นสินค้าที่เน้นขายคุณค่า ความหมาย ธรรมเนียม รูปแบบการใช้ชีวิต เป็นต้น” (กาญจนา แก้วเทพ & สมสุข หินวิมาน, 2551) ดังนั้น เพื่อทำความเข้าใจความหมายที่ถูกสร้างขึ้นกับพระเครื่องหลวงปู่ทวด ว่าเป็นสัญลักษณ์แบบใด จึงต้องมีการทำความเข้าใจถึง ตรรกวิทยาของการบริโภค ของ ฌอง โบตริยาร์ด เสียก่อน

2.1.3 แนวคิดตรรกวิทยาแห่งการบริโภค (Logic of Consumption)

ของฌอง โบตริยาร์ด

มาร์กซ์ ให้ความสนใจในด้านของการผลิต แต่โบตริยาร์ดนั้น ให้ความสนใจในด้านของการบริโภค เนื่องจากโบตริยาร์ด เห็นว่าสังคมปัจจุบันเป็นสังคมของการบริโภค สินค้าต่างๆถูกสร้างขึ้นโดยมีการใส่วัฒนธรรมและสัญลักษณ์ลงไป เพื่อให้คนสามารถบริโภคสินค้าเพิ่มขึ้นได้เรื่อยๆ เนื่องจากการบริโภคสัญลักษณ์นั้นเป็นการบริโภคที่ไม่มีที่สิ้นสุด “โบตริยาร์ด ได้แบ่งสินค้าออกเป็น 2 ประเภท คือ

สินค้าทั่วไป (Consumer Commodity) และ สินค้าวัฒนธรรม (Cultural Commodity) โดยสินค้าทั่วไปจะนำมาบริโภคเพื่อประโยชน์ใช้สอย แต่สินค้าวัฒนธรรมจะเป็นสินค้าในการยกระดับจิตใจ จิตวิญญาณ (Spiritual Impact)” (กาญจนา แก้วเทพ & สมสุข หินวิมาน, 2551) ตัวอย่างเช่น กรณีของพระเครื่อง ที่เป็นสินค้าวัฒนธรรม ที่ถูกใส่ความเชื่อ ความศักดิ์สิทธิ์ ลงไปในพระเครื่อง จึงทำให้พระเครื่องมีสัญลักษณ์ซ่อนอยู่ ส่งผลให้ผู้ที่ครอบครองเป็นเจ้าของพระเครื่อง เชื่อว่าตนเองจะสามารถขอพรจากพระเครื่องเพื่อดลบันดาลในสิ่งที่ตัวเองต้องการ หรือพระเครื่องนี้สามารถที่จะคุ้มครองป้องกันภัยอันตราย สร้างความร่ำรวย สร้างเสน่ห์เมตตาให้กับตนเองได้

โบดริยาร์ดได้นำแนวคิดเรื่องมูลค่า (Value) ของมาร์กซ์มาเป็นพื้นฐานในแนวคิดของตน โดยมาร์กซ์นั้น ได้กล่าวว่า สินค้ามีมูลค่าอยู่ 2 ชนิด ได้แก่

1. มูลค่าการใช้สอย (Use Value) คือ คุณค่า/มูลค่าเชิงคุณสมบัติ (Qualitative Aspect of Value) ที่มนุษย์บริโภคเพื่อใช้สอย ตอบสนองความต้องการบางอย่าง หรือใช้เป็นเครื่องมือ เช่น คุณค่าเชิงประโยชน์ใช้สอยของรถยนต์ คือ เคลื่อนย้ายคนจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง คุณค่าประเพณีนี้เป็นผลที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือเป็นผลผลิตจากแรงงาน และเป็นเหตุต่อการตัดสินใจบริโภค (วรนันท์ ลิมปสทธิกิจ, 2553)

2. มูลค่าการแลกเปลี่ยน (Exchange Value) เป็นคุณค่าของสินค้าในระบบตลาดซึ่งเป็นคุณค่าเชิงปริมาณ (Quantitative Aspect of Value) ถูกสร้างและกำหนดโดยสังคม ซึ่งจะเป็นคุณค่าที่ได้จากการเปรียบเทียบกับสิ่งอื่นๆ ในปัจจุบันนิยมเปรียบเทียบกับเงิน เช่น เสื้อเก่าหนึ่งตัวมีค่าเท่ากับไข่ 3 ฟอง หรือ รองเท้า 1 คู่ มีค่าเท่ากับเงิน 500 บาท ในระบบเศรษฐกิจของการแลกเปลี่ยนนั้น มูลค่าการใช้สอยจะกลายเป็นมูลค่าการแลกเปลี่ยน โดยโบดริยาร์ด เชื่อว่า มูลค่าทั้ง 2 ที่กล่าวมาข้างต้นไม่เพียงพอในการทำความเข้าใจสังคมแห่งการบริโภค เพราะ นอกจากการใช้ประโยชน์ใช้สอยแล้ว วัตถุถูกกำหนดเป็นส่วนประกอบในการสร้างระบบคุณค่าใดคุณค่าหนึ่งที่มีอยู่มากในสังคม (วรนันท์ ลิมปสทธิกิจ, 2553)

ดังนั้น การบริโภคในสังคมยุคปัจจุบัน จึงไม่ใช่เพียงแค่มูลค่าการใช้สอยและมูลค่าการแลกเปลี่ยนเท่านั้น แต่มีการบริโภคที่ตั้งอยู่ในความหมายหรือสัญลักษณ์ที่วัตถุถูกสร้างขึ้นในสังคม โดยโบดริยาร์ด กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการบริโภคนั้น เพื่อสร้างอัตลักษณ์ (Identity) แก่ตัวเราเอง เพื่อเป็นการยืนยันว่าตัวเราเป็นใคร ท่ามกลางสัญลักษณ์ที่มีอยู่มากมายในสังคม เราจะเหมือนหรือแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร ซึ่งการบริโภคแบบนี้ทำให้เกิด 2 ด้านของอัตลักษณ์ขึ้น ดังนี้

1. การบริโภคนิยมเพื่อการเลียนแบบ (Imitation) คือ การบริโภคนิยมเพื่อให้เราเหมือนกับคนในกลุ่มสังคมเดียวกับเรา เช่น การขับรถยนต์สปอร์ต การออกกำลังกายในฟิตเนส การเล่นเกมฟากอล์ฟ การฟังดนตรีคลาสสิก การดูละครเวที เป็นต้น

2. การบริโภคนิยมเพื่อสร้างความแตกต่าง (Distinction) คือ การบริโภคนิยมเพื่อให้เราต่างจากกลุ่มอื่นในสังคม เช่น การขับรถยนต์สปอร์ต แตกต่างจากคนที่ขับรถยนต์ทั่วไป เป็นต้น

จากการบริโภคนิยมเพื่อสร้างอัตลักษณ์ขึ้นมา ทั้งในด้านที่ต้องการเหมือนหรือแตกต่างจากคนอื่น โบ德里ยาร์ด จึงได้ชี้ให้เห็นถึง คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Sign Value) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคมากกว่าการเลือกจากการใช้สอยเพียงอย่างเดียว ทำให้การอธิบายเรื่องมูลค่าสินค้าของมาร์กซ์ไม่เพียงพออีกต่อไป โบ德里ยาร์ด (1999) จึงได้เสนอตรรกวิทยาแห่งการบริโภค (Logic of Consumption) หรือ ระดับความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุ มี 4 ระดับ ดังนี้

1. ตรรกะของมูลค่าใช้สอย (Logic of Use Value) หรือ ตรรกะเชิงอรรถประโยชน์ (Logic of Utility/Practical Operation) หมายถึง ความสัมพันธ์ที่มนุษย์บริโภคเพื่อใช้สอย หรือการมองวัตถุในฐานะเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ (Instrument) เป็นหลัก เช่น การกินข้าวเพื่อให้อิ่มท้อง การใช้โทรศัพท์เพื่อติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

2. ตรรกะของมูลค่าการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) หรือ ตรรกะเชิงความเท่ากัน (Logic of Equivalence) หมายถึง มนุษย์เชื่อความสัมพันธ์ระหว่างกันโดยมีสิ่งของเป็นตัวกลาง หรือการมองวัตถุในฐานะเป็นสินค้า เช่น มนุษย์นำเงินมาซื้อสินค้า โดยเงินและสินค้าเป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างมนุษย์ด้วยกัน

3. ตรรกะของมูลค่าแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (Logic of Symbolic Exchange Value) หรือ ตรรกะเชิงคุณค่านามธรรม (Logic of Ambivalence) หมายความว่า วัตถุได้กลายมาเป็นสัญลักษณ์ (Symbol) ที่มีความหมายบางอย่าง และเราใช้สัญลักษณ์ดังกล่าวสื่อสารแลกเปลี่ยนความหมายกับผู้อื่น เช่น การให้ของขวัญหรือของที่ระลึก

4. ตรรกะของมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ (Logic of Sign Value) หรือ ตรรกะของความแตกต่าง (Logic of Different) เกิดขึ้นเมื่อสถานะของวัตถุถูกเปลี่ยนเป็นสัญลักษณ์ (Sign) และมนุษย์ใช้สัญลักษณ์นั้นเปรียบเทียบกับสัญลักษณ์อื่นๆ เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างมนุษย์ด้วยกัน เช่น การสวมนาฬิกาเพื่อดูเวลา แต่นาฬิการาคาแพงย่อมเป็นสัญลักษณ์ที่จำแนกความแตกต่าง (กาญจนนา แก้วเทพ & สมสุข หินวิมาน, 2551)

วัตถุนั้นสามารถสร้างให้กลายเป็นสัญญาได้หลายวิธี เช่น การสร้างหีบห่อบรรจุสินค้า การกำหนดราคา การทำโฆษณา การสร้างตราสินค้า (branding) เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ & สมสุข หินวิมาน, 2551) ตัวอย่างเช่น ในกรณีพระเครื่อง สามารถถูกสร้างให้กลายเป็นสัญญาได้ โดยการใช้มวลสารพิเศษ การปลุกเสกโดยเกจิอาจารย์ชื่อดัง การบอกเล่าประสบการณ์จากผู้ที่ได้รับอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ เป็นต้น โดยผลของการสร้างสัญญานั้น จะส่งผลให้สินค้าที่ถูกสร้างสัญญานั้นมีมูลค่าเพิ่มขึ้น และผู้ใช้สินค้านั้นจะได้รับสัญญาที่พ่วงติดไปกับสินค้า ซึ่งสัญญานั้นจะเข้ามากำหนดแบบแผนการบริโภค ทำให้เกิดการบริโภคที่ไม่มีความสิ้นสุด เพราะ ผู้บริโภคไม่ได้ต้องการบริโภคจริง แต่บริโภคเพื่อสร้างความแตกต่างจากคนอื่นเท่านั้น

งานวิจัยที่เกี่ยวกับแนวคิดเรื่องการบริโภคเชิงสัญญา เช่น การศึกษาเกี่ยวกับสวนในบ้าน ของ อมต จันทรังษี (2552) ที่ทำให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างสวนกับเจ้าของสวนแบบตรรกะมูลค่าเชิงสัญญา โดยสวนนั้นเป็นสินค้าวัฒนธรรม เพราะถึงแม้ว่าสวนจะมีประโยชน์ใช้สอย แต่เจ้าของสวนก็บริโภคสวนในบ้านของตนเพื่อเสพสัญญาหรือความหมายด้วย โดยที่สวนผ่านกระบวนการเข้ารหัสกลายเป็นสัญญาที่ผู้เป็นเจ้าของสวนเสพจากสวนในบ้านของตนเอง แบ่งเป็น 8 กลุ่ม คือ

- 1) ความสุข ความสงบ ความผ่อนคลาย ความปลอดภัย ซึ่งเป็นความรู้สึกที่ทำให้สวนมีความใกล้เคียงกับสปา รีสอร์ท หรือวัด
- 2) ความเป็นธรรมชาติ เพราะสวนมักเป็นคำตอบของความต้องการตั้งธรรมชาติมาไว้ใกล้ตัว
- 3) ความเป็นศิลปะ ที่เจ้าของสวนใช้เสพ
- 4) ความคลาสสิก ความขลัง ความน่ารัก ซึ่งเป็นความหมายเชิงบวกที่เจ้าของให้กับองค์ประกอบสวนของตนเอง
- 5) ความฝันที่กลายเป็นจริง เมื่อลักษณะของสวนที่เจ้าของสวนรู้สึกประทับใจเข้ามาอยู่ในพื้นที่บ้านของตนเอง
- 6) ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ซึ่งเป็นความหมายที่ผูกติดกับการมองว่าสวนคืองานอดิเรก
- 7) มาตรฐานที่ดีของบ้าน ซึ่งเป็นสิ่งที่บ้านควรมีเพื่อทำให้บ้านดูดียิ่งขึ้น
- 8) ความสำเร็จในชีวิต ซึ่งเป็นความรู้สึกถึงความมีชีวิตที่ดีกว่าเดิมเมื่อเป็นเจ้าของสวนสวยงาม

นอกจากนี้ สวนได้ทำหน้าที่สร้างตัวตนหรืออัตลักษณ์ที่แตกต่างให้กับเจ้าของสวน เพราะสวนคือพื้นที่ที่เกิดขึ้นจากการนำองค์ประกอบของสวนหลายๆชิ้นมาประกอบเข้าด้วยกัน บนพื้นที่แห่งการสะสมของเจ้าของสวน เมื่อพื้นที่ส่วนตัวนั้นประกอบด้วยสัญลักษณ์ขององค์ประกอบสวนหลายๆอย่าง ที่เจ้าของสวนบริโภค สวนจึงมีความสามารถในการสร้างอัตลักษณ์หรือตัวตนให้กับเจ้าของสวนได้ การบริโภคสวนได้สร้างตัวตนให้กับเจ้าของสวน 2 ด้าน คือ ด้านหนึ่ง การเป็นเจ้าของสวนเป็นการบอกว่าเจ้าของสวนอยู่ในชนชั้นเดียวกันกับคนที่มีส่วนอื่นๆ เช่น เหมือนกับครอบครัว เพื่อน และกลุ่มทางสังคมในจินตนาการ รวมทั้งบอกถึงสถานะทางชนชั้นว่าอย่างน้อยก็ต้องเป็นชนชั้นกลาง อีกด้านหนึ่ง การจัดสวนตกแต่งในบ้านก็ทำให้เจ้าของสวนแตกต่างจากคนอื่นในสังคมที่ไม่มีสวนสวยงามในบ้าน หรือมีส่วนแต่ไม่สวยงาม รวมถึงแตกต่างจากคนที่มีส่วนสวยงามด้วยกัน เนื่องจากเจ้าของสวนจะจัดสวนของตนให้มีเอกลักษณ์แตกต่างจากสวนคนอื่นๆ

นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาของ วัชรกร รัตนกิจ (2550) ที่ใช้แนวคิดเรื่องการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ในการพิจารณาพระเครื่อง ซึ่งได้จัดคุณค่าการบริโภคจากกลุ่มผู้บริโภค 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มทางธรรม (Sacred) คือ กลุ่มพระสงฆ์ และ 2) กลุ่มทางโลก (Secular) คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับพระเครื่อง และกลุ่มผู้เช่าและสะสมพระเครื่อง พบว่า ทั้ง 2 กลุ่มนี้มีอันดับรูปแบบการบริโภคที่เหมือนกัน คือ

อันดับ 1 การบริโภคเชิงการใช้ประโยชน์ (Use Value) คือ ใช้พระเครื่องเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ

อันดับ 2 การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Exchange Value) คือ พระเครื่องหมายถึงสัญลักษณ์ของพระพุทธเจ้า

อันดับ 3 คือ การบริโภคเชิงแลกเปลี่ยน (Exchange Value) โดยมีการแลกเปลี่ยน 2 ประการ คือ

1) มีการแลกเปลี่ยนโดยใช้พระเครื่องแลกกับพระเครื่อง ซึ่งมีการใช้พระเครื่องแลกกับพระเครื่องทั้ง 3 กลุ่ม

2) มีการใช้เงินแลกเปลี่ยนกับพระเครื่อง ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มมีการใช้เงินเหมือนกัน แต่ต่างกันตรงกลุ่มพระสงฆ์เช่าเพื่อเอาไปแจกโยม กลุ่มผู้เชี่ยวชาญและความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับพระเครื่องเช่าไปเพื่อค้ากำไร มีการเปิดศูนย์พระเครื่อง และกลุ่มผู้สะสมพระเครื่องทั่วไปนั้นจะเอากำไรจากพระเครื่องที่สะสมมาปล่อยและเช่าอีกทีหนึ่ง

แต่อันดับ 4 การบริโภคนิยมเชิงสัญลักษณ์ (Sign Value) ในกลุ่มพระสงฆ์และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับพระเครื่องไม่กล่าวถึงการบริโภคนิยมนี้ ซึ่งจะต่างกับกลุ่มผู้เช่าและผู้สะสมพระเครื่องทั่วไปยังคงมีการบริโภคนิยมเชิงสัญลักษณ์อยู่ แต่ทั้ง 3 กลุ่มเชื่อว่า ผู้ที่สวมพระเครื่องราคาสูงจะต้องเป็นผู้ที่มีบารมี เช่น ห้อยสมเด็จวัดระฆัง นอกจากนี้พระเครื่องที่สวยกว่าเด่นกว่า ก็จะสร้างความภาคภูมิใจให้แก่เจ้าของพระเครื่องนั้น

โดย วัชรกร รัตนกิจ (2550) กล่าวว่า แม้พระเครื่องจะมีการบริโภคนิยมเชิงสัญลักษณ์อยู่ แต่เนื่องจากพระเครื่องเป็นสินค้าที่มีความเชื่อ เป็นสินค้าที่มีโลกศาสนาหล่อเลี้ยงอยู่ ดังนั้นแม้ว่าพระเครื่องจะมีการขายสัญลักษณ์ แต่ไม่ได้แปลว่าคุณค่าอื่น ๆ จะถูกลดลง นั่นคือระบบทุนนิยมไม่สามารถทำลายคุณค่าอื่น ๆ ได้ เนื่องจากทุกกลุ่มตัวอย่างนั้นต่างเน้นหนักเรื่องประโยชน์ใช้สอย โดยถึงแม้ว่าจะมีการเสพสัญลักษณ์ว่าพระเครื่องรุ่นนี้จะมีราคาสูงกว่ารุ่นนั้น แต่สุดท้ายพระเครื่องต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ว่าพระเครื่องนั้นต้องเป็นของจริง ดังนั้นงานวิจัยสรุปได้ว่า โบตริยาร์ดไม่ได้สนใจมิติเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ (Sacredness) ซึ่งเมื่อใช้กรอบแนวคิดเรื่องตรรกวิทยาการบริโภคนิยมของโบตริยาร์ด แม้พระเครื่องจะเป็นสินค้า แต่ก็ยังเป็นสินค้าที่แตกต่างจากสินค้าอุปโภคบริโภคอย่างอื่นตรงที่มีมิติความศักดิ์สิทธิ์ (Sacredness) กำกับอยู่

พระเครื่องเป็นสินค้าหรือวัตถุที่แตกต่างจากวัตถุทั่วไปเนื่องจากมีความศักดิ์สิทธิ์อยู่ ดังนั้น จึงควรทำความเข้าใจว่าสิ่งศักดิ์สิทธิ์และสิ่งธรรมดาแตกต่างกันอย่างไร

2.1.4 แนวคิดสิ่งศักดิ์สิทธิ์และสิ่งธรรมดา (Sacred and Profane)

ของเอมิล เดอร์ไคม์

เดอร์ไคม์ กล่าวว่า ศาสนาถูกสร้างขึ้นโดยมนุษย์ เพื่อใช้ควบคุมคน ศาสนาเป็นสิ่งประดิษฐ์ของสังคม นั่นคือ สิ่งที่มีมนุษย์กราบไหว้ สวดมนต์ ปฏิบัติ สิ่งที่คนบางคนหรือบางกลุ่มคิดเอาไว้แล้วบอกต่อกันจนพากันเลื่อมใส (สุภางค์ จันทวานิช, 2554) ซึ่งศาสนานั้นจะมีลักษณะชักจูงให้มนุษย์หันจากภาระประจำวันไปบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ร่วมกัน ดังนั้น ศาสนาจึงมีลักษณะเป็นปรากฏการณ์ด้านชุมชน มากกว่าปรากฏการณ์ด้านปัจเจกบุคคล กล่าวคือ เป็นระบบความเชื่อและการปฏิบัติที่เป็นหนึ่งเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ นั่นคือ เป็นสิ่งที่แยกไว้ต่างหากเฉพาะและต้องห้าม (สุภางค์ จันทวานิช, 2554)

เดอร์ไคม์ ได้วิเคราะห์ว่า แก่นสารของศาสนา คือ การแบ่งโลกออกเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (Sacred) และสิ่งธรรมดา (Profane) ซึ่งสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประกอบด้วย ความเชื่อ รูปเคารพบูชา และพิธีกรรมที่สอดประสานเข้ากันเป็นระบบ กลายเป็นศาสนาซึ่งมีระบบความเชื่อและวิถีปฏิบัติที่เกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์

(สุภาวศ์ จันทวานิช, 2554) เป็นขอบเขตที่เกี่ยวกับสิ่งเหนือธรรมชาติเหนือธรรมดาทั่วไป เดอร์โคม ได้ อธิบายว่า วัตถุนั้นโดยตัวมันเองไม่ใช่ทั้งสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือสิ่งที่เป็นธรรมดา แต่มันจะกลายเป็นสิ่งใดสิ่ง หนึ่งขึ้นมาได้นั้น ขึ้นอยู่กับว่ามนุษย์ในสังคมจะเลือกพิจารณาคุณค่าในอรรถประโยชน์ของวัตถุหรือ คุณสมบัติที่แท้จริงบางอย่าง (วรนนท์ ลิมปสธิกรกิจ, 2553)

พระเครื่องหลวงปู่ทวดนั้น ก็เป็นวัตถุที่อยู่ในกรอบของความศักดิ์สิทธิ์ เนื่องจากผู้ที่ศรัทธาใน พระเครื่องหลวงปู่ทวด จะกราบไหว้หรือบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวดในฐานะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ที่เชื่อใน อำนาจหรือปาฏิหาริย์อันเป็นสิ่งเหนือธรรมชาติที่จะได้รับการบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวด

การวิจัยที่เกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เช่น การศึกษาของ วรนนท์ ลิมปสธิกรกิจ (2553) ที่ศึกษาถึง ความเชื่อของเบี้ยแก้ที่ถูกทำให้เป็นสินค้า โดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ผลิตเบี้ยแก้ กลุ่มผู้ขาย และกลุ่มผู้ศรัทธา พบว่า การผลิตเบี้ยแก้ นั้น มีการแบ่งพื้นที่ของความศักดิ์สิทธิ์ (Sacred) ออกจากความเป็นธรรมดาสามัญ (Profane) นั่นคือ ในขั้นตอนการเสกปรอทเข้าหอยเบี้ย จารอักขระ เป็นหน้าที่ของหลวงปู่เจือที่สืบทอดวิชามาจากหลวงปู่เพิ่มซึ่งเป็นผู้ทำเบี้ยแก้รุ่นก่อนและเป็นลูกศิษย์ ของหลวงปู่บุญอีกด้วย นอกจากนี้วัตถุดิบที่นำมาสร้างเป็นเบี้ยแก้ ได้แก่ หอยเบี้ย ปรอท และชันโรง นั้น ก็ไม่ใช่วัตถุที่เป็นสิ่งธรรมดา (Profane) แต่เป็นวัตถุดิบที่มีความศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อในคติ พราหมณ์ฮินดูและไสยศาสตร์ ซึ่งวัตถุดิบบางแก้วในฐานะที่เป็นตัวแทนของพุทธศาสนา ก็ได้้นำความ เชื่อที่มีในท้องถิ่นมาผสมผสานแล้วสร้างความเชื่ออันเป็นเอกลักษณ์ของเบี้ยแก้วัตถุดิบบางแก้วขึ้น พร้อมกับมีบทคาถาบูชาและวิธีใช้สำหรับเบี้ยแก้วัตถุดิบบางแก้วโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นการแบ่งแยกให้ รู้สึกว่ามีความศักดิ์สิทธิ์ดังในอิทธิคุณต่างๆ

ความเชื่อในเบี้ยแก้วัตถุดิบบางแก้วนั้นเป็นการผสมผสานระหว่างพุทธศาสนา พราหมณ์ และไสยศาสตร์ ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละยุคสมัย โดยความเชื่อจะมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ทั้ง เรื่องเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยในยุคแรกเป็นยุคสังคมก่อนสนธิสัญญาเบาว์ริง ซึ่งตรงกับ สมัยของหลวงปู่บุญ สภาพสังคมยังเป็นป่ารกทึบ ดังนั้น จึงเชื่อว่าเบี้ยแก้มีอิทธิคุณในการป้องกันผี วิญญาณร้าย ป้องกันสัตว์ร้ายหรือมีพิษ ป้องกันคุณไสยมนต์ดำ ป้องกันศาสตราอาวุธต่างๆ ซึ่งต่อมา ในยุคสังคมก่อนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตรงกับสมัยของหลวงปู่เพิ่ม ผู้คนปรับเปลี่ยน รูปแบบการผลิตมาเป็นการค้าขายมากขึ้น ป่ากร้างเปลี่ยนไปเป็นพื้นที่การเกษตร ความเชื่อเรื่องผี วิญญาณร้าย คุณไสยมนต์ดำลดลงไป แต่เนื่องจากในช่วงนั้นเกิดการจับปล้นบ่อยครั้ง ดังนั้น ความเชื่อ ในอิทธิคุณของเบี้ยแก้ในยุคนี้ คือ การป้องกันศาสตราอาวุธ สร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ต่อมาในยุคสังคมภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งตรงกับสมัยหลวงปู่เจือ สังคมก้าว เข้าสู่สังคมทุนและบริโภคนิยม ทำให้ความเชื่อในอิทธิคุณของเบี้ยแก้ได้กลายมาเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ช่วย

ให้ผู้ศรัทธาเจริญก้าวหน้าทางด้านชีวิต การงาน ทรัพย์สินเงินทอง ทำให้หายจากการเจ็บป่วย รอดพ้นจากอุบัติเหตุ และหลักปฏิบัติในการบูชาเบ็ญแจก็ถูกลดความสำคัญลง มีการนำเบ็ญแจในฐานะทุนวัฒนธรรมมาสร้างเป็นทุนทางเศรษฐกิจโดยการทำให้ความเชื่อเรื่องเบ็ญแจมาสร้างเป็นสินค้า ด้วยวิธีการผลิตออกมาเป็นจำนวนมากโดยใช้เครื่องจักร และเบ็ญแจยังถูกสร้างให้มีรูปแบบหลากหลาย ทั้งการถักชุบรักตามต้นตำหรับ การเลี่ยมด้วยเงินหรือทอง เพื่อให้ผู้ศรัทธาสามารถเลือกรูปแบบได้ตามความต้องการ และเมื่อเกิดวิกฤติเศรษฐกิจตอน พ.ศ. 2540 ความนิยมในเบ็ญแจได้เพิ่มขึ้นอย่างมาก เนื่องจากคนรู้สึกไม่มั่นคงในชีวิตจึงต้องการเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ เบ็ญแจจึงถูกผลิตออกมาด้วยเครื่องจักรออกมาเป็นจำนวนมาก

ถึงแม้เบ็ญแจวัดกลางบางแก้วจะถูกทำให้เป็นสินค้า แต่เบ็ญแจยังคงแฝงหรือถูกให้ความหมายว่า ศักดิ์สิทธิ์ (Sacred) เพราะในที่สุดแล้วทั้งผู้ผลิต ผู้ขาย และผู้ศรัทธาต่างก็ปฏิบัติต่อเบ็ญแจเช่นเดียวกับที่พวกเขาปฏิบัติต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประเภทอื่น ดังจะเห็นได้จากผู้ที่ครอบครองหรือผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถวางเบ็ญแจไว้ที่ตำแหน่งสูงหรือต่าก็ได้ ไม่สามารถเก็บเบ็ญแจไว้ในสถานที่ใดก็ได้ นั่นคือ ยังคงคำนึงถึงความเหมาะสมหรือการแสดงความเคารพบูชาต่อเบ็ญแจ ซึ่งยังแสดงถึงพื้นที่พิเศษของเบ็ญแจวัดกลางบางแก้วที่แตกต่างจากสิ่งของทั่วไป

2.2 วรรณกรรมปริทัศน์

งานวิจัยที่ศึกษาถึงกำเนิดและวิวัฒนาการของพระเครื่องมีผู้ศึกษาอยู่หลายคน เช่น นิติ กสิโกศล (2547) กล่าวว่า การสร้างพระเครื่องในสมัยก่อนและปัจจุบันมีความแตกต่างกัน โดยการสร้างพระเครื่องในสมัยก่อนเป็นพระบรรจุกรุแทบทั้งสิ้น เพราะ คนไทยสมัยก่อนไม่นิยมเก็บพระเครื่องไว้ในบ้าน สอดคล้องกับ ฉลอง สุนทรวาณิชย์ (2551) ในแง่ของการสร้างพระเครื่องในสมัยก่อนที่สร้างเพื่อบรรจุกรุ โดย ฉลอง สุนทรวาณิชย์ (2551) กล่าวว่า แต่เดิมการสร้างพระพุทธรูปและพระพิมพ์ไม่ได้ถูกนับเป็นเครื่องราง โดยการสร้างพระพิมพ์และพระพุทธรูปโลหะลอยองค์ขนาดเล็กเป็นไปเพื่อสักการบูชา เป็นเรื่องเตือนสติให้นึกถึงพระธรรม โดยเมื่อสร้างเสร็จจะประดิษฐานอยู่ที่วัด แม้คนโบราณจะเชื่อมั่นศรัทธาในพลาณภาพ แต่ก็ไม่มีใครเอากลับมาบ้านหรือพกติดตัว เพราะถือว่าบ้านที่อยู่อาศัยและร่างกายมนุษย์นั้นปราศจากความบริสุทธิ์ ไม่เหมาะสมกับวัตถุที่มีทั้งความศักดิ์สิทธิ์และเป็นตัวแทนของพระบรมศาสดา ซึ่งแตกต่างกับ นิติ กสิโกศล (2547) โดยกล่าวว่า การสร้างพระเครื่องในสมัยก่อนอาจมีวัตถุประสงค์ เพื่อใช้ในการบำรุงขวัญทหารในเวลาทำศึกสงคราม แต่เมื่อเสร็จศึกสงครามแล้วก็เอากลับไปคืนที่วัด ต่อมาเมื่อบ้านเมืองว่างจากศึกสงคราม ความจำเป็นในการใช้พระเครื่องก็หมดไป ทางวัดจึงรวบรวมบรรจุลงกรุเพื่อรักษาไว้เป็นสมบัติของพุทธศาสนาต่อไป

นอกจากนี้ นิติ กสิโกศล (2547) ยังกล่าวว่า พระเครื่องสมัยโบราณนั้นเป็นพระที่สร้างขึ้นเพื่อแจกโดยไม่คิดมูลค่า เป็นของที่ให้เปล่าด้วยเจตนาอันดี พระเครื่องจึงไม่มีราคา แต่ต่อมามีการวิวัฒนาการสร้างพระเครื่องเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ป้องกันภัยอันตรายได้ เมื่อพระเครื่องที่ศักดิ์สิทธิ์มีคนต้องการมากขึ้น จึงมีการสร้างเพื่อหาเงินบำรุงศาสนสถานและถาวรวัตถุในวัด โดยแจกให้ประชาชนเมื่อบริจาคเงินให้วัด วัดจึงเป็นแหล่งผลิตพระเครื่องเพื่อแจกเท่านั้น โดย ฉลอง สุนทรวาณิชย์ (2551) ได้กล่าวเสริมถึงสาเหตุที่พระพุทธรูปขนาดเล็กถูกยกกระดุมมาเป็นเครื่องราง ที่เรียกว่าพระเครื่องในสมัยรัตนโกสินทร์นั้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในทางโลกทัศน์คติความเชื่อทางศาสนา เศรษฐกิจ และสังคมในขณะนั้น รวมทั้งความอ่อนแอของอำนาจรัฐในการให้ความคุ้มครองสวัสดิภาพและค้าประกันโอกาสทางเศรษฐกิจ และอุดมคติทางโลกของราษฎรส่วนหนึ่ง เริ่มมีลักษณะปัจเจกนิยมมากขึ้น ทำให้อุดมคติของพุทธศาสนาถูกปรับเปลี่ยนจากการมุ่งสู่พระนิพพานหรือการหลุดพ้นไปสู่การตอบสนองความต้องการทางวัตถุและความสำเร็จทางโลก ซึ่งเป็นไปได้มากกว่าพระเครื่องเพียงมาถือกำเนิดอย่างแท้จริงในสมัยรัชการที่ 4 หรือก่อนหน้านั้นไม่นาน เพื่อเป็นวัตถุของคลังที่มีฤทธิ์อำนาจในการคุ้มครองและเสริมบารมีให้ผู้บูชาประสบความสำเร็จทางโลก สอดคล้องกับ เกริกเกียรติ ไพบูลย์ศิลป์ (2547) ที่กล่าวว่า คติความเชื่อเรื่องพระเครื่องในสังคมไทยเกิดขึ้นในช่วงที่เปิดประเทศรับชาติตะวันตกในสมัยรัชกาลที่ 4 การหลั่งไหลเข้ามาของกระแสตะวันตก แนวคิดแบบทุนนิยมได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และความเชื่อในเรื่องราวของศาสนา ทำให้โลกทัศน์และความคิดของคนไทยตั้งแต่ชนชั้นปกครองลงมาถึงราษฎรมีมุมมองใหม่ต่อพระพุทธเจ้า พระพุทธรูป และพระพิมพ์ต่างๆ โดยแต่เดิมพระพุทธเจ้าที่เคยมองว่าเป็นเทพก็เปลี่ยนเป็นมนุษย์ธรรมดาที่ดีกว่าผู้อื่นตรงที่ตรัสรู้ธรรมอันประเสริฐ พระพิมพ์จากที่เคยเป็นรูปเคารพสัญลักษณ์แห่งการทำบุญเพื่อหวังผลในชาติหน้า สืบพระศาสนา กลายมาเป็นการบูชาเพื่อความมั่งคั่ง ร่ำรวย จากที่เคยเป็นรูปเคารพสื่อถึงเทพผู้ศักดิ์สิทธิ์ เป็นของสูง ต้องสถิตในที่อันสมควรอย่างวัด เจดีย์ ก็กลับกลายมาเป็นรูปที่สื่อถึงมนุษย์ผู้หนึ่งที่ตรัสรู้ธรรม จึงเอาเข้าบ้านได้ ห้อยไว้ที่คอได้ มีหน้าที่เป็นเครื่องราง ซึ่งไม่เคยเป็นมาก่อน และได้รับความนิยมมากกว่าเครื่องรางอื่นๆที่มีอยู่เดิม

ในส่วนของการพัฒนาการของพระเครื่องในยุคแรกนั้น ฉลอง สุนทรวาณิชย์ (2551) กล่าวว่า เกิดจากการได้รับแรงกระตุ้นที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆจากโลกตะวันตกในรัชกาลที่ 4 ได้แก่

- การทำเหรียญกษาปณ์ ซึ่งทำให้เกิด “เหรียญพระเครื่อง” ที่มีความคงทนถาวรกว่าพระพิมพ์หรือพระดินเผาที่สร้างตามแบบโบราณ และสามารถออกแบบรูปทรงได้หลากหลายกว่า มีความคมชัดของ

พระพุทธรูปและเติมแต่งลวดลายได้มากขึ้น สามารถใช้พื้นที่หลังของเหรียญเพิ่มสัญลักษณ์ในอำนาจพุทธคุณ ไม่ว่าจะพระพุทธรูป คาถา ยันต์

- เทคโนโลยีการถ่ายภาพ ซึ่งมีการถ่ายรูปพระภิกษุที่เป็นเกจิอาจารย์เพื่อเป็นต้นแบบในการทำเหรียญ เกิดเป็น “เหรียญพระเกจิ” ทำให้มีรูปเสมือนจริงของพระภิกษุขึ้นเป็นครั้งแรกในตอนปลายรัชกาลที่ 5 นับเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญยิ่งของพระเครื่องไทย จากเดิมที่เคยเป็นพื้นที่ผูกขาดเฉพาะของพระพุทธรูปอันเป็นภาพตัวแทนของพระบรมศาสดาเพียงพระองค์เดียว มาเป็นบรรดาเกจิอาจารย์ อันเป็นสาวกของพระบรมศาสดาเอง

2. ความรู้สึกนึกคิดและรสนิยมแบบ “สมัยใหม่” ในหมู่ชนชั้นสูงและชนชั้นกลางในเมือง ได้แก่ พ่อค้า คหบดี และข้าราชการ ก่อให้เกิดความตระหนักสำนึกแบบประวัติศาสตร์และความกระหายใคร่รู้เกี่ยวกับอดีตที่ผ่านมา รวมถึงความตื่นตัวในการศึกษาโบราณสถาปัตยกรรมทางศาสนา (เจดีย์ โบสถ์ วิหาร) พระพุทธรูป พระพิมพ์ เครื่องถ้วย เป็นต้น และการสะสมโบราณวัตถุประเภทต่างๆอย่างเป็นระบบ มีหลักเกณฑ์มาตรฐานทางวิชาการที่สามารถยึดอ้างอิงและเพิ่มมูลค่าได้ ซึ่งการตื่นตัวในรสนิยมแบบสมัยใหม่นี้ นำไปสู่การขุดค้นโบราณสถานและการค้นพบพระพิมพ์โบราณตามที่แตกต่างกันมากมาย ซึ่งต่อมาได้กลายเป็นพระเครื่องที่เชื่อกันว่ามีอำนาจศักดิ์สิทธิ์ สามารถให้ความคุ้มครองแก่ปัจเจกบุคคลได้

3. ความรุนแรงทางการเมืองทั้งที่เป็นภัยคุกคามจากภายนอก เช่น กรณีวิกฤตการณ์ปากน้ำ ร.ศ.112 และเกิดจากความมั่นคงภายใน เช่น กบฏเงี้ยวเมืองแพร่ ทำให้เกิดความหวุ่นวิตกไม่มั่นใจในสวัสดิภาพที่เกิดจากภัยอันตรายที่เหนือการควบคุมของปัจเจก กระตุ้นให้มีการแสวงหาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนาไว้คุ้มครองป้องกันภัย ซึ่งนอกจากการปัญหาความมั่นคงจะเป็นแรงหนุนให้เกิดความต้องการเครื่องรางป้องกันตัวแล้ว เทคโนโลยีการทำพระเครื่องแบบใหม่ๆ และการค้นพบพระพิมพ์โบราณจากกรุตามโบราณสถานทางศาสนา ยังเป็นการเพิ่มความหลากหลายของพระเครื่อง ซึ่งตอบสนองกระแสความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ฉลอง สุนทราวาณิช (2551) ยังได้กล่าวถึง สาเหตุที่ทำให้พระเครื่องกลายเป็นสุดยอดเครื่องรางตั้งแต่ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่ได้รับความนิยมมากกว่าเครื่องรางอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น วาน สายสิญจน์ ตะกรุด มีดหมอ ปลัดขิก เบี้ยแก้ ลูกอม น้ำมันต์ ผ้ายันต์ เขี้ยวเสือ เขี้ยวหมู ป่า งาข้างแคะเป็นรูปเสือหรือหนุมาน เนื่องจากสาเหตุ 3 ประการ คือ

1. การมาถึงของกิ่งพุทธกาลใน พ.ศ. 2500 ซึ่งเป็นวาระโอกาสของชาวพุทธในการเฉลิมฉลอง 25 ศตวรรษที่พระพุทธศาสนาได้สถาปนาขึ้นมาในโลก แรงกระตุ้นของกิ่งพุทธกาล นำไปสู่กิจกรรม

ทางศาสนา การทำบุญให้ทาน และการสร้างพระเครื่อง อย่างเข้มข้นมากกว่าสมัยใดๆก่อนหน้านี้ เพื่อสืบต่อศาสนาและเพื่ออานิสงส์ผลบุญที่จะทำให้ปัจเจกไปเกิดใหม่ในโลกพระศรีอารีย์ พระเครื่องจำนวนมากจากหลายวัดจึงได้ถูกสร้างขึ้นช่วงก่อนและหลังกึ่งพุทธกาล เพื่อสนองความต้องการทำบุญแก่ศาสนา

2. ความนิยมพระเครื่องในระหว่างสงครามนำไปสู่การเกิดตลาดพระเครื่องขึ้นในช่วงภายหลังสงคราม กล่าวกันว่า ตลาดพระเครื่องแห่งแรก คือ แผงขายพระแบบกะดินไต้ต้นมะขามริมท้องสนามหลวง ตลาดพระเครื่องช่วยหนุนสถานะของพระเครื่องเหนือเครื่องรางอื่นๆมากขึ้น ในด้านหนึ่งตลาดพระเครื่องเป็นที่ให้การศึกษาเรื่องพระเครื่องแก่ผู้เริ่มเข้าวงการ ไม่ว่าจะเป็นการดูแท้-ดูปลอมหรือพระเครื่องกรุไหนสร้างโดยเกจิรูปใด มีคุณวิเศษอย่างไร เหมาะสมกับการใช้สอยอย่างไร ซึ่งพระเครื่องเมื่อมีหลักวิชา มีความน่าเชื่อถือ ก็สามารถจัดระเบียบควบคุม ไม่ถูกหลอกหรือนำไปใช้อย่างไม่มีหลักเกณฑ์ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่แตกต่างจากเครื่องรางอื่นๆ นอกจากนี้ตลาดยังทำให้พระเครื่องเป็นสินค้าที่มีสภาพคล่อง ทำให้พระเครื่องได้รับความนิยมเป็นสุดยอดเครื่องรางภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2

3. ความตื่นตัวของการศึกษาพระเครื่องอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มมีการศึกษาพระเครื่องในฐานะที่เป็นเครื่องรางขึ้นมาอย่างแท้จริง ซึ่งงานเขียนเกี่ยวกับพระเครื่องในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ไม่ได้มุ่งเน้นเล่าเรื่องราวอภินิหารของพระเครื่องอย่างที่อู้อ้อหรือหวือหวา แต่เป็นงานเขียนที่จริงจังเต็มไปด้วยการอ้างอิงวิเคราะห์ด้วยหลักวิชาการต่างๆ และมุ่งยกระดับการศึกษาพระเครื่องเป็นการศึกษาแบบวิทยาศาสตร์ ซึ่งมีการศึกษาหลักฐานต่างๆ ทั้งที่เป็นหลักฐานทางโบราณคดี ศิลปะ เอกสาประวัติศาสตร์ เทคโนโลยี และมุขปาฐะอย่างกว้างขวาง เพื่อบรรยายถึงประวัติของการสร้างพระเครื่อง กรรมวิธีการสร้าง มวลสารที่ใช้ ประวัติการค้นพบ รวมถึงประวัติของวัดที่เกี่ยวข้องหรือชีวประวัติ ปฏิปทา และคุณวิเศษของพระเกจิอาจารย์ผู้สร้าง ทำให้พระเครื่องมีประวัติศาสตร์และความจริงของการดำรงอยู่ มากกว่าเป็นเพียงวัตถุนาฏิกาลที่จับต้องไม่ได้ การขยายตัวของตลาดพระเครื่องและคุณค่าของพระเครื่องก็เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วตั้งแต่ช่วงนี้ ซึ่งน่าจะช่วยยืนยันบทบาทความสำเร็จของอำนาจและเสน่ห์การอธิบายพระเครื่องอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ได้

นิติ กสิโกศล (2547) ได้กล่าวเสริมว่า จากปรากฏการณ์ความนิยมพระเครื่องที่มากขึ้นนี้ ทำให้อุดมคติในการสร้างพระเครื่องเปลี่ยนแปลงไป พระเครื่องกลายเป็นสินค้าที่ซื้อขายกัน โดยมีราคาตั้งแต่ตอนลงมือสร้าง มีการโฆษณาในรูปแบบต่างๆ มีการสั่งจองเหมือนสินค้าทั่วไป จึงมีคำที่เกิดขึ้นว่า “พุทธพาณิชย์” สินค้านี้มีตลาดรองรับที่เรียกว่า “ตลาดพระ” เกิดบุคคลอาชีพใหม่ คือ เซียน ซึ่งมี

ความรู้ความชำนาญในการดูพระแท้ พระปลอม พระเครื่องในปัจจุบันกลายเป็นสมบัติล้ำค่าราคาสูง โดยมีความนิยมในการเล่นหาแตกต่างกันไป

สาเหตุของความนิยมพระเครื่อง มีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม จากผลการศึกษาของหลายๆคน พบว่า สาเหตุในความนิยมพระเครื่อง มีลักษณะใกล้เคียงกัน เช่น นิติ กสิโกศล (2547) ได้กล่าวถึงสาเหตุของความนิยมพระเครื่องในแต่ละกลุ่มว่า บางกลุ่มนิยมพระเครื่อง เพราะ เลื่อมใสและเชื่อมั่นในอิทธิปาฏิหาริย์ที่มีอยู่ในองค์พระ บางกลุ่มนิยมพระเครื่องเพื่อพูนฐานะหรือเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจ เพื่อให้มีสติเตือนตนอยู่เสมอ บางกลุ่มสนใจในแง่ประวัติศาสตร์ เพื่อศึกษาศิลปะช่างในสกุลต่างๆ ส่วน พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์ and ถาวร เกียรติทับทิว (2545) กล่าวว่า สาเหตุของการนิยมพระเครื่อง คือ 1) เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ 2) เพื่อเป็นเครื่องคุ้มครองป้องกันภัยอันตรายต่างๆ 3) เป็นเครื่องบังคาลให้เกิดโชคลาภ 4) เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสืบทอดศาสนา 5) เพื่อศึกษาในเชิงพุทธศิลป์หรือศิลปวัฒนธรรม 6) สะสมไว้เพื่อจำหน่ายหรือแลกเปลี่ยน 7) เป็นการแสดงฐานะทางสังคม ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีการศึกษาถึงพฤติกรรมการเช่าบูชาพระเครื่องและวัตถุมงคลของเกษัชกร โดย ศิริพร เจนวิทยาอมรเวช and พิทักษ์ ศิริวงศ์ (2555) พบว่า คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ด้านพุทธศิลป์และพุทธคุณ การกำหนดราคาพระเครื่องและวัตถุมงคลของผู้ประกอบการพระเครื่องให้เหมาะสมกับความสมบูรณ์ของพระเครื่องและวัตถุมงคล รวมถึงการตั้งราคาไม่แพงเพื่อให้เกษัชกรตัดสินใจเช่าบูชาได้ง่าย มีผลต่อพฤติกรรมการเช่าบูชาเป็นอย่างมาก

ลักษณะเฉพาะของแต่ละกลุ่มที่มีความนิยมพระเครื่องแตกต่างกันนั้น อรรถพันธ์ุ สวงนเสริมศรี (2540) พบว่า 1) กลุ่มที่นิยมพระเครื่องโดยเชื่อในปาฏิหาริย์และความอัศจรรย์ของพระเครื่องนั้น จะมีลักษณะที่มีความเชื่อและมีการปฏิบัติทางพุทธศาสนาอยู่ในระดับต่ำมากที่สุด และมีการควบคุมอารมณ์และความเชื่อมั่นในตนเองระดับต่ำ 2) กลุ่มที่นิยมพระเครื่องเพราะชื่นชมในความเก่าแก่ จะมีลักษณะที่มีความเชื่อและมีการปฏิบัติทางพุทธศาสนาอยู่ในระดับปานกลาง และมีการควบคุมอารมณ์และความเชื่อมั่นในตนเองระดับกลางด้วย 3) กลุ่มที่นิยมพระเครื่องเพื่อเป็นที่ระลึกถึงองค์สัมมาสัมมาพุทธเจ้า จะมีลักษณะที่มีความเชื่อและมีการปฏิบัติทางพุทธศาสนาอยู่ในระดับสูง มีการควบคุมอารมณ์และความเชื่อมั่นในตนเองระดับสูง และมีโอกาสเข้าร่วมปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา 4) กลุ่มที่นิยมพระเครื่องในเรื่องของราคา จะมีลักษณะที่มีความเชื่อและมีการปฏิบัติทางพุทธศาสนาอยู่ในระดับต่ำ มีการควบคุมอารมณ์และความเชื่อมั่นในตนเองระดับต่ำ และมีโอกาสเข้าร่วมปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา น้อย โดยทุกกลุ่มนั้นมีลักษณะการครอบครองพระเครื่อง ที่นิยมให้หรือรับกันมากที่สุด มีแต่เพียงกลุ่มที่นิยมพระเครื่องในเรื่องของราคา ที่สนใจถึงแหล่งที่มีการเปิดให้เช่าหาพระเครื่อง ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเช่าหาพระเครื่องมากกว่ากลุ่มอื่นๆอีกด้วย โดยพระที่

เป็นที่นิยมของทุกกลุ่ม คือ พระพิมพ์ผง ในส่วนของลักษณะทางพุทธคุณที่เชื่อว่าจะได้รับจากพระเครื่องนั้น กลุ่มที่เชื่อว่าพระเครื่องจะมีราคามากขึ้น จะนิยมพุทธคุณด้านเมตตามหานิยมมากกว่า ส่วนกลุ่มที่เชื่อในปาฏิหาริย์และความอัศจรรย์ จะนิยมพุทธคุณด้านแคล้วคลาดปลอดภัยมากกว่า นอกจากนี้ ศิริพร เจนวิทยามรเวช and พัทธ์ศ ศิริวงศ์ (2555) พบว่า สิ่งจูงใจ ในการสะสมและแขวนพระเครื่องหรือวัตถุมงคลของเกสัชกร คือ การสะสมเป็นงานอดิเรก เมื่อแขวนพระเครื่องหรือวัตถุมงคลแล้ว เกิดความภาคภูมิใจในพระเครื่องหรือวัตถุมงคลที่ตนแขวนอยู่

นอกจากนี้ มีการศึกษาถึงสาเหตุของความนิยมพระเครื่องเฉพาะเกจิอาจารย์ เช่น วีระพงษ์ อินทรพานิช (2548) ได้ศึกษาถึงสาเหตุของการนิยมสะสมหลวงปู่ทวด พบว่า 1) เป็นเครื่องคุ้มครองป้องกันตัวและภัยอันตรายที่จะเกิดขึ้น 2) เชื่อในปาฏิหาริย์และความศักดิ์สิทธิ์ของพระเครื่องรุ่นๆ นั้น 3) เป็นที่พึ่งทางด้านจิตใจ ช่วยส่งเสริมสร้างขวัญกำลังใจในยามที่ประสบปัญหา 4) เก็บไว้เป็นมรดกตกทอดไว้ให้แก่ลูกหลาน ตามลำดับ

และมีการศึกษาถึงสาเหตุที่ทำให้พระเครื่องแต่ละเกจิอาจารย์ได้รับความนิยม เช่น กรณี หลวงพ่อคุณ นุชรี จุลเจือ (2553) พบว่า สาเหตุของความต้องการบูชาพระเครื่องหลวงพ่อคุณ เกิดขึ้นจาก 2 ฝั่ง คือ ฝั่งผู้ผลิต และฝั่งผู้บริโภค โดย

1) ฝั่งผู้ผลิต สาเหตุของความต้องการบูชา เกิดจากการใช้วัตถุดิบมีความขลัง พิธีกรรมมีความศักดิ์สิทธิ์ มีหลวงพ่อคุณเป็นผู้ปลุกเสกเพื่อเพิ่มความขลังให้แก่วัตถุมงคลหรือพระเครื่อง และเอกลักษณ์ของหลวงพ่อคุณ เช่น การพูด “กูและมึง” ภาพลักษณ์ของหลวงพ่อคุณที่เพิกเฉยต่อชนชั้นทางการเมืองและสังคม และมีการใช้โฆษณาใน 2 ลักษณะ คือ 1) ปาฏิหาริย์ที่เกิดขึ้นจากการบูชาพระเครื่อง เช่น มีผู้บูชาไปแล้วร่ำรวย ประสบความสำเร็จ รอดพ้นภัยอันตราย 2) เงินที่ได้จากการบูชาทั้งหมดหลังหักค่าใช้จ่ายจะนำไปใช้ในกิจกรรมการกุศลทางศาสนาโดยหลวงพ่อคุณเป็นผู้อุปถัมภ์ ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนแต่เสริมความเชื่อมั่นให้แก่พระเครื่องของหลวงพ่อคุณ

2) ฝั่งผู้บริโภค สาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเช่าพระเครื่องหลวงพ่อคุณเกิดจากความเชื่อของตนเอง ที่เชื่อในอิทธิฤทธิ์ ปาฏิหาริย์ ว่ามีจริงและส่งผลที่ดีหรือร้ายต่อตน ซึ่งเป็นพื้นฐานนิสัยของคนไทยที่นึกถึงประโยชน์ที่สามารถจับต้องได้ง่ายในระยะสั้น แต่จะไม่มองถึงบุญกรรมที่มองไม่เห็นในระยะยาว นอกจากนี้ยังมีนิสัยมักง่ายที่จะได้มาซึ่งความคุ้มครองจากพระเครื่องและความร่ำรวยเพียงการบูชา และสุดท้าย คือ นิสัยความใจบุญของคนไทย

มีการศึกษาปรากฏการณ์จตุคามรามเทพ ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงจากคนไทยในระยะสั้น โดย วนศิธา จินดาวงษ์ (2550) ได้แบ่งการศึกษาจตุคามรามเทพเป็น 2 ส่วน คือ 1) ส่วนการผลิต และ

ส่วนการบริโภค โดยในส่วนการผลิตนั้น มีการผลิตและการสร้างจตุรรมเทพในเชิงอุตสาหกรรม เช่น การปั๊มที่โรงงาน ควบคู่กับการผลิตจตุรรมเทพโดยใช้ความเชื่อและพิธีกรรมทางศาสนา-ไสยศาสตร์ ได้แก่ มวลสารที่ใช้ในการสร้าง มีการปลุกเสกและการทำพิธีกรรม 2) ส่วนของการบริโภคจตุรรมเทพ เทพ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2550) (วนคีตา จินดาวงษ์, 2550) ได้กล่าวว่า ผู้บริโภคจตุรรมเทพที่สำคัญที่สุด คือ กลุ่มชนชั้นกลางที่แสวงหาความร่ำรวย ซึ่งอาจกล่าวได้ว่ากระแสการบริโภคจตุรรมเทพ เกิดมาจากการสร้างแบรนด์ของจตุรรมผ่านสื่อ ซึ่งมีการวางแผนการผลิต มีกระบวนการผลิตและการตลาดอย่างมืออาชีพ ซึ่งสื่อนี้ว่ามีประสิทธิภาพสำคัญที่เป็นตัวสร้างและปั่นราคา โดยอาศัยนักการตลาดมืออาชีพ นักเขียน นักข่าว ช่างภาพ และดาราดูมีชื่อเสียงมาสร้างกระแสการบริโภคให้เกิดขึ้นในวงกว้างอย่างมหาศาล

สำหรับอิทธิพลของสื่อโฆษณากับการเข้าพระเครื่องนั้น เจริญชัย ไชยกุลวงศ์สันต์ (2552) ได้กล่าวว่า สื่อโฆษณาพระเครื่องมีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อสื่อโฆษณานั้น ไม่ได้มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อทางศาสนา และไม่สามารถทำให้เกิดการตัดสินใจเข้าบูชาพระเครื่องขึ้นได้ โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าบูชาพระเครื่อง คือ ทัศนคติที่มีต่อโฆษณาและความเชื่อทางศาสนา ดังนั้น การวางแผนโฆษณาของผู้จัดทำโครงการพระเครื่อง ควรเน้นที่การสร้างทัศนคติที่ดีของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อโฆษณาและความเชื่อทางศาสนา เพื่อจะได้มีผลต่อการตัดสินใจเข้าบูชาพระเครื่องในขั้นต่อไป

จากการที่พระเครื่องได้กลายเป็น “พุทธพาณิชย์” ทำให้เกิดตลาดรองรับพระเครื่อง ที่เรียกว่า “แผงพระ” ซึ่ง รัตนะ บัวสนธ์, บัญชา ศรีสมบัติ, รัมภา กุณพันธนาภา, อุทัย สุวรรณผิว, and บัญชาพิพัฒน์ โสดา (2554) ได้กล่าวถึง กระบวนการเข้าสู่อาชีพตั้งแผงเช่า-บูชาพระเครื่องว่า ผู้ที่จะเข้าสู่อาชีพตั้งแผงเช่า-บูชาพระเครื่องนั้น จะต้องเป็นผู้รู้จักที่ประกอบอาชีพนี้ก่อนแล้ว โดยการเข้ามาประกอบอาชีพนี้จะต้องมีเครือข่ายเฉพาะของตนเองเพื่อเป็นการระบายนพระเครื่องที่ตนมีอยู่ ซึ่งรูปแบบการขายนั้นมีทั้งเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริม ส่วนกลยุทธ์ในการขาย แต่ละรายต่างหาจุดเด่นให้กับแผงเช่า-บูชาพระเครื่องของตนเองด้วยเทคนิคที่แตกต่างกัน มีทั้งแบบเข้าถึงตัวลูกค้า มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ผูกขาดตลาด และหากเป็นผู้ขายที่มีประสบการณ์ระดับเซียนพระจะมีกลยุทธ์ที่สำคัญ คือ รोजังหวะให้มีลูกค้ารายใหญ่มาซื้อ โดยเก็บพระดีมีราคาไว้ที่บ้าน ส่วนพระที่อยู่บนแผงนั้นเป็นพระทั่วไป หากลูกค้าต้องการเช่า-บูชา ต้องติดต่อเป็นการส่วนตัว ด้านกลยุทธ์การซื้อ ผู้ค้าระดับต่างๆไป จะพยายามกดราคาผู้ที่นำพระมาปล่อย (นำมาขาย) ให้ต่ำที่สุด และเมื่อจะซื้อพระจะมีเทคนิคหลอกล่อผู้นำมาขาย ซึ่งอาจมีการขอเป็นของแถม ซื้อมากๆ เพื่อขอลดราคา ยอมแลกพระแล้วได้เงินเป็นของแถม ส่วนผู้ค้าระดับเซียนนั้น จะมีผู้ที่รู้จักนำพระมาปล่อยให้ ซึ่งรวมถึงเจ้าของแผงต่างๆที่รู้จักกัน ผู้มีอาชีพวังพระที่รู้จักกันกัน หรืออาจเดินสนามพระอื่นๆ ที่มีเครือข่ายเป็นคณรู้จัก เพื่อเลือก

ซื้อพระมาไว้ที่แพงตนเองตามที่ต้องการ โดยรายได้ของผู้ประกอบอาชีพตั้งแพงพระจะอยู่ระหว่าง 10,000-200,000 บาท/เดือน

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการพระเครื่อง เจษฎา วิวัฒน์ภทรกุล (2548) ได้ศึกษาผู้ประกอบการพระเครื่องย่านเยาวราช พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อายุ ประสบการณ์ทำธุรกิจพระเครื่อง และความน่าเชื่อถือของร้าน ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความสำเร็จ เนื่องจากร้านที่ให้เช่าพระมีลักษณะเหมือนกันทั้งเยาวราช จึงไม่แตกต่างด้านช่องทางจำหน่าย และพระเครื่องเป็นสินค้าที่แตกต่างจากสินค้าอื่น สามารถตั้งราคาได้โดยไม่ขึ้นกับต้นทุนวัตถุดิบและกระบวนการผลิต เป็นสินค้าที่ขายได้เพราะความเชื่อ และเป็นของสะสมชนิดหนึ่ง ซึ่งลูกค้าที่มาเช่าพระเครื่อง จะมี 2 กลุ่ม คือ เช่าไปให้เช่าต่อ หรือเช่าไปบูชา

เนื่องจากธุรกิจพระเครื่องเป็นเรื่องของความเชื่อ เจษฎา วิวัฒน์ภทรกุล (2548) ได้สรุปไว้ว่า ปัจจัยทางจิตวิทยามีส่วนสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการพระเครื่อง ดังนั้นผู้ประกอบการต้องใช้ความเชื่อของตนให้เป็นประโยชน์จึงจะส่งผลให้ได้กำไรเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ทำเลยังช่วยส่งเสริมให้พระเครื่องมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น การมีพระเครื่องที่หลากหลายตรงกับความต้องการของลูกค้า ก็จะส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความสำเร็จและกำไรเฉลี่ยต่อเดือนสูงขึ้น แต่หากผู้ประกอบการมีการได้มาของสินค้าจากแหล่งอื่นๆ (ซื้อต่อ สะสม แลกเปลี่ยน) บ่อย จะส่งผลให้ระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการพระเครื่องลดต่ำลง ดังนั้น ควรใช้วิธีรับเช่าจากร้านจากวัด และจากชมรมพระเครื่องควบคู่กันไป โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ คิดว่าความสำเร็จของธุรกิจนี้ คือ การไม่เอาเปรียบลูกค้า มีความรู้ความชำนาญเรื่องพระเครื่องเป็นอย่างดี ให้คำแนะนำลูกค้าได้ มีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือ มีพระในความต้องการตลาด ขายพระแท้ มีความยุติธรรม มีคนนำพระมาให้เช่าบ่อยๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ ในส่วนของโครงสร้างตลาดพระเครื่อง วีระพงษ์ อินทรพานิช (2548) ได้ศึกษาโครงสร้างตลาดพระเครื่อง กรณีหลวงปู่ทวด พบว่า เป็นโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) และพฤติกรรมของผู้ประกอบการในตลาดพระเครื่องนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์รู้จักกันเป็นเวลานาน เคยทำกิจกรรมในงานประกวดพระเครื่องร่วมกัน หลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา และมีการกำหนดราคากลางร่วมกัน (Collusion and Price fixing) การรับรู้ข่าวสารความเคลื่อนไหว (Information) ในเรื่องชนิด จำนวน และราคาของพระเครื่อง เป็นไปอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการมีพฤติกรรมในการช่วยเหลือกันในการดำเนินธุรกิจ เช่น การแบ่งของ หรือการตัดของ เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ประกอบการมีพฤติกรรมการโฆษณาตนเองและร้านค้าของตนเองในนิตยสารพระเครื่อง ในเว็บไซต์พระเครื่อง หรือในหน้าข่าวสังคมในหนังสือพิมพ์รายวันที่มีบทความเกี่ยวกับพระ

เครื่อง เพื่อเป็นการสร้างสภาพลักษณะและความน่าเชื่อถือให้แก่เกษตรกร ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มยอดจำหน่ายพระเครื่องของตนเอง

จากการศึกษาของ วีระพงษ์ อินทรพานิช (2548) พบว่า เงื่อนไขการเข้าสู่ตลาดพระเครื่อง หลวงปู่ทวดมีสูงมาก ไม่ว่าจะเป็น ต้นทุนการเข้าสู่ตลาดที่สูง ความชำนาญพิเศษ ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ เป็นต้น และผู้ประกอบการใช้ความไม่สมมาตรของข้อมูลข่าวสาร (Asymmetric Information) ในเรื่องราคา ลักษณะพิมพ์ทรงของพระเครื่อง ความยากง่ายในการจัดหา และสภาพความสวยงามสมบูรณ์ขององค์พระเครื่อง เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งราคาซื้อ-ขายของพระเครื่อง ตลอดจนการกำหนดทิศทางของราคา การจำกัดปริมาณพระเครื่องที่มีสภาพสวยงามสมบูรณ์และหายาก เพื่อการเก็งกำไร (Speculate) ของผู้ประกอบการ

ส่วนการอธิษฐานของอำนาจแห่งความศักดิ์สิทธิ์จากพระเครื่องนั้น พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์ and ถาวร เกรียรดีทับทิว (2545) พบว่า หากเกิดปัญหาในการดำเนินชีวิตประจำวันของคนทั่วไป เช่น ปัญหาการทำมาหากิน ปัญหาความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน จะมีการอธิษฐานขอให้พระเครื่องช่วยคุ้มครองให้พ้นจากภัยอันตรายและให้โชคลาภ และหากเป็นปัญหาทางสังคม เช่น ปัญหาความไม่ลงรอยกับเพื่อนร่วมงานหรือผู้มีธุรกิจเกี่ยวข้อง ปัญหาครอบครัว จะมีการอธิษฐานขอให้ได้รับความสุขความเจริญและความเมตตาตามหาญยม สอดคล้องกับ ศิริพร เจนวิทย์อมรเวช and พิทักษ์ ศิริวงศ์ (2555) ที่กล่าวว่า เกษีขจรต่างเคยอธิษฐานขออำนาจแห่งความศักดิ์สิทธิ์จากพระเครื่องหรือวัตถุมงคล ให้คุ้มครอง ให้พ้นจากภัยอันตราย ขอให้ได้รับความสุขความเจริญ และขอให้ได้ในสิ่งที่ปรารถนาตรงกับความต้องการของตนเอง

สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่ส่งผลโดยตรงต่อพุทธศาสนา เช่น นุชรี จุลเจือ (2553) ได้กล่าวถึงกรณีหลวงปู่คุณว่า การสร้างพระเครื่องหลวงปู่คุณมีวัตถุประสงค์เพื่อนำรายได้มาใช้ในการกิจการของพระพุทธศาสนาจริง แต่อย่างไรก็ตาม ความเชื่อและความศรัทธาของผู้เช่าซื้อต่อหลักคำสอนของศาสนา ที่สอนให้พุทธศาสนิกชนพึ่งตนเอง โดยปัจจุบัน พฤติกรรมหรืออัตลักษณ์ของผู้ที่มีความศรัทธาต่อพระเครื่องหลวงปู่คุณนั้น เป็นการศรัทธาที่ถูกกล่อมจากสื่อว่าบูชาแล้วร่ำรวยมั่งคั่ง เช่นเดียวกับ พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์ and ถาวร เกรียรดีทับทิว (2545) ที่กล่าวว่า การมีพุทธพาณิชย์นั้น ส่งผลดีได้แก่ เป็นการช่วยเผยแผ่ศาสนา เป็นการส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรม และเป็นการอนุรักษ์ของเก่า ส่วนผลเสีย ได้แก่ เป็นการส่งเสริมให้มีการสร้างพระเครื่องมากขึ้น เป็นการส่งเสริมให้คนนิยมพระเครื่องมากขึ้น เป็นการช่วยให้ผู้จัดสร้างจำหน่ายได้ดี เป็นการขายสินค้าทุกอย่างไป และเป็นการส่งเสริมให้คนเชื่อถือในความศักดิ์สิทธิ์ของพระเครื่อง โดย พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์ and ถาวร เกรียรดี

ทับทิว (2545) สรุปไว้ว่า พุทธพาณิชย์ที่มีศูนย์จำหน่ายแลกเปลี่ยนพระเครื่องรูปแบบต่างๆ น่าจะ
ให้ผลเสียมากกว่าผลดี ซึ่งสอดคล้องกับ อรรถพันธ์ สุวรรณเสริมศรี (2540) ที่พบว่า ความนิยมพระ
เครื่องเพื่อเป็นที่พึ่งที่ระลึกถึงองค์สัมมาสัมพุทธเจ้า มีจำนวนน้อยกว่า เมื่อเทียบกับความนิยมเพราะ
ชื่นชมในความเก่าแก่ของพระเครื่องและประวัติของพระสงฆ์ผู้สร้างพระเครื่อง รวมทั้งเชื่อว่าพระ
เครื่องนั้นจะมีราคามากขึ้นในอนาคตรวมกัน ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมทาง
ศาสนาเพิ่มขึ้น เพื่อสร้างความใกล้ชิดรวมทั้งปลูกฝังความเข้าใจในหลักธรรมที่พุทธศาสนิกชนควร
ปฏิบัติ เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจและชี้นำในการดำเนินชีวิตที่ถูกต้อง



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การสร้างความหมายและมูลค่าของการเข้าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวด” จะใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการศึกษาถึงปรากฏการณ์ความนิยมของพระเครื่องหลวงปู่ทวดในสังคมไทย โดยจะแบ่งการพิจารณาออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านอุปทาน และ ด้านอุปสงค์ เพื่อให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยในส่วนของอุปทานนั้น ศึกษาถึงความ เป็นมาและปัจจัยต่างๆในสังคมไทยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อและการสร้างความหมายของพระเครื่อง เพื่อเชื่อมโยงถึงความเชื่อในพระเครื่องหลวงปู่ทวด รวมทั้งศึกษาถึงปัจจัยและกระบวนการสร้างมูลค่า พระเครื่องให้กลายเป็นสินค้า ที่เรียกว่า “พุทธพาณิชย์” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของพระพุทธศาสนาใน ปัจจุบันของสังคมไทย ในส่วนของอุปสงค์นั้น ศึกษาถึงปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อการเข้าบูชาพระเครื่อง หลวงปู่ทวด รวมถึงสัญลักษณ์และความหมายของพระเครื่องที่ผู้บูชาได้รับ รวมทั้งทัศนคติที่ผู้บูชา มีต่อพระเครื่องหลวงปู่ทวด

3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1) ข้อมูลทุติยภูมิ โดยการทบทวนข้อมูลจากเอกสารการศึกษา งานวิจัย บทความ หนังสือ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพระเครื่อง ความเป็นมาของพระเครื่อง เพื่อนำมาเป็น ความรู้พื้นฐานสำหรับการทำความเข้าใจเกี่ยวกับปรากฏการณ์ การสร้างความหมาย ความนิยมใน พระเครื่องหลวงปู่ทวดของสังคมไทย

2) ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้บูชา พระเครื่องหลวงปู่ทวด และผู้ขายพระเครื่องหลวงปู่ทวดในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลเชิงเอกสาร ได้แก่ หนังสือและนิตยสารพระเครื่อง เกี่ยวกับประวัติหลวงปู่ทวด ขั้นตอนการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด ประสบการณ์อภินิหารของพระเครื่องหลวงปู่ทวด ที่มีขาย ตามแผงหนังสือ รวมถึงเว็บไซต์ที่มีการเผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับหลวงปู่ทวด มีพระเครื่องหลวงปู่ทวด อยู่ในรายการประมูลซื้อขาย

2) จากการสังเกต พฤติกรรมของผู้ขายพระเครื่องและผู้บูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวดในเขต พื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ สนามพระท่าพระจันทร์ ศูนย์พระเครื่องพันธ์ทิพย์พลาซ่า งามวงศ์

วาน และศูนย์พระเครื่องพันธ์ทิพย์พลาซ่า บางกะปิ การสังเกตพฤติกรรมของผู้นำพระมาประกวด จำนวนรุ่นพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่จัดประกวดตามงานประกวดพระเครื่องโดยสมาคมผู้นิยมพระเครื่องพระบูชาไทย รวมทั้งเข้าร่วมงานเสวนาสอนเทคนิคการดูพระเครื่องหลวงปู่ทวด โดย ฉ่อย ท่าพระจันทร์

3) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) 2 กลุ่ม คือ กลุ่มร้านขายพระเครื่อง จำนวน 5 ร้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ฉ่อย ท่าพระจันทร์, ไข่ ท่าพระจันทร์, แดง รามอินทรา, ร้านขายพระเครื่องหลวงปู่ทวด พันธุ์ทิพย์พลาซ่า งามวงศ์วาน และพี่น้อง ร้านพรปู่ทวด และกลุ่มผู้เช่าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวด จำนวน 7 ราย ได้แก่ พี่อ้วน, พี่ยุ้ย, บาส, ลุงเอนก, พี่ต่อ, มิกซ์ และลุงเอก เนื่องจากผู้เช่าพระเครื่องหลวงปู่ทวดแต่ละพื้นที่มีพฤติกรรมไม่แตกต่างกัน ผู้ศึกษาจึงไม่ได้จำกัดพื้นที่เฉพาะในเขตกรุงเทพและปริมณฑล โดยมีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2557 – เดือนเมษายน พ.ศ. 2558

3.3 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

คำถามร้านขายพระเครื่อง

- ข้อมูลส่วนตัวพื้นฐาน เช่น เพศ อายุ รายได้ สถานภาพการสมรส
- ท่านชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวดเพราะอะไร
- ท่านคลั่งหรือสะสมพระเครื่องหลวงปู่ทวดเองหรือไม่ เพราะอะไร
- ท่านคิดว่าพระเครื่องหลวงปู่ทวดมีเสน่ห์แตกต่างจากพระเครื่องอื่นตรงไหน
- สาเหตุในการเปิดแผงให้เช่าบูชาหลวงพระเครื่องปู่ทวด
- ท่านหาพระเครื่องมาขายจากแหล่งใด (เช่น ได้จากมรดกหรือได้จากญาติมิตร จีบหรือบุกรังเช่าโดยตรงจากเจ้าของพระ เจ้าของพระโทรศัพที่ติดต่อมาตามทีลงโฆษณาไว้ในนิตยสาร เข้าจากเจ้าของพระเครื่องที่นำมาปล่อยให้ที่แผง ได้จากตลาดพระเครื่องในอินเทอร์เน็ต ได้จากคนเดินของ) มีการแลกเปลี่ยนพระระหว่างแผงหรือไม่
- ท่านรู้จักแผงพระเครื่องหลวงปู่ทวดทุกรายในตลาดหรือไม่
- ท่านเคยมีการรวมกลุ่มพูดคุยราคากลางของพระเครื่องที่ทำการซื้อขายหรือไม่

- ในตลาดมีการตัดราคากันหรือไม่
- กำไรของพระเครื่องต่อองค์ประมาณกี่เปอร์เซ็นต์
- ทำไมพระเครื่องหลวงปู่ทวดถึงมีพุทธคุณโดดเด่นในด้านแคล้วคลาด
- ท่านคิดว่าพระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นที่ราคาแพงกับราคาถูก มีพุทธคุณแตกต่างกันหรือไม่
- ท่านคิดว่าพระเครื่องหลวงปู่ทวดแต่ละรุ่นราคาแตกต่างกันเพราะอะไร
- ท่านคิดว่าทำไมคนจึงเช่าพระเครื่องรุ่นที่ราคาแพง
- พระเครื่องหลวงปู่ทวดมีราคาสูงมากขึ้นแบบก้าวกระโดดในช่วงใด
- ถ้าพระที่เป็นรุ่นเดียวกัน พระเครื่องที่ชนะการประกวดมีผลทำให้ราคาสูงกว่าพระเครื่องที่ไม่ติดรางวัลหรือไม่
- ท่านเคยเป็นกรรมการประกวดพระเครื่องหรือไม่
- ท่านเคยเขียนหนังสือหรือบทความเกี่ยวกับประวัติและวัตถุมงคลหลวงปู่ทวดหรือไม่
- ท่านเคยส่งพระเข้าประกวดหรือไม่
- ท่านคิดว่าการโฆษณา มีการออกสื่อเรื่องประสพการณ์ เช่น คล้องพระแล้วรอดจากอุบัติเหตุ หรือรอดจากการถูกยิง มีผลต่อราคาหรือไม่ และมีผลต่อการตัดสินใจเช่าบูชาหรือไม่
- ท่านเคยเจอเหตุการณ์อภินิหารจากหลวงปู่ทวดหรือไม่
- ท่านโฆษณาแม่พระของท่านในสื่อวิทยุสารพระเครื่องหรือสื่ออื่นๆหรือไม่ มีการลงให้เช่าพระผ่านหน้าเว็บไซต์ ตลาดพระออนไลน์ โซเชียลเน็ตเวิร์ค หรือไม่
- ท่านคิดว่าตลาดพระออนไลน์ทำให้คนเช่าบูชาพระเครื่องเพิ่มขึ้นหรือไม่
- ท่านศึกษาข้อมูลพระเครื่อง เทคนิคการดูพระแท้พระปลอม จากแหล่งใด
- ช่วงที่เศรษฐกิจดีหรือเศรษฐกิจไม่ดี ช่วงใดที่มีคนเช่าบูชาพระเครื่องมากกว่ากัน
- ท่านมีความเห็นอย่างไรกับพุทธพาณิชย์ คิดว่ามีผลดี ผลเสีย อย่างไร

ฯลฯ

คำถามผู้เข้าบูชา

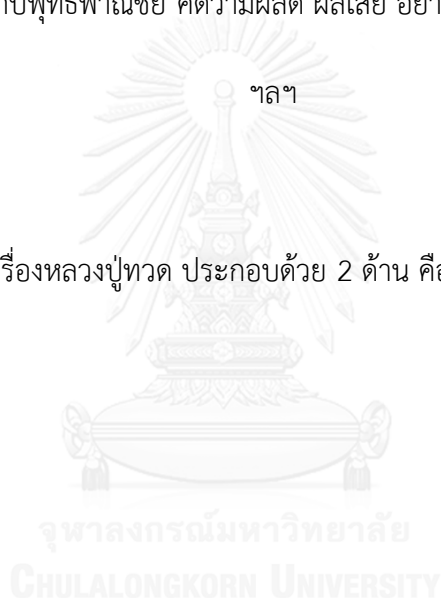
- ข้อมูลส่วนตัวพื้นฐาน เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส
- จำนวนพระเครื่องที่สะสม
- ค่าใช้จ่ายในการเช่าพระเครื่องหลวงปู่ทวด
- ท่านชอบพระเครื่องพุทธรูปอะไร
- ท่านชื่นชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวดเพราะอะไร
- สาเหตุที่เข้าบูชาหรือคล้องพระเครื่องหลวงปู่ทวด
- ท่านคิดว่าพระเครื่องหลวงปู่ทวดมีเสน่ห์แตกต่างจากพระเครื่องอื่นตรงไหน
- คนในครอบครัว เช่น พ่อ แม่ ญาติพี่น้อง มีใครสะสมพระเครื่องหลวงปู่ทวดหรือไม่
- ทำไมพระเครื่องหลวงปู่ทวดถูกพูดถึงพุทธรูปในด้านแคล้วคลาด
- เมื่อท่านจะเช่าพระเครื่องหลวงปู่ทวด ท่านศึกษาข้อมูล การดูตำหนิจุดตาย และราคาจากแหล่งใด
- การเลือกบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวด ท่านเลือกจากความชอบส่วนตัวหรือเลือกจากแนวโน้มราคาขายต่อในอนาคต
- การนำเสนอของสื่อเรื่องประสบการณ์ของพระเครื่อง มีผลต่อราคาและการตัดสินใจบูชาหรือไม่
- ท่านคิดว่าพระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นที่ราคาแพงกับราคาถูก มีพุทธรูปแตกต่างกันหรือไม่
- ท่านคิดว่าพระเครื่องหลวงปู่ทวดแต่ละรุ่นราคาแตกต่างกันเพราะอะไร
- ในความเห็นของท่านพระเครื่องหลวงปู่ทวดเกิดเป็นกระแสความนิยมขึ้นได้อย่างไร
- ท่านเคยเจอเหตุการณ์อภินิหารจากหลวงปู่ทวดหรือไม่

- การคล้องพระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นที่ราคาสูงหรือคล้องพระสวย ทำให้ท่านรู้สึกว่าเป็นเนื้อกว่าคนอื่นหรือไม่
- ท่านจะยอมเช่าพระเครื่องที่มีความสวยมากกว่า แต่มีราคาสูงกว่าหรือไม่
- ท่านคิดว่าพระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นทรัพย์สินและเป็นมรดกหรือไม่
- หากมีความจำเป็นต้องใช้เงิน ท่านจะปล่อยพระเครื่องหรือไม่
- ท่านเคยมอบพระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นของขวัญหรือไม่
- ท่านมีความเห็นอย่างไรกับพุทธพาณิชย์ คิดว่ามีผลดี ผลเสีย อย่างไร

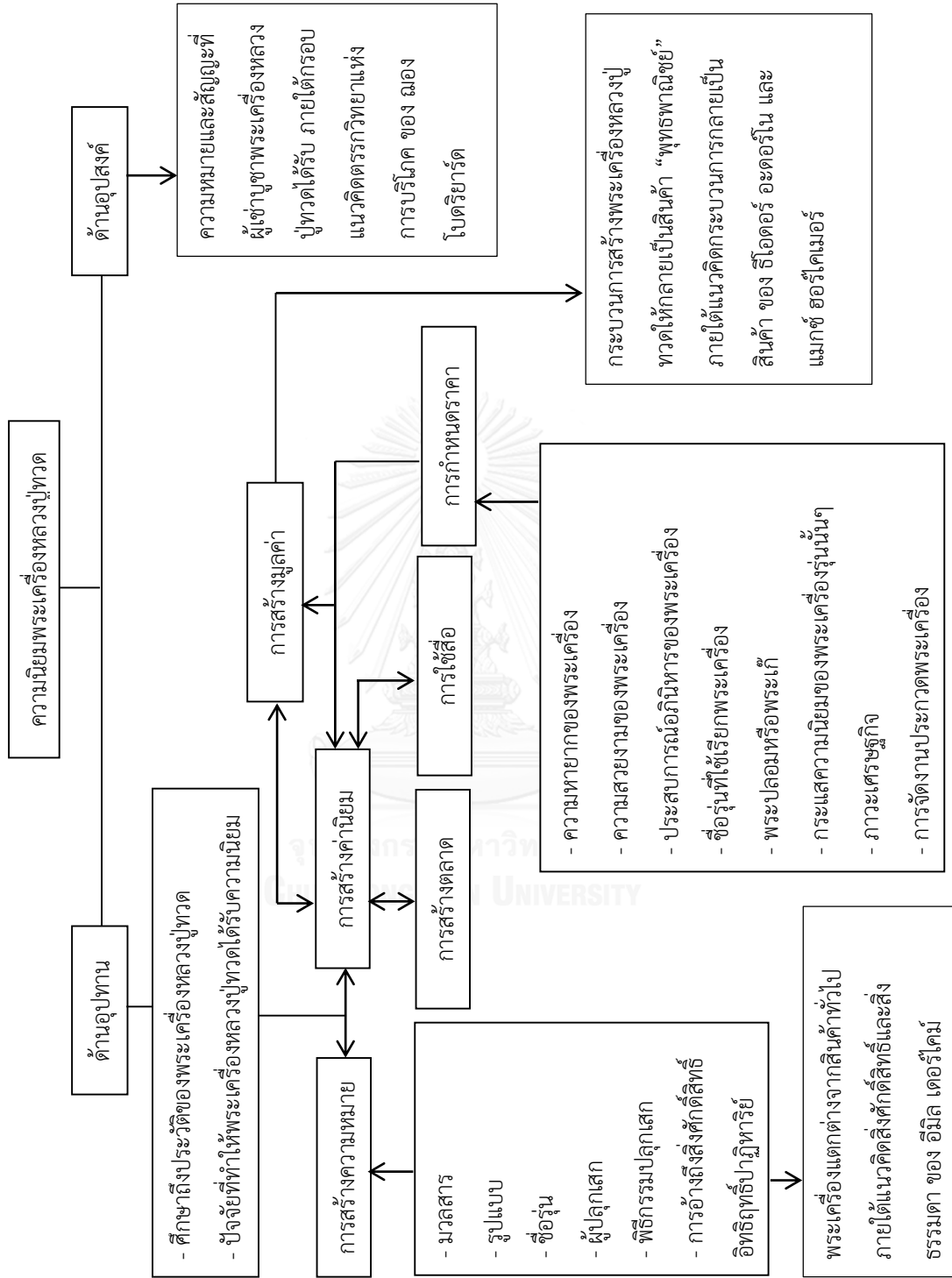
ฯลฯ

3.4 กรอบแนวคิด

ความนิยมพระเครื่องหลวงปู่ทวด ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ ด้านอุปทานและด้านอุปสงค์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 3-1 กรอบแนวคิด



ที่มา : ผู้ศึกษา

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากการสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึก ภายใต้กรอบแนวคิดตรรกวิทยาแห่งการบริโภค (Logic of Consumption) ของ ฌอง โบตริยาร์ด วิเคราะห์ถึงการสร้างความหมายและมูลค่าของพระเครื่องหลวงปู่ทวด ภายใต้กรอบแนวคิดกระบวนการกลายเป็นสินค้า (Commodification) ของ ฮีโอดอร์ อะดอร์โน และ แนวคิดสิ่งศักดิ์สิทธิ์และสิ่งธรรมดา (Sacred and Profane) ของ อีมิล เดอร์ไคม์



บทที่ 4

กระบวนการสร้างความหมายของพระเครื่องหลวงปู่ทวด

ในบทนี้จะกล่าวถึงประวัติหลวงปู่ทวด วัดช้างให้ จุดเริ่มต้นการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด วัดช้างให้ รุ่นแรก ปี 2497 องค์ประกอบของพระเครื่องหลวงปู่ทวด วัดช้างให้ รุ่นแรก ปี 2497 และการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดโดยวัดอื่นๆ เพื่อทำความเข้าใจถึงการสร้างความหมายของพระเครื่องหลวงปู่ทวด ภายใต้กรอบแนวคิดสิ่งศักดิ์สิทธิ์และสิ่งธรรมดา ของ อิมิล เดอร์ไคม์

4.1 ประวัติหลวงปู่ทวด

ประวัติของหลวงปู่ทวดนั้นมีการจัดพิมพ์เป็นหนังสือหลายเล่ม หลายครั้ง โดยอ้างอิงจากคำบอกเล่าและการคัดสำเนาบางตอนของอาจารย์ทิม วัดช้างให้ จากหนังสือพงศาวดารจากเทศาภิบาล เล่มที่ 3-4 ร.ศ. 126 สำเนาหนังสือครั้งกรุงเก่า ว่าด้วยการพระราชทานที่กัลปนา และขอเข้าตำราหมื่นตราพระธรรม วิลาศเอาไปวิเวกเป็นหัวเมือง โดยประวัติหลวงปู่ทวดที่มีการจัดพิมพ์มีเนื้อหาคล้ายกัน ดังนี้

สมเด็จพระเจ้าพะโคะหรือหลวงปู่ทวด เป็นที่รู้จักของชาวไทยในฐานะพระศักดิ์สิทธิ์ที่มีอิทธิปาฏิหาริย์แก่กล้าจนได้สมญาว่า “หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด” หลวงปู่ทวดเป็นบุคคลที่มีตัวตนอยู่จริง ตามตำนานเล่าว่าหลวงปู่ทวดเกิดเมื่อ วันศุกร์ เดือน 4 ปีมะโรง พ.ศ. 2125 (ในรัชสมัยของสมเด็จพระมหาธรรมราชา ครองกรุงศรีอยุธยา) ที่หมู่บ้านสวนจันทร์ ตำบลชุมพล เมืองจันทิงพระ (ปัจจุบันคือ ตำบลสทิงพระ จังหวัดสงขลา) บิดาชื่อตาหู มารดาชื่อนางจันทร์ เนื่องจากนางจันทร์ให้กำเนิดบุตรชายเมื่อตอนอายุมากจึงได้ตั้งชื่อว่าปู่ โดยตาหูและนางจันทร์แม้จะเป็นคนยากจน แต่ก็มีจิตอันเป็นกุศล ยึดมั่นในศีลธรรมอันดี ทั้งคู่อาศัยอยู่กับคหบดีผู้หนึ่งซึ่งมีที่นามากมาย โดยมีหน้าที่ช่วยทำงานในท้องนา วันหนึ่งนางจันทร์ได้อุ้มลูกน้อยพร้อมตาหูไปทุ่งนาเพื่อเกี่ยวข้าวให้แก่เจ้าของบ้านที่ตนอาศัยอยู่ โดยได้เอาผ้าผูกต้นหม้าและต้นหว้าทำเป็นเปลให้ลูกนอนตามลำพังแล้วพากันไปเกี่ยวข้าว ขณะเกี่ยวข้าว นางจันทร์เป็นห่วงลูก ได้มองมาที่เปลเห็นงูของขนาดใหญ่เข้าไปขดตัวโอบรัดเปลที่ลูกนอนอยู่ นางจันทร์ตกใจร้องไห้คนช่วยเหลือ แต่เพื่อนชวานาที่เกี่ยวข้องข้าวอยู่ใกล้เคียงก็ไม่มีใครกล้าช่วยเพราะงูเห็นคนเข้าใกล้ก็ชูคอส่งเสียงคำราม ซึ่งเมื่อตาหูและนางจันทร์สังเกตดูก็พบว่างูของนั้นไม่ได้ทำอันตรายต่อลูกของตนเพียงแค่อบไว้เฉยๆ ทั้งคู่จึงคิดว่างูของใหญ่นี้ น่าจะเกิดจากเทพนิมิตบันดาล จึงหาดอกไม้และเก็บรวงข้าวเผาเป็นข้าวตอกบูชากราบไหว้ พร้อมทั้งขอให้ลูกน้อยปลอดภัยสักครู่ใหญ่ก็ค่อยๆ เลื้อยหายไป ทุกคนกรูเข้าไปที่เปล เห็นทารกน้อยยังคงหลับสนิท แต่ที่คอมีดวงแก้วดวงหนึ่งวางอยู่ด้วย มีรัศมีเป็นประกายหลากสี สองสามมีจึงเก็บรักษาไว้ แต่เมื่อคหบดีรู้ถึง

เหตุการณ์ดังกล่าว จึงขอดวงแก้วมาเป็นของตน ตาหูกับนางจันทร์จำใจต้องมอบให้เพราะเป็นผู้มีพระคุณ ต่อมาได้การเกิดวิปริตอาเพศขึ้นกับครอบครัวคหบดีบ่อยครั้ง จนคหบดีคิดว่าเหตุร้ายที่เกิดขึ้นนี้เป็นเพราะยึดเอาดวงแก้วของพระยาขุมมาเป็นของตน จึงได้นำดวงแก้วไปคือตาหูกและนางจันทร์ ทำให้บ้านของคหบดีกลับมาอยู่เย็นเป็นสุขตามเดิม และได้เมตตาสงสารตาหูกและนางจันทร์ โดยไม่ใช้งานหนักเหมือนเมื่อก่อน ตาหูกและนางจันทร์จึงได้รับความสุขสบายขึ้น การทำมาหากินเลี้ยงชีพก็เจริญรุ่งเรืองขึ้นตามลำดับ

เมื่อเด็กชายปู่อายุ 7 ปี บิดาและมารดาได้นำไปถวายกับสมภารจวง ณ วัดศิหลวง (อยู่ในตำบลศิหลวง อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา) เพื่อศึกษาเล่าเรียน จนอายุ 15 ปี ก็บวชเป็นสามเณร และสมาเณรปู่ได้ไปศึกษาต่อที่วัดสีหยง (ปัจจุบัน คือ วัดสีคูดัง อำเภอระโนด) กับพระครูสังฆธรรมรังสี เรียนหนังสือมูลกัจจายน์ เมื่อเรียนจบวิชามูลกัจจายน์แล้วได้กราบลาพระอาจารย์ไปเรียนต่อที่สำนักพระครูกาเดิม ณ วัดสีมาเมือง เมืองนครศรีธรรมราช และได้อุปสมบทเป็นพระภิกษุ ฉายาว่า “สามิราโม” เมื่อภิกษุปู่เรียนธรรมอยู่สำนักพระครูกาเดิมอยู่ 3 ปี ก็จบชั้นธรรมบท และได้กราบลาพระอาจารย์เพื่อกลับภูมิลำเนาเดิม คือ เมืองจะตังพระ

ตำนาน “หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด” เกิดขึ้นเมื่อภิกษุปู่ ต้องการจะศึกษาเล่าเรียนธรรมเพิ่มเติม จึงได้ขอโดยสารเรือสำเภาของนายอินทร์ ที่ท่าเมืองจะตังพระไปกรุงศรีอยุธยา เรือเดินทางเรียบร้อยมาตลอดระยะเวลา 3 วัน 3 คืน แต่พอเข้าวันที่ 4 ทะเลเกิดแปรปรวน พายุฝนกระหน่ำจนไม่สามารถเดินทางได้ นายอินทร์จึงสั่งลดใบทอดสมอสู่อันลมอยู่ 3 วัน จนพายุสงบ แม้เรือจะไม่ได้รับความเสียหาย แต่เหตุการณ์บนเรือได้เกิดความเดือนร้อนเป็นอย่างมากเพราะน้ำจืดที่ลำเลียงมาหมดลง นายอินทร์โกรธแค้นและโทษภิกษุปู่ที่อาศัยเรือเดินทาง ทำให้เกิดเหตุร้ายอย่างที่ไม่เคยเจอมาก่อน จึงได้ไล่ภิกษุปู่ลงเรือเล็กและให้ลูกเรือนำท่านไปปล่อยเกาะตามยะถากรรม เหตุการณ์ “เหยียบน้ำทะเลจืด” เกิดขึ้นเวลานี้เอง ในระหว่างที่ภิกษุปู่อยู่บนเรือเล็ก ท่านได้ยื่นเท้าไปจุ่มน้ำทะเลข้างเรือเล็ก แล้วบอกให้ลูกเรือที่กำลังกระหายน้ำคนนั้นลองดักขึ้นดื่มดู ปรากฏว่าน้ำทะเลตรงนั้นจืดสนิทขณะที่บริเวณรอบๆเค็มตามปกติ ลูกเรือคนนั้นจึงขึ้นไปบอกบนเรือใหญ่ให้เพื่อนทราบและต่างพากันมาดักน้ำตรงนั้นไปดื่มแก้กระหาย นายอินทร์เมื่อทราบเรื่องจึงได้ลองดื่มน้ำนั้นพิสูจน์ดู เกิดความตกตะลึงในอภินิหารของภิกษุปู่ จึงได้กราบขอขมาลาโทษกับสิ่งที่ทำต่อท่านและนิมนต์ให้ท่านขึ้นเรือ ก่อนจะออกเดินทางอีกหลายวันจนถึงอยุธยาอย่างสวัสดิภาพ โดยท่านได้พำนักที่วัดราชานุวาส ซึ่งมีความสงบเงียบอยู่นอกกำแพงเมือง (ขณะนั้นพระมหาธรรมราชา ปกครองกรุงศรีอยุธยา)

สมัยพระเจ้าอู่แก้วคามินี ผู้ครองราชย์ประเทศลังกา มีความคิดอยากได้อยู่ชยาเป็นประเทศราช แต่พระองค์ไม่ปรารถนาจะทำศึกสงคราม จึงใช้กุศโลบายทำให้เจ้าเหนือหัวแห่งอยุธยาแปลพระ

ธรรมและเรียบเรียงเมล็ดทองคำตัวอักษรเท่าใบมะขาม จำนวน 84,000 เมล็ด ให้ถูกต้องภายใน 7 วัน โดยหากทำสำเร็จก็จะถวายเครื่องบรรณาการให้ แต่หากไม่สำเร็จก็จะยึดอยุธยาเป็นเมืองขึ้น โดยเจ้าเหนือหัวได้เขียนประกาศเพื่อนิมนต์พระราชอาคันตุกะและพระภิกษุ แต่ก็ไม่มีใครทำได้ จนกระทั่งได้นิมนต์ภิกษุปุมา ในตอนเช้าวันที่ 7 ด้วยอำนาจบารมีและอภินิหาร ภิกษุปุมาสามารถเรียบเรียงเมล็ดทองคำได้สำเร็จในเย็นวันที่ 7 นั่นเอง ทำให้พระมหาธรรมราชาชื่นชมยินดีเป็นอย่างมาก จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งให้ท่านดำรงสมณศักดิ์ ทรงพระราชทานนามว่า “พระราชมนัสสิริธรรมคุณปรมาจารย์” (อนันต์ คณานุกรม, 2555a)

ต่อมาท่านมีความระลึกถึงภูมิลำเนาเดิม จึงได้เดินทางรุดตรงลงไปภาคใต้ โปรดสัตว์ไปเรื่อย ๆ จนถึงวัดพัทธสิงห์บรรพตพะโคะ ซึ่งในขณะนั้นมีสภาพทรุดโทรม ท่านจึงได้บูรณะซ่อมแซมใหม่และเปลี่ยนชื่อเป็นวัดพะโคะ เมื่อสมเด็จพระเจ้าพะโคะอายุ 80 พรรษา ท่านยังแข็งแรงและมักออกไปเดินเล่น โดยถือไม้เท้าศักดิ์สิทธิ์ประจำตัว วันหนึ่งท่านออกไปเดินเล่นชายฝั่งทะเล และโดนพวกโจรสลัดจับตัวขึ้นไปบนเรือ แต่ปรากฏว่าเรือแล่นไปไม่นานก็แล่นต่อไม่ได้ จอดนานหลายวันจนน้ำจืดหมด ท่านนึกสงสารจึงเอาเท้าแช่น้ำทะเลและให้โจรสลัดดื่ม ปรากฏว่าเป็นน้ำจืด พวกโจรสลัดจึงเกิดความเลื่อมใส กราบไหว้ขอขมาลาโทษ เรือจึงแล่นได้ตามปกติ โจรสลัดจึงได้ส่งท่านขึ้นฝั่ง

มีเรื่องเล่าต่อกันมาว่ามีสามเณรน้อยรูปหนึ่งปฏิบัติธรรมอย่างเคร่งครัด และตั้งจิตอธิษฐานอย่างแรงกล้าจะขอพบพระศรีอริยะ อยู่มาคืนหนึ่งมีคนแก่ถือดอกไม้มาให้สามเณรน้อย โดยบอกว่า เป็นดอกไม้ทิพย์ที่ไม่ร่วงโรย และให้สามเณรถือดอกไม้ทิพย์นี้ออกค้นหาผู้รู้จักกำเนิดของดอกไม้ ซึ่งผู้นั้นแหละ คือ พระศรีอริยะที่จุติมา

สามเณรถือดอกไม้ทิพย์เดินทางไปทั่วทุกแห่ง ก็ไม่มีใครถามถึงดอกไม้ทิพย์ที่ตนถืออยู่เลย วันหนึ่งสามเณรน้อยเดินทางเข้าเขตวัดพัทธสิงห์บรรพตพะโคะ ในเวลาใกล้ค่ำ ตรงกับวันขึ้น ๑๕ ค่ำ พระจันทร์เต็มดวงส่องรัศมีไปทั่วท้องฟ้า และเป็นวันที่พระภิกษุสงฆ์ลงทำสังฆกรรมในโบสถ์ สามเณรถือดอกไม้ทิพย์ ไปยืนอยู่ริมประตูโบสถ์ รอพระภิกษุทั้งหลายเดินทยอยผ่านหน้าสามเณรเข้าโบสถ์ แต่ก็ไม่เห็นพระภิกษุรูปใดทักถามสามเณรเลย สามเณรจึงถามพระภิกษุเหล่านั้นว่า วันนี้พระมาลงอุโบสถหมดทุกรูปแล้วหรือ พระภิกษุตอบว่ายังมีสมเด็จพระอริยวงศาคตญาณองค์ที่ไม่ลงมาอุโบสถ สามเณรจึงเดินไปยังกุฏิของสมเด็จพระเจ้าพะโคะ และคลานเข้าไปใกล้กัมภีระบมัสการสมเด็จพระเจ้าพะโคะ เมื่อท่านเห็นดอกไม้ในมือของสามเณร จึงถามว่า “สามเณร นันดอกมณฑาทิพย์ เป็นดอกไม้เมืองสวรรค์ ผู้ใดให้เจ้ามา ” สามเณรได้ยินดั่งนั้น จึงประเคนถวายดอกไม้ทิพย์นั้นแก่ท่าน เมื่อท่านรับประเคนดอกไม้ทิพย์จากสามเณรแล้ว ได้ลุกขึ้นเรียกสามเณรเดินตรงเข้าไปในกุฏิปิดประตูลงกลอน และหายไปในคืนนั้น จนถึงเดี๋ยวนี้เป็นเวลาประมาณ 300 ปีแล้ว

การหายตัวไปของสมเด็จพระเจ้าพะโคะครั้งนั้น เป็นที่รำลือว่าท่านได้สำเร็จสู่สวรรคตไปแล้ว โดยมีเหตุอัศจรรย์เกิดขึ้นในคืนนั้น คือ มีดวงไฟโตลอยวนเวียนรอบบริเวณวัดพะโคะ ส่องรัศมีสว่างจ้าไปทั่วบริเวณวัด เมื่อดวงไฟดวงนั้นลอยวนเวียนอยู่ครบสามรอบแล้ว ได้ลอยหายไปทางทิศอากาศเนย์ เช้าวันรุ่งขึ้น ประชาชนมาประชุมกันที่วัดต่างก็เข้าใจกันว่าสมเด็จพระเจ้าพะโคะท่านสำเร็จสู่สวรรคตไป จึงได้พากันพนมมือขึ้นเหนือศีรษะพร้อมเปล่งเสียงว่า “สมเด็จพระเจ้าพะโคะโล้ไปเสียแล้วเจ้าข้าเอ๋ย”

หลังจากนั้นในเวลาไล่เลี่ยกันก็มีพระภิกษุชรารูปหนึ่งปรากฏขึ้นที่เมืองไทรบุรี มลายู ท่านมากด้วยอภินิหารและปราชญ์เปรี๊ยะในทางธรรม เป็นที่เคารพเลื่อมใสของชาวบ้านเมืองไทรบุรีเป็นอย่างมาก ซึ่งชาวบ้านในแถบนั้นเชื่อว่าท่านเป็นสมเด็จพระเจ้าพะโคะหรือหลวงปู่ทวดนั่นเอง ซึ่งท่านก็ได้เป็นสมภารเจ้าวัดแห่งหนึ่งในเมืองนั้น ต่อมาพระยาแก้มดำ เจ้าเมืองไทรบุรี ได้สร้างวัดช้างให้และนิมนต์ท่านมาเป็นเจ้าอาวาสอีกวัดหนึ่ง เมื่อท่านมรณภาพก็มีเจ้าอาวาสองค์อื่นๆ ขึ้นมาแทน แต่ทุกองค์ก็อยู่ไม่นานต้องมีเรื่องเกิดขึ้นต่างๆ นานา วัดช้างให้จึงถูกทิ้งร้างหลายครั้งหลายหน จนต่อมาอาจารย์ทิม ธัมมธโร เป็นเจ้าอาวาสองค์ที่ 5 เมื่อ พ.ศ. 2584 และได้บูรณะวัดขึ้นใหม่จนมีความเจริญรุ่งเรืองมาจนปัจจุบัน (อนันต์ คณานุรักษ์, 2555b)

4.2 จุดเริ่มต้นการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด

จุดเริ่มต้นการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นแรก เกิดจากดวงพระวิญญาณของหลวงปู่ทวดได้ประทานนิมิตเข้าฝันคุณอนันต์ คณานุรักษ์ ให้สร้างพระเครื่องรางเป็นรูปภิกษุชราขึ้นแทนองค์ของท่าน คุณอนันต์ คณานุรักษ์จึงเดินทางมานมัสการพร้อมทั้งปรึกษาอาจารย์ทิม เพื่อเตรียมการสร้างพระเครื่องขึ้น โดยคุณอนันต์ คณานุรักษ์ ได้เล่าเรื่องนี้เอาไว้ในหนังสือประวัติหลวงพ่อทวดเหยียบน้ำทะเลจืดและคุณอภินิหารพระเครื่องหลวงพ่อทวดฯ ความตอนหนึ่งว่า

“คืนวันหนึ่งในปลายเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2495 เวลาใกล้รุ่ง ข้าพเจ้าฝันว่าได้พบกับท่าน ณ ที่แห่งหนึ่ง ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากวัดช้างให้เท่าใดนัก ท่านได้มอบยาชนิดหนึ่งให้ข้าพเจ้ากิน แล้วสวมมงครัดศีรษะให้อีก แสดงว่าท่านได้รับข้าพเจ้าไว้เป็นศิษย์ เพื่อจะให้ข้าพเจ้าได้รับใช้งานของท่านในโอกาสต่อไป เป็นการสนองคุณพระอาจารย์ เสร็จแล้วท่านเดินจากข้าพเจ้าไปทางทิศที่ตั้งของวัดช้างให้ รุ่งเช้าข้าพเจ้าคิดว่าสถูปศักดิ์สิทธิ์หน้าวัดช้างให้นี้ คงจะเป็นสถูปซึ่งได้บรรจุอัฐิของท่านหรือสมเด็จพระเจ้าพะโคะ เมื่อสมัยหลายร้อยปีมาแล้วเป็นแน่ ข้าพเจ้าปรารถนาจะไปที่วัดเพื่อสืบถามดู แต่ในระยะนั้นข้าพเจ้ามีธุระกิจจำเป็นบางประการ ไม่สามารถจะไปได้ตามความตั้งใจ

โอกาสต่อมาเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2497 ตรงกับวันพฤหัสบดี ขึ้น 1 ค่ำ เดือน 3 เมื่อพวกเราได้ทำความเคารพ ท่านอาจารย์ทิม ธัมมธโร เจ้าอาวาสวัดช้างให้แล้ว ก็ได้สนทนาปราศรัยต่อ

กัน วันนี้เป็นวันแรกที่ข้าพเจ้าได้มาเยี่ยมวัดข้างให้และได้รู้จักท่านอาจารย์ฯ เจ้าอาวาสวัดข้างให้ ในการสนทนากันตอนหนึ่ง ข้าพเจ้าได้เรียนถามท่านอาจารย์ฯ ว่าโบสถ์ที่สร้างค้างอยู่นั้น ท่านไม่คิดจะสร้างพระเครื่องไว้แจกจ่ายแก่ผู้สละทรัพย์โพนทนาสร้างโบสถ์บ้างหรือ ท่านอาจารย์ตอบว่า เคยคิดมา 2 ปีแล้ว แต่ไม่สำเร็จ ข้าพเจ้าจึงรับว่า ถ้าเช่นนั้นข้าพเจ้าขอรับจัดสร้างขึ้นถวาย ท่านก็ยินดีที่ข้าพเจ้าจัดทำให้ ข้าพเจ้าได้เรียนขอให้ท่านอาจารย์เลือกแบบพระ ท่านจะเอาปางไหนตามใจท่านชอบ แต่ข้าพเจ้าขอเพียงแต่เลือกสีของพระคือสีดินแดง ทันใดนั้นข้าพเจ้าก็เกิดรู้สึกขนพองสยองเกล้าขึ้นมาทุกคนในที่นั้นได้เห็นเป็นประจักษ์ ข้าพเจ้าจึงพูดต่อไปว่า ปรากฏการณ์เช่นนี้ที่มีต่อตัวข้าพเจ้า ก็เห็นจะเป็นเพราะท่านหลวงพ่อทวดฯ ท่านมีความปิติยินดี ที่พวกเราคิดจะสร้างพระเครื่องครั้งนี้ แต่เอาเถอะขอให้ท่านอาจารย์ฯ เลือกแบบพระก็แล้วกัน ทันใดนั้นข้าพเจ้าก็เกิดขนพองสยองเกล้าอย่างแรงขึ้นอีกครั้งหนึ่งและได้เห็นพระเครื่องลอยเด่นอยู่ตรงหน้า เป็นรูปพระภิกษุชรา นั่งขัดสมาธิอยู่บนดอกบัวที่มีสีพระองค์ดำ ปรากฏการณ์อันมหัศจรรย์ครั้งนี้โดยหลวงพ่อทวดฯ บันดาลให้ข้าพเจ้าได้เห็นเป็นมโนภาพอย่างชัดเจนยิ่งนัก ข้าพเจ้าจึงดูนาฬิกาที่ข้อมือขณะนั้นเวลา 13.25 น. ข้าพเจ้าจึงได้เรียนให้ท่านอาจารย์ทราบ ว่า ตามนิมิตโดยอำนาจของหลวงพ่อทวดฯ ครั้งนี้ เนื่องจากท่านแนะนำให้สร้างพระเครื่องขึ้นแทนองค์ท่านเอง จำเป็นที่เราต้องปฏิบัติตาม และขอให้ท่านอาจารย์เป็นสื่อการติดต่อกับวิญญาณของท่าน ในพิธีการที่จะสร้างพระเครื่องทุกๆ ระยะเวลาอย่างใกล้ชิดด้วย” (อนันต์ คณานุกรักษ์, 2526)

ในวันที่ 19 มีนาคม พ.ศ. 2497 ตรงกับวันศุกร์ ขึ้น 15 ค่ำ เดือน 4 เวลาเที่ยงตรง เป็นฤกษ์มงคลในพิธีปลุกเสกเข้าพิมพ์ และได้พิมพ์พระเครื่องเรื่อยมาจนถึงวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2497 พิมพ์พระเครื่องได้จำนวน 64,000 องค์ ก็ต้องหยุดลง ทั้งๆที่ตั้งใจจะพิมพ์ให้ได้ 84,000 องค์ เนื่องจากต้องเอาเวลาไปเตรียมงานพิธีปลุกเสกพระเครื่องตามวันเวลาที่หลวงปู่ทวดกำหนดให้อาจารย์ทิมปฏิบัติ และในวันที่ 18 เมษายน พ.ศ. 2497 ตรงกับวันอาทิตย์ ขึ้น 15 ค่ำ เดือน 5 เวลาเที่ยงตรง ได้ฤกษ์พิธีในการปลุกเสกพระเครื่อง ที่เนินดินบริเวณโบสถ์เก่า โดยมีท่านพระครูวิสัยโสภณ (อาจารย์ทิม ธรรมธโร) เจ้าอาวาส เป็นองค์ประธานในพิธีและนั่งปรก มีหลวงพ่อสงโฆสโก เจ้าอาวาสวัดพะโคะ พระอุปัชฌาย์ดำ เจ้าอาวาสวัดศิลาลอย พร้อมด้วยพระภิกษุสงฆ์อาวุโสวัดข้างให้ และได้อาราธนาอัญเชิญพระวิญญาณหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด วิญญาณหลวงพ่อสี หลวงพ่อทอง และหลวงพ่อจัน ซึ่งหลวงพ่อทั้ง 3 องค์นี้ สถิตอยู่ร่วมกับหลวงปู่ทวดในสถูปหน้าวัด โดยขอให้ท่านช่วยทำให้พระเครื่องรุ่นแรกนี้มีความขลังและศักดิ์สิทธิ์ เมื่อพิธีปลุกเสกเสร็จลงในเวลา 16.00 น. ได้ทำการแจกจ่ายพระเครื่องให้แก่ประชาชนผู้เลื่อมใสที่มาคอยรับอยู่อย่างคับคั่งจนถึงเวลาเที่ยงคืน ซึ่งในวันนั้นได้รับเงินจากผู้ใจบุญ สมทบทุนสร้างโบสถ์เป็นจำนวน 14,000 บาท (อนันต์ คณานุกรักษ์, 2526)

4.3 องค์ประกอบของพระเครื่องหลวงปู่ทวด

สำหรับหลวงปู่ทวดเนื่อว่านวัดช้างให้ ปี 2497 เป็นพระเครื่องที่ได้รับความนิยมสูง เนื่องจากมีเรื่องราวในการสร้างและมืองค์ประกอบที่ดี นั่นคือ มีมวลสารดี มีจุดประสงค์การสร้างดี เกจิอาจารย์ที่ปลุกเสกดี พิธีกรรมถูกต้อง ซึ่งเรื่องราวในการสร้างนั้น มีการกล่าวไปแล้วข้างต้น ส่วนองค์ประกอบที่ดีของพระเครื่องหลวงปู่ทวด มีดังนี้

1. ด้านมวลสาร

หลวงปู่ทวดวัดช้างให้ ปี 2497 มวลสารประกอบไปด้วยว่านมงคล 108 และดินกากายักษ์ ใช้กล้วยน้ำว้าเป็นตัวประสานมวลสารทุกชนิดให้ติดเป็นเนื้อเดียวกัน มีการผสมน้ำมันตังอิ้วและปูนขาวเพื่อให้เนื้อพระจับตัวเป็นก้อนแข็งแรง

สำหรับว่านมงคล 108 มีความเชื่อว่ามีพุทธคุณครอบจักรวาล คือ เป็นสิริมงคล เพิ่มพูนบารมี เมตตามหานิยม คงกระพันชาตรี ให้โชคลาภ ป้องกันคุณไสย ปิดเป่าสิ่งอัปมงคล และแคล้วคลาดจากอันตราย

ส่วนดินกากายักษ์มีลักษณะสีดำ เกิดขึ้นจากการผสมของวัตถุหลายชนิด พบมากบริเวณเขากระทะ ชาวบ้านนิยมนับมาตากแห้งหรือย่างไฟกิน เพราะเชื่อว่าเป็นยารักษาโรค มีเรื่องเล่าเกี่ยวกับดินกากายักษ์ว่า ในอดีตมียักษ์หมึ้อยู่ 2 พวก คือ อสูรและไมยราพ ทั้ง 2 พวกนี้จะต่อสู้กันเพื่อแย่งชิงกินผลไม้ จากต้นนารีผล แต่พวกอสูรมีฤทธิ์มากกว่าฆ่าเท่าไรก็ไม่ตาย ส่วนพวกไมยราพล้มตายเป็นจำนวนมาก พวกไมยราพจึงแสวงหาวิชาวิเศษที่กินแล้วจะไม่ตาย จนในที่สุดมาพบว่านสมุนไพรมณูเขาลูกหนึ่งที่มีว่านยา 108 ชนิด จึงได้นำกระทะใบใหญ่มาตั้งบนภูเขา และเก็บว่านยามาทำพิธีเคี่ยวยาสมุนไพรมณูเขา เมื่อพวกอสูรทราบข่าวจึงได้นำพวกมาทำลายพิธี และยกกระทะยาที่กำลังเคี่ยวอยู่นั้นคว่ำลง ทำให้ตัวยาคือว่านสมุนไพรมณูเขาหลายชนิดไหลลงดิน ดินบริเวณนั้นจึงกลายเป็นสีดำ ชาวบ้านเรียกว่า “ดินกากายักษ์” และภูเขานั้นก็คือภูเขากะทาะ

ภาพที่ 4-1 ดินกากยายักษ์



ที่มา : www.zoonphra.com

2. รูปแบบ

หลวงปู่ทวดวัดช้างให้ ปี 2497 มีรูปแบบเป็นพระภิกษุชรา นั่งขัดสมาธิอยู่บนดอกบัวที่มีสีพระองค์ดำ ซึ่งมาจากการนิมิตของคุณอนันต์ คณานุรักษ์ โดยเกิดขึ้นขณะที่ปรึกษาเรื่องแบบพระเครื่องหลวงปู่ทวดกับอาจารย์ทิม ในตอนแรกคุณอนันต์เลือกสีของพระเป็นสีแดง และให้อาจารย์ทิมเลือกแบบของพระ แต่แล้วคุณอนันต์ก็เกิดนิมิตขึ้นเป็นพระเครื่องรูปแบบดังที่กล่าวขึ้นข้างต้น โดยคุณอนันต์เชื่อว่าหลวงปู่ทวดเป็นผู้บันดาลให้เห็นเป็นมโนภาพ เนื่องจากหลวงปู่ทวดแนะนำให้สร้างพระเครื่องขึ้นแทนองค์ท่านเอง จึงต้องปฏิบัติตาม คุณอนันต์กับอาจารย์ทิมจึงตกลงใช้พระเครื่องรูปแบบตามที่เห็นในมโนภาพ นอกจากนี้การแกะสลักขี้ผึ้งเหลืองเพื่อทำแบบพระเครื่อง แบบที่แกะเสร็จแล้วหลังจากทิ้งไว้ 3 คืน ปรากฏว่าในตอนเช้าแบบขี้ผึ้งแปรสภาพ ผิวเนียนอกสงบจิ๋ว เช่น คอถึงพระพักตร์ ลำแขนถึงนิ้วมือ หน้าแข้งถึงปลายเท้า กลายเป็นสีดำ ยกเว้นในองค์พระที่มีสงบจิ๋วคลุมอยู่ ยังคงเป็นสีเหลืองตามเดิม ปรากฏการณ์นี้อาจารย์ทิมได้นั่งสมาธิถามหลวงปู่ทวดว่าใครเป็นคนทำ ท่านตอบว่าสมเด็จเจ้าพะโคะทำเอง (ซึ่งหมายถึงหลวงปู่ทวด)

ภาพที่ 4-2 พระเครื่องหลวงปู่ทวด วัดช้างให้ เนื้อว่าน รุ่นแรก ปี 2497



ที่มา : www.web-pra.com

3. ชื่อรุ่น

ในตอนแรกคุณอนันต์คุยกับอาจารย์ทิมว่าจะตั้งชื่อพระเครื่องว่า “พ่อท่านทวด” ตามความนิยมของคนท้องถิ่นนั้น แต่อาจารย์ทิมได้นั่งสมาธิถามหลวงปู่ทวด ท่านตอบว่าไม่เอา อาจารย์ทิมจึงถามต่อว่า จะให้ชื่อว่าสมเด็จพระเจ้าพะโคะหรือ ท่านตอบว่าชื่อนี้ให้เขาทางโน้นเรียกกัน (หมายถึงแถบบริเวณวัดพะโคะ) อาจารย์ทิมจึงถามหลวงปู่ทวดว่า ถ้ากระนั้นจะใช้ชื่ออย่างไร หลวงปู่ทวดตอบว่า ให้ชื่อ “หลวงพ่อทวดเหยียบน้ำทะเลจืด” จึงใช้ชื่อนี้ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

4. ผู้ปลุกเสก

การปลุกเสกพระเครื่องหลวงปู่ทวด ปี 2497 มีอาจารย์ทิม เจ้าอาวาสวัดช้างให้ เป็นประธานในพิธี และมีหลวงพ่อสงฆ์โสโก เจ้าอาวาสวัดพะโคะ (วัดที่เชื่อว่ามี ความเกี่ยวข้องกับหลวงปู่ทวด) พระอุปัชฌาย์ดำ วัดศิลาทอง อาจารย์นอง วัดทรายขาว รวมถึงพระภิกษุสงฆ์อาวุโสวัดช้างให้ เข้าร่วมในการปลุกเสก

5. พิธีกรรมปลุกเสก

การปลุกเสกนั้น เริ่มขึ้นตั้งแต่วันที่ 19 มีนาคม พ.ศ. 2497 ตรงกับวันศุกร์ ขึ้น 15 ค่ำ เดือน 4 เวลาเที่ยงตรง เป็นฤกษ์มงคลในพิธีปลุกเสกเข้าพิมพ์จำนวน 16 เบ้า และได้พิมพ์พระเครื่องเรื่อยมาจนถึงวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2497 ได้พระเครื่องจำนวน 64,000 องค์ ก็ต้องหยุดลง ทั่งๆที่ตั้งใจจะพิมพ์ให้ได้ 84,000 องค์ เนื่องจากต้องเอาเวลาไปเตรียมงานพิธีปลุกเสกพระเครื่องตามวันเวลาที่หลวงปู่ทวดกำหนดให้อาจารย์ทิมปฏิบัติ และในวันที่ 18 เมษายน พ.ศ. 2497 ตรงกับวันอาทิตย์ ขึ้น 15 ค่ำ

เดือน 5 เวลาเที่ยงตรง ได้ฤกษ์พิธีในการปลุกเสกพระเครื่อง ที่เนินดินบริเวณโบสถ์เก่า โดยอาจารย์ทิม ได้อาราธนาเชิญวิญญาณหลวงปู่ทวด และหลวงพ่อบุญ หลวงพ่อทอง หลวงพ่อจันทร์ ซึ่งสิ่งสถิตอยู่ที่สถูปหน้าวัดร่วมกับหลวงปู่ทวด ขอให้ท่านช่วยประสิทธิ์ประสาทความศักดิ์สิทธิ์แก่พระเครื่องด้วย พิธีปลุกเสกเสร็จลงในเวลา 16.00 น.

6. วัตถุประสงค์ในการสร้าง

วัตถุประสงค์การสร้างหลวงปู่ทวด ปี 2497 ก็เพื่อแจกจ่ายให้กับผู้สละทรัพย์ร่วมสร้างโบสถ์ของวัดข้างให้ที่ยังสร้างค้างอยู่

จากวัตถุประสงค์และกระบวนการผลิตของพระเครื่องหลวงปู่ทวด ปี 2497 ส่งผลให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดกลายเป็นสิ่งที่มีความศักดิ์สิทธิ์แตกต่างจากสิ่งธรรมดา ทั้งวัตถุดิบที่นำมาใช้สร้างหลวงปู่ทวด คือ ว่างมงคล 108 และดินกากยายักษ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ชาวบ้านเชื่อว่ามีพุทธคุณวิเศษและมีฤทธิ์เป็นยาที่สามารถใช้รักษาโรคภัยได้ พระเครื่องหลวงปู่ทวดได้ผ่านกระบวนการผลิตที่มีการปลุกเสกโดยเกจิอาจารย์ของภาคใต้ รวมทั้งมีการอาราธนาดวงวิญญาณของเกจิอาจารย์ที่เชื่อว่ามีศักดิ์สิทธิ์แต่ล่วงลับไปแล้ว มีการทำพิธีในฤกษ์ยามที่เป็นมงคลซึ่งถูกกำหนดโดยหลวงปู่ทวดผ่านอาจารย์ทิม และพระเครื่องหลวงปู่ทวดยังมีคาถาที่ใช้ในการบูชา โดยมีวิธีการดังนี้

ให้จัดดอกไม้ธูปเทียนบูชาพระรัตนตรัยและคุณบิดามารดา ครูบาอาจารย์ กล่าว นะโมฯ 3 จบ ตามด้วยคาถานี้

นะโม โพธิสัตโต อาคันติมายะ อิติภะคะวา (3 จบ)

จากนั้นนำพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่มีอยู่เข้าพนมมือเหนือหน้าอก สงบจิตบริกรรมพระคาถามากน้อยเท่าใดก็ได้ตามต้องการ แล้วอาราธนาพระเครื่องหลวงปู่ทวดติดตัว จะคุ้มครองให้แคล้วคลาดปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ

ในหนังสือประวัติหลวงพ่อบุญทวดเหยียบน้ำทะเลจืดและคุณอภินิหารพระเครื่องหลวงพ่อบุญทวดฯ วัดข้างให้ ที่รวบรวมและบันทึกโดยคุณอนันต์ คณานุกรักษ์ ได้มีบางเรื่องเล่าถึงคุณอภินิหารของผู้ที่กระทำการลบหลู่พระเครื่องหลวงปู่ทวด ดังนี้

เรื่องแรกเป็นเรื่องเกี่ยวกับเด็ก 2 คน คนหนึ่งนำพระเครื่องมาท้อชายพก อีกคนเล่นโยนรับพระเครื่อง แต่รับไม่ทันทำให้พระตกพื้น จึงเป็นเหตุให้พบกับอภินิหารของหลวงปู่ทวด

“..ในงานพิธีแจกพระเครื่องสมเด็จหลวงพ่อดวงเหยียบน้ำทะเลเจ็ดวันแรก มีเด็กชายกับเด็กหญิงหมนสองคนพี่น้องได้รับแจกพระทั้งสองคน เด็กหญิงหมนเมื่อได้รับพระแล้วก็เอาพระเครื่องนั้นห่อชายพกกลับบ้าน ซึ่งอยู่ที่บ้านป่าไร่ ต.ป่าไร่ อ.โคกโพธิ์ จ.ปัตตานี ครั้นถึงบ้านแก้ห่อผ้าจากพกให้แม่ดู ปรากฏว่าพระรูปนั้นกลายเป็นถ่านไฟไปเสียแล้ว ส่วนเด็กชายขณะที่เดินกลับบ้านได้เอาพระเครื่องโยนขึ้นแล้วใช้มือรับเช่นเดียวกับโยนก้อนหินเล่นตามประสาของเด็ก แต่รับไม่ทันพระจึงตกลงบนพื้นดิน เขาจึงก้มลงเก็บพระด้วยมือ ทันทีนั้นเด็กชายผู้นั้นก็ยื่นแกว่งมือตกร้องไห้ร้องไห้ขึ้น พ่อเขาจึงลงมาดูเห็นลูกยื่นแกว่งมือร้องไห้อยู่ จึงเข้าไปจับมือแกะออกดู ปรากฏว่ามีพระหลวงพ่อดวงฯอยู่ในกำมือ พ่อและแม่ของเด็กทั้งสองเชื่อว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนี้เกิดจากอภินิหารของหลวงพ่อดวงฯบันดาลให้เกิดขึ้น เขาทั้งสองจึงนำลูกทั้งสองคนมาพบท่านอาจารย์เจ้าอาวาสที่วัดช้างให้ประมาณเวลา 21.00 น. แล้วเล่าเรื่องที่เกิดขึ้นให้ท่านทราบ ท่านอาจารย์จึงแนะนำให้เขาพาเด็กทั้งสองไปกราบไหว้ที่สถูปของหลวงพ่อดวงฯ และกล่าวคำขอโทษเสีย ค็นนั้นข้าพเจ้ากลับบ้านเวลา 20.30 น. จึงมีได้ประสพด้วยตนเองแต่ได้รับคำบอกเล่าจากท่านอาจารย์ฯ” (อนันต์ คณานุรักษ์, 2526)

อีกเรื่องเป็นเรื่องของทหารชื่อ พันเอกสิทธิ จิรโรจน์ ที่นำพระเครื่องใส่ในกระเป๋าดำเดินทางที่อยู่ปลายเตียงนอน โดยทหารผู้นั้นได้เขียนส่งจดหมายมาให้คุณอนันต์ คณานุรักษ์ รับทราบ

“..เรื่องอภินิหารของหลวงพ่อดวงเหยียบน้ำทะเลเจ็ดวันนี้ หวังว่าคงได้รับทราบแล้ว เพราะเกิดกับตัวผมเอง คือผมเป็นผู้อำนวยการศึกษาของนายทหารโรงเรียนชุดที่ไปทั้งหมด วันนั้นผู้บังคับการโรงเรียนรับพระจากคุณมาแล้วออกรถเดินทางถึงจังหวัดยะลา ท่านผู้บัญชาการมอบพระให้ผมทั้งหมดเพื่อแจกจ่ายแก่นายทหารในเย็นวันนั้น พอเวลาค่ำนายทหารชุมนุมพร้อมกัน ผมจึงจ่ายพระให้ทุกคน นาย แต่บางคนไม่ยอมรับเพราะเหตุใดผมไม่ทราบ พระจึงคงเหลืออีก 10 องค์ ผมจึงเอาห่อพระใส่ไว้ในกระเป๋าดำเดินทางซึ่งตั้งอยู่ปลายเตียงนอน เมื่อใส่พระแล้วผมจึงเลื่อนมาตั้งใต้เตียงตอนหัวนอนคิดว่าคงไม่เป็นการลบหลู่พระแต่อย่างใด ที่ไหนได้ผมตื่นขึ้นปรากฏว่าผมนอนอยู่ชายคากันสาดด้านซ้ายสุด ถ้าพลิกตัวที่เดียวก็คงตกลงพื้นดินจะได้รับบาดเจ็บ ผมไม่เคยนอนละเมอเลย ประตูลงนอนก็ปิด ผมรู้สึกผิดปกติจึงขอขมาอภัยต่อท่าน จากนั้นก็หลับสบาย นายทหารทราบข่าวนี้จึงขอพระเพิ่มอีก กรุณาส่งสัก 50 องค์ จะได้แจกจ่ายแก่นายทหารต่อไป” (อนันต์ คณานุรักษ์, 2526)

ทั้ง 2 เรื่องนี้นอกจากจะเป็นการเล่าถึงคุณอภินิหารของหลวงพ่อดวงแล้ว ยังเป็นการบอกว่าพระเครื่องหลวงพ่อดวงเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ต้องการความเคารพ ต้องมีการเก็บ การใช้ การดูแลรักษาให้แตกต่างจากสิ่งของธรรมดา

หลังจากการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นแรก ปี 2497 อาจารย์ทิมได้สร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดขึ้นอีกหลายรุ่น เช่น เหรียญหลวงปู่ทวดรุ่นแรก 2500 (เหรียญหัวโต), หลวงปู่ทวดรุ่นหลังเตารีด 2505, หลวงปู่ทวดรุ่นหลังหนังสือ 2505, หลวงปู่ทวดเนื้อว่านรุ่นพินัยกรรม 2505, หลวงปู่ทวดรุ่นเลขใต้ฐาน (เบตง) 2505 และเหรียญเลื่อนสมณศักดิ์หลวงปู่ทวด 2508 เป็นต้น ซึ่งแต่ละรุ่นก็ได้รับความนิยมอย่างสูง

4.4 การสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดโดยวัดอื่นๆ

แม้จะมีการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดในหลายวัดทั่วประเทศไทย แต่จากการสัมภาษณ์เซียนพระ พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่มีการเล่นหาและได้รับความนิยมในวงการพระเครื่อง นอกจากวัดข้างไห้ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของพระเครื่องหลวงปู่ทวดแล้ว พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่สร้างโดยวัดอื่น รุ่นที่ได้รับความนิยมนั้นจะเป็นรุ่นที่มีอาจารย์ทิมเป็นผู้ช่วยปลุกเสก หรือมีมวลสารจากหลวงปู่ทวดปี 2497 เป็นส่วนประกอบ เช่น

1. วัดพะโคะ จังหวัดสงขลา

ตามตำนานเล่าว่าหลวงปู่ทวดเคยพำนักอยู่ที่วัดพะโคะ ในขณะนั้นชาวบ้านแถบวัดพะโคะเรียกหลวงปู่ทวดว่า “สมเด็จพระเจ้าพะโคะ” ในปีพ.ศ. 2153 สมเด็จพระเจ้าพะโคะได้ขอพระราชทานการบูรณะวัดพะโคะจากสมเด็จพระเอกาทศรถ นั่นคือความเกี่ยวข้องของวัดพะโคะกับหลวงปู่ทวด (ชุมศักดิ์ นรารัตน์วงศ์, 2557) วัดพะโคะได้สร้างพระเครื่องสมเด็จพระเจ้าพะโคะรุ่นแรก เนื้อว่าน ปี 2506 ขึ้นเป็นครั้งแรก โดยเชื่อว่ามีมวลสารจากวัดข้างไห้ผสมอยู่ด้วย (ศุภักษร ลอยสุวรรณ, 2552)

2. วัดประสาธตบุญญาวาส กรุงเทพฯ

ที่ตั้งของวัดประสาธตบุญญาวาส เชื่อว่าในอดีตที่ยังเป็นป่ากร้าง เป็นบริเวณที่หลวงปู่ทวดเคยธุดงค์มาปักกลด และยังมีเรื่องเล่าความเกี่ยวข้องกับหลวงปู่ทวดว่า เมื่อ พ.ศ. 2498 วัดประสาธตบุญญาวาสเกิดไฟไหม้ครั้งใหญ่ เสนาสนะและอุโบสถถูกไฟไหม้ได้รับความเสียหาย พระครูสมุห์อำพลเจ้าอาวาสในขณะนั้น จึงมีความคิดที่จะสร้างอุโบสถหลังใหม่แทนที่หลังเดิม ในคืนหนึ่ง อาจารย์ทิมเจ้าอาวาสวัดข้างไห้ ได้นิมิตถึงหลวงปู่ทวด โดยท่านบอกให้อาจารย์ทิมมาช่วยบูรณะวัดประสาธตบุญญาวาสเนื่องจากถูกไฟไหม้ อาจารย์ทิมจึงเดินทางเข้ากรุงเทพฯ เพื่อสืบว่านิมิตดังกล่าวเป็นความจริงหรือไม่ เมื่อพบว่าเป็นความจริง จึงได้ปรึกษาพระครูสมุห์อำพลเพื่อบูรณะวัดที่เสียหายจากไฟไหม้ โดยการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด วัดประสาธตบุญญาวาส ปี 2506 ด้วยพิมพ์หลวงปู่ทวดปี 2497 และผงมวลสารจากวัดข้างไห้เป็นส่วนผสม (ศุภักษร ลอยสุวรรณ, 2552)

3. วัดเมืองยะลา จังหวัดยะลา

พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่สร้างจากวัดเมืองยะลา รุ่นที่ได้รับความนิยม คือ หลวงปู่ทวด วัดเมือง ปี 2505 สร้างโดย หลวงพ่อฉิ้น และอาจารย์ทิม วัดช้างให้ เนื่องจากท่านทั้งสองเป็นสหธรรมิกที่มีความสนิทสนมกันมาก พระเครื่องหลวงปู่ทวดวัดเมือง มีมวลสารเนื้อว่านที่ใช้ในการสร้างหลวงปู่ทวดเนื้อว่านรุ่นแรก ของวัดช้างให้ ปี 2497 อยู่ด้วย และได้นำพระเข้าร่วมในพิธีพุทธาภิเษกพระเครื่องหลวงปู่ทวดเตารีด วัดช้างให้ เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ. 2505 (niwat, 2552)

4. อาจารย์นอง วัดทรายขาว จังหวัดปัตตานี

พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่อาจารย์นองสร้างมีชื่อเสียงเป็นอย่างมาก วัดดงมดที่อาจารย์นองสร้างมีมากกว่า 50 รุ่น ทั้งเนื้อว่าน เนื้อว่าน พระรูปหล่อ เหรียญ พระกริ่ง เป็นต้น อีกทั้งยังมีเครื่องรางประเภทยันต์และตะกรุด อาจารย์นองนอกจากจะเป็นสหธรรมิกกับอาจารย์ทิม ท่านยังเคยร่วมสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดเนื้อว่านปี 2497 ทำให้อาจารย์นองได้รับการยอมรับว่าเป็นทายาทปลุกเสกพระเครื่องหลวงปู่ทวด (บุญรักษา, 2555)

ดังนั้น วัดที่สร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดแล้วได้รับความนิยม ต้องมีความเกี่ยวข้องกับประวัติของหลวงปู่ทวด มีความเกี่ยวข้องกับอาจารย์ทิม หรือเกี่ยวข้องกับพระเครื่องหลวงปู่ทวดปี 2497 ได้แก่ เป็นพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่มีอาจารย์ทิมร่วมปลุกเสก มีมวลสารของหลวงปู่ทวดปี 2497 หรือในกรณีของอาจารย์นองที่เป็นผู้ร่วมสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดปี 2497 และเป็นพระสหายของอาจารย์ทิม

4.4.1 ทายาทปลุกเสกพระเครื่องหลวงปู่ทวด

อาจารย์ทิมนั้นรำลึกว่าเป็นผู้สามารถติดต่อกับดวงวิญญาณหลวงปู่ทวดได้ ถึงขนาดหลวงปู่ทวดมอบคาถาเฉพาะไว้ปลุกเสกพระเครื่องหลวงปู่ทวด และสาปแช่งไว้ว่า บุคคลอื่นสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดโดยพลการ ไม่ได้ปลุกเสกโดยคาถาที่มอบให้ จะเกิดความวิบัติและเสื่อมถอยต่าง ๆ นานา แต่มีบุคคล 4 คน ที่ว่ามีความสามารถทางวิญญาณสมาธิ กระทั่งสามารถติดต่อกับดวงวิญญาณของหลวงปู่ทวดได้ (ชุมศักดิ์ นรารัตน์วงศ์, 2557) นั่นคือ พระครูวิสัยโสภณ หรือ อาจารย์ทิม วัดช้างให้ ท่านเจ้าคุณพระราชปัญญารังสี หรือ เนือง จันทพิมล พระครูอาทรศุกการ หรือ พล เจ้าอาวาสวัดนาประดู่ และ พระครูธรรมกิจโกศล หรือ อาจารย์นอง วัดทรายขาว

หลังจากที่อาจารย์ทิมมรณภาพเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2512 พระเกจิอาจารย์ที่ได้รับการยอมรับจากผู้ที่เคารพนับถือหลวงปู่ทวดว่าเป็นทายาทปลุกเสกพระเครื่องหลวงปู่ทวด คือ อาจารย์

นอง วัดทรายขาว โดยเชื่อว่าพระเครื่องที่ท่านสร้างหรือบริกรรมคาถานั้น มีความเข้มขลังเป็นอย่างยิ่ง ถึงแม้มีการกล่าวไว้ในหนังสือชีวประวัติหลวงพ่อทวดเหยียบน้ำทะเลจืดและพิธีพุทธาภิเษกพระเครื่อง-ตะกรุดโทนของวัดทรายขาวว่า “การสร้างรูปหลวงพ่อทวด ใครๆก็มีสิทธิ์จะสร้างขึ้นได้ ไม่มีเหตุผลอะไรที่จะมีผู้แอบอ้างว่าการสร้างหลวงพ่อทวดเป็นสิทธิของฉันแต่ผู้เดียว แม้จะอ้างว่าฉันหรือวัดฉันเป็นผู้สร้างขึ้นครั้งแรก ฉะนั้นการสร้างรูปหลวงพ่อทวดชอบที่จะเป็นกรรมสิทธิ์ของฉันหรือวัดฉันเท่านั้น ผู้อื่นหรือวัดอื่นสร้างขึ้นไม่ได้ มติเช่นนี้ฟังไม่ขึ้น เพราะความเป็นจริงแล้ว ตัวก็ไม่มีสิทธิ์หรืออำนาจอะไรที่จะไม่ยอมให้ผู้อื่นหรือวัดอื่นทำ การถือสิทธิเช่นนั้นเป็นการแสดงให้เห็นถึงความโลภอยากได้เงินมากกว่าที่จะเทิดทูนเกียรติคุณความดีของหลวงพ่อทวดให้ปรากฏแก่โลกในฐานะที่ท่านเป็นพระเถระศักดิ์สิทธิ์ที่ทุกคนควรมีไว้สักการบูชา” (วัดทรายขาว, 2514)

แต่พระเครื่องหลวงปู่ทวดของอาจารย์นองก็ได้รับความนิยมมากที่สุดในฐานะทายาทของอาจารย์ทิม เนื่องจากอาจารย์นองเป็นพระที่เปี่ยมด้วยเมตตา มีวิद्याคม ท่านเป็นสหธรรมิกกับอาจารย์ทิม และเคยร่วมสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดเมื่อวันปี 2497 กับอาจารย์ทิมอีกด้วย

อาจารย์นองได้สร้างวัตถุมงคลหลายรุ่น ทั้งพระเนื้อว่าน พระรูปหล่อ พระเหรียญ และเครื่องราง ที่ได้รับความนิยม เช่น หลวงปู่ทวดเนื้อว่าน ปี 2514, หลวงปู่ทวด รุ่นเอ็ม 16 ปี 2534 เหรียญ เหรียญเลื่อนสมณศักดิ์ ปี 2538 และที่โด่งดังมาก คือ ตะกรุดลูกปัด หรือ ตะกรุดนารายณ์ แปลงรูป ซึ่งอาจารย์นองก็นำตะกรุดลูกปัดมาเป็นส่วนประกอบในการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดของท่านด้วย ส่งผลให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดเนื้อว่านฝังตะกรุดของอาจารย์นองได้รับความนิยมอย่างสูง

หากนับเวลาการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดแล้ว อาจารย์ทิมใช้เวลาสร้างเพียง 15 ปี (พ.ศ. 2497 – 2512) แต่อาจารย์นองใช้เวลาสร้างถึง 45 ปี (พ.ศ. 2497 - 2542)

4.5 สาเหตุที่ทำให้พระเครื่องกลายเป็นสุดยอดเครื่องราง

ฉลอง สุนทรวาณิชย์ (2551) ได้กล่าวถึง สาเหตุที่ทำให้พระเครื่องกลายเป็นสุดยอดเครื่องรางที่ได้รับความนิยมมากกว่าเครื่องรางอื่นๆ ตั้งแต่ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เนื่องจากสาเหตุ 3 ประการ คือ

1. การมาถึงของกิ่งพุทธกาลใน พ.ศ. 2500 ทำให้เกิดกิจกรรมทางศาสนา การทำบุญให้ทาน และการสร้างพระเครื่อง มากกว่าสมัยใดๆก่อนหน้า

2. ความนิยมพระเครื่องในระหว่างสงครามนำไปสู่การเกิดตลาดพระเครื่องขึ้นมาในช่วงภายหลังสงคราม ตลาดพระเครื่องเป็นที่ให้การศึกษาเรื่องพระเครื่องแก่ผู้เริ่มเข้าวงการ และทำให้พระเครื่องเป็นสินค้าที่มีสภาพคล่อง

3. ความตื่นตัวของการศึกษาพระเครื่องอย่างเป็นระบบ งานเขียนเกี่ยวกับพระเครื่องในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นงานเขียนที่เต็มไปด้วยการอ้างอิงวิเคราะห์ด้วยหลักวิชาการต่างๆ และยกระดับการศึกษาพระเครื่องเป็นวิทยาศาสตร์ มีการศึกษาหลักฐานต่างๆ ทั้งที่เป็นหลักฐานทางโบราณคดี ศิลปะ เอกสารประวัติศาสตร์ เทคโนโลยี และมุขปาฐะ เพื่อบรรยายถึงประวัติของการสร้างพระเครื่อง กรรมวิธีการสร้าง มวลสารที่ใช้ ประวัติการค้นพบ รวมถึงประวัติของวัดที่เกี่ยวข้องหรือชีวประวัติ ปฏิปทา และคุณวิเศษของพระเกจิอาจารย์ผู้สร้าง ทำให้พระเครื่องมีประวัติศาสตร์และความจริงของการดำรงอยู่ มากกว่าเป็นเพียงวัตถุอำนาจลึกลับที่จับต้องไม่ได้

พระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นพระเครื่องหนึ่งที่มีงานเขียนที่พยายามสร้างความน่าเชื่อถือ และยืนยันการมีตัวตนของหลวงปู่ทวด นอกจากการงานเขียนที่อ้างอิงถึงตำนานและคำบอกเล่าต่างๆแล้วยังมีการศึกษาและอ้างอิงถึงหลักฐานทางโบราณคดี เอกสารประวัติศาสตร์ เช่น หนังสือพงศาวดารจากเทศาภิบาล เล่มที่ 3 -4 ร.ศ. 126 สำเนาหนังสือกรุงเก่า ว่าด้วยการพระราชทานที่กัลปนา และย่อเข้าตำราหมื่นตราพระธรรม เพื่อยืนยันการมีตัวตนของหลวงปู่ทวดในสมัยอยุธยา มีการบรรยายถึงวิธีการสร้าง มวลสาร และประวัติของอาจารย์ทิม วัดช้างให้ ผู้สร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นแรก รวมถึงมีการบันทึกเรื่องราวปาฏิหาริย์ต่างๆที่ผู้ครอบครองพระเครื่องหลวงปู่ทวด ปี 2497 พบเจอ

4.6 พระเครื่องหลวงปู่ทวดจากพื้นที่ภาคใต้สู่พื้นที่ภาคกลาง

ฉลอง สุนทรวานิชย์ (2558) ได้กล่าวในงานเสวนา “พระเครื่อง : พระเกจิปฏิบัติสู่วัฒนธรรมใหม่” ว่า ในช่วง พ.ศ. 2490 หลวงปู่ทวดและพระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นแรก เชื่อว่าในปี 2497 เป็นที่รู้จักแต่ในพื้นที่ภาคใต้ ก่อนจะโด่งดังกลายมาเป็นพระเครื่องที่นิยมในพื้นที่ภาคกลางและพื้นที่ในภาคอื่นๆ ความโด่งดังของหลวงปู่ทวดนอกพื้นที่ภาคใต้ เกิดขึ้นในช่วง พ.ศ. 2500 ผู้ที่ทำให้เกิดปรากฏการณ์นี้ คือ พระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าเฉลิมพลทิฆัมพร หรือเสด็จองค์ชายกลาง ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างหลวงปู่ทวดปี 2505 สาเหตุเกิดจากเสด็จองค์ชายกลางได้รับมอบหลวงปู่ทวดพิมพ์กรรมกร ปี 2497 ต่อมาได้เกิดปาฏิหาริย์กับท่าน ทำให้ท่านเกิดความศรัทธาในหลวงปู่ทวดและอยากสนองคุณหลวงปู่ทวดโดยสร้างพระขึ้นมา ท่านจึงแจ้งความจำนงต่ออาจารย์ทิม และเป็นประธานอุปถัมภ์ในการสร้าง (บุญรักษา, 2555) พิธีเททองส่วนหนึ่งทำที่วัดช้างให้ อีกส่วนหนึ่งทำที่กรุงเทพฯ พิธีปลุกเสกจัดขึ้นที่วัดช้างให้ มีการฉลองถึง 3 วัน คือ วันที่ 17 - 19 พฤษภาคม พ.ศ. 2505

พิธีเสด็จสิ้นในตอนสายของวันที่ 19 พฤษภาคม โดยถือว่าเป็นพิธีที่ใหญ่มากในยุคนั้น (ขุมศักดิ์ นรา รัตน์วงศ์, 2557)

นอกจากนี้ในปีพ.ศ. 2506 ยังมีการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดวัดประสาธตบุญญาวาส โดยมี พิธีพุทธาภิเษกในวันที่ 6 - 9 มีนาคม พ.ศ.2506 มีคณาจารย์ร่วมปลุกเสกถึง 234 รูป นั้นทำให้หลวงปู่ ทวดจากเกจิภาคใต้ กลายเป็นเกจิระดับภูมิภาค (nop1, 2554)

4.7 การสร้างความหมายของพระเครื่องหลวงปู่ทวด

การสร้างความหมายของพระเครื่องหลวงปู่ทวด เริ่มจากการสร้างประวัติหลวงปู่ทวดให้ กลายเป็นผู้มีอิทธิฤทธิ์วิเศษ เช่น เหตุการณ์แสดงถึงความเป็นผู้มีบุญของหลวงปู่ทวด ได้แก่ เหตุการณ์ ในขณะที่หลวงปู่ทวดเป็นทารก ได้มีงูบองนำดวงแก้วมาให้ เหตุการณ์แสดงถึงความเป็นผู้มีอิทธิฤทธิ์ วิเศษ ได้แก่ เหตุการณ์แสดงอภินิหารเหยียบน้ำทะเลเจ็ด ซึ่งเป็นเรื่องที่คนทั่วไปรู้จักหลวงปู่ทวดมาก ที่สุด เหตุการณ์ที่แสดงถึงความฉลาดและความมีอำนาจบารมีของหลวงปู่ทวด ได้แก่ เหตุการณ์ เรียงเมล็ดทองคำขนาดเท่าใบมะขาม จำนวน 84,000 เมล็ด นอกจากนี้ยังมีเหตุการณ์การหายตัวไป ของหลวงปู่ทวด กลายเป็นดวงแก้วลอยหายไป และปรากฏกายเป็นภิกษุชราที่เมืองไทรบุรี มลายู

การสร้างความหมายให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดกลายเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์นั้น นอกจากประวัติของ หลวงปู่ทวดแล้ว พระเครื่องหลวงปู่ทวดยังกลายเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์จากวัตถุดิบและกระบวนการผลิต นั่น คือ วัตถุดิบที่นำมาใช้สร้างหลวงปู่ทวด ได้แก่ ว่างมงคล 108 และดินกากายักษ์ เป็นสิ่งที่ชาวบ้าน เชื่อว่ามีพุทธคุณวิเศษ มีฤทธิ์เป็นยาที่สามารถใช้รักษาโรคได้ ผ่านกระบวนการผลิตที่มีการปลุกเสก โดยอาจารย์ทิม วัดช้างให้ และเกจิอาจารย์ของภาคใต้ รวมทั้งมีการอาราธนาดวงวิญญาณของ เกจิอาจารย์ที่เชื่อว่ามีคุณศักดิ์สิทธิ์ ทำพิธีในฤกษ์ยามที่เป็นมงคลซึ่งถูกกำหนดโดยหลวงปู่ทวดผ่าน อาจารย์ทิม และพระเครื่องหลวงปู่ทวดยังมีคาถาบูชา สำหรับให้ผู้ครอบครองพระเครื่องหลวงปู่ทวด สวดคาถา ก่อนที่จะนำพระเครื่องหลวงปู่ทวดคล้องคอ เป็นการทำให้ผู้ศรัทธาเกิดความรู้สึกว่าพระ เครื่องหลวงปู่ทวดเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ต้องมีวิธีปฏิบัติเหมือนกับการปฏิบัติต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์อื่นๆ และเป็น การสร้างความเชื่อมั่นว่าพระเครื่องหลวงปู่ทวดมีพุทธคุณวิเศษตามที่ผู้ศรัทธานับถือ นอกจากนี้ หนังสือประวัติหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลเจ็ดและคุณอภินิหารพระเครื่องหลวงปู่ทวดฯ วัดช้างให้ เขียนโดยคุณอนันต์ คณานุกรักษ์ ได้มีการบันทึกคุณอภินิหารหลวงปู่ทวดที่มีผู้ประสบเจอกับตัวเอง จำนวน 32 เรื่อง ซึ่งมีเรื่องเกี่ยวกับผู้ที่เจออภินิหารของหลวงปู่ทวด เนื่องจากกระทำการลบหลู่หลวงปู่ ทวดอยู่ด้วย

จากประวัติความเป็นผู้วิเศษของหลวงปู่ทวด การสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดให้กลายเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ผ่านวัตถุดิบและกระบวนการผลิต การมีคาถาบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวด และการบันทึกเพื่อเผยแพร่เรื่องราวอภินิหารที่ผู้ลบลู่หลวงปู่ทวดพบเจอ แสดงถึงวิธีการปฏิบัติและการเก็บรักษาพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่แตกต่างจากสิ่งของทั่วไป เป็นการแสดงให้เห็นว่าพระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีความแตกต่างจากสิ่งธรรมดา

เนื่องจากความศรัทธาในความศักดิ์สิทธิ์ของพระเครื่อง เป็นเรื่องความเชื่อของคนในสังคม ดังนั้น การสร้างค่านิยมของพระเครื่อง จึงจำเป็นต้องมีการสร้างเรื่องราวและเผยแพร่เรื่องราวให้คนทั่วไปรับรู้ เรื่องราวของหลวงปู่ทวดได้รับการเผยแพร่ผ่านทั้งจากการบอกเล่า ผ่านหนังสือที่รวบรวมประวัติและอิทธิฤทธิ์ความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงปู่ทวด รวมถึงอภินิหารที่ผู้ศรัทธาและครอบครองพระเครื่องหลวงปู่ทวดได้พบเจอ โดยในปัจจุบันมีการเผยแพร่เรื่องราวเหล่านี้ผ่านเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก โดยประวัติของหลวงปู่ทวดและอภินิหารพิเศษที่ถูกอ้างอิงเป็นจำนวนมาก มาจากหนังสือประวัติหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืดและคุณอภินิหารพระเครื่องหลวงปู่ทวดฯ วัดช้างให้ พิมพ์เนื่องในงานฉลองโบสถ์วัดช้างให้ 24 - 30 เมษายน พ.ศ. 2505 ซึ่งเกิดจากการบันทึกและรวบรวมข้อมูลโดยคุณอนันต์ คณานุกรักษ์ ผู้สร้างหลวงปู่ทวด วัดช้างให้ เนื้อว่าน ปี 2497 เพื่อเป็นการเผยแพร่ถึงประวัติของหลวงปู่ทวด เรื่องราวการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นแรก และปาฏิหาริย์ต่างๆที่ผู้ครอบครองพระเครื่องหลวงปู่ทวดพบเจอ หนังสือเล่มนี้ได้ถูกจัดพิมพ์ซ้ำอีกหลายครั้ง และมีเป็นหนังสือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ในเว็บไซต์หอสมุดแห่งชาติ กาญจนานิเทศ สงขลา โดยมีหนังสือเกี่ยวกับหลวงปู่ทวดหลายๆเล่มที่ใช้เนื้อหาจากหนังสือเล่มนี้ในการอ้างอิง เช่น หลวงพ่อทวด ของ ฉ่อย ท่าพระจันทร์, คัมภีร์ล้ำค่า หลวงพ่อทวด ของ ชัยนฤทธิ เพชรพันธุ์ทอง, ประวัติศาสตร์สมัยหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด ของ ชุมศักดิ์ นรารัตน์วงศ์ และพระหลวงปู่ทวด วัดช้างให้ ของ กองบรรณาธิการข่าวสด รวมทั้งมีการเพิ่มเรื่องราวอิทธิฤทธิ์ความศักดิ์สิทธิ์ของพระเครื่องหลวงปู่ทวดในยุคหลังเข้าไปด้วย

เรื่องราวที่เผยแพร่เหล่านี้ เป็นการผลิตซ้ำการสร้างความหมายในด้านวัตถุที่มีพุทธคุณศักดิ์สิทธิ์ของพระเครื่องหลวงปู่ทวดให้ขยายออกมากขึ้น เพื่อให้เกิดค่านิยมในพระเครื่องหลวงปู่ทวดซึ่งพุทธคุณศักดิ์สิทธิ์ของพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ถูกพูดถึงมากที่สุด คือ ด้านแคล้วคลาด เนื่องจากคนในสังคมนั้นต้องการสวัสดิภาพ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และพุทธคุณศักดิ์สิทธิ์ด้านแคล้วคลาดเป็นพุทธคุณของพระเครื่องที่ทำให้สามารถล่องพระเครื่องได้ทุกวัน นั่นจึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ส่งเสริมให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง

จากความหมายที่ถูกสร้างขึ้นให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดกลายเป็นวัตถุศักดิ์สิทธิ์ และการแพร่กระจายความหมายที่ถูกสร้างให้คนในสังคมรับรู้ ทำให้เกิดปรากฏการณ์ความนิยมพระเครื่องหลวงปู่ทวดขึ้น ซึ่งความนิยมเหล่านี้ส่งผลให้เกิดมูลค่าของพระเครื่องหลวงปู่ทวด นอกจากการสร้างค่านิยมแล้ว การกำหนดราคา ก็มีผลต่อการสร้างมูลค่าของพระเครื่องหลวงปู่ทวดด้วย โดยในส่วนของ การสร้างค่านิยมนั้น การใช้สื่อและการสร้างตลาด ต่างก็มีผลต่อการสร้างค่านิยมของพระเครื่องหลวงปู่ทวด ในขณะเดียวกัน ค่านิยมของพระเครื่องหลวงปู่ทวดก็มีผลต่อสื่อและตลาดพระเครื่องอีกด้วย

จากประวัติของหลวงปู่ทวดที่แสดงว่าหลวงปู่ทวดเป็นผู้มีบุญ มีความฉลาด และมีอิทธิฤทธิ์พิเศษ เช่น เรื่องที่ได้รับดวงแก้ววิเศษจากงูบองในวัยทารก เรื่องที่สามารถแก้กุกุโลบาย แผลพระธรรม และเรียบเรียงเม็ล็ดทองคำตัวอักษรเท่าใบมะขาม จำนวน 84,000 เม็ล็ด และเรื่องเหยียบน้ำทะเลจืด ล้วนแต่เป็นการสร้างความหมาย ทำให้หลวงปู่ทวดกลายเป็นผู้วิเศษ นอกจากนี้กระบวนการผลิตและวัตถุดิบ ในการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด รุ่นแรก เนื้อว่าน ปี 2497 เป็นการสร้างให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดกลายเป็นวัตถุศักดิ์สิทธิ์ และการผูกติดเรื่องราวกับหลวงปู่ทวดกับกระบวนการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด ยิ่งช่วยส่งเสริมให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดกลายเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์มากยิ่งขึ้น

และในประวัติของหลวงปู่ทวดที่ถูกบันทึกอยู่ในหนังสือที่เขียนโดยคุณอนันต์ คณานุรักษ์ โดยมีการอ้างอิงจากคำบอกเล่า และหลักฐานที่ถูกบันทึกไว้ เช่น หนังสือพงศาวดารจากเทศาภิบาล เล่มที่ 3-4 ร.ศ. 126 สำเนาหนังสือครั้งกรุงเก่า ว่าด้วยการพระราชทานที่กลปนา และขอเข้าตำราหมีนตรา พระธรรม วิลาศเอาไปวิวาทเป็นหัวเมือง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับประวัติของหลวงปู่ทวด แต่เนื้อหาของประวัติหลวงปู่ทวดที่ถูกเขียนโดยคุณอนันต์นั้น มีความขัดแย้งกับเหตุการณ์จริงบางประการ เช่น ในประวัติของหลวงปู่ทวด มีการกล่าวถึง วันเดือนปีเกิด และชื่อบิดามารดา ของหลวงปู่ทวด ทั้งที่ประเทศไทยเริ่มมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประชากรของประเทศในรูปแบบการทำสำมะโนประชากร เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2452 ตรงกับสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558) ดังนั้น การที่มีบันทึกวันเดือนปีเกิด และชื่อบิดามารดา ของหลวงปู่ทวด ซึ่งเป็นพระที่มีชีวิตในสมัยอยุธยา จึงเป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้ที่คนผู้หนึ่งที่เป็นคนธรรมดา ไม่ได้เป็นเจ้าของผืนดินจะถูกบันทึกไว้ทั้งวันเดือนปีเกิด รวมถึงบันทึกชื่อบิดามารดา หลักฐานอ้างอิงเกี่ยวกับประวัติของหลวงปู่ทวด จึงเป็นเพียงแค่เรื่องแต่งเท่านั้น โดยผู้ศึกษาคิดว่าเป็นการแต่งประวัติขึ้นเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ให้ผู้ที่ศรัทธาเชื่อว่าหลวงปู่ทวดเป็นพระที่มีตัวตนอยู่จริง ทั้งนี้ จากหลักฐานที่นำมาอ้างอิงนั้น ไม่ได้กล่าวถึงหลวงปู่ทวด ในชื่อของ “หลวงปู่ทวด” หรือ “หลวงพ่อทวด” มีเพียงแต่การกล่าวถึงชื่อ เจ้าณรปู เจ้าสามิราม และสมเด็จพระราชมนู

นอกจากนี้ จากการศึกษาของ Patrick Jory แพลโดย จีรพล เกตุจุมพล เรื่อง ปัตตานีในรูปหล่อหลวงพ่อดุสิต ที่กล่าวถึงการสร้างประวัตินี้และการเผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับหลวงปู่ทวด เพื่ออ้างความชอบธรรมในพื้นที่ภาคใต้ของสยาม โดยกล่าวว่า หลักฐานทางประวัติศาสตร์ ที่เล่าถึงเหตุการณ์ในช่วงศตวรรษที่ 22 ที่มีพระภิกษุรูปหนึ่ง ชื่อ สมเด็จพระราชาชนมณี (ซึ่งถูกอ้างว่าเป็นหลวงปู่ทวด) เป็นที่โปรดปรานของพระเจ้าแผ่นดิน ได้รับพระราชทานกัลปนาที่ดิน บริเวณวัดพะโคะ เมืองสงขลิ่งพระจังหวัดสงขลา และโปรดฯให้เบิกเอาไพร่พลในพื้นที่บริเวณนั้น ออกถวายเป็นเลกวัต เพื่อแลกกับการที่พวกเขาไม่ต้องเสียส่วยอากรให้กับรัฐ ซึ่งเรื่องนี้เป็นต้นเรื่องที่เกิดจากหลวงปู่ทวด ที่ถูกตีพิมพ์เผยแพร่ออกสู่สายตาของสาธารณชนเป็นครั้งแรกในวารสารเทศาภิบาลของกระทรวงมหาดไทย เมื่อช่วงปี พ.ศ. 2450 และยังมีหลักฐานชิ้นที่ 2 ที่ถูกตีพิมพ์เผยแพร่เมื่อปี พ.ศ. 2462 ในหนังสือชุดประชุมพงศาวดารภาคที่ 15 โดยทั้ง 2 หลักฐานนี้ เป็นการทำเพื่ออ้างสิทธิเหนือดินแดนและกำลังคนในพื้นที่ภาคใต้ ซึ่งความเรียงชุดประชุมพระตำราบรมราชูทิศ เพื่อกัลปนาสมัยกรุงศรีอยุธยา ถูกนำมาตีพิมพ์เผยแพร่เพียง 1 ปีเศษๆ ก่อนหน้าที่สยามจะถูกกดดันให้ทำสนธิสัญญากับอังกฤษ ในปี พ.ศ. 2451 ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกันกับที่อ้างสิทธิในการปกครองพื้นที่บริเวณภาคใต้ของไทยในขณะนั้น ที่กำลังเผชิญการทำลายจากการล่าอาณานิคมของอังกฤษ โดยการใช้เหตุการณ์พระราชทานที่ดินในประวัติของหลวงปู่ทวด เพื่ออ้างว่าภาคใต้เป็นของไทยมาตั้งแต่สมัยอยุธยา นอกจากนี้การแต่งประวัติหลวงปู่ทวดและการริเริ่มสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด โดยคุณอนันต์ คณานุรักษ์ เป็นเพราะตระกูลคณานุรักษ์เป็นตระกูลคหบดีที่มีตำแหน่งสำคัญในการบริหารราชการท้องถิ่นเมืองปัตตานี และคุณอนันต์ คณานุรักษ์ เป็นอดีตนายกเทศมนตรี และเทศตรีเทศบาลเมืองปัตตานีหลายสมัย (พ.ศ. 2481 - 2491) ซึ่งในช่วงปี พ.ศ. 2491 ได้เกิดเหตุการณ์ประกาศจับอาวุธขึ้นสู้ของพรรคคอมมิวนิสต์มลายา ดังนั้น คุณอนันต์ คณานุรักษ์ ซึ่งเป็นสมาชิกของตระกูลที่มีความสัมพันธ์อันดีกับรัฐไทย จึงอาจรู้สึกถึงความจำเป็นในการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดและการเขียนหนังสือประวัติหลวงปู่ทวดออกมา เพื่อพิสูจน์ต่อความจงรักภักดี และสร้างให้เกิดความศรัทธาต่อหลวงปู่ทวด ในฐานะที่เป็นสัญลักษณ์ของการสถาปนาพระพุทธศาสนา บนเงื่อนไขของการจะผนวกเอาดินแดนเข้าสู่ศูนย์กลางอำนาจของรัฐไทย (จีรพล เกตุจุมพล, 2558)

จากเรื่องราวประวัติของหลวงปู่ทวด ที่หลายเรื่องดูขัดแย้งกับความเป็นจริง แต่กลับไม่มีใครคัดค้านถึงเรื่องราวประวัติหลวงปู่ทวด ที่ถูกเขียนโดยคุณอนันต์ คณานุรักษ์ สาเหตุที่ไม่มีใครคัดค้าน ผู้ศึกษาคิดว่าเนื่องจาก คุณอนันต์เป็นผู้รวบรวมประวัติของหลวงปู่ทวดตามตำนานและคำบอกเล่าที่กระจัดกระจายอยู่ และทำการเขียนรวบรวมเป็นหนังสือขึ้น โดยตัวหนังสือทำให้ผู้ที่ได้รับสื่อเหล่านั้นเกิดความศรัทธาในพระเครื่องหลวงปู่ทวด ด้วยความเป็นหนังสือเล่มแรกที่ถูกเขียนขึ้นเกี่ยวกับประวัติหลวงปู่ทวด ผู้คนที่ได้อ่านเรื่องราวจึงเกิดความเชื่อถือ ทำให้คุณอนันต์กลายเป็นผู้ผูกขาดประวัติของ

หลวงปู่ทวดจากสื่อในรูปแบบหนังสือนั้น และเมื่อผู้คนได้รับรู้ถึงประวัติหลวงปู่ทวด จนเกิดความเลื่อมใสแล้ว ผู้คนเหล่านั้นจึงไม่อยากทำลายความเลื่อมใสของตนเอง ด้วยการตั้งข้อสงสัยถึงความถูกต้องของข้อมูลที่เผยแพร่ และในกรณีของเซียนพระ ที่เป็นผู้หาเลี้ยงชีพจากการซื้อขายพระเครื่อง การที่หนังสือสามารถสร้างความศรัทธาให้กับผู้คนได้ ย่อมเป็นประโยชน์ต่อตัวผู้ขายพระเครื่องเอง จึงไม่มีเหตุที่จะต้องคัดค้านเนื้อหาเหล่านั้น อันจะเป็นการเสี่ยงต่อการทำให้คนเลื่อมความศรัทธาต่อพระเครื่องหลวงปู่ทวด ดังนั้น จึงไม่มีการตั้งข้อสงสัยในเรื่องราวประวัติหลวงปู่ทวดที่ถูกเผยแพร่ออกมาเลย มีแต่เพียงการสร้างหนังสือที่ผลิตซ้ำเรื่องราวเหล่านั้น ให้คนในสังคมรับรู้ต่อไป



บทที่ 5

กระบวนการสร้างมูลค่า และการบริโภคพระเครื่องหลวงปู่ทวด

เพื่อศึกษาถึงปรากฏการณ์ความนิยมพระเครื่องหลวงปู่ทวดในสังคมไทย จึงแบ่งการพิจารณาเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านอุปทาน คือ กระบวนการสร้างความหมายและมูลค่าของพระเครื่องหลวงปู่ทวด และด้านอุปสงค์ คือ การบริโภคพระเครื่องหลวงปู่ทวด เพื่อให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์การวิจัย คือ กระบวนการสร้างความหมายและมูลค่าของพระเครื่องหลวงปู่ทวด และการบริโภคพระเครื่องหลวงปู่ทวดของผู้เช่าบูชา ซึ่งรายละเอียดการสร้างความหมายของพระเครื่องหลวงปู่ทวดนั้น ได้กล่าวแล้วในบทที่ 4 ดังนั้น ในบทนี้จะกล่าวถึงกระบวนการสร้างมูลค่าของพระเครื่องหลวงปู่ทวด ได้แก่ การสร้างค่านิยม การกำหนดราคา การใช้สื่อ และการสร้างตลาด ภายใต้แนวคิดกระบวนการกลายเป็นสินค้า ของ ฮีโอดอร์ อะดอร์โน และ แมกซ์ ฮอร์ไคเมอร์ และจะกล่าวถึงสาเหตุที่ชื่นชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวด เส้นှ่ของพระเครื่องหลวงปู่ทวด และรูปแบบการบริโภคพระเครื่องหลวงปู่ทวดของผู้เช่าบูชา ภายใต้กรอบแนวคิดตรรกวิทยาแห่งการบริโภค ของ ฌอง โบตริยาร์ด

5.1 การสร้างค่านิยม

จากการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่อง พบว่า ความนิยมของพระเครื่องหลวงปู่ทวดเกิดจากประสบการณ์อิทธิฤทธิ์ที่ผู้ครอบครองพระเครื่องหลวงปู่ทวดพบเจอ ซึ่งมาจากการมีประสบการณ์ด้วยตัวเอง การบอกต่อปากต่อปาก และประสบการณ์ที่มีการนำเสนอผ่านสื่อ ทั้งจากหนังสือ หนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ในด้านพุทธพาณิชย์ พระเครื่องหลวงปู่ทวดยังเป็นพระเครื่องที่ซื้อขายคล่อง หากต้องการเงินก็สามารถนำไปเปลี่ยนเป็นเงินได้รวดเร็ว

“..มีประสบการณ์ คนโดนมาก็มาเช่า แล้วก็บอกเพื่อน มึงไปใช้หลวงปู่ทวด ปากต่อปาก คิดดูปากคนหนึ่งพูดไปสิบคน อีกสิบคนเพิ่มอีกเป็นร้อย ร้อยเป็นพันไปเรื่อยๆ

..คนเอาไปห้อยแล้วมีประสบการณ์ คุ่มครองแคล้วคลาด คนทุกคนเกิดมาแล้วมันกลัวตาย ขับรถแล้วแคล้วคลาด อยากรู้เพราะกลัวตาย”

(ฉ่อย ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

“..ชอบหลวงปู่ทวดเพราะว่าศรัทธาในตัวท่าน เชื่อในความศักดิ์สิทธิ์ เคยมีประสบการณ์

..ก็อาจจะเป็นเพราะบารมีของท่าน ท่านอาจจะช่วยด้านนั้น เราไม่สามารถจะไปรู้ว่าพระองค์นี้พุทธคุณเด่นด้านไหนมาก แต่ส่วนใหญ่คนจะมาพูดกันว่าด้านแคล้วคลาด ประสบการณ์พูดต่อกันมา”

(แดง งามอินทรา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

“..ถ้าพุทธพาณิชย์ก็คือซื้อขายง่าย เพราะมีคนเล่นเยอะ หลวงปู่ทวดเนี่ยใครๆก็รู้จัก ใครๆก็เล่น เพราะ 1) ซื้อขายง่าย 2) ซื้อมาแล้วแบบว่าไม่ติดมือ คือ นี่ก็จะขายก็ขายได้ สมมติเราไปซื้อพระอะไรก็ไม่รู้ เราซื้อแพงจริง แต่เราขาย คนเค้าไม่เอา เค้าบอกเค้าไม่รู้จัก หรือเซียนไม่เล่น หลวงปู่ทวดก็คือพระหลักของวงการ พอเป็นพระหลักของวงการ ก็เหมือนเบญจภาคี ไปไหนใครมีก็ขายได้หมด เป็นพระที่วงการเค้าเล่นหากัน ก็เลยนิยม”

(เจ้าของร้านพระเครื่องหลวงปู่ทวด พันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

จากการสัมภาษณ์ผู้ขายและผู้เช่าบูชา พบว่า ประสบการณ์กนิหารที่ผู้ขายและเช่าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวดพบเจอ คือ ประสบการณ์ทางด้านแคล้วคลาด โดยเป็นการแคล้วคลาดจากอุบัติเหตุรถยนต์ รถจักรยานยนต์ และแคล้วคลาดจากเหตุวางระเบิด

“..ประสบการณ์จากพรรคพวก นายเชื้อใหม่ห้อยเม็ดแดงที่รถทัวร์ขึ้นเบตง ตกเหวลึกก็โลกว่าตายหมดทั้งคันรถ แต่มีอยู่คนหนึ่งที่รอด เพราะห้อยเม็ดแดงเม็ดนี้เอง แก่รู้สึกเหมือนใครไม่รู้ตัวดำๆ อุ้มแกแล้วโยนแกออกทางหน้าต่างไปคาอยู่ต้นไม้ รอดอยู่คนเดียว แล้วอย่างนี้จะบอกว่ามันเป็นประสบการณ์อะไรละ มันเหมือนหนังการ์ตูนไหม”

(ไผ่ ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

“..ซิมอไซด์ที่บ้านก็แคล้วคลาดหลายที ล้มหรือว่าเฉี่ยวอะไรอย่างนี้ เราอยู่บ้าน ซิมอไซด์มันสะดวก ก็ซิมอไซด์ 3 คน ลูกด้วย แฟนด้วย บางทีเจอรถจะชน ล้ออยู่ตรงตัวลูกพี่ แต่ไม่ชน ลูกไม่เป็นไร หรือว่าขับรถไป เจอรถพวกมูลินีวิ่งย้อน เราก็ไม่เห็นเวลาออกถนน มันก็พุ่งรถมาอย่างรวดเร็ว ปกติรถพี่เบรกก็ไม่มีดี แต่มันเบรกหยุด แล้วเฉี่ยวล้อไปไม่ถึงนิ้วเดียว เพราะถ้าไม่หยุด อีกหน่อยเดี๋ยวคงชนพี่ทั้งหมด พี่ก็คิดว่าเป็นเพราะบ้านพี่ใส่หลวงปู่ทวด แต่จะเป็นรูปธรรมแบบเอามาลองยังไม่เคย

..แล้วก็มีเพื่อนรุ่นพี่คนหนึ่ง ไม่เชื่อเรื่องพระเครื่อง เป็นคนขับพวกมอไซด์ฮาเลย์ แต่เร้าขายหลวงปู่ทวด เราบอกเค้า พี่ซิมอไซด์ เอาปู่ทวดเม็ดแดงไปใส่ ขายเค้าไปเท่าทุน 65,000 เค้าบอกรู้ไหม พระอย่างนี้ คนอื่นมาขาย 500 ก็ไม่ซื้อ แต่เค้าซื้อเพราะเชื่อเรา เค้าก็ใส่ วันนั้นเค้าขับเร็วมาก เจอสี

แยก บวกกับแท็กซี่ แท็กซี่เครื่องพังเลย เค้านหัวเค้าโหม่งกระจกแล้วแอลบตัวลอยไป 200 กว่าเมตร กระจกแตกหมดเลย รถแท็กซี่ก็เลย ตัวเค้านอนอยู่ เค้าก็รู้สึกตัวแล้วเอามือจับพระ แล้วบอกว่านี่ถึงเลยให้พระมา แต่ลูกไม่ได้ ขาหักหลายท่อน เลือดเต็มหมวกกันน็อค เชื้อโหม เค้าไม่เย็บซึกเข็ม เลือดไหลคือเลือดกำเดา ไอ้ที่หักก็กระดูก แต่ไม่มีรอยบาด แผลหรือเปลาละ นี่เรื่องจริง”

(เจ้าของร้านพระเครื่องหลวงปู่ทวด พันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

“..พี่ขับรถไป มันจะเป็นเลนคู่ รถอีกคันหักมาหาพี่ พี่นึกว่ายังไงก็ต้องชน สักพักเขาหักหลบไป หักหลบไปอีกเลนหนึ่ง หักหลบกะทันหันเลย จะชนแล้ว แต่เขาหักหลบไป เหมือนเขาหลับในมา”

(พี่ต่อ ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..มีครั้งล่าสุดไม่เชื่อก็ต้องเชื่อนะ มีแต่คนเค้าบอกว่าหลวงปู่ทวดเนื่อว่าน ปี 97 ถ้าห้อยแล้วจะไม่เกิดอุบัติเหตุ แค้วคลาดปลอดภัย แต่ถ้าเกิดเนี่ย ไม่หักก็หาย ซึ่งตอนนั้นก็ไปตามเค้าบอกเล่ามา ไม่นึกว่ามันจะเป็นความจริง ก็พอมายุติเหตุเมื่อปี 49 มาเจอด้วยกับตัวเอง ตอนนั้นรถคว่ำ แพนขับ ตอนที่เกิดอุบัติเหตุ พระอยู่ในคอ แล้วเรานอนโรงพยาบาล มีอยู่วันหนึ่งเอามาดู อ้าว พระนี่หักคือว่าพระยังอยู่ ไม่ได้หาย แต่เอามาดูพระหักนี้ ก็เป็นอย่างที่เค้าบอก ผมไม่มีเลือด ไม่มีแผลอะไรเลยนะทั้งตัวเนี่ย แพนก็ไม่มี แต่นอนโรงพยาบาลเพราะว่าถูกลมมันอัดที่หน้าอก”

(ลุงเอนก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558)

“..เอาเรื่องที่เป็นทหารนะ พี่ลาดตระเวนอยู่ ขับรถผ่าน แล้วผู้ก่อการร้ายฝั่งระเบิดไว้ใต้พื้นถนน พี่ขับผ่านไปใต้ไม่กี่เมตร ก็ระเบิดขึ้น แต่รถพี่รอด ขับเลยไปแล้วไง ผู้ก่อการร้ายก็ระเบิดไม่ทัน”

(พี่ผู้ย ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..ครั้งแรก ปี 2536 ขับมอไซค์ไป ก็ขับไวก แล้วหมาตัดหน้า ชนเต็มที ก็ไม่เป็นอะไร ถลอกปอกเปิก พวกเห็นคิดว่าเป็นเยอะ คิดว่าแยะ แต่ก็ไม่มีอะไรมาก ขับรถกลับมาได้

..ครั้งที่สอง ปี 2539 ก็เรื่องรถอีกนั่นแหละ ไปมอเตอร์ไซด์ รถพ่วงเขาตัดหน้า ห่างประมาณสัก 10 เมตร แล้วรถไปไวก พ่อก็เลยล้มรถ ถ้าไม่ล้ม ก็เบรกไม่อยู่ ถ้าชนอาจจะเป็นเยอะ แต่ในช่วงนั้นตัดสินใจล้มรถ ก็กระเด็นกลิ้ง เทียนนั่นก็ถลอกปอกเปิก ซ้ำ แต่ไม่มีเลือด

..ครั้งที่สาม ก็ปี 2539 อีก ผ่านมา 4-5 เดือน ก็มาชนหมาตรง 3 แยก ทางเข้าโรงพยาบาล พอไฟเขียวก็รีบออก หมาวิ่งตัดหน้า ชนเต็มที เทียนนี่ก็เกือบตาย เพราะว่าเฉียดฉิว พ่อล้มลงไปแล้ว 10

ล้อมันตามหลังมา ห่างประมาณสักศอกหนึ่งจากรถกับตัวเราที่ล้มลงไป รถสปีล้อก็เบรกเต็มที่ ล่วงไปก็กลิ้ง พอลุกขึ้นมาาก็ไปยกรถ แล้วขับต่อ

..ครั้งที่สี่ เกิดเมื่อปีที่แล้ว ปี 2557 ซิมอไซด์ รถเฉี่ยว กระเด็นไปไกล แต่ก็เจ็บ รุ่นหลังนี้เข้าโรงพยาบาล เพราะว่าเป็นแผลเยอะ ถลอกปอกเป็ด เคล็ดขัดยอก”

(ลุงเอก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

จากการสัมภาษณ์ผู้ครอบครองพระเครื่องหลวงปู่ทวด ประสบการณ์ที่พบเจอกับตัวเอง โดยส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับอุบัติเหตุรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ ผู้ศึกษาคาดว่าเป็นผลมาจากความเชื่อในพุทธคุณของพระเครื่องหลวงปู่ทวดด้านแคล้วคลาด จึงนำพระเครื่องหลวงปู่ทวดติดตัวระหว่างการเดินทาง ดังนั้น เมื่อเจอเหตุการณ์อภินิหารขึ้นในระหว่างประสบอุบัติเหตุ จึงเป็นการต่อย้ำความเชื่อเรื่องพุทธคุณศักดิ์สิทธิ์ด้านแคล้วคลาดของพระเครื่องหลวงปู่ทวด และสภาพของสังคมในปัจจุบัน ความไม่ปลอดภัยที่คนในสังคมได้รับ ส่วนใหญ่จะอยู่ในเรื่องอุบัติเหตุจากการเดินทาง สังเกตได้จากกลุ่มผู้เช่าบูชาที่ผู้ศึกษาเก็บข้อมูลนั้น มีเพียงพี่ยูที่มีประสบการณ์ด้านแคล้วคลาดจากอุบัติเหตุวางระเบิด เนื่องจากพี่ยูมีอาชีพเป็นทหาร และประสบการณ์ที่พี่ยูได้รับ เกิดขึ้นระหว่างที่พี่ยูประจำการอยู่ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จึงทำให้พี่ยูมีโอกาสได้เจอประสบการณ์อภินิหารของพระเครื่องหลวงปู่ทวดนอกเหนือจากการแคล้วคลาดในอุบัติเหตุรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์

ประสบการณ์ด้านแคล้วคลาดที่ผู้ครอบครองพระเครื่องหลวงปู่ทวดพบเจอด้วยตัวเอง ทำให้ผู้ครอบครองพระเครื่องหลวงปู่ทวดเกิดความศรัทธาในพระเครื่องหลวงปู่ทวดมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้ที่มีประสบการณ์จะแสวงหาพระเครื่องหลวงปู่ทวดเพิ่มแล้ว ยังมีการบอกต่อด้านพุทธคุณแคล้วคลาดของพระเครื่องหลวงปู่ทวดให้คนรอบข้างรับทราบ เป็นการผลิตซ้ำความศักดิ์สิทธิ์ของพระเครื่องหลวงปู่ทวด ทำให้เกิดค่านิยมในพระเครื่องหลวงปู่ทวดเพิ่มขึ้น โดยค่านิยมของพระเครื่องจะส่งผลต่อราคาพระเครื่อง เนื่องจากพระเครื่องที่มีค่านิยมมาก ย่อมมีความต้องการของผู้ที่ชื่นชอบพระเครื่องมาก ส่งผลให้พระเครื่องมีราคาสูงไปด้วย

5.2 ราคาของพระเครื่องหลวงปู่ทวด

ฉ่อย ท่าพระจันทร์ กล่าวว่า พระเครื่องหลวงปู่ทวด รุ่นแรก ปี 2497 ตอนออกใหม่ ทางวัดข้างให้ได้แจกให้ผู้ที่ทำบุญกับวัด โดยทำบุญ 5 บาท ได้รับพระเครื่อง 1 องค์ ซึ่งแต่เดิมพระเครื่องหลวงปู่ทวดไม่ได้มีมูลค่ามากอย่างเช่นในปัจจุบัน โดยปัจจุบันที่พระเครื่องหลวงปู่ทวดมีราคาสูงมาก

(ดูข้อมูลจากตารางที่ 5.1) เกิดขึ้นมาจากความนิยมในพระเครื่องหลวงปู่ทวด จากการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่องและผู้เช่าบูชา พบว่า ราคาของพระเครื่องหลวงปู่ทวด เกี่ยวข้องกับ

1. ความหายากของพระเครื่อง

จำนวนการสร้างพระเครื่อง ทำให้เกิดจำนวนพระเครื่องที่หมุนเวียนในตลาด ซึ่งจำนวนพระเครื่องนี้ จะมีผลต่อราคาของพระเครื่อง เช่น รุ่นเนื้อว่าน ปี 2497 และรุ่นหลังเตารีด ปี 2505 พิมพ์เล็กมีจำนวนสร้างน้อยกว่าพิมพ์กลาง ส่งผลให้พิมพ์เล็กมีราคาที่สูงกว่าพิมพ์กลาง

โดยจำนวนพระเครื่องที่สร้าง ต้องไม่มากเกินไปหรือน้อยเกินไป เพื่อให้มีพระเครื่องหมุนเวียนในตลาดจำนวนหนึ่ง จากการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่อง พบว่า จำนวนพระเครื่องที่เหมาะสม คือ การสร้างประมาณหลักร้อยจนถึงหลักพัน แต่ไม่เกิน 5,000 องค์

“..พระที่สร้างจำนวน หลักร้อย หลักพัน แต่ไม่เกิน 5,000 ราคาจะดี ที่บอกว่าดี เพราะว่าพระจะมีหมุนเวียนในสนาม แต่ถ้าสร้างจำนวน 5,000 ขึ้นไป จำนวนมากเกินไป ราคาจะไม่ค่อยวิ่ง เพราะ ถ้าน้องมาเช่าพระ พระที่นี้ก็มี ที่นู่นก็มี พระหาได้ง่าย แต่ถ้าพระสร้างไม่เกิน 5,000 องค์ ราคาจะดี ถ้าพระหลักสิบ จะมีราคาสูง ไม่มีหมุนเวียนในท้องตลาด ราคาจะไม่วิ่ง เพราะ ราคาแพง ราคาขึ้นไปสุดแล้ว สมมติราคาตอนสร้าง 5,000 บาท ตอนนี้ราคาอยู่ที่ 70,000 บาท ถือว่าสุดเกินไปแล้ว บางทีถ้าไม่มีลูกค้าที่อยากได้จริงๆ เค้าจะไม่ค่อยถามหา ต้องมีลูกค้าแบบมือเดอร์สั่งมาว่าอยากได้ อย่างนี้จริงๆถึงจะได้ พระสร้างน้อยเกินไปก็ไม่ดี มากเกินไปก็ไม่ดี ต้องประมาณหลักร้อย ไม่เกิน 5,000 ถึงจะดี”

(พี่น้อง ร้านพรปู่ทวด, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..ความหายากหาง่าย จำนวนสร้าง รุ่นแรกๆก็ต้องแพงกว่า บางรุ่นนิยมกว่า”

(แดง रामอินทรา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

ความหายากและราคาของพระเครื่องเป็นไปตามกฎอุปสงค์และอุปทาน เมื่อจำนวนพระเครื่องมีน้อยกว่าความต้องการพระเครื่อง ทำให้พระเครื่องมีราคาสูง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วีระพงษ์ อินทรพานิช (2548) เรื่อง “การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาดพระเครื่อง กรณีศึกษา พระเครื่องหลวงปู่ทวด วัดช้างให้ จังหวัดปัตตานี” โดยกล่าวว่า การสร้างพระเครื่องในอดีตไม่มีการบันทึกว่ารุ่นใด พิมพ์ใด มีจำนวนสร้างเท่าไร มีแต่การบันทึกจำนวนการสร้างทุกพิมพ์รวมกัน ทำให้ไม่ทราบจำนวนการสร้างแต่ละพิมพ์แน่ชัด เช่น พระ

เครื่องหลวงปู่ทวดเนื้อว่าน รุ่นแรก ปี 2497 มีการประมาณว่ามีพระเครื่องจำนวน 64,000 องค์ แต่ไม่มีเอกสารยืนยันจำนวนการสร้างแต่ละพิมพ์ ดังนั้นพระเครื่องบางพิมพ์ในรุ่นนี้ที่เชื่อกันว่ามีจำนวนสร้างน้อย และพระเครื่องจำนวนน้อยมากที่จะสภาพสวยสมบูรณ์ จึงกลายเป็นของหายาก ซึ่งพระสวยและหายากนี้เป็นที่ต้องการของนักสะสมพระเครื่อง ทำให้พระเครื่องเหล่านี้มีราคาสูง ตรงกับคำกล่าวที่ว่า “สร้างน้อย สวยมาก หายาก ต้องการมาก ราคาแพง” (วิระพงษ์ อินทรพานิช, 2548)

2. ความสวยงามของพระเครื่อง

ความสวยงามของพระเครื่อง คือ ความสมบูรณ์ของพระเครื่องที่อยู่ในสภาพคงเดิมมากที่สุด โดยเกณฑ์การตัดสินของคณะกรรมการในงานประกวดพระ จะพิจารณาจากความแท้ ความถูกต้อง ความสมบูรณ์ ความสวยงามและความคงไว้ซึ่งสภาพเดิม

“..พระสวย คือ หน้าตาสมบูรณ์ คือ พระถ้าแบบหน้าไม่มี ตาไม่มี ก็จะไม่สวย”

(พี่น้อง ร้านพรปู่ทวด, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

3. ประสบการณ์อภินิหารของพระเครื่อง

ประสบการณ์ของผู้ครอบครองพระเครื่องหลวงปู่ทวด เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดได้รับความนิยม เนื่องจากพระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นพระเครื่องที่มีประสบการณ์มากมาย จนมีคำกล่าวที่ว่า “แขวนหลวงปู่ทวด ไม่ตายโหง”

“..ไปดูอ่านประวัติ คำมีประวัติกันมา ถูกเปล่า ประวัติประสบการณ์ ไฉ่ตรงที่ว่า ประสบการณ์ตรง ตรงนั้นที่ผ่านมา ก็เล่าสืบผ่านกันมาเรื่อยๆ คนก็เสาะหา ยิ่งนานวันยิ่งของน้อยลงๆ หาไม่มีก็แพงขึ้นเรื่อยๆ มันก็เป็นกฎแห่งธรรมชาติ

..หลวงปู่ทวดเสน่ห์อยู่ตรงที่ประสบการณ์มากมายกายกองไม่สามารถเล่าได้ว่าอะไรเป็นอะไร ปีไหนที่ฮอตก มีอยู่คนที่รอดห้อยเหรียญหลวงปู่ทวดนะ มันก็มีส่วนหมด คำเรียกว่ารุ่นได้ร่มเย็น ก็ดังจนถึงเดี๋ยวนี้ คนนี้ทุกวันนี้ก็ยังมีชีวิตอยู่นะ คำรักษาหายแล้วด้วย”

(ไผ่ ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

4. ชื่อรุ่นที่ใช้เรียกพระเครื่อง

ชื่อรุ่นมีส่วนช่วยในการสร้างความนิยมของพระเครื่องหลวงปู่ทวด เช่น พระเครื่องหลวงปู่ทวดเนื้อว่านปี 2497 พิมพ์เล็ก ที่เรียกกันว่าพิมพ์พระรอด มีราคาแพงกว่าพิมพ์กลาง เนื่องจากชื่อรุ่นมีความหมายถึงคำว่ารอดพ้นจากภัยอันตรายต่างๆ ฉ่อย ท่าพระจันทร์ (2558) กล่าวในงาน ส่องพระกับเซียนดัง ว่า “พิมพ์พระรอด คนตั้งชื่อเขาฉลาด มีชื่อที่ดี คือ พระรอด บางคนก็ชอบชื่อที่ว่ารอด” หรืออีกรุ่น คือ พระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นเลื่อนสมณศักดิ์ ปี 2508 มีความเชื่อว่าผู้แสวงบุญจะได้เลื่อนยศเลื่อนตำแหน่ง จึงเป็นรุ่นที่ได้รับความนิยมในกลุ่มข้าราชการ ทหาร ตำรวจ

5. พระปลอมหรือพระเกี

พระปลอมหรือพระเกี มีผลต่อความนิยมพระเครื่องหลวงปู่ทวด เช่น พระเครื่องหลวงปู่ทวดหลังเตารีด ปี 2505 ในอดีตช่วงหนึ่ง พิมพ์กลางปี่มั่วมีราคาแพงกว่าพิมพ์เล็ก แต่เนื่องจากเกิดพระเกีพิมพ์กลางปี่มั่วที่ทำได้เหมือนของจริงมาก ทำให้คนไม่ค่อยกล้าเล่นหากัน ส่งผลให้ปัจจุบันพระเครื่องหลวงปู่ทวดหลังเตารีด ปี 2505 พิมพ์เล็กมีราคาแพงกว่าพิมพ์กลางปี่มั่ว

6. กระแสความนิยมของพระเครื่องรุ่นอื่นๆ

ราคาของพระเครื่องจะเพิ่มขึ้นเป็นรอบๆตามกระแสความนิยมของพระเครื่องรุ่นอื่นๆ โดยกระแสความนิยมสามารถสร้างได้โดยสื่อ ซึ่งก็คือการปั่นราคาพระรูปแบบหนึ่ง

“..เป็นธรรมดา คนเค้าก็ต้องหาอยากได้กัน เหมือนรถเนี่ย คันไหนขับดีขับเร็ว ถูก คนก็ย่อมจะหาใช่ปะ แต่ประสบการณ์ก็มีส่วน ถ้ามีแต่สื่อมันไม่ถาวร ไอ้สื่อนี้มันปั่น ปั่นนี้พอขายหมดก็เสร็จ แต่พระที่มีคุณภาพ มีประสบการณ์ ไม่ต้องปั่น ปั่นกับไม่ปั่น มีค่าเท่ากัน”

(ฉ่อย ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

“..สื่อมีผล คนก็จะศรัทธามากขึ้น ศรัทธาเกิด บารมีมา รอบก็มา อย่างตอนที่มิชชาวเครื่องบินตก วัดสะบาย้อย คนก็แห่ซื้อรุ่นนี้หมด ตอนนี้อยู่ไม่มีข่าวแล้ว วัดสะบาย้อยราคาก็หลักร้อยเอง อยู่เท่าเดิมเลย เมื่อก่อนขึ้นมาพันกว่าบาท เดียวนี้ลงมาเหลือหลักร้อย”

(พีอ้วน ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

เมื่อผู้ศึกษา ถ้ามถึงเรื่องมีคนตั้งราคาหลวงปู่ทวดหรือไม่

“..จะว่าตั้งมันก็ตั้ง แต่อย่าไปพูดดีกว่า มันไม่ใช่เรื่องของเรา”

(ไผ่ ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

7. ภาวะเศรษฐกิจ

ราคาของพระเครื่องขึ้นอยู่กับสถานะของเศรษฐกิจ หากเศรษฐกิจดี พระเครื่องจะมีราคาสูง แต่หากเศรษฐกิจไม่ดี พระเครื่องจะมีราคาลดลง

“..เศรษฐกิจดี ธรรมดา อะไรก็แล้วแต่ เศรษฐกิจดีมันก็ต้องดีทุกอย่าง”

(ฉ่อย ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

“..เศรษฐกิจดี พระเครื่องเป็นสิ่งฟุ่มเฟือยและแพง ราคาหลักหลายหมื่น หลายแสน เป็นล้านก็มี ต้องมีสตางค์แล้วเศรษฐกิจดีด้วย มีสตางค์แล้วเศรษฐกิจไม่ดีอย่างนี้ ก็ไม่กล้าเช่า เก็บสตางค์ไว้ทำอย่างอื่น เหมือนเราจะเช่าพระองค์นี้ เอาสตางค์ไปทำอย่างอื่นดีกว่า ช่วงนี้เศรษฐกิจฝืดเคือง เก็บไว้ก่อน พอช่วงเศรษฐกิจโล่งๆ เราค่อยเช่า เป็นส่วนสำคัญเลยแหละ

..พระเครื่องเนี่ย ราคาไม่มีหล่น ยกเว้นช่วงเศรษฐกิจอย่างนี้ มันช่วยไม่ได้ คนไม่มีสตางค์ซื้อราคาตก เพราะเราจะต้องขายให้มันถูก เหมือนเราต้องยั่วใจ ถ้าขายแพงเหมือนเดิมคนก็ไม่ซื้อ แต่ถ้าเกิดพระรุ่นนี้เคยขายแสนนึง แล้วมาขายหกหมื่น บางคนไม่ยอมซื้อ แต่ราคามันมันต้องซื้อ ต้องรีบซื้อ เพราะพวกนี้เวลาแพง แพงน่ากลัวเลย”

(เจ้าของร้านพระเครื่องหลวงปู่ทวด พันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

เนื่องจากพระเครื่องเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ดังนั้นหากเศรษฐกิจดี คนมีรายได้เพิ่มขึ้น จึงบริโภคพระเครื่องมากขึ้น ทำให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดมีอุปสงค์มากขึ้น ในขณะที่จำนวนพระเครื่องในตลาดมีน้อย และพระเครื่องมีปริมาณคงที่ ดังนั้น ในช่วงเศรษฐกิจดี พระเครื่องจึงมีราคาสูงมากขึ้น

8. การจัดงานประกวดพระเครื่อง

การจัดงานประกวดพระเครื่องมีผลต่อความนิยมและราคาของพระเครื่อง เนื่องจากมีการสร้างพระเครื่องขึ้นมากมาย หลายวัดและหลายเกจิอาจารย์ การจัดงานประกวดพระเครื่องจึงเหมือนเป็นการกำหนดมาตรฐานให้กับวงการพระเครื่องว่าพระเครื่องรุ่นใดที่มีการเล่นหาในวงการพระเครื่อง

โดยพระเครื่องที่มีการเล่นหาในวงการพระเครื่องนั้น จะมีอยู่ในรายการประกวดพระที่จัดโดยสมาคมผู้นิยมพระเครื่องพระบูชาไทย ดังนั้น การจัดงานประกวดพระเครื่องจึงเป็นการยกระดับราคาพระเครื่องอย่างหนึ่ง จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า พระเครื่องที่ชนะการประกวดหรือติดรางวัล จะมีราคาสูงกว่าพระเครื่องที่ไม่ติดรางวัล เนื่องจากการชนะการประกวดหรือติดรางวัลเป็นเครื่องแสดงว่าพระเครื่ององค์นั้นมีความสวย และยังเป็นการยืนยันว่าพระเครื่ององค์นั้นเป็นพระแท้

“..มีผลต่อราคาแน่นอน เพราะว่ามันสามารถเอามาปั่นเล่นราคากันในวงการได้”

(พีต่อ ผู้เชี่ยวชาญ, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..มีผลครับ เหมือนการันตี พระองค์นี้สวย แล้วก็แท้”

(บาส ผู้เชี่ยวชาญ, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2558)

“..ติดรางวัลมีผล เพราะมันเหมือนเป็นตัวการันตีอย่างหนึ่ง แล้วคนก็ว่ามันสวย ได้รางวัลอันนี้มีผล แต่เดี๋ยวนี้มันอาจจะจริงไป ถ้ามีรางวัลติดหลายโล่ ราคา ก็จะขึ้นไป”

(ลุงเอนก ผู้เชี่ยวชาญ, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558)

“..มีผล เพราะว่าเคยประกวดได้ที่ 1 จากงานนี้ งานนี้ เป็นใบประกันว่าพระสวย”

(ลุงเอก ผู้เชี่ยวชาญ, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

การประกวดพระเครื่องนั้น มีส่วนในการปั่นราคาพระเครื่อง โดยจากการสังเกตของผู้ศึกษา คนส่งพระเข้าประกวด ส่วนใหญ่จะเป็นคนที่มีอาชีพซื้อขายพระเครื่อง ซึ่งจะตระเวนส่งพระประกวดตามงานประกวดต่างๆ ที่เรียกว่าเป็นการล่ารางวัล ซึ่งพระเครื่องที่มีความสวยมากๆ เมื่อเข้าประกวดก็จะติดรางวัลทุกครั้ง และการติดรางวัลจากหลายงานประกวด ก็ยิ่งเป็นการสร้างมูลค่าพระเครื่ององค์นั้นให้เพิ่มสูงขึ้น

พระเครื่องที่มีการซื้อขายในตลาดมีหลากหลายประเภท ทั้งพระกรุ พระเกจิอาจารย์ พระเก่า และพระสร้างใหม่ ซึ่งการจัดประกวดพระโดยสมาคมผู้นิยมพระเครื่องพระบูชาไทย ก็เป็นการรักษามาตรฐานการเล่นหาพระเครื่องว่าพระเครื่องลักษณะใดเป็นพระแท้หรือพระปลอม โดยจะมีการตรวจสอบพระที่ส่งเข้าประกวดว่าเป็นของแท้หรือไม่ ในขณะเดียวกันก็มีการมอบรางวัลให้กับพระที่มีความสวยชนะการประกวด ซึ่งการตรวจสอบพระของงานประกวดว่าเป็นพระแท้หรือเป็นพระสวย ในอีกด้านหนึ่ง เท่ากับเป็นการผูกขาดอำนาจในการกำหนดมาตรฐานพระแท้หรือพระสวย รวมถึงอำนาจ

ในการกำหนดความรู้ของการดูพระให้กับเซียนพระที่เป็นกรรมการตัดสิน ซึ่งเป็นการทำให้เซียนพระมีอำนาจกำหนดว่าพระแท้พระปลอมเป็นอย่างไร โดยในอดีตมาตรฐานการเล่นพระแต่ละพื้นที่อาจจะแตกต่างกัน เช่น พระเครื่องหลวงปู่ทวด ทางภาคใต้เล่นอีกแบบหนึ่ง ทางกรุงเทพฯเล่นอีกแบบหนึ่ง โดยแต่ละกลุ่มก็อาจมีมาตรฐานในการกำหนดพระแท้หรือพระปลอมที่แตกต่างกัน แต่การจัดงานประกวดพระเครื่องนั้น เป็นการขยายอำนาจในการกำหนดพระแท้ของเซียนพระกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งให้เพิ่มมากขึ้น

นอกจากงานประกวดพระจะทำให้พระเครื่องมีมูลค่าสูงขึ้นแล้ว งานประกวดพระยังเป็นการขยายขนาดของตลาดพระเครื่อง เนื่องจากภายในงานมีการเปิดให้จองพื้นที่สำหรับตั้งแผงพระ เรียกว่า “แผงจร” เพื่อให้ผู้ขายพระสามารถนำพระเครื่องมาวางขายได้ และยังเป็นการสะดวกต่อผู้ที่เข้าร่วมงานประกวดพระในการเลือกหาเช่าบูชาพระเครื่องระหว่างรอผลการตัดสิน

พระเครื่องหลวงปู่ทวด เป็นพระเครื่องหนึ่งที่อยู่ในรายการของงานประกวดอย่างสม่ำเสมอ ยกตัวอย่างเช่น งานมหกรรมประกวดการอนุรักษ์พระเครื่อง พระบูชา และเหรียญคุณาจารย์ วันอาทิตย์ที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 ณ หอประชุมชุลนระวัณ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม มีการจัดประกวดพระเครื่องมากถึง 2,553 รายการ เป็นการประกวดพระเครื่องหลวงปู่ทวด จำนวน 105 รายการ หรืองานมหกรรมการประกวดพระบูชา พระเครื่อง และเหรียญคุณาจารย์ จัดโดยคณะนักเรียนเตรียมทหารรุ่นที่ 1 วันเสาร์ที่ 31 มกราคม และวันอาทิตย์ที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 ณ ราชตฤณมัยสมาคมแห่งประเทศไทย ในบรมราชูปถัมภ์ มีการจัดประกวดพระเครื่องถึง 2,304 รายการ แบ่งการประกวดพระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็น 3 ประเภท จำนวนรวม 175 รายการ คือ

1. พระหลวงปู่ทวดยอดนิยม เป็นพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่สร้างโดยอาจารย์ทิม ที่วัดช้างให้ ตั้งแต่ปี 2497 – 2511 จำนวน 70 รายการ
2. พระหลวงปู่ทวดทั่วไป เป็นพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ออกโดยวัดอื่นๆ มีทั้งที่อาจารย์ทิมเป็นผู้ปลุกเสก และเกจิอาจารย์อื่นๆเป็นผู้ปลุกเสก รวมถึงพระเครื่องที่ออกโดยวัดช้างให้ แต่ไม่ทันยุคอาจารย์ทิม ตั้งแต่ปี 2505 – 2553 จำนวน 70 รายการ
3. พระหลวงปู่ทวด อาจารย์นอง วัดทรายขาว เป็นพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ปลุกเสกโดยอาจารย์นอง ที่วัดทรายขาว ตั้งแต่ปี 2514 – 2542 จำนวน 35 รายการ

ภาพที่ 5-1 บรรยากาศงานประกวดพระเครื่อง



ที่มา : มหกรรมการประกวดการอนุรักษ์พระบูชา พระเครื่อง และเหรียญคุณาจารย์ทั่วประเทศ วันอาทิตย์ที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 ณ อาคารรัฐประศาสนภักดี ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ (โซน บี) ถนนแจ้งวัฒนะ เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยที่มีผลต่อราคาของพระเครื่องหลวงปู่ทวดไม่แตกต่างจากพระเครื่องอื่นๆ เพียงแต่แตกต่างด้านความนิยมของพิมพ์พระเครื่อง โดยพระเครื่องอื่นๆ พิมพ์กลางจะมีความนิยมมากกว่าพิมพ์เล็ก จึงทำให้พระเครื่องพิมพ์กลางมักจะมีราคาสูงกว่าพิมพ์เล็ก แต่ต่างจากพระเครื่องหลวงปู่ทวด ซึ่งแทน ท่าพระจันทร์ กล่าวในงาน ส่องพระกับเซียนตั้ง ว่า “พระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นพระเครื่องแปลก ที่พิมพ์เล็กมีราคาแพงกว่าพิมพ์กลาง ในขณะที่พระอื่นพิมพ์กลางจะมีราคาแพงกว่าพิมพ์เล็ก” เช่น หลวงปู่ทวดเนื้อว่าน ปี 2497 พิมพ์เล็กมีราคาแพงกว่าพิมพ์กลาง สาเหตุมาจากการตั้งชื่อพิมพ์ว่าพิมพ์พระรอด หรือหลวงปู่ทวดหลังเตารีด ปี 2505 พิมพ์เล็กมีราคาแพงกว่าพิมพ์กลางปืมซ่า สาเหตุมาจากพิมพ์กลางปืมซ่า มีพระปลอมที่ทำออกมาได้เหมือนพระแท้ คนจึงนิยมเล่นพิมพ์เล็กมากกว่า

โดยปกติ ราคาของพระเครื่องหลวงปู่ทวด ถูกกำหนดจาก 8 ปัจจัยข้างต้น แต่ราคาพระเครื่องหลวงปู่ทวดก็ก้าวกระโดดขึ้นเป็นบางช่วง เนื่องจากเป็นช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจดี และมีความต้องการซื้อพระเครื่องหลวงปู่ทวดจากต่างประเทศ เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ฮองกง ไต้หวัน และจีน จากการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่องและผู้เช่าบูชา พบว่า ราคาของพระเครื่องหลวงปู่ทวดมีการก้าวกระโดดในช่วงปี พ.ศ. 2534 – 2536 และ ช่วงปี พ.ศ. 2546 – 2556 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ของศูนย์วิจัยกสิกรไทยว่าในปี พ.ศ. 2548 ว่าวงการพระเครื่องเติบโตขึ้น เนื่องจากราคาพระเครื่องปรับตัวเพิ่มขึ้น มีนักลงทุนชาวต่างชาติเช่าพระเครื่องและวัตถุมงคลจากไทยเพื่อนำไปให้เช่าต่อสำหรับผู้สนใจในต่างประเทศ ทำให้ราคาพระเครื่องที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะพระชุดยอดนิยม มีการปรับราคาสูงขึ้นถึงร้อยละ 40 และมีความต้องการเข้ามาอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากผู้ขายไม่สามารถหาสินค้าได้ตามความต้องการ เพราะ พระชุดยอดนิยมได้หายไปจากสนามพระ ทำให้พระเครื่องระดับรองๆ ลงมาเริ่มเป็นที่เสาะแสวงหาของนักสะสม ราคาพระเครื่องเหล่านี้จึงมีโอกาที่จะปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สำหรับราคาของพระเครื่องหลวงปู่ทวด จากการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่องและผู้เช่าบูชา พบว่า ราคาสูงสุดของพระเครื่องหลวงปู่ทวดอยู่ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2556 ก่อนที่ราคาจะเริ่มคงที่ในปี พ.ศ. 2557 และเริ่มมีราคาลดลงในช่วงปลายปี พ.ศ. 2557 ถึงในปัจจุบัน (พ.ศ. 2558)

“..ช่วงต่อเมื่อมีเศรษฐกิจดีๆ แล้วก็มีความนิยม มีประสบการณ์ขึ้น พระต้องสวยด้วย ถ้าพระไม่สวยจะอีกราคาหนึ่งเลย”

(พี่น้อง ร้านพรปู่ทวด, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..ราคาหลวงปู่ทวดก็ขึ้นเรื่อยๆนะ แต่มากระโดดช่วงหลังจตุคามฟูบ ช่วงจตุคามได้รับความนิยม คนไปเล่นจตุคามเยอะ แล้วที่นี้ราคาหลวงปู่ทวดก็นิ่งๆ สุดท้ายจตุคามราคาตก คนเลิกเล่นจตุคามก็กลับมาเล่นหลวงปู่ทวดกัน ความต้องการสูง ราคาเลยกระโดด”

(พี่ยู้ย ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..ปี 2540 กว่า ปี 46 47 48 49 50 นี้กระโดด กระโดดมากๆ

..ประมาณ 46-47 แต่ปี 34 35 36 ก็แรง หลวงปู่ทวดแรงมาก แต่แรงแบบปกตินะ ไม่ใช่แรงแบบวูบวาบ เป็นกระแสบ่อยขึ้นเรื่อยๆ แล้วก็ปี 46 ที่มีกระแส ตั้งแต่นั้นมา 2556 ร่วงจนถึงเดี๋ยวนี้ ผนังนี้ราคาลงมาถึง 50% -60% ลงมา 50% อย่างต่ำสุด ทั่วประเทศลงหมด”

(ไผ่ ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

เมื่อผู้ศึกษาถามถึงราคาสูงสุดของหลวงปู่ทวด

“ปี 56 ตั้งแต่ 46-56”

(ไผ่ ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

เมื่อผู้ศึกษาถามว่าทำไมราคาถึงก้าวกระโดด

“..มันพูดไม่ได้ รู้แต่พูดไม่ได้”

(ไผ่ ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

ผู้ศึกษาได้รวบรวมราคาของพระเครื่องหลวงปู่ทวด รุ่นที่อยู่ในรายการประกวดพระที่จัดโดยสมาคมผู้นิยมพระเครื่องพระบูชาไทย จากการสัมภาษณ์พี่พร เมืองใต้ โดยเป็นราคาพระเครื่องหลวงปู่ทวดช่วง พ.ศ. 2550 ซึ่งเป็นช่วงที่จตุคามกำลังได้รับความนิยม ราคาช่วงปลาย พ.ศ. 2556 ซึ่งเป็นช่วงที่พระเครื่องหลวงปู่ทวดมีราคาสูงสุด และราคาในช่วงปัจจุบัน คือ พ.ศ. 2558 โดยยกตัวอย่างเฉพาะรุ่นพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่มีราคาเช่าบูชาเกิน 1 ล้านบาท มีรายละเอียดดังตารางข้างล่างนี้

ตารางที่ 5-1 แสดงราคาพระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นที่มีการเช่าบูชาเกิน 1 ล้านบาท

พระหลวงปู่ทวด ยอดนิยม ชุดที่ 1				
	รุ่นพระ	ราคาช่วง พ.ศ. 2550	ราคาช่วงปลาย พ.ศ. 2556	ราคาช่วง พ.ศ. 2558
1	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์ใหญ่กรรมการ ปี 2497	ประมาณ 2 - 5 ล้านบาท	ประมาณ 10 ล้าน บาท	ประมาณ 6 - 7 ล้านบาท
2	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์ใหญ่ ปี 2497	ประมาณ 3 - 6 ล้านบาท	ประมาณ 13 - 14 ล้านบาท	ประมาณ 10 ล้าน บาท
3	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์ด้อย ปี 2497	ประมาณ 1 - 2 ล้านบาท	ประมาณ 3 ล้าน บาท	ประมาณ 1 - 2 ล้านบาท
4	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์กลางเล็ก ปี 2497	ประมาณ 1.2 - 2.2 ล้านบาท	ประมาณ 3.2 ล้านบาท	ประมาณ 1.2 - 2.2 ล้านบาท
5	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์กลาง ปี 2497	ประมาณ 5 - 6 แสนบาท	ประมาณ 8 แสน บาท	ประมาณ 7 แสน บาท
6	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์พระรอดกรรมการ ปี 2497	ประมาณ 1 ล้าน กว่าบาท	ประมาณ 2 ล้าน บาท	ประมาณ 1.5 ล้านบาท
7	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์พระรอด ปี 2497	ประมาณ 1.5 ล้านบาท	ประมาณ 2.5 ล้านบาท	ประมาณ 2 ล้าน บาท
8	พระรูปหล่อหลวงปู่ทวด รุ่น เลขใต้ฐาน (เบตง) เนื้อนว โลหะ ปี 2505	ประมาณ 1 ล้าน บาท	ประมาณ 3 ล้าน กว่าบาท	ประมาณ 2 ล้าน บาท
9	พระหลวงปู่ทวด พิมพ์หลัง เตารีดใหญ่ เนื้อนวโลหะ ปี 2505	ประมาณ 1 ล้าน กว่าบาท	ประมาณ 3 ล้าน บาท	ประมาณ 2 ล้าน บาท
10	พระหลวงปู่ทวด พิมพ์หลัง เตารีดใหญ่ เนื้อโลหะผสม ปี 2505	ประมาณ 5 แสน บาท	ประมาณ 1.5 ล้านบาท	ประมาณ 8 แสน บาท

11	พระหลวงพ่อดาว พิมพ์หลัง เตารีดใหญ่ เนื้อเมฆพัด (เข้า ตุ่ม) พิมพ์นิยม ปี 2505	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 4 หมื่น บาท
12	พระหลวงพ่อดาว พิมพ์หลัง เตารีดใหญ่ เนื้อเมฆพัด ปี 2505	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 4 หมื่น บาท	ประมาณ 3 หมื่น บาท
13	พระหลวงพ่อดาว พิมพ์หลัง เตารีดใหญ่ เนื้อแร่ ปี 2505	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 3 หมื่น บาท
14	พระหลวงพ่อดาว พิมพ์หลัง เตารีดใหญ่ หัวมน ปี 2505	ประมาณ 1 – 1.5 แสนบาท	ประมาณ 2.5 – 3 แสนบาท	ประมาณ 2 แสน บาท
15	พระหลวงพ่อดาว พิมพ์หลัง เตารีดใหญ่ ปีม้า ปี 2505	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 1.5 แสนบาท	ประมาณ 8 หมื่น บาท
16	พระหลวงพ่อดาว พิมพ์หลัง เตารีดกลาง ปีม้า-ไม่ปืม ปี 2505	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 2.5 แสนบาท	ประมาณ 1.8 แสนบาท
17	พระหลวงพ่อดาว พิมพ์หลัง เตารีดเล็ก แข็งซัด ปี 2505	ประมาณ 2 แสน บาท	ประมาณ 4 แสน บาท	ประมาณ 3 แสน บาท
18	พระหลวงพ่อดาว พิมพ์หลัง เตารีดเล็ก อาปาเซ่ ปี 2505	ประมาณ 2 แสน บาท	ประมาณ 3.5 แสนบาท	ประมาณ 2.5 แสนบาท
19	พระหลวงพ่อดาว พิมพ์หลัง เตารีดเล็ก หน้าใหญ่-หน้า เซ็ด ปี 2505	ประมาณ 8 หมื่น บาท	ประมาณ 1.8 แสนบาท	ประมาณ 1.3 แสนบาท
20	เหรียญหลวงพ่อดาว พิมพ์ เสมา รุ่นแรก เนื้อทองแดง ปี 2500	ประมาณ 5 แสน บาท	ประมาณ 2 ล้าน บาท	ประมาณ 1.5 ล้านบาท
21	เหรียญหลวงพ่อดาว รุ่น เลื่อนสมณศักดิ์ เนื้อทองแดง ปี 2508	ประมาณ 5 แสน บาท	ประมาณ 3 ล้าน บาท	ประมาณ 2 ล้าน บาท

22	เหรียญหลวงพ่อดาวรุ่ง เลื่อนสมณศักดิ์ เนื้ออัลปาก้า (พิมพ์นิยม) ปี 2508	ประมาณ 1 แสน กว่าบาท	ประมาณ 2 ล้าน บาท	ประมาณ 1.5 ล้านบาท
23	เหรียญหลวงพ่อดาวรุ่ง เลื่อนสมณศักดิ์ เนื้ออัลปาก้า ชุบนิเกิ้ล ปี 2508	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 2.5 แสนบาท	ประมาณ 2 แสน บาท
24	เหรียญหลวงพ่อดาวรุ่ง เลื่อนสมณศักดิ์ เนื้ออัลปาก้า ชุบนิเกิ้ล (บล็อกธรรมดา) ปี 2508	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 1.5 แสนบาท	ประมาณ 1.2 แสนบาท

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ พร เมืองใต้ เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2558

จากตารางที่ 5.1 แม้จะเป็นราคาตลาดของพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่มีการเล่นหากัน แต่สำหรับการตั้งราคาพระเครื่องหลวงปู่ทวดแต่ละองค์ของร้านพระเครื่องนั้น นอกจากตั้งตามราคาตลาดและความสวยงามของพระเครื่ององค์นั้นแล้ว ต้นทุนและความน่าเชื่อถือของผู้ขาย ก็มีผลต่อราคาพระเครื่องที่จะสามารถขายได้อีกด้วย

- ต้นทุนของพระเครื่อง

จากการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่อง พบว่า แต่ละร้านมีต้นทุนของพระเครื่องไม่เท่ากัน ถ้าร้านหาพระเครื่องได้ในราคาต่ำ ก็ทำให้สามารถตั้งราคาพระเครื่องต่ำกว่าร้านอื่น ซึ่งทำให้สามารถปล่อยเช่าได้ง่ายกว่า

“..ราคาแล้วแต่ต้นทุนของแต่ละคน พี่ถึงบอกถ้าไปบูกรังบางที่เราซื้อราคาก็แรง แต่ถ้าเราซื้อตามสนามราคาจะถูกกว่า ถ้าเราไปขอเช่าเค้าราคาก็จะแรง เราก็ต้องขายที่แพงกว่า แล้วบางครั้งลูกค้าก็สู้ไม่ไหวเราก็จะเหนื่อย”

(พี่น้อง ร้านพรปู่ทวด, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..บางองค์ผมเข้ามาสวยแล้วเค้าเอาแพง ผมก็จำเป็นต้องปล่อยแพงขึ้น”

(ไผ่ ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

- ความน่าเชื่อถือของผู้ขายพระเครื่อง

จากการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่อง พบว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ขายพระเครื่องมีผลต่อการตั้งราคาพระเครื่อง โดยเขียนพระที่มีชื่อเสียง จะสามารถขายพระเครื่องได้ในราคาที่สูงกว่า เนื่องจากลูกค้าจะมีความมั่นใจว่าพระเครื่องที่ตัวเองเช่าบูชาชื่อนั้นเป็นพระแท้ โดยผู้เช่าบูชาจะมีคิดว่า “เงินแท้พระต้องแท้” ซึ่งการสร้างความน่าเชื่อถือของผู้ขายพระเครื่องนั้น ทำได้ตั้งแต่การเปิดร้านพระเครื่องเป็นหลักแหล่ง การลงโฆษณาในนิตยสารพระเครื่อง การถูกสัมภาษณ์ลงหนังสือพิมพ์ การทำหนังสือพระเครื่องออกจำหน่าย การนำพระเครื่องถ่ายรูปลงหนังสือ การเป็นกรรมการประกวดพระเครื่อง เป็นต้น นอกจากนี้ ในปัจจุบันยังมีการสร้างความน่าเชื่อถือผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook โดยการเป็นแอดมินกลุ่มพระเครื่อง หรือการให้คำแนะนำกับผู้ที่ลงรูปพระเครื่องในกลุ่ม เพื่อตรวจสอบว่าเป็นพระแท้หรือไม่

“..มีหน้าร้านจะน่าเชื่อถือ เพราะว่า 1) เราขายความซื่อสัตย์ 2) ชื่อขายพระแท้ แล้วลูกค้าบอกว่าไม่ถูกใจ มีเอาไปให้คนสวดว่าดีไม่ใช่ออย่างนี้ คำมาขอคืนเรา เราก็ต้องให้คืน เพราะว่าเราก็ต้องรักษาลูกค้าไว้ แต่ถ้าที่จริงแล้วเป็นพระแท้ บางคนดูไม่เป็น เอาไปให้คนที่ดูไม่เป็นมันก็ได้

..ความเชื่อถือ ความมั่นใจของลูกค้า ชื่อเสียงเกี่ยว”

(พี่น้อง ร้านพรปู้ทวด, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

การตั้งราคาขายนั้น ผู้ขายพระเครื่องบอกว่าการที่จะขายได้ราคาเท่าไร อยู่ที่เทคนิคส่วนตัว เพราะ ราคาพระเครื่องเป็นความพอใจของทั้ง 2 ฝ่าย ซึ่งเทคนิคส่วนตัวนั้น นอกจากชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือแล้ว ความรู้ของผู้ขายในการตอบคำถามผู้เช่าบูชา ทำเลที่ตั้งของร้าน และจำนวนพระเครื่องที่ร้านมี ก็มีผลต่อการดึงดูดลูกค้าและมีผลต่อการตั้งราคาพระเครื่อง จึงเป็นการแสดงให้เห็นว่าแม้พระเครื่องจะมีราคาตลาดเป็นเกณฑ์ว่าแต่ละรุ่นมีราคาเท่าไร แต่เนื่องจากพระเครื่องแต่ละองค์นั้นมีความแตกต่างกัน ราคาของพระเครื่องระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายจึงขึ้นอยู่กับความพอใจของทั้ง 2 ฝ่าย ดังจะเห็นว่าการใช้สื่อ เช่น การโฆษณาร้านในนิตยสารพระเครื่อง การให้สัมภาษณ์ลงหนังสือพิมพ์หรือโทรทัศน์ การเขียนหนังสือ รวมถึงการเป็นกรรมการประกวดพระเครื่อง เป็นการสร้างชื่อเสียง สร้างความน่าเชื่อถือให้กับเขียนพระ ซึ่งผู้ที่เช่าบูชาพระเครื่องอาจจะขาดความรู้ในการดูพระ จึงจำเป็นต้องหาเช่าบูชาจากผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ และสร้างความเชื่อมั่นว่าพระที่ตนเองเช่ามานั้นเป็นพระแท้ ดังนั้น การโฆษณาผ่านสื่อของเขียนพระ การเป็นกรรมการตัดสินงานประกวดพระ และความรู้ในการตอบคำถามให้กับผู้ที่เช่าบูชา ล้วนแต่เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเขียนพระ นอกจากนี้ ทำเลที่ตั้งของร้าน และจำนวนพระเครื่องที่ร้านมี ก็เป็นการสร้างความสะดวกให้กับลูกค้าในการเลือกหาพระ ทั้งหมดนี้ต่างก็ส่งผลต่อความสามารถในการตั้งราคาพระของร้านขายพระเครื่อง

สำหรับกำไรต่อองค์ของพระเครื่อง จากการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่อง พบว่า กำไรของพระเครื่องไม่แน่นอน มีทั้งขาดทุนและกำไร ถ้าโชคดี ซื้อพระเครื่องได้ราคาถูกก็สามารถทำกำไรได้มาก แต่หากเจอพระปลอมหรือพระทำผิวก็จะขาดทุนได้ ซึ่งกำไรพระเครื่องต่อองค์จะอยู่ระหว่าง 3 ถึง 40 เปอร์เซ็นต์

“..ไม่แน่ ขาดทุนก็มี กำไรก็มี บางทีเจ๊งเลยก็มี ซื้อมาแสนนึงหายไปเลย เก๊ ประมาณไม่ได้เอาแน่ไม่ได้ มีกำไรบ้าง ขาดทุนบ้าง แต่ว่าส่วนมากมันจะมีกำไรมากกว่าขาดทุน ถ้าขาดทุนอย่างเดียวพวกผมก็อยู่ไม่ได้”

(ฉ่อย ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

“..กำไรองค์นึงประมาณ 30 – 40 เปอร์เซ็นต์”

(พี่น้อง ร้านพรปู้หวอด, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..มันไม่ได้คิดเป็นเปอร์เซ็นต์หรอก ส่วนใหญ่กำไรไม่เยอะหรอก ขึ้นอยู่กับว่าพระองค์นั้นเราจะเข้ามาได้ราคาเท่าไร พระเล่นกันแสนนึง ถ้าเราเข้าได้หมื่นนึง เราก็กำไรเยอะหน่อย ส่วนใหญ่คนสมัยนี้จะเข้าพระที่ราคาเบียดๆกัน พระเล่นกันแสนนึง เราก็เข้าได้ประมาณ 8-9 หมื่น ไม่ค่อยมีหรอกเข้าถูกๆ เพราะทุกวันนี้โลกมันทันสมัย เช็คในหนังสือ อินเทอร์เน็ต มันรู้หมดแล้ว ไม่มีใครหลอกใครหรอก เพราะเวลาซื้อขายพระเนี่ย คนขายต้องเป็นคนตีราคาให้”

(แดง รามอินทรา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

“..3% 5% 10% 15% อยู่ที่จังหวัด อยู่ทีสภาพพระ อย่างนี้พูดไม่ถูกหลอก ถ้าเราได้พระสวยก็ 15% มี เรียกว่าซื้อหมื่นนึง กำไรจะเอา 1,500 -2,000 ได้แน่”

(ไผ่ ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

“..ขาดทุนก็มี พระปลอมหรือพระที่ซื้อมามันบิวท์ หรือเราไม่แม่นจริง พระเครื่องไม่ได้กำไรทุกองค์นะ ไม่อย่างนั้นสรรพากรก็เก็บได้หมดแล้ว พระแท้ พระเก๊ ซื้อเท่าไรก็ไม่มียาากลาง อันนี้ก็ตอบไม่ได้ กำไรมากกำไรน้อย ขาดทุนก็มี ซื้อพระพลุกมา กำไรมากก็มี”

(เจ้าของร้านพระเครื่องหลวงปู่หวอด พันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

สำหรับกำไรต่อองค์ของพระเครื่องนั้น จะเห็นว่ามีความความแตกต่างกันมากพอสมควร คือ ตั้งแต่ 3 ถึง 40 เปอร์เซ็นต์ ผู้ศึกษาคิดว่ามาจากต้นทุนของพระเครื่องที่ผู้ขายซื้อมาจำหน่ายต่อ เนื่องจากพระเครื่องนั้น หากไม่ใช่พระที่มีความสวยมาก การตั้งราคาก็ไม่สามารถตั้งสูงกว่าราคาตลาดได้ เนื่องจากหากเป็นพระสภาพทั่วไป ร้านขายพระหลายๆร้านก็มีพระเครื่องสภาพแบบนั้น แตกต่างจากพระเครื่องที่มีความสวย เนื่องจากพระสวยเป็นที่ต้องการของผู้ชื่นชอบพระเครื่อง ผู้ขายสามารถตั้งราคาได้สูงกว่าพระเครื่ององค์อื่นๆในตลาด จึงทำให้ได้กำไรมากไปด้วย

ความแตกต่างของพระเครื่องจากสินค้าอื่นๆ คือ ราคาพระเครื่องกับความต้องการของผู้ศรัทธา นั่นคือ ถึงแม้ว่าพระเครื่องมีราคาตลาด จะสามารถจูงใจให้คนมาเช่าพระเครื่องได้มากขึ้น แต่ผู้ศึกษาคิดว่าราคาพระเครื่องที่แพงขึ้น กลับไม่มีผลต่อความต้องการเช่าพระเครื่องที่ลดลง เช่น หากพระเครื่องจากราคา 100,000 บาท แล้วขึ้นราคากลายเป็น 150,000 บาท ก็ไม่ได้ทำให้ผู้ที่ต้องการพระเครื่อง ไม่เช่าหาพระเครื่อง เพราะราคาที่แพงขึ้น แต่หากพระเครื่องราคา 100,000 บาท แล้วปรับราคาลงเป็น 80,000 บาท จะมีผลต่อการจูงใจให้ผู้ต้องการตัดสินใจเช่าพระเครื่องได้ง่ายขึ้น เพราะเกรงว่าราคาพระเครื่องจะปรับขึ้นไปแพงในระดับที่เท่าเดิม

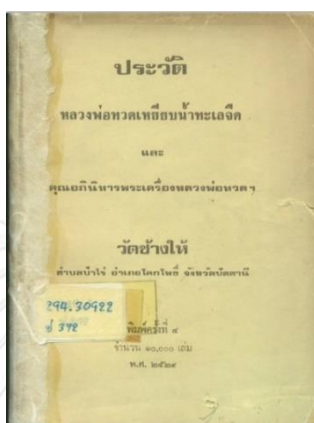
จากการสังเกตร้านขายพระเครื่อง ร้านขายพระมักจะเปิดราคาเพื่อเอาไว้ให้ลูกค้าต่อรองราคา และหากมีคนเอาพระมาขาย ร้านขายพระเครื่องก็จะถามคนที่เอาพระมาขายว่าต้องการขายเท่าไร ดังนั้น ผู้ที่เอาพระมาขายจึงต้องศึกษาราคาซื้อขายพระจากตลาดพระออนไลน์หรือจากนิตยสารพระเครื่องก่อน เพื่อให้ทราบราคาพระองค์ที่นำมาขาย มีราคาเล่นหากันอยู่ที่เท่าไร ซึ่งหากเป็นสมัยก่อนที่สื่อ อย่างเช่นอินเทอร์เน็ตหรือนิตยสารพระ ไม่ได้มีมากเหมือนในปัจจุบัน ผู้ที่นำพระมาขายอาจถูกเขียนพระหลอกชื่อพระในราคาถูกได้ แตกต่างจากในปัจจุบันที่เขียนพระกล่าวว่า ทำอย่างนั้นไม่ค่อยได้แล้ว เพราะทุกคนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เข้าถึงนิตยสารพระเครื่อง ทำให้ทราบราคาที่เล่นหากัน ดังนั้น การเกิดขึ้นของนิตยสารพระเครื่อง และอินเทอร์เน็ต เป็นการทำลายความไม่สมมาตรของข้อมูลในด้านราคา ระหว่างผู้ขายพระเครื่องและผู้เช่าบูชาได้ส่วนหนึ่ง แต่ในขณะเดียวกันก็สามารถเป็นเครื่องมือในการสร้างราคาพระเครื่องของเหล่าเขียนพระผ่านสื่อได้อีกด้วย

5.3 การใช้สื่อ

สื่อที่นำเสนอเรื่องราวของพระเครื่องหลวงปู่ทวดมีหลายรูปแบบ ทั้งในรูปแบบหนังสือ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์ โดยเรื่องราวที่นำเสนอเกี่ยวกับหลวงปู่ทวดไม่ได้มีเพียงแค่เรื่องลึกลับอภินิหารที่จับต้องไม่ได้ แต่เป็นเรื่องราวที่ดูมีเค้าโครงเรื่องจริงมากกว่าเรื่องแต่ง เช่น หนังสือประวัติหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืดและคุณอภินิหารพระเครื่องหลวงปู่ทวดฯ เป็นเรื่องราว

เกี่ยวกับประวัติหลวงปู่ทวด การจัดสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด และเรื่องราวอภินิหาร ซึ่งประวัติหลวงปู่ทวดมีการอ้างอิงกับหลักฐานทางโบราณคดี เอกสารทางประวัติศาสตร์ สถานที่ที่มีอยู่จริง เพื่อยืนยันการมีตัวตนจริงของหลวงปู่ทวดในสมัยอยุธยา และการจัดสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด เหตุการณ์อภินิหารที่ผู้ครอบครองพบเจอ ก็เป็นเรื่องราวที่ถูกบันทึกโดยคุณอนันต์ คณานุรักษ์ ผู้ริเริ่มการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด

ภาพที่ 5-2 หนังสือประวัติหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืดและคุณอภินิหารพระเครื่องหลวงปู่ทวดฯ



ที่มา : www.finearts.go.th/songkhlaibraryk

คุณอภินิหารของพระเครื่องหลวงปู่ทวด ซึ่งถูกบันทึกโดยคุณอนันต์ คณานุรักษ์ มีการบันทึกพุทธคุณปาฏิหาริย์หลายเหตุการณ์ เช่น ช่วยในการคลอดลูก ช่วยรักษาอาการเจ็บป่วย ช่วยป้องกันภัยจากโจรผู้ร้าย รอดจากการถูกยิง ยิงไม่เข้า และช่วยให้แคล้วคลาดจากอุบัติเหตุ ตัวอย่างเหตุการณ์ที่ถูกบันทึก มีดังนี้

1. พุทธคุณช่วยในการคลอดลูก

เรื่องนี้เป็นเหตุการณ์เจ็บท้องจะคลอดบุตร 2 วันแล้ว แต่คลอดไม่ออก ไม่สามารถไปโรงพยาบาลได้เนื่องจากยากจน จึงได้นำพระเครื่องหลวงปู่ทวดมาเสกเป็นน้ำมันต์ ถึงแม้เด็กจะเสียชีวิต แต่ก็สามารถคลอดออกมาได้

“..เมื่อปลายเดือนเมษายน 2497 นางมาลี ภรรยาของนายล้วน สมประสงค์ กรรมกรรถไฟ โรงกลีนาประดู่ เจ็บท้องจะคลอดบุตรมาสองวันแล้วแต่คลอดไม่ออก ผู้เจ็บมีอาการหนักมาก เนื่องจากความยากจนจึงไม่สามารถจะนำไปทำการคลอดที่โรงพยาบาลได้เพราะไม่มีเงินว่าจ้างหมอ จึงต้องนอนรอวาระสุดท้ายอยู่ บังเอิญเพื่อนร่วมงานของนายล้วนรู้เรื่องนี้ เขาจึงบอกให้นายล้วนนำเอาพระ

เครื่องหลวงพ่อดวงขวามาวางลงในชั้นน้ำ แล้วจุดธูปเทียนบูชาขอเป็นน้ำมนต์เสดาะแล้วเอาน้ำมนต์ให้นางมาลีดื่มและพรมศีรษะ ต่อมาชั่วครู่ นางมาลีผู้เจ็บคลอดก็เกิดมีกำลังและลมเบ่งคลอดลูกออกมาได้ แต่ปรากฏว่าเด็กนั้นได้ตายเสียแล้ว” (อนันต์ คณานุรักษ์, 2526)

2. พุทธคุณช่วยรักษาอาการเจ็บป่วย

- ช่วยรักษาอาการปวดจากการโดนตะขบกัด

“..นายไสว ปลื้มสำราญ ครูประจำบาล โรงเรียนตำบลบ้านไร่ ได้พบกับข้าพเจ้าที่วัดช้างให้ และเล่าให้ข้าพเจ้าฟังว่า คืบวันที่ 24 เมษายน 2497 เวลากลางคืน ภรรยาของเขาถูกตะขบกัด มีอาการเจ็บปวดทรมานทุรายไม่ได้สติ เวลาค่ำคืนเช่นนี้จะหายที่ไหนก็ไม่ได้ นายอามง บุตรชายคนโต จึงนิมนต์พระเครื่องหลวงพ่อดวงขวามาวางลงในน้ำพอเปียกแล้วเอาตั้งลงบนแพลานประมาณ 2 - 3 นาที แล้วก็หายปวดทันที นายไสวบอกว่าเขาได้ประสพอภินิหารของหลวงพ่อดวงขวามาวางลงในครั้งแรกจึงเลื่อมใส วันนั้นผมจึงมาขอพระเครื่องอีก เรื่องเอาพระเครื่องรักษาคนถูกตะขบกัดมีมากราย ปรากฏว่าศักดิ์สิทธิ์นัก แต่ผู้เขียนเห็นว่าไม่จำเป็นจะบันทึกลงทุกๆคนเพราะยังมีเรื่องอื่นๆอีกมาก” (อนันต์ คณานุรักษ์, 2526)

- ช่วยรักษาโรคหืดหอบ

“..ข้าพเจ้าป่วยเป็นโรคหืดหอบมาช้านาน ได้รับการรักษาด้วยยาแผนใหม่และแผนโบราณมามากแต่ก็ไม่หาย ข้าพเจ้ามีวัยชราแล้วคิดว่าคงจะมีชีวิตอยู่ไม่เกิน พ.ศ. 2498 เป็นแน่ อยู่มาวันหนึ่งอาการหืดหอบกำเริบมากขึ้น ไม่มีทางใดจะดับทุกข์ทรมานให้โรคนี้อยู่ได้ บังเอิญนึกถึงหลวงพ่อดวงขวามาวางลงในน้ำพอเปียก เขาเล่าลือกันว่ามีความศักดิ์สิทธิ์นัก จึงบอกให้นางนุ้ยภรรยาของข้าพเจ้า ซึ่งเขาเป็นนักวิปัสสนา จัดดอกไม้ธูปเทียนเครื่องบูชา แล้วนิมนต์พระวิญญูณของหลวงพ่อดวงขวามาวางลงในน้ำพอเปียกนางนุ้ย เวลาชั่วครู่ต่อมานางนุ้ยก็ทรง ข้าพเจ้าจึงได้พรรณนาถึงเรื่องที่ได้รับความสะดวกสบายทางโรคหืดและหอบ พร้อมทั้งขอยา ท่านอยู่ในทรงได้บอกยาสมุนไพรให้พร้อมด้วยคาถาปลุกเสกให้ข้าพเจ้าดื่มกินเป็นยาประจำ แล้วท่านสั่งว่าถึงจะดื่มยานี้ให้ผู้อื่นกินก็ได้และมึงอย่าเรียกร้องเอาค่ายาจากเขาแพงๆ จงนึกถึงการกุศลเป็นสำคัญ ข้าพเจ้าจึงจัดการหยามาดื่มกิน หม้อที่ 1 อาการป่วยก็ทุเลาลง หม้อที่ 2 น้ำยาไม่ทันจะจืด อาการหืดหอบที่เคยเป็นก็หายเป็นปกติมาจนบัดนี้ เพื่อนๆรู้ข่าวก็ขอให้ข้าพเจ้าดื่มยานี้ให้กินรักษาโรคหืด ปรากฏว่าหายมาหลายคน และข้าพเจ้าขอรับรองว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องจริงซึ่งเกิดขึ้นแก่ตัวข้าพเจ้าเองและมีผู้รู้เห็นกันมา” (อนันต์ คณานุรักษ์, 2526)

3. พุทธคุณป้องกันภัยจากโจรผู้ร้าย

เรื่องนี้เป็นเหตุการณ์ที่พระเครื่องหลวงปู่ทวดช่วยป้องกันไม่ให้โจรฟังประตูได้

“..เหตุเกิดที่บ้านหนองกรก อ.โคกโพธิ์ จ.ปัตตานี ในคืนวันที่ 22 เมษายน 2497 เวลาประมาณ 21.00 น. นายแดงและภรรยาจากทำงานมากินข้าวแล้วเตรียมเข้าห้องนอน พอใกล้จะหลับได้ยินเสียงกริ่งๆอยู่ในเขตโหลบนหึ่งพระ ซึ่งมีพระเครื่องหลวงปู่ทวดฯ ขอมมาจากวัดข้างให้ใหม่ๆและได้เก็บไว้บนขวดโหลใบนั้น เขาคิดว่าหนูได้กลิ่นน้ำมันจึงลงไปคาบพระแล้วกระทบกับขวดจึงเกิดเสียงดังขึ้น นายแดงจึงลุกขึ้นจุดตะเกียงส่องดูก็ไม่เห็นมีอะไรผิดปกติ จึงล้มตัวลงนอนต่อไปจนถึงเวลา 22.00 น. เขากับภรรยาก็ตกใจตื่นขึ้นทันทีเพราะเสียงป็นดังขึ้นที่ชานเรือนสามนัด นายแดงนึกได้ทันทีว่าตนถูกผู้ร้ายปล้นบ้าน จึงตื่นขึ้นจับมีดตัดพริกพื้นเรือนขาดเป็นช่อง แล้วรอดหนีไปทางช่องใต้ถุนเรือน

ฝ่ายภรรยากำลังตกตะลึงไม่ได้สติ จึงลุกขึ้นไปจะเปิดประตูให้พวกโจรขณะที่พวกโจรกำลังกระแทกบานประตูอยู่ พอเขายื่นมือจับกลอนประตูก็มีมือประหลาดมาผลักหน้าอกเขากันกระแทกพื้น เขานึกถึงหลวงปู่ทวดทันที จึงลุกขึ้นไปที่หน้าหึ่งพระพนมมืออ้อนวอนขอให้หลวงปู่ทวดช่วยคุ้มครองรักษา ฝ่ายพวกโจรก็ออกกำลังฟังประตูห้องอยู่โครมครามสิ้นสะเทือน เขากลับจนไม่สามารถจะทนอยู่ได้ จึงพนมมือกล่าวขอให้หลวงปู่ทวดฯช่วยคุ้มครองบ้านให้ลูกหลานด้วยเถิด กล่าวจบแล้วลอดหนีทางช่องตามสามี่ไป ปรากฏว่าพวกโจรใช้ปืนยิงติดตามมาข้างหลังแต่ไม่ถูก พวกโจรเมื่อโถมฟังประตูไม่ออกจึงพากันหนีเข้าป่าไป” (อนันต์ คณานุรักษ์, 2526)

4. พุทธคุณด้านคงกระพัน

เรื่องนี้เป็นเหตุการณ์ถูกยิงที่สะโวก แต่ยังไม่เข้า

“..คืนวันที่ 10 พฤศจิกายน 2497 เวลาประมาณ 19.00 น. นายชิว นิลกำแหง ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 3 ต.ลำพะยา จ.ยะลา ได้อาพาพระเครื่องหลวงปู่ทวดใส่ไว้ในกระเป๋าเสื้อแล้วลงจากเรือนไปวัดลำพะยาเพื่อฟังพระแสดงธรรม วันนั้นเดือนขึ้น 15 ค่ำ พระจันทร์เต็มดวงส่องแสงสว่าง เวลาประมาณ 22.00 น. พระแสดงธรรมเสร็จแล้วก็กลับบ้าน ขณะเดินมาพบคนร้าย 3 คน เป็นที่เขารู้จักดีและจำได้ดีเพราะแสงสว่างของดวงเดือน ผู้ร้ายคนหนึ่งวิ่งมาใกล้เขาแล้วใช้ปืนสั้นยิงเขาในระยะใกล้ขีดรวม 4 นัด 3 นัดแรกไม่ถูก กระสุนนัดสุดท้ายถูกข้างตะโพกของนายชิวล้มลง ผู้ร้ายเข้าใจว่าเขาถูกกระสุนปืนตายเสียแล้วจึงได้พากันหนีไป นายชิวจึงลุกขึ้นดูรอยที่ถูกกระสุน ปรากฏว่ากางเกงทะลุตามแรงกระสุนปืนแต่ที่ตะโพกไม่มีบาดแผล เขาจึงรอดชีวิตมาได้ก็เพราะอำนาจหลวงปู่ทวดฯคุ้มครอง เขายังพูดให้ผู้ไปสอบถามฟังว่าถ้าหลวงปู่ทวดไม่คุ้มครองผมคงตายแน่เพราะมันยิงผมในระยะเผาขน” (อนันต์ คณานุรักษ์, 2526)

5. พุทธคุณด้านแคล้วคลาด

- เหตุการณ์ตำรวจตระเวนชายแดนยิงปืนใส่พวกเดียวกันแต่ยิงไม่ออก

“..วันหนึ่งเมื่อต้นเดือนมิถุนายน 2503 ได้มีชายผู้หนึ่งมาหาข้าพเจ้าที่บ้านข้าพเจ้า และแนะนำตัวเองว่าชื่อสัมพันธ์ โสตะจินดา เป็นนักประพันธ์ใช้นามปากกาว่า "ลพบุรี" อยู่โรงพิมพ์นครไทย ถนนศิริอามาศย์ พระนคร ได้มีกิจธุระไปที่อำเภอเบตง จังหวัดยะลา เขาได้ทราบข่าวเกี่ยวกับอภินิหารของพระเครื่องหลวงพ่อดวงเหยียบน้ำทะเลจืดจากเพื่อนว่าตำรวจตระเวนชายแดนจำนวน 15 คน ได้ออกทำการตรวจโจรจีนในป่า โดยแยกกันเป็นหมู่ๆไปเป็นแนวหน้ากระดาน ขณะเดินไปในป่าเป็นเวลานาน พวกที่เดินทางริมสุดได้เดินหลงทางเฉียดเข้า เข้ามาตัดหน้าพวกที่อยู่แนวกลางแล้วได้หาที่กำบังหยุดนั่งพักอยู่ในสุ่มท่มุ่มไม้ โดยมีใบไม้กำบังพอลางๆ ส่วนพวกที่อยู่แนวกลางเดินมุ่งตรงไปข้างหน้าได้มองเห็นคนอยู่ในพุ่มไม้นั้นอยู่กลางๆ จึงได้เพ่งมองอย่างตั้งใจ เพื่อที่จะได้รับทำลายเหล่าโจรจีนโดยเร็ว จึงได้มองเห็นเพื่อนตำรวจหมูนั่นเป็นโจรจีนไปและได้ทำการระดมยิงด้วยปืนยิงเร็ว 2 กระบอกประมาณ 15 นัด แต่กระสุนปืนทุกๆนัดไม่ระเบิด ฝ่ายผู้ที่ถูกยิงซึ่งนั่งอยู่ในพุ่มไม้นั้น เมื่อได้ยินเสียงดังแฉะๆครั้งแรกเข้าใจว่าเป็นเสียงของกิ่งไม้ที่ถูกลมพัด แต่เมื่อได้ยินเสียงดังถี่ๆก็ลุกขึ้นชะงักหน้าออกมาดู ฝ่ายผู้ยิงเมื่อได้เห็นหน้าชัดว่าเป็นพวกเดียวกันก็ตกใจถึงกับเป็นลมล้มลง เมื่อเป็นที่เข้าใจกันดีแล้วก็ถามเพื่อนว่ามีอะไรจึงยิงไม่ระเบิดทั้งๆที่ยิงตั้ง 15 นัด จึงได้ช่วยกันค้นตัวตรวจดูทั่วก็พบว่ามิใช่หลวงพ่อดวงเหยียบน้ำทะเลจืดอยู่ในกระเป๋าสื่อ ๑ องค์

ข่าวนี้คุณสัมพันธ์ว่าทางเบตงรู้จักกันมาก จะปิดบังกันอย่างไรก็ปิดไม่มิด เขาอยากมีไว้บ้าง พรรคพวกจึงแนะนำให้เดินทางมาขอจากข้าพเจ้า และได้ให้ไว้ 1 องค์ หลังจากนั้นมา ข้าราชการอำเภอเบตงได้มาขออีก 3 คน ได้เล่าเรื่องนี้ให้ข้าพเจ้าทราบและบันทึกไว้ ต่อมาประมาณ 10 วัน ข้าราชการชั้นหัวหน้าแผนก 1 คน เป็นผู้ที่รักใคร่ชอบพอกับข้าพเจ้า ได้มาเล่าเรื่องนี้ให้ข้าพเจ้าฟังที่บ้าน ท่านว่าเป็นเรื่องอภินิหารของหลวงพ่อดวงฯ ขณะนี้ชาวอำเภอเบตงเลื่อมใสกันมากยิ่งขึ้น ” (อนันต์ คณานุรักษ์, 2526)

- แคล้วคลาดจากอุบัติเหตุรถยนต์

“..อาจารย์ครับ ผมมีเรื่องเกี่ยวกับอภินิหารหลวงพ่อดวงเหยียบน้ำทะเลจืดที่ผมได้ประสบมา และอยากจะเล่าให้อาจารย์ฟัง กล่าวคือ เมื่อเดือนตุลาคม 2500 ทางโรงเรียนได้พาคณะอาจารย์ออกเดินทางไปตรวจภูมิประเทศทางภาคอีสานโดยทางรถยนต์ พร้อมกับนำนักเรียนนายร้อยชุดปัจจุบันไปทำการฝึกภาค วันที่ 11 ตุลาคม เป็นวันเดินทางออกจากขอนแก่นจะไปพักแรมที่จังหวัดนครราชสีมา เมื่อรถยนต์แล่นมาถึงสถานีบ้านไผ่ประมาณ 8 กิโลเมตร รถคันที่ผมนั่งมาด้วยนั้นเกิดพลิกคว่ำลงอย่าง

แรงเพราะรถแล่นลงตามทางลาดต่ำและวิ่งไปด้วยความเร็วสูง รถจะต้องเลี้ยวโค้งเป็นมุมฉากเพื่อตัดข้ามทางรถไฟ เนื่องจากคนขับไม่เคยทาง จึงไม่ทราบลักษณะของโค้ง จึงขับด้วยความเร็ว 50 ถึง 60 กิโลเมตรต่อชั่วโมง เลยพลิกคว่ำลงอย่างไม่เป็นท่าลงตรงนั้นเอง รถพลิกคว่ำลงข้างถนนอันเป็นที่ลาดต่ำมากสี่ล้อชี้ฟ้าไปเลย ครอบครัวพวกเราไว้ในกระเบระรถนั้นเอง ขณะรถทำท่าจะพลิกคว่ำนั้นผมตกใจมากร้องตะโกนโดยไม่รู้สีกตัวว่า "หลวงพ่อดูช่วยด้วย" สิ่งที่น่าอัศจรรย์ก็คือ รถนั้นน่าจะพลิกต่อไปตามทางลาดต่ำอีกหลายทอดแต่ก็ไม่พลิก น่าอัศจรรย์ที่สุดก็คือ พวกเราคลานออกมาจากใต้กระเบระรถทีละคนๆด้วยความปลอดภัย ไม่มีใครเป็นอะไรเลยก็ว่าได้ เพราะอย่างมาก็มีแผลฟกช้ำดำเขียวเล็กน้อยเท่านั้น

พวกขับรถโดยสารมาพบเข้าหยุดถามว่า "ตายกี่คน" จึงบอกเขาว่าไม่เป็นไร เขาบอกว่าเมื่อรถคันใดพลิกตรงนี้ จะไม่มีคนตายนั่นไม่เคยมี เมื่อพวกเราตรวจดูรถที่คว่ำแล้วก็ปรากฏสิ่งที่น่าสนใจอีกว่า ที่รถไม่พลิกลงตามลาดอีกต่อไปเป็นเพราะถังน้ำมันเบนซินขนาด 200 ลิตร 3 ถัง ที่บรรทุกอยู่ในรถคันนี้ มีอยู่ 2 ถังตกลงไปรองรับขอบกระเบระรถด้านลาดต่ำข้างหน้า 1 ถัง ข้างหลัง 1 ถัง อีกถังหนึ่งกระเด็นกลิ้งไปไกลจากเรา มิฉะนั้นคงจะทับพวกเราบีแบ่นไปหมดแน่ น่าคิดว่ามีอิทธิพลอะไรที่เอาถังน้ำมันไปรองรับขอบกระเบระมิให้รถพลิกต่อไปถึง 2 ถัง และตั้งรับไว้ในที่อันเหมาะสมเช่นนี้ ทำให้พวกเราปลอดภัยได้น่าอัศจรรย์ยิ่งนัก นายทหารทุกคนโทษกันว่าในจำนวนพวกเราคงมีของดีแน่ๆ และในขณะที่รถวิ่งเร็วได้แลลมาหลายครั้ง ผมตกใจอาราธนาให้หลวงพ่อดูช่วยทุกครั้ง และขณะรถพลิกคว่ำครั้งนี้ผมก็กำลังตกใจมากจึงร้องตะโกนว่า "หลวงพ่อดูช่วยด้วย" นี่แหละครับเรื่องที่ผมประสพมา” (อนันต์ คณานุรักษ์, 2526)

- แคล้วคลาดจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์

“..สำหรับอิทธิพลพระเครื่องหลวงพ่อดูฯ นั้นได้ปรากฏขึ้นแก่ผมครั้งหนึ่ง คือตั้งแต่ผมกลับจากทัศนารภาคใต้พร้อมด้วยคณะนายทหารแล้ว ผมเก็บพระไว้บนหิ้งพระที่บ้านมิได้เอาติดตัวไปไหนเลย วันหนึ่งผมเอาพระหลวงพ่อดูไปให้ช่างเลี่ยมเพื่อห้อยคอ จึงพกใส่กระเป๋าเสื้อไป ผมขับรถมอเตอร์ไซด์พ่วงข้างแล่นออกจากตรอกด้วยความเร็ว ไม่ทันเห็นรถแท็กซี่เรโนล์มาทางซ้ายเกิดปะทะกับตัวผมเอง ลูกชายผมนั่งในพ่วงข้าง ไม่เป็นอะไรเลยแม้แต่น้อย แต่รถเรโนล์เสียหายมาก ผมคิดว่าต้องเสียหายหลายร้อยบาท ครั้นถามคนขับรถเขาบอกว่าไม่เอาอะไร ขอให้แต่งรถให้เขาเท่านั้น ผมจึงพาไปที่ทำการขนส่งทหารบก ออกปากเพื่อนๆเท่านั้น เขาได้ช่วยกันทำการใหญ่ ซ่อมชั่วโมงครึ่งก็เรียบร้อย ผมเสียค่าโอเลี้ยงไปไม่กี่ถ้วย ผมเชื่อว่าเป็นอิทธิพลของหลวงพ่อดูแน่ๆ ดูอะไรก็สะดวกไปเสียหมด และปลอดภัยทั้งผมและบุตร เป็นที่อัศจรรย์จากผมและเพื่อนๆอย่างยิ่ง จึงได้เรียนมาให้ทราบ” (อนันต์ คณานุรักษ์, 2526)

พุทธคุณของหลวงปู่ทวดที่ถูกบันทึกไว้โดยคุณอนันต์ คณานุรักษ์ มีอยู่หลายด้าน แต่ที่เป็นที่รู้จักในปัจจุบันกลับเหลือเรื่องที่เด่นชัดเพียงเรื่องเดียว คือ พุทธคุณด้านแคล้วคลาด เนื่องจากเกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคมและยุคสมัย ซึ่งพระเครื่องนั้นถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความรู้สึกไม่มั่นคง ความไม่ปลอดภัยของคนในสังคม ในยุคแรกของพระเครื่องหลวงปู่ทวดนั้น ความปลอดภัยในสังคมและระบบสาธารณสุขยังไม่ดีเหมือนในยุคปัจจุบัน ความเชื่อในอิทธิฤทธิ์วิเศษของพระเครื่องหลวงปู่ทวดจึงมีหลายประเภท ทั้งใช้รักษาโรค ช่วยในการคลอดลูก ป้องกันโจรผู้ร้าย ยังไม่เข้า แต่เมื่อสังคมมีการพัฒนาระบบสาธารณสุขมากขึ้น ความปลอดภัยของคนในสังคมมีมากขึ้น จึงเกิดการเปลี่ยนแปลงของความเชื่อในพระเครื่อง ดังนั้น ความเชื่อบางอย่าง เช่น การรักษาโรค ช่วยให้รอดจากโจรผู้ร้าย ยังไม่เข้า จึงไม่ปรากฏแก่ผู้ครอบครองมากนัก คงเหลือแต่พุทธคุณด้านแคล้วคลาดที่ถูกพูดถึงเป็นอย่างมาก เนื่องจากอุบัติเหตุจากการเดินทางยังคงมีอยู่ในสังคม ความไม่มั่นใจ และความรู้สึกไม่ปลอดภัยระหว่างเดินทาง พระเครื่องหลวงปู่ทวดจึงถูกใช้เป็นที่พึ่งช่วยให้ผู้ครอบครอง เกิดความอุ่นใจและความสบายใจขึ้น นอกจากนี้ ผู้ศึกษาคิดว่าการที่พระเครื่องหลวงปู่ทวดโด่งดังในเรื่องพุทธคุณด้านแคล้วคลาดเป็นพิเศษ เนื่องจากพื้นที่ภาคใต้ในอดีตมีความไม่ปลอดภัย ประสบกับปัญหาการต่อสู้เรียกร้องสิทธิปกครองตนเองของชาวมลายู จึงทำให้พุทธคุณวิเศษประเภทคงกระพัน หรือแคล้วคลาดปรากฏอยู่ในความเชื่อด้านพุทธคุณของพระเครื่องหลวงปู่ทวด ซึ่งถูกสร้างขึ้นในช่วงที่มีเหตุการณ์เหล่านั้น และที่พระเครื่องหลวงปู่ทวดถูกพูดถึงในเรื่องแคล้วคลาดเป็นอันดับหนึ่งในปัจจุบัน ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากภาคใต้สมัยก่อนถนนหนทางอยู่ในสภาพไม่ดีนัก จึงเกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้ง และคนภาคใต้นิยมพกพระเครื่องหลวงปู่ทวดติดตัวตอนเดินทาง จึงทำให้มีโอกาสเจอประสบการณ์ในพุทธคุณด้านนี้มากเป็นพิเศษ

“..เนื่องจากเส้นทางใต้สมัยก่อนเวลาไปไหนมาไหนเส้นทางแย่มาก ทำให้เจอปัญหาอุบัติเหตุบ่อย ส่วนใหญ่ถ้าไปบอกว่าได้คงกระพัน น้อย จะไม่ค่อยได้ยิน แต่จะเป็นลักษณะแคล้วคลาดมากกว่า พุดง่าย ๆ เท่าที่เจอเป็นพวกอุบัติเหตุทางรถยนต์

..คนสมัยก่อนค่อนข้างเจอเยอะ คนทางใต้เวลาเดินทางไปไหนเขาจะพูดกันว่าเอาหลวงปู่ทวดไปด้วย เขานิยมกันตรงนี้”

(ธงชัย หาดใหญ่ จากหนังสือประวัติศาสตร์สมัย หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด หน้า 239)

ความเชื่อในพุทธคุณของพระเครื่องมีผลต่อความนิยมพระเครื่อง หากพุทธคุณนั้นไม่ตอบสนองต่อความต้องการของคนในสังคม ความนิยมของพระเครื่องนั้นก็อาจจะลดลงไปจากการเปลี่ยนแปลงความต้องการของคนในสังคมต่อพุทธคุณของพระเครื่อง ซึ่งการที่พระเครื่องหลวงปู่ทวด

ได้รับการบันทึกจากคุณอนันต์ คณานุรักษ์ ว่ามีพุทธคุณหลายด้านครอบจักรวาล และมีพุทธคุณหนึ่งที่คงเหลืออยู่จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคม คือ พุทธคุณด้านแคล้วคลาด ซึ่งยังสามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคมในการใช้พระเครื่องเพื่อคุ้มครองตัวเอง ดังนั้น การสร้างความหมายด้านพุทธคุณที่หลากหลายของพระเครื่องหลวงปู่ทวด โดยการบันทึกของคุณอนันต์ คณานุรักษ์ จึงถือว่าเป็นการสร้างมูลค่าความนิยมของพระเครื่องหลวงปู่ทวดให้คงอยู่ได้ในหลายยุคสมัย

ความนิยมของพระเครื่องหลวงปู่ทวดไม่ได้มีเพียงแค่ว่ากับพระเครื่อง แต่หนังสือเกี่ยวกับหลวงปู่ทวด ก็ได้รับความนิยมจากผู้ศรัทธาเป็นอย่างมาก จากคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ คอลัมน์ธุรกิจบนกองกระดาษ ฉบับวันอาทิตย์ ที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2557 และ ฉบับวันอาทิตย์ ที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2557 ได้กล่าวถึงยอดการจำหน่ายหนังสือหลวงปู่ทวดที่ได้รับความนิยมในร้านหนังสือ ซึ่งมีหนังสือเกี่ยวกับประวัติหลวงปู่ทวดอยู่หลายเล่ม เนื่องจากผู้คนชอบในการศึกษาหาความรู้เรื่องหลวงปู่ทวด ในขณะที่พระเครื่องหลวงปู่ทวดมีราคาแพง แต่หนังสือยังมีราคาถูก ผู้คนจึงซื้อหนังสือเพื่อศึกษาเรื่องราวของหลวงปู่ทวดไปก่อน

ภาพที่ 5-3 ไซปริศนาในร้านหนังสือ ทำไมหนังสือพระเครื่องหลวงปู่ทวดมาแรง?



ที่มา : หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันอาทิตย์ ที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2557 และฉบับวันอาทิตย์ ที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2557

ความนิยมในหนังสือพระเครื่องหลวงปู่ทวด ส่งผลให้หนังสือเล่มที่ได้รับความนิยม มีราคาซื้อขายเพิ่มขึ้นในตลาดหนังสือพระเครื่อง เช่น หนังสือของ ฉ่อย ท่าพระจันทร์ หนังสือของ ชัยนฤทธิพันธ์ทอง มีราคาแพงขึ้นมา จึงทำให้เกิดหนังสือพระเครื่องหลวงปู่ทวดออกใหม่ที่มีราคาถูกกว่า วางจำหน่ายในท้องตลาด โดยมีทั้งหนังสือที่นำเสนอเรื่องราวประวัติของหลวงปู่ทวด ประวัติวัดข้างไห้ นำเสนอประสบการณ์นิทานของพระเครื่องหลวงปู่ทวด รายละเอียดการจัดสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด จนถึงเทคนิคการดูพระเครื่องหลวงปู่ทวดของแท้ วางจำหน่ายอยู่เป็นจำนวนมากในร้านหนังสือ ไม่จำกัดอยู่เฉพาะแค่แผงหนังสือเกี่ยวกับพระเครื่องเท่านั้น

ภาพที่ 5-4 ตัวอย่างหนังสือที่เกี่ยวกับประวัติหลวงปู่ทวด



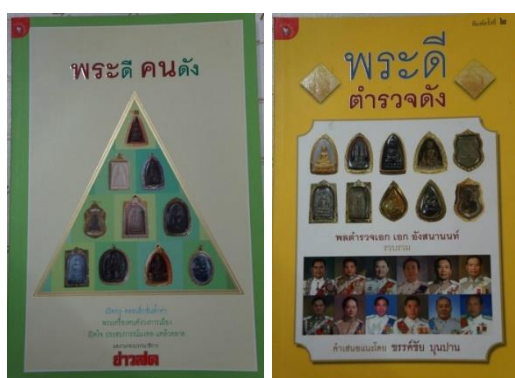
ที่มา : คัมภีร์ล้ำค่า หลวงพ่อทวด, ประวัติศาสตร์สมัย หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด, พระหลวงปู่ทวด วัดข้างไห้, สุดยอดของสิ่ง หลวงปู่ทวด, หลวงพ่อทวดเหยียบน้ำทะเลจืด และรวมเหรียญยอดนิยม หลวงปู่ทวด

นอกจากนี้มีการเสนอเรื่องคนดั่งที่คล่องพระเครื่องหลวงปู่ทวด เพื่อให้ผู้ศรัทธาเกิดความอยากได้พระเครื่องหลวงปู่ทวดแบบที่คนดั่งเหล่านั้นมี เช่น ในหนังสือพระดี คนดั่ง เขียนโดย กองบรรณาธิการข่าวสด (2553) มีการอ้างคนดั่งที่คล่องพระเครื่องหลวงปู่ทวดหรือศรัทธาในพระเครื่อง

หลวงปู่ทวด ได้แก่ 1) คุณอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ คล้องพระเครื่องหลวงปู่ทวด รุ่น เอ็ม - 16 วัดช้างให้ 2) คุณจงชัย เทียงธรรม มีพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน ปี 2497 3) คุณประสพสุข บุญเดช มีพระเครื่องหลวงปู่ทวด แต่ไม่ได้ระบุรุ่น 4) คุณนิคม ไวยรัชพานิช มีพระเครื่องหลวงปู่ทวด หลังเตารีด ปี 2505 5) คุณเฉลิมชัย ศรีอ่อน คล้องพระเครื่องหลวงปู่ทวด หลังเตารีด เนื้อทองคำ ปี 2505 และยังมีพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน ปี 2497, เหรียญหลวงปู่ทวด รุ่นเลื่อนสมณศักดิ์ ปี 2508 6) คุณรังสิมา รอดรัศมี มีพระเครื่องหลวงปู่ทวด แต่ไม่ได้ระบุรุ่น 7) คุณเทพไท แสนพงศ์ มีพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน ปี 2497, รุ่นหลังหนังสือ ปี 2505, รุ่นหลังหนังสือ ปี 2508, รุ่นเอ็ม - 16

รวมถึงหนังสือพระดี ตำรวจดั่ง เขียนโดย พล.ต.อ.เอก อังสนานนท์ (2554) ได้มีการอ้างถึงตำรวจคนดั่งที่คล้องพระเครื่องหลวงปู่ทวดหรือศรัทธาในพระเครื่องหลวงปู่ทวด ได้แก่ 1) พล.ต.อ. ประชา พรหมนอก มีพระเครื่องหลวงปู่ทวด หลังเตารีด พิมพ์ปั้มซ้ำ ปี 2505 2) พล.ต.อ.วิสุทธิ์ กิตติวัฒน์ มีพระเครื่องหลวงปู่ทวด ซึ่งท่านเป็นผู้จัดสร้าง คือ รุ่นพิทักษ์แผ่นดิน พลุกเสกโดยหลวงพ่อทอง วัดสำเภายะ 3) พล.ต.อ.เขตต์ นิมสมบุญ มีพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์กรรมการ ปี 2497 4) พล.ต.อ.อดุลย์ แสงสิงแก้ว มีพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์ใหญ่ ปี 2497 5) พล.ต.ท.มล. ฉลองลาภ ทวีวงศ์ มีพระเครื่องหลวงปู่ทวด วัดช้างให้ พิมพ์ใหญ่ กะไหล่ทอง แต่ไม่ได้ระบุรุ่น 6) พล.ต.ท.สมพงษ์ คงเพชรศักดิ์ มีพระเครื่องหลวงปู่ทวด หลังเตารีด พิมพ์ใหญ่ ปี 2505 7) พล.ต.ท.ก่อเกียรติ วงศ์วรชาติ (ยศในขณะนั้น) มีพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์ต่อ ปี 2497, เหรียญเลื่อนสมณศักดิ์ ปี 2508, เหรียญพุทธชื่อน (เหรียญชื่อกว๊านใหญ่) เปียกทอง ปี 2509 8) พล.ต.ต.อำนาจ นิมมะโน (ยศในขณะนั้น) มีพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์กลาง ปี 2497, รุ่นหลังหนังสือ ปี 2505 9) พล.ต.ต.วิชัย สังข์ประไพ มีพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน ปี 2497 10) พล.ต.ต.นพดล เผือกโสมณ (ยศในขณะนั้น) มีพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน ปี 2497, เหรียญเลื่อนสมณศักดิ์ ปี 2508

ภาพที่ 5-5 หนังสือคนดั่งที่คล้องพระเครื่อง



ที่มา : หนังสือพระดี คนดั่ง และหนังสือพระดี ตำรวจดั่ง

การคล้องพระเครื่องหลวงปู่ทวดยังอยู่ในหนังสือห้อยพระ ถูกโฉลก เสริมโชค พลิกดวง เขียนโดย พระมหาปันโน (2557) เนื้อหาในหนังสือเป็นการบอกว่าคนเกิดวันใด ควรจะคล้องพระแบบใดสำหรับพระเครื่อง หลวงปู่ทวด เนื้อว่าน เป็นพระเครื่องประจำวันเกิด ผู้ที่เกิดวันเสาร์ เนื่องจากผู้ที่เกิดวันเสาร์เป็นคนจริงจัง เคร่งเครียด จึงเหมาะกับพระเนื้อว่าน ที่มีคุณลักษณะเย็นและบริสุทธิ์จากธรรมชาติ (พระมหาปันโน, 2557) ดังนั้น เนื้อหาในหนังสือจึงเป็นการส่งเสริมให้ผู้คนเกิดความต้องการพระเครื่องหลวงปู่ทวดอีกทางหนึ่ง

ความนิยมในพระเครื่องหลวงปู่ทวด ทำให้มีการทำพระปลอมขึ้นจำนวนมาก นอกจากจะส่งผลให้เกิดหนังสือสอนเทคนิคการดูตำหนิพระแท้พระปลอมแล้ว ยังมีงานเสวนาสอนการดูพระเครื่องหลวงปู่ทวด เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่สนใจ เช่น งานเสวนาส่องพระกับเซียนดัง จัดโดยสำนักพิมพ์ข่าวสด เมื่อวันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2558 ที่เอ็มซีซีฮอลล์ เดอะมอลล์ บางกะปิ เป็นงานสอนเทคนิคการดูพระเครื่องหลวงปู่ทวด มีวิทยากร คือ ฉ่อย ท่าพระจันทร์ ซึ่งการเขียนหนังสือเทคนิคการดูตำหนิพระแท้พระปลอม รวมถึงการเป็นวิทยากรสอนเทคนิคการดูพระ นอกจากจะเป็นการทำให้ผู้ชื่นชอบพระเครื่องได้รู้วิธีการดูพระ ไม่ถูกหลอกหรือซื้อพระปลอมแล้ว ก็ยังเป็นการสร้างชื่อเสียง และการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ที่เขียนหนังสือหรือผู้ที่เป็นวิทยากร ซึ่งในด้านหนึ่งก็เป็นการขยายอำนาจการกำหนดความรู้ในการดูพระแท้พระปลอมของตัวเองเขียนพระเอง

ภาพที่ 5-6 งานเสวนาสอนการดูพระเครื่องหลวงปู่ทวด โดย ฉ่อย ท่าพระจันทร์



ที่มา : งานสบายใจ ไหว้พระ 77 จังหวัด ที่เอ็มซีซีฮอลล์ เดอะมอลล์ บางกะปิ

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่ชื่นชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวด ทั้งผู้ขายพระเครื่องและผู้เช่าบูชา พบว่าแหล่งในการศึกษาข้อมูลของพระเครื่องหลวงปู่ทวดแตกต่างกันตามอายุ ถ้าเป็นคนเล่นพระรุ่นเก่าจะศึกษาด้วยตัวเอง จากการลองผิดลองถูก หรือถามจากผู้รู้ จากเพื่อน จากคนรู้จัก หรืออ่านจากหนังสือ

ส่วนคนเล่นพระรุ่นใหม่ไม่ต้องลองผิดลองถูกเอง แต่สามารถถามจากผู้รู้ อ่านจากหนังสือและในอินเทอร์เน็ต ซึ่งในปัจจุบันมีอยู่เป็นจำนวนมาก

“..ผมว่ามันเกี่ยวกับเรื่องประสบการณ์ สมัยก่อนมันไม่มีสื่อ ไม่มีตำหนิตรงุ่นตรงนี้ ไม่มีใครเขียนมาให้ดู ปัจจุบันไอ้คนเล่นพระรุ่นใหม่มันได้เปรียบ เพราะว่ารุ่นเก่ามันถ่ายทอดความรู้ รุ่นผมไม่มีตัวเอง เหนื่อย”

(ฉ่อย ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

“..ดูจากหนังสือ ดูจากมวลสาร ถ้าเป็นเนื้อว่านต้องศึกษามวลสารว่าใช้อะไรบ้าง ต้องเห็นองค์จริง ถ้าเห็นจากในหนังสือเราดูมวลสารได้ไม่หมด คุณติของเค้าไม่ได้ มิติในหนังสือจะดูได้แค่ 2 มิติ หนึ่งหลัง ต้องใช้กล้องส่องถึงจะเห็นมวลสาร”

(พี่น้อง ร้านพรปู้ทวด, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..ก็ศึกษาจากร้าน เราเช่าบู๊บเราก็ถามเลย พี่จุดตายอยู่ตรงไหน เราก็เรียนรู้ไว้ ตรงนั้นคือจุดตาย

..ก็ดูทางอินเทอร์เน็ตบ้าง เว็บไซต์บ้าง เพราะบางทีเว็บไซต์เค้าถ่ายรูปมาชัดเจน เราก็ศึกษาตามเค้าไป”

(พี่อ้วน ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

“..ข้อมูลพระดูจากอินเทอร์เน็ตครับ เค้าว่ากันว่าห้อยหลวงปู่ทวด จะไม่ตายโหง ประมาณนั้น แล้วมีอ่านจากหนังสือบ้าง มีซื้อหนังสือเก็บไว้บ้างครับ เป็นหนังสือพวกอ่านแล้วบอกว่าพระองค์นี้มีพุทธคุณอะไร นิตยสารพระก็มีบ้างนิดหน่อย

..วิธีดูพระก็ศึกษาในอินเทอร์เน็ตก่อนครับ ว่ารุ่นนี้มีตำหนิตรงไหน สมมติรุ่นนี้ตรงเศียรต้องมีขีด ก็ดูไว้ ราคาที่ดูจากอินเทอร์เน็ตว่าราคาคร่าวๆประมาณไหน ถ้าสภาพนี้ เรารับราคานี้ได้ เราก็ซื้อเลยครับ”

(บาส ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2558)

“..จากหนังสือ ผมมีหนังสือหลวงพ่อทวดเล่มใหญ่ ก็ซื้อไว้ ตอนหลังก็ศึกษาทางเน็ต แล้วก็ พรรคพวกที่อยู่ในวงการพระ ส่วนใหญ่ก็รู้จักกันหลายคน เอามาคุยกัน เอามาดูกัน ใครมีอะไร พิมพ์ อะไร เอามาดูกันเปรียบเทียบกัน ของแท้มั่ง ของเก๊มั่ง เอามาเทียบกัน”

(ลุงเอนก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558)

“..ข้อมูลพระดูจากหนังสือ ประวัติท่านอ่านจากหนังสือ ศึกษาพวกการสร้างจากหนังสือ เป็น หนังสือเก่าๆนะ หนังสือใหม่ๆ เดี่ยวนี้ข้อมูลมั่วเยอะ”

(พี่อู๋ ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..ก็อ่านหนังสือ แล้วก็ศึกษาจากคนผู้รู้ ถ้าศึกษาจากผู้รู้หมายถึงว่าพระแท้พระเก๊เป็นไง แต่ถ้าอ่านหนังสือหมายถึงว่าศึกษาประวัติ เค้าจะมีประวัติลงว่า เกิดสมัยไหน ทำอะไร เป็นประวัติหลวงปู่ทวด

..เทคนิคดูพระ พ่อจะใช้ระบบถามผู้รู้ สมมติคนนี้เขาเป็นหลวงพ่อนี้ ถนัดหลวงพ่อนี้ เราก็คงไปศึกษา เราก็คงไปถามไปคุยกับเขา อย่างพระแท้เขาคงอยู่ เราไปขอเขาชม ไปขอเขาดู ต้องศึกษาจากของจริง เอ้อ ของจริงเป็นแบบนี้ เราก็คง จำไว้ จำให้แม่น พระเนี่ยดูครั้งเดียว บางทีจำไม่แม่น ต้องศึกษาไปเรื่อยๆ ไม่มีจบ หนังสือก็มี หนังสือเราก็ดูได้ หนังสือเดี่ยวนี่มีเยอะ หนังสือจะมีตำหนิให้ดู แต่มันก็ทำเก๊กันได้ไง ตอนหลัง พอมันชี้ตำหนิ คนทำเก๊ก็ไปทำเลียนแบบ”

(ลุงเอก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

จากผลการสัมภาษณ์นั้น แสดงให้เห็นว่าการแพร่กระจายเรื่องราวของหลวงปู่ทวดผ่านสื่อต่างๆ ส่งผลให้ผู้ที่ชื่นชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวดในยุคหลัง มีความสะดวกมากขึ้นในการศึกษาเรื่องราวของพระเครื่อง แต่การสัมภาษณ์นั้น พี่อู๋ กล่าวว่าหนังสือพระเครื่องเล่มใหม่ๆ เนื้อหาผิดเยอะ หรือจากการสัมภาษณ์พี่น้อง ร้านพระปู่ทวด ที่กล่าวว่า ในหนังสือก็มีพระเก๊ลง นั้นแสดงถึงการพยายามสร้างชื่อเสียงผ่านสื่อของเซียนพระ หรือผู้ทำหนังสือ ซึ่งข้อมูลความรู้ที่ได้จากในหนังสือก็อาจจะไม่ถูกต้องเสมอไป นอกจากนี้การที่พระเครื่องได้ลงหนังสือ ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับพระเครื่องได้ ดังนั้น แม้ว่าในปัจจุบันจะมีสื่อให้ผู้สนใจสามารถศึกษาข้อมูลของพระเครื่องได้เป็นจำนวนมาก แต่ข้อมูลที่ปรากฏในหนังสือนั้น กลับมีความถูกต้องที่ลดลง แตกต่างจากในอดีต จึงมีการตัดสินใจว่าพระนั้นเป็นพระแท้หรือพระเก๊ผ่านการส่งพระเข้าประกวด เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ การันตีความแท้ ซึ่งสุดท้ายแล้ว อำนาจในการนิยามพระแท้พระเก๊ ก็กลับไปอยู่ในกลุ่มของเซียนใหญ่ที่เป็นกรรมการตัดสินพระเครื่อง

โดยเรื่องราวเกี่ยวกับพระเครื่องถูกนำเสนอผ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสารพระเครื่องจำนวนมาก ตัวอย่างที่แสดงให้เห็น คือ รายชื่อหนังสือพิมพ์ และนิตยสารพระเครื่อง ที่ปรากฏในหนังสืองานมหกรรมประกวดการอนุรักษ์พระเครื่อง พระบูชา และเหรียญคุณาจารย์ วันอาทิตย์ที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 ณ หอประชุมชุมชนหะวัน โรงเรียนนายร้อยตำรวจ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 5-2 แสดงตัวอย่างรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่เสนอเรื่องราวเกี่ยวกับพระเครื่อง

หนังสือพิมพ์		
หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	หนังสือพิมพ์เดลินิวส์	หนังสือพิมพ์ข่าวสด
หนังสือพิมพ์คมชัดลึก	หนังสือพิมพ์บ้านเมือง	หนังสือพิมพ์สยามรัฐ
หนังสือพิมพ์บางกอกทูเดย์		

ที่มา : งานมหกรรมประกวดการอนุรักษ์พระเครื่อง พระบูชา และเหรียญคุณาจารย์ วันอาทิตย์ที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 ณ หอประชุมชุมชนหะวัน โรงเรียนนายร้อยตำรวจ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 5-3 แสดงตัวอย่างรายชื่อนิตยสารพระเครื่อง

นิตยสาร		
นิตยสารพระเครื่องอภินิหาร	นิตยสารคณิศพร	นิตยสารข่าวพระเครื่อง
นิตยสารอมตพระเครื่อง	นิตยสารพุทธศยา	นิตยสารลานโพธิ์
นิตยสารเขียนพระ	นิตยสารคนรักพระ	นิตยสารร่มโพธิ์
นิตยสารพุทธโธ	นิตยสารมรดกพระเครื่อง	นิตยสารพระท่าพระจันทร์
นิตยสารพุทธคุณ	นิตยสารมหามงคล	นิตยสารสิ่งศักดิ์สิทธิ์และอภินิหาร
นิตยสารศักดิ์สิทธิ์	นิตยสารราคากลาง	นิตยสารสื่อและพระเครื่อง
นิตยสารพระเกจิ	นิตยสารพระเครื่องเมืองพุทธ	นิตยสารสุดยอดพระเครื่อง
นิตยสารศึกษาและสะสม	นิตยสารพิมพ์นิยม	นิตยสารพระเครื่องล้ำค่า
นิตยสารคลังพระเครื่อง	นิตยสารเอกคัมภีร์	นิตยสารองค์พระ
นิตยสารอมตะล้านนา	นิตยสารพระเมืองเหนือ	

ที่มา : งานมหกรรมประกวดการอนุรักษ์พระเครื่อง พระบูชา และเหรียญคุณาจารย์ วันอาทิตย์ที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 ณ หอประชุมชุมชนหะวัน โรงเรียนนายร้อยตำรวจ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

ภาพที่ 5-7 ตัวอย่างนิตยสารพระเครื่องที่มีพระเครื่องหลวงปู่ทวดลงขาย





ที่มา : นิตยสารการ์นต์พระ ฉบับที่ 205 ประจำเดือนมิถุนายน 2558, นิตยสารสุดยอดพระเครื่อง ฉบับที่ 88 ประจำเดือนมิถุนายน 2558 และนิตยสารคนเล่นพระ ฉบับที่ 11 ประจำเดือนมิถุนายน 2558

นอกจากหนังสือ นิตยสารแล้ว ยังมีรายการโทรทัศน์ที่ถ่ายทอดเรื่องราวของหลวงปู่ทวด เช่น รายการตามรอยตำนาน ออกอากาศทางช่องมิราเคิล ทุกวันเสาร์อาทิตย์ เวลา 17.00 – 18.00 น. ได้มีการเผยแพร่ช่องทางเว็บไซต์ www.youtube.com เมื่อวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2558 โดยเนื้อหาของรายการเป็นการบอกเล่าประวัติของหลวงปู่ทวดและแนะนำร้านขายพระเครื่องหลวงปู่ทวด และหากค้นหาด้วยคำว่า “หลวงปู่ทวด” ในเว็บไซต์ www.youtube.com จะพบผลการค้นหาประมาณ 21,000 คลิป โดยคลิปที่มียอดเข้าชมสูงสุด คือ “ตำนานหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด” มียอดเข้าชมกว่า 3 ล้าน 4 แสนครั้ง ซึ่งแสดงถึงความนิยมในการศึกษาข้อมูลของหลวงปู่ทวดผ่านอินเทอร์เน็ต

การพัฒนาของเทคโนโลยี ทำให้อินเทอร์เน็ตมีการเผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับประวัติหลวงปู่ทวดและพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื่องจากในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้ง่าย จึงได้รับความนิยมในการหาข้อมูลของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจในพระเครื่อง ตัวอย่างเว็บไซต์ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับพระเครื่อง เช่น เว็บไซต์ www.samakompra.com (สมาคมพระตอทคอม) เป็นเว็บไซต์สมาคมผู้นิยมพระเครื่องพระบูชา ซึ่งภายในเว็บไซต์จะมีข้อมูลเกี่ยวกับพระเครื่องต่างๆ มีการตรวจสอบพระแท้ พระปลอม มีการแนะนำร้านพระเครื่อง และกำหนดการจัดงานประกวดพระเครื่อง

ภาพที่ 5-8 เว็บไซต์สมาคมผู้นิยมพระเครื่องพระบูชาไทย



ที่มา : www.samakompra.com

เว็บไซต์เกี่ยวกับพระเครื่องหลวงปู่ทวดโดยเฉพาะ เช่น เว็บไซต์ www.kananurak.com (คณานุรักษ์ดอทคอม) เป็นเว็บไซต์ของตระกูลคณานุรักษ์ ที่เป็นต้นกำเนิดการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด ในเว็บไซต์มีการลงประวัติหลวงปู่ทวด การสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด และประสบการณ์ อภินิหารที่คนพบเจอ ซึ่งถูกบันทึกไว้โดยคุณอนันต์ คณานุรักษ์ และเว็บไซต์ www.tumsrivichai.com (ตัมศรีวิชัยดอทคอม) เป็นเว็บไซต์ร้านพระเครื่อง มีข้อมูลเกี่ยวกับพระเครื่องสายใต้ ซึ่งมีการเผยแพร่ประวัติของหลวงปู่ทวด และข้อมูลพระเครื่องหลวงปู่ทวด หรือในโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook ก็มีเพจ “หลวงพ่อทวด” ซึ่งเป็นเพจที่เผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับหลวงปู่ทวด รูปเหมือนหลวงปู่ทวดในวัดต่างๆ พุทธศาสนสุภาษิต และเรื่องธรรมะ คำสอนของเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียง โดยเพจหลวงพ่อทวดมีคนกดติดตามมากกว่า 60,000 คน

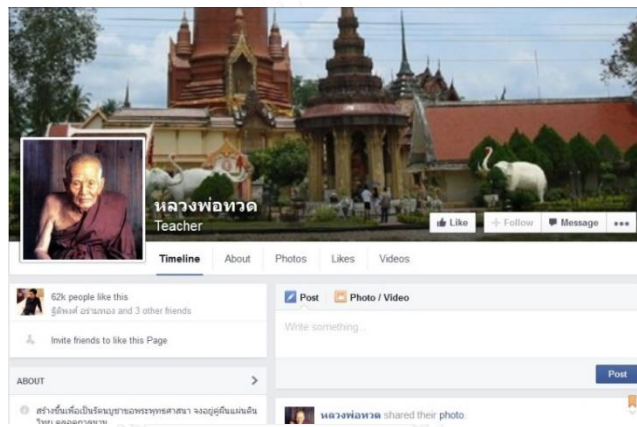
ภาพที่ 5-9 เว็บไซต์ที่เผยแพร่ประวัติหลวงปู่ทวดและการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด



ที่มา : www.kananurak.com



ที่มา : www.tumsrivichai.com



ที่มา : www.facebook.com/Luangphorthuad

จากการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่องและผู้เข้าบูชา พบว่า ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับพระเครื่องที่เผยแพร่ในหนังสือ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต ทำให้มีคนสนใจพระเครื่องมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดพระมีขนาดใหญ่ขึ้น โดยข้อมูลเกี่ยวกับพระเครื่อง ทั้งประวัติของเกจิอาจารย์ กระบวนการจัดสร้างพุทธคุณของพระเครื่อง ประสพการณ์อภินิหาร การสอนวิธิดูพระแท้พระปลอม และการแสดงราคาซื้อขายพระเครื่องในเว็บไซต์ เป็นแหล่งความรู้แก่ผู้ที่สนใจ และทำให้คนกล้าที่จะเช่าพระเครื่องมากขึ้น

“..ก็มีส่วนนะ แต่คนที่เผยแพร่ก็ต้องเป็นคนที่เก่งด้วย คนที่เชื่อถือได้ด้วย รู้ข้อมูลด้วย”

(แดง รามอินทรา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

“..ก็เยอะขึ้น อยู่ในเน็ตมี หนังสือมี มันง่ายขึ้น ยุคผมไม่มีอย่างนี้”

(ไผ่ ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

“..เยอะค่ะ แต่ถ้าให้ตีพียอกให้ศึกษา เพราะว่าตามหนังสือก็ 50/50 เราก็ต้องดูแลตัวเองด้วย เพราะคนทำหนังสือไม่ใช่คนที่ซื้อขายพระเครื่อง เหมือนน้องรู้จักพี่ น้องจะทำหนังสือ ก็มาขอข้อมูลจากพี่ ก็เอาไปทำ คำก็บอกอย่างที่เรารู้ หนังสือบางเล่มที่ลงมา พระแก้ก็มี เพราะคนที่ทำหนังสือไม่ใช่คนที่ซื้อขายพระ คำแค่ทำหนังสือออกมาให้คนเก็บ เพราะอย่างนั้นต้องดูแลตัวเองด้วย”

(พี่น้อง ร้านพรปุ่ทวด, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..มีส่วน เพราะเวลาคนเราเล่นเป็น ศึกษาเป็น พระยังงี้ดูก็ดูแท้เป็นแล้วสนุก คำก็จะกล้าซื้อ”

(เจ้าของร้านพระเครื่องหลวงปุ่ทวด พันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

“..เพิ่มขึ้นครับ เหมือนคนได้ศึกษาพระองค์นี้เป็นยังไง มีประวัติยังไง คนน่าจะสนใจกันมากขึ้น หาเข้ากันมากขึ้นครับ”

(บาส ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2558)

“..มีส่วน เด็กรุ่นใหม่มาเล่นพระเครื่องเยอะขึ้น แล้วก็ระบบในอินเทอร์เน็ต เดียวนี้ทำให้คนเรียนรู้ได้เยอะขึ้น แล้วก็พวกเขียนไปหลอกเค้าไม่ค่อยได้ รู้ราคา ไปกดราคาต่ำๆเค้า เดียวนี้รู้กันหมดก่อนนี้เค้าจะปล่อยพระให้ใครบูชาสักองค์ เค้าเช็คแล้วเช็คอีกว่าราคาเท่าไร เค้าเล่นกันนิยมไหม พิมพ์นิยม ราคาเท่าไร เค้ารู้หมด พวกเขียนจะไปซื้อร้อยขายล้าน ไม่ได้แล้ว เมื่อก่อนซื้อพันขายล้าน เดียวนี้โอกาสอย่างนั้นคงไม่มีแล้วนะ”

(ลุงเอนก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558)

“..มีส่วนทำให้คนสนใจ เข้าพระเพิ่มขึ้น แต่มันก็เหมือนเป็นดาบสองคมนะ ข้อมูลในอินเทอร์เน็ตบางทีก็ไม่น่าเชื่อถือ พระเครื่องที่ลงในนิตยสารบางเล่ม เป็นพระปลอมก็มี”

(พี่ยุ้ย ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..มีส่วน เพราะว่าบางคนที่เป็นเซียน คำก็หวงวิชา คำก็ไม่บอกหมดว่าตำหนิตรงนี้ดูยังไง แต่ในโลกโซเชียลเดี๋ยวนี้มันเปิดกว้างแล้ว เพราะว่ามันมีหลายความคิด คำก็เปิดกว้าง ตรงนี้จะต้องดู

ตำหนิ ตรงนี้แท้ บางคนก็บอกตำหนิหนึ่ง บางคนก็บอกสองตำหนิ เราก็มารวมๆกัน เราก็สามารถดูได้ แต่ผมว่าราคาพระ ในเว็บปีนราคามากนะ มากกว่าในท้องตลาดด้วย”

(มิกซ์ ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..อินเทอร์เน็ตทำให้คนรู้จักพระเยอะ แล้วก็รู้ราคา รู้ราคาก็คือจะไม่ตกขาย พุดง่ายๆไม่โง่ จะไม่ขายไปร้อยนึงแล้วคนเอาไปขายต่อได้ห้าพัน แบบนี้ยาก แต่เน็ตพอไม่ได้ดู เพราะว่าพอเล่นไม่เป็น อาศัยดูในหนังสือ ดูในนิตยสารที่เขาลงใหม่ๆ ดูพิมพ์พระ ดูราคา และต้องอิงกับความจริงที่เล่นในท้องตลาด ต้องดูว่าท้องตลาดเขาเล่นกันยังไง”

(ลูกเอก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

จากผลการสัมภาษณ์ อินเทอร์เน็ตที่ช่วยเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับพระเครื่อง นอกจากจะเป็นการช่วยกระจายความหมายด้านความศักดิ์สิทธิ์ให้มากขึ้นแล้ว เทคนิคการดูพระแท้พระปลอม ก็ยังเป็นส่วนช่วยในการลดความผู้ขาดด้านความรู้ของเซียนพระ รวมทั้งเป็นการทำให้ผู้เช่าบูชาไม่ถูกหลอกในการเช่าพระเครื่องราคาถูกจากเซียนพระ โดยเป็นการสร้างข้อมูลให้เกิดความแตกต่างกันได้ ซึ่งจะมีการสร้างอำนาจของความรู้ในกลุ่มผู้สนใจพระเครื่องกลุ่มใหม่ๆได้ง่ายขึ้น

ในอดีตเรื่องราวของพระเกจิอาจารย์และพระเครื่อง เป็นเพียงการบอกเล่าปากต่อปากของคนยุคก่อน ซึ่งจะรับรู้เฉพาะผู้ที่สนใจและแสวงหาพระเครื่องเหล่านั้น โดยเกิดขึ้นเป็นวงแคบๆ ไม่มีการแพร่กระจายเรื่องราวให้รับรู้ในวงกว้าง อาจเป็นเพราะอุปสรรคในการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร ซึ่งแตกต่างจากในปัจจุบันที่มีการแพร่กระจายข้อมูลสู่ผู้คนด้วยสื่อต่างๆ ทั้งหนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต โดยการใช้สื่อในการเผยแพร่เรื่องราวความศักดิ์สิทธิ์ อภินิหาร และประสบการณ์ของผู้ครอบครองพระเครื่อง ทำให้สามารถแพร่กระจายไปได้อย่างกว้างขวาง จึงเป็นการส่งเสริมคุณค่าความศักดิ์สิทธิ์ ส่งผลให้ผู้คนเกิดความอยากรู้อยากเห็นในความศักดิ์สิทธิ์ และเกิดความต้องการแสวงหาพระเครื่องมาครอบครอง

จากการสัมภาษณ์ผู้เช่าบูชา พบว่า การนำเสนอของสื่อเรื่องประสบการณ์อภินิหาร เช่น คล้องพระเครื่องหลวงปู่ทวดแล้วรอดจากอุบัติเหตุ รอดจากการถูกยิง จะมีผลต่อราคาพระเครื่องหลวงปู่ทวด รวมถึงมีผลต่อการตัดสินใจเช่าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวด ทำให้ผู้คนเกิดความต้องการพระเครื่องรุ่นนั้น

“..มีผลนะ พี่เห็นตามอินเทอร์เน็ต อย่างเช่นรถคว่ำมา ถ่ายรูปโซ้ว พี่ว่ามีผลนะ กระแสทำให้คนเข้าไปดูว่าหลวงพ่อดีอะไร หลวงปู่ทวดนี้ ต้องไปหาเช่าบ้างละ”

(พีต่อ ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..มีผลช่วงระยะเวลาหนึ่งมากกว่า เหมือนมีข่าวก็มีกระแสช่วงระยะเวลานั้น”

(บาส ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2558)

“..มีเลยแหละ คนที่เช่าพระไม่ได้ห้อยเพราะสวยอย่างเดียว ต้องการพุทธคุณท่านด้วย”

(มิกซ์ ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..มีนะ รุ่นไหนมีประสบการณ์ ไปโดนเข้าปั๊บ มันก็จะดัง คนก็จะยิ่งหา อย่างที่เค้าคลั่ง ที่ตำรวจโดนยิง ปี 05 บล็อกกรรมดา อย่างเหมือนของพ่อเนี่ย ที่เค้าคลั่งโดนยิงที่ยังไม่ออก ที่นี้พอลงหนังสือปั๊บ กระพือกัน ก็วิ่งหากัน มันก็ขึ้นไปพักนึง พอผ่านไปก็ซาๆ พอรุ่นใหม่มา มีประสบการณ์ใหม่มา กระแสก็ไปอีก”

(ลุงเอก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

จากผลการสัมภาษณ์ เนื่องจากการคลั่งพระเครื่องไม่ใช่เพียงแค่คลั่งเพื่อความสวยงาม แต่มีการคลั่งเพราะต้องการพุทธคุณของพระเครื่องด้วย ดังนั้น กระแสของพระเครื่องบางรุ่นที่ถูกสร้างโดยสื่อจะมีผลต่อราคาพระเครื่องหลวงปู่ทวดให้สูงขึ้น เนื่องจากทำให้คนเกิดความสนใจและแสวงหาพระเครื่อง แต่ก็จะเป็นแค่ในระยะเวลาสั้นๆเท่านั้น ผู้ศึกษาคิดว่าเนื่องมาจากกระแสที่สร้างโดยสื่อ อาจจะทำให้คนภายนอกกลุ่มที่เล่นหาพระเครื่องอยู่แล้วเกิดการแสวงหาพระเครื่อง แต่เมื่อระยะเวลาผ่านไป คนที่แสวงหาพระเครื่องเหล่านั้นได้ครอบครองพระเครื่องแล้ว และตัวพระเครื่องหากไม่ได้มีกระแสอย่างต่อเนื่อง เมื่อกระแสเงียบหาย ก็ทำให้การแสวงหาลดลง ซึ่งแตกต่างจากพระเครื่องเก่า ที่เป็นพระเครื่องที่ได้รับความนิยมอยู่ตลอดเวลาจากกลุ่มคนที่สนใจในพระเครื่อง และเช่าบูชาพระเครื่องอยู่เป็นประจำ ซึ่งคนกลุ่มนี้จะติดตามข่าวคราวของพระเครื่องอยู่เสมอ ทำให้ทราบถึงวัฏจักรของกระแสพระเครื่องเพียงชั่วคราว ที่สามารถสร้างจากสื่อได้ ทำให้คนกลุ่มนี้ ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ที่เช่าหาพระเครื่องอยู่เป็นประจำ อาจเกิดความไม่สนใจในพระเครื่องรุ่นที่เป็นกระแส พอคนกลุ่มนอกตลาดพระเครื่องเล็กแสวงหาพระเครื่องรุ่นที่เป็นกระแสแล้ว ราคาพระเครื่องรุ่นนั้นจึงลดลง

และเมื่อผู้ศึกษาได้สอบถามว่าผู้เช่าบูชาว่า มีการหาเช่าพระเครื่องตามที่เป็นข่าวในสื่อบ้างหรือไม่ ผู้เช่าบูชาก็ตอบว่ามีการหาข้อมูล และหากชอบในรุ่นนั้นก็ทำการเช่าบูชา

“..ไม่ได้เช่าเตี้ยวนั้นครับ ถ้าเป็นหลวงปู่ทวด เราก็หาข้อมูล ไม่ได้เห็นข่าวแล้วไปเช่าเลย ก็ต้องดูก่อนว่าเราชอบไหม สวยไหม รุ่นไหนที่เราอยากจะเก็บสะสมก็เช่ารุ่นนั้น”

(บาส ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2558)

“..ต้องมีอยู่แล้ว ผมคนหนึ่งต้องตาม ก็คือชอบพิสุจน์ อย่างรุ่น 5 แชะ เราก็ไม่เคยเห็นหรือ
กว่าจริงหรือเปล่า เราก็ได้ยินจากคำบอกเล่า เราก็อ่านจากในหนังสือว่า 5 แชะ มีคนส่งแก๊สโตนิง ห้า
ที่ สับห้าแชะแล้วไม่แตก เราก็หาเช่าเก็บ”

(มิทซ์ ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

ดังนั้น การนำเสนอผ่านสื่อทั้งประวัติของหลวงปู่ทวด การสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด
เรื่องราวอภินิหารของพระเครื่องหลวงปู่ทวด การคล้องพระเครื่องหลวงปู่ทวดตามวันเกิด รวมถึงการ
นำเสนอเรื่องของคนดังที่คล้องพระเครื่องหลวงปู่ทวด สิ่งเหล่านี้มีส่วนช่วยในการสร้างความนิยมของ
พระเครื่องหลวงปู่ทวด ทำให้คนเห็นคุณค่าในพระเครื่องหลวงปู่ทวด เกิดการแสวงหามาครอบครอง
และทำให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดมีมูลค่าเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ ปรีชา วงศาสุลักษณ์
เรื่อง บทบาทของสื่อมวลชนที่เสริมสร้างคุณค่าให้กับพระเครื่องพระบูชา โดย ปรีชา (2536) กล่าวว่า
สื่อมวลชนเป็นผู้กระตุ้นให้เกิดการบริโภคพระเครื่อง เป็นผู้ชี้ให้เห็นถึงคุณค่าด้านศิลปะ ความเป็น
โบราณวัตถุ สร้างความเชื่อมั่นในความศักดิ์สิทธิ์ ความมีอภินิหาร และใช้เป็นเครื่องยึดเหนี่ยว เป็นที่
พึ่งทางใจ เกิดความเป็นสิริมงคลจากการกราบไหว้พระเครื่องพระบูชา ทำให้เกิดความต้องการเป็น
เจ้าของสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหล่านั้น ซึ่งในกรณีของพระเครื่องหลวงปู่ทวด ก็มีสื่อหลากหลายรูปแบบ ที่
กระตุ้นให้ผู้บริโภคเห็นคุณค่า และต้องการจะมีหลวงปู่ทวดในครอบครอง

การใช้สื่อเพื่อสร้างความนิยมให้กับพระเครื่องนั้น ในนิตยสารพระเครื่อง เขียนพระสามารถ
ใช้สื่อในการกำหนดราคา หรือสร้างความนิยมได้ โดยเขียนพระที่ขายพระนั้น ในขณะเดียวกันก็เป็น
เจ้าของนิตยสารพระเครื่องด้วย โดยการสร้างความนิยมของพระเครื่อง หรือการปั่นราคาพระนั้น อาจ
ทำได้ในรูปแบบของการรวมกลุ่มหนังสือ นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ หลากๆ เล่ม หลากๆ บัญ ให้
โฆษณาพระเครื่องรุ่นใดรุ่นหนึ่งขึ้นมาทั้งแผง เพื่อสร้างให้เกิดกระแสในพระเครื่องรุ่นนั้น และทำให้
พระเครื่องรุ่นนั้นมีราคาสูงมากขึ้น โดยตัวเขียนพระเองอาจจะมีการเก็บพระเหล่านั้นไว้ก่อนแล้ว จึงใช้
สื่อสร้างกระแสให้กับพระเครื่องที่ตนเองครอบครองอยู่ เพื่อที่ตนเองจะได้ประโยชน์จากราคาพระ
เครื่องที่สูงขึ้น

5.4 การสร้างตลาด

ตลาดพระเครื่องเริ่มขึ้นมาจากความต้องการพระเครื่องเป็นที่พึ่งทางใจในช่วงสงครามอินโด
จีน (พ.ศ. 2483) และสงครามโลกครั้งที่ 2 ภายหลังสงครามสิ้นสุดลง (พ.ศ. 2488) จากความนิยมพระ

เครื่อง ทำให้เกิดตลาดพระเครื่องขึ้น เมื่อประมาณ พ.ศ. 2496 เริ่มมีการวางพระเครื่องให้เช่าบูชา บริเวณใต้ต้นมะขามรอบสนามหลวง และประมาณ พ.ศ. 2500 ได้ย้ายมาตั้งแผงพระเครื่องบริเวณใต้ ถนนศาลาอาญา เรียกว่า “บาร์มหาพันธ์” ซึ่งเป็นชื่อร้านค้าแพที่เจ้าของร้านชื่อนายพันธ์ มีการตั้งโต๊ะและ นำพระเครื่องรุ่นต่างๆมาวางเรียงเพื่อให้ผู้สนใจได้เลือกชม เมื่อมีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก ราว พ.ศ. 2505 จึงได้ย้ายไปยังบริเวณลานต้นโพธิ์ วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์ โดยมีการตั้งแผงให้เช่าบูชาพระ เครื่อง ทำให้เกิดตลาดพระเครื่องขนาดใหญ่ที่สุดของกรุงเทพมหานคร มีผู้คนมาซื้อขายแลกเปลี่ยน พระเครื่องเป็นอย่างมาก จนทำให้เกิดปัญหาที่จอดรถและบริเวณวัดเกิดความสกปรก ประมาณ พ.ศ. 2516 ทางวัดจึงได้จัดระเบียบให้ย้ายตลาดพระเครื่องและหาบเร่แผงลอยไปนอกวัด ตลาดพระเครื่อง จึงย้ายไปยังบริเวณท่าพระจันทร์ และวัดราชนันทดา (ณัฐพล อยู่รุ่งเรืองศักดิ์, 2555)

ปัจจุบันได้เกิดแผงพระเครื่องขึ้นจำนวนมากในทุกจังหวัดทั่วประเทศไทย สำหรับ กรุงเทพมหานครมีตลาดพระเครื่องขนาดใหญ่ เช่น ตลาดพระเครื่องท่าพระจันทร์ ศูนย์พระเครื่องมรดกไทย พันธุ์ทิพย์งามวงศ์วาน เป็นต้น มีการจัดงานประกวดพระเครื่อง การจัดตลาดนัดพระเครื่อง เกิดตลาด พระเครื่องในอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ www.amulet.com เว็บไซต์ www.g-pra.com มีการซื้อ ขายพระเครื่องผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook รวมถึงเว็บไซต์ข้อมูลเกี่ยวกับพระเครื่องรุ่นต่างๆ การสอนเทคนิคการดูพระแท้พระปลอม การแสดงราคาของพระเครื่อง ทำให้คนมีความกล้าในการเช่า บูชาพระเครื่องมากขึ้น ตลาดพระเครื่องจึงขยายใหญ่ขึ้น

ตลาดพระเครื่องที่แนะนำในหนังสือ ลงทุนสไตล์พระเครื่องให้รวย มีหลายตลาด เช่น

1. สนามพระเครื่องท่าพระจันทร์

สถานที่ตั้ง ตลาดท่าพระจันทร์ ริมน้ำเจ้าพระยา เขตพระนคร กรุงเทพฯ เป็นสถานที่เปิด มีที่จอดรถไม่มาก สนามพระเครื่องท่าพระจันทร์เป็นสนามพระเครื่องที่มีอายุเก่าแก่ที่สุด และเป็น แหล่งรวบรวมบรรดาเซียนพระรุ่นใหญ่ หรือรุ่นเก่า ชั่นนำ แฉวหน้าของวงการพระเครื่องเมืองไทย สนาม พระเครื่องท่าพระจันทร์เป็นที่ตั้งของ “ชมรมพระเครื่องท่าพระจันทร์” ปัจจุบันมีคุณศุภชัย เรืองสรร งามสิริ (ดีเหล่า ท่าพระจันทร์) เป็นประธานชมรมพระเครื่องท่าพระจันทร์

สนามพระเครื่องท่าพระจันทร์นอกจากจะมีร้านพระเครื่อง ตู้พระเครื่อง หรือแผงพระเครื่อง จำนวนมาก ยังมีร้านขายอุปกรณ์ที่เกี่ยวกับพระเครื่องและร้านขายหนังสือพระเครื่องอีกด้วย ที่สนาม พระเครื่องท่าพระจันทร์มีร้านพระเครื่องหลวงปู่ทวดโดยเฉพาะอยู่จำนวน 4 ร้าน สนามพระเครื่องท่า พระจันทร์เป็นสนามพระที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยุ้จักในวงกว้าง เปิดทำการเวลา 10.00 – 17.00 น. ทุกวัน (มนัญชยา เนตรนิมม, 2556)

ภาพที่ 5-10 บรรยากาศร้านพระเครื่องหลวงปู่



ที่มา : สนามพระเครื่องท่าพระจันทร์

2. ศูนย์พระเครื่องชมรมพระเครื่องมรดกไทย

สถานที่ตั้ง ชั้น 3 ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์ สาขางามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี เป็นสถานที่ปรับอากาศ มีที่จอดรถสะดวกสบาย ง่ายต่อการเดินทาง ศูนย์พระเครื่องชมรมมรดกไทยเป็นที่รวบรวมเซียนพระชั้นนำแถวหน้าของเมืองไทย เป็นที่ตั้งของ “สมาคมผู้นิยมพระเครื่องพระบูชาไทย” มีคุณพยัพ คำพันธุ์ เป็นนายกสมาคมผู้นิยมพระเครื่องพระบูชาไทย

ศูนย์พระเครื่องชมรมพระเครื่องมรดกไทย เป็นศูนย์พระเครื่องขนาดใหญ่ มีร้านพระเครื่อง ตู้พระเครื่อง หรือแผงพระเครื่อง อยู่เป็นจำนวนมาก มีร้านหนังสือพระเครื่องและมีอุปกรณ์เกี่ยวกับพระเครื่องทุกอย่างจำหน่าย มีร้านรับเลี่ยมพระ เลี่ยมทอง ที่ศูนย์พระเครื่องชมรมพระเครื่องมรดกไทย มีร้านพระเครื่องหลวงปู่ทวดโดยเฉพาะอยู่จำนวน 5 ร้าน ด้วยทำเลที่ตั้งในห้างสรรพสินค้าทำให้ศูนย์พระเครื่องชมรมพระเครื่องมรดกไทยได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆของเมืองไทย เปิดทำการทุกวัน ตามเวลาห้างเปิด จันทร์ - ศุกร์ เวลา 10.30 – 21.30 น. และ เสาร์ - อาทิตย์ เวลา 10.00 – 21.30 น. (มณีัญชยา เนตรนิยม, 2556)

ภาพที่ 5-11 บรรยากาศศูนย์พระเครื่องชมรมพระเครื่องมรดกไทย



ที่มา : ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์ สาขางามวงศ์วาน

จากการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่อง พบว่า ร้านพระเครื่องหลวงปู่ทวดในตลาดจะรู้จักกันหมด โดยจะเป็นเพื่อนฝูงกัน หรือเป็นลูกศิษย์อาจารย์ที่ได้รับความรู้และคำแนะนำในการดูพระเครื่องหลวงปู่ทวด ซึ่งจะไม่มีการแข่งขันโดยการตัดราคากันเพื่อแย่งลูกค้า แต่จะใช้วิธีช่วยเหลือกันมากกว่า เช่น ร้านพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่สนามพระเครื่องท่าพระจันทร์ ได้รวมกลุ่มกัน 4 หุ่นในการเช่าพื้นที่เปิดร้านรวมกัน เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย และสะดวกต่อลูกค้าในการหาร้านเช่าพระเครื่องหลวงปู่ทวด หรือศูนย์พระเครื่องชมรมพระเครื่องมรดกไทย ร้านค้าพระเครื่องจะรู้จักกันหมดทุกร้าน ไม่เพียงแต่รู้จักกันเฉพาะร้านค้าพระเครื่องหลวงปู่ทวดเท่านั้น แต่รู้จักกันทั้งศูนย์พระ รวมทั้งรู้จักเจ้าของร้านพระที่ศูนย์พระอื่น ๆ ด้วย และจากการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่อง พบว่า หากมีลูกค้ากำลังตัดสินใจว่าจะซื้อพระเครื่องหลวงปู่ทวดจากร้านหนึ่ง แต่นำมาให้อีกร้านดูว่าเป็นพระแท้หรือไม่ ร้านนั้นจะไม่รับดูให้ โดยให้เหตุผลว่าไม่อยากตัดโอกาสค้าขายของเพื่อน แต่จะแนะนำให้ผู้ซื้อนำพระเครื่องส่งเข้าประกวดในงานประกวดพระเครื่องแทน

ตลาดพระเครื่องในปัจจุบัน ผู้ขายพระเครื่องจำนวนมากได้มีการลงขายพระในตลาดพระเครื่องออนไลน์และในเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยผู้ขายบางรายจะมีหน้าร้านไว้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ แต่เน้นขายพระทางตลาดพระเครื่องออนไลน์ เช่น ตลาดพันธุ์ทิพย์ บางกะปิ จากการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่องที่พันธุ์ทิพย์ บางกะปิ พบว่า ร้านพระเครื่องส่วนใหญ่จะเน้นขายพระเครื่องทางออนไลน์ แต่เช่าหน้าร้านไว้ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ดังนั้น อินเทอร์เน็ตจึงเป็นอีกสิ่งหนึ่ง ที่ช่วยขยายขนาดของตลาดของพระเครื่อง เพราะ นอกจากจะมีตลาดซื้อขายพระออนไลน์แล้ว ยังมีทั้งเรื่องราวประวัติของพระเกจิอาจารย์ การสอนวิธีดูพระแท้พระปลอม รวมทั้งเป็นแหล่งแลกเปลี่ยน

ข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ที่สนใจพระเครื่องด้วยกัน เว็บไซต์เกี่ยวกับพระเครื่องมีจำนวนมาก ตัวอย่างเช่นตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 5-4 ตัวอย่างเว็บไซต์ตลาดพระเครื่องออนไลน์

เว็บไซต์พระเครื่องออนไลน์	
www.thaprachan.com (ท่าพระจันทร์ ดอทคอม)	www.praclassic.com (พระคลาสสิกดอทคอม)
www.amatasiam.com (อมตะสยาม ดอทคอม)	www.pramuangnue.com (พระเมืองเหนือ ดอทคอม)
www.uamulet.com (ยูอะมูเลทดอทคอม)	www.g-pra.com (จี-พระดอทคอม)
www.taradpra.com (ตลาดพระดอทคอม)	www.krusiam.com (กรุงสยามดอทคอม)
www.soonpra.com (ศูนย์พระดอทคอม)	www.jayukarm.com (จตุคามดอทคอม)
www.amuletcenter.com (อะมูเลทเซ็นเตอร์ดอทคอม)	

ที่มา : งานมหกรรมประกวดการอนุรักษ์พระเครื่อง พระบูชา และเหรียญคุณาจารย์ วันอาทิตย์ที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 ณ หอประชุมชุมชนหะวัน โรงเรียนนายร้อยตำรวจ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

ถึงแม้มีตลาดซื้อขายพระออนไลน์จำนวนมาก แต่ตลาดซื้อขายพระออนไลน์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุด คือ เว็บไซต์ www.uamulet.com มีสมาชิกกว่า 90,000 คน และมีคนเข้าดูเว็บไซต์มากกว่า 80,000 คน/วัน โดยเว็บไซต์ Uamulet มีกระดานซื้อขายพระ ทั้งพระพุทธรูป พระกรู พระพิมพ์ เครื่องราง พระที่สร้างโดยเกจิอาจารย์ และหนังสือพระ เว็บไซต์ Uamulet นอกจากจะเป็นตลาดออนไลน์ในการซื้อขายพระเครื่องแล้ว ยังมีบริการรับหน้าที่เป็นคนกลางระหว่างผู้ซื้อผู้ขาย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อผู้ขาย โดยเมื่อเสร็จสิ้นการประมูลให้ผู้ขายส่งพระมาให้เว็บไซต์ Uamulet และผู้ซื้อโอนเงินมาให้เว็บไซต์ Uamulet เมื่อทางเว็บไซต์ Uamulet ตรวจสอบแล้วว่าพระเครื่องเป็นพระแท้ก็จะทำการส่งพระเครื่องให้ผู้ซื้อ และโอนเงินไปให้ผู้ขาย นอกจากนี้ยังมีบริการตรวจสอบพระแท้พระปลอม โดยการส่งพระเครื่องให้ทางเว็บไซต์ Uamulet หากตรวจสอบแล้วเป็นพระแท้ ก็จะออกไปรับรองพระแท้ให้ และในเว็บไซต์ยังมีเว็บบอร์ดให้สมาชิกแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของพระเครื่องอีกด้วย

ภาพที่ 5-12 เว็บไซต์ตลาดพระเครื่องออนไลน์



ที่มา : www.uamulet.com

ในตลาดพระเครื่องออนไลน์เว็บไซต์ www.uamulet.com พระเครื่องหลวงปู่ทวดก็เป็นพระเครื่องหนึ่งที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ดูได้จากสถิติการใช้งานกระดานโชว์พระและกระดานประมูลพระในปี พ.ศ. 2556 ของเว็บไซต์ www.uamulet.com ดังนี้

ตารางที่ 5-5 แสดงสถิติ 10 กระตุ้ยอดฮิต ใน www.uamulet.com

อันดับ	กระตุ้ยอดฮิตกระดานโชว์พระ	ผู้ตั้งกระตุ้ย	จำนวนผู้เข้าดู
1	((((((((ใครไม่เคยเห็นเหรียญหลวงปู่ทวดเลื่อนสมณศักดิ์ 2508 บล็อกผ่าปาก เนื้อสามกษัตริย์ มาก่อนดูได้ที่นี้ครับท่าน))))))))	หมอกฤษณ์ คอนเฟิร์ม	11,240
2	อาจารย์ทิม ปัดตานี และ หลวงปู่ทิม แห่งเมืองระยอง กับความศักดิ์สิทธิ์ ที่เป็นอมตะนิรันดกาล : ผู้เข้าดู 10479 ผู้ตั้งกระตุ้ย	หมอกฤษณ์ คอนเฟิร์ม	10,479
3	มีหลายคนถามมาว่า ในคอ __ กฤษณ์ คอนเฟิร์ม __ แขนงพระอะไรบ้างนี่คือคำตอบครับ	หมอกฤษณ์ คอนเฟิร์ม	7,357
4	____ ศรัทธาในบารมี หลวงปู่ทวดวัดช้างไห้ และ หลวงปู่ทิม วัดละหารไร่ สุดกำลัง ครับ ____ บารมีหลวงปู่ทวดกับความศรัทธาแล้วนี่คือชุดที่ตามเก็บใช้เวลาสามเดือน ครับ ____	หมอกฤษณ์ คอนเฟิร์ม	7,094

5	หลวงพ่อดาววัดช้างให้ เนื้อว่าน 2497 สร้างขึ้นโดย คุณอนันต์ คณานุรักษ์ แต่องค์นี้คือเตารีด A ที่เคยเป็น องค์สุดรักของคุณ สุนนท์ คณานุรักษ์ วันนี้__หลวง พ่อดาวองค์นี้มาโปรดและจำพรรษาอยู่กับผมแล้วครับ	หมอกฤษณ์ คอนเฟิร์ม	6,923
6	!!! ขุนแผนผงพรายกุมาร ตะกรุดคู่ พิมพใหญ่ พิมพเล็ก งามจับใจ !!!	ฟ้าประทานพร	5,859
7	^^^รั้งเล็กๆ_ของคนตัวเล็กๆ_แต่เปี่ยมไปด้วย ศรัทธา^^^	หมอกฤษณ์ คอนเฟิร์ม	5,835
8	***** รวมความเป็นที่สุด ในสายหลวงพ่อดาว มาให้พี่ น้องชาวเว็บ U ได้ชมแล้วครับ *****	หมอกฤษณ์ คอนเฟิร์ม	5,013
9	หลวงปู่ทวด ไตรัมเย็น(ปี26) ประสบการณ์ฮอตกที่แจ้ งกระจานแล้วรอดตาย	ที่บ้านโป่งพระ แท้	3,588
10	พระขุนแผนบ้านกร่าง พิมพทรงพลใหญ่	บัวแก้ว	3,580

ที่มา : <http://stat.uamulet.com/statuamulet2013.aspx>

ตารางที่ 5-6 แสดงกระทู้กระดานประมวลพระ 10 อันดับแรก ใน www.uamulet.com

อันดับ	กระทู้ยอดฮิตกระดานประมวลพระ	จำนวนผู้เข้าดู
1	หลวงปู่ทิม วัดละหารไร่ กระดานที่ 1	10,248,741
2	หลวงพ่อดูณ วัดบ้านไร่ กระดานที่ 3 ปี พ.ศ. 2531 ถึง พ.ศ. 2554 (ปัจจุบัน)	6,763,657
3	หลวงพ่อดาววัดช้างให้ รุ่นหลังปี ๒๕๑๒ ถึงปัจจุบัน	6,564,880
4	เหรียญหลวงพ่อดาวรุ่นต่างๆวัดช้างให้ ปี๒๕๐๐ถึงปี๒๕๑๒	6,271,584
5	หลวงพ่อดาวเนื้อโลหะวัดช้างให้ ไม่เกินปี๒๕๑๒	5,237,797
6	พระเครื่องเมืองศรีสะเกษ	4,880,548
7	พระเกจิเมืองสุพรรณ	4,862,613
8	ตลับพระกลิ้งส่องพระอุปกรณ์	4,721,451
9	พระเครื่องจ.สมุทรสาคร	4,643,581
10	พระเกจิอาจารย์ จ.เพชรบุรี	4,604,850

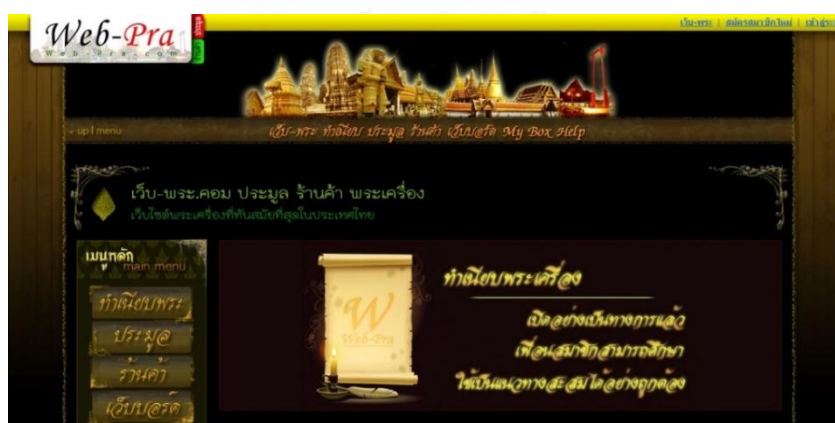
ที่มา : <http://stat.uamulet.com/statuamulet2013.aspx>

จากสถิติการใช้งานเว็บไซต์ www.uamulet.com กระทู้ยอดฮิตจากกระดานโชว์พระ 10 อันดับแรก อันดับที่ 1 เป็นกระทู้พระเครื่องหลวงปู่ทวด และเป็นกระทู้เกี่ยวกับพระเครื่องหลวงปู่ทวดอีกถึง 8 กระทู้

และจากกระดานประมูลพระยอดฮิต 10 อันดับ กระดานประมูลพระเครื่องหลวงปู่ทวดติดอันดับผู้เข้าดูสูงสุดถึง 3 กระดาน โดยติดอันดับที่ 3, 4 และ 5 เนื่องจากพระเครื่องหลวงปู่ทวดถูกแยกย่อยออกเป็น 10 หมวดหมู่ ได้แก่ 1) หลวงพ่อทวดทั่วไป 2) หลวงพ่อทวดเนื้อว่าน วัดช้างให้ 3) หลวงพ่อทวดเนื้อโลหะวัดช้างให้ ไม่เกินปี ๒๕๑๒ 4) เหรียญหลวงพ่อดรุ่มต่างๆวัดช้างให้ ปี ๒๕๐๐ ถึงปี ๒๕๑๒ 5) หลวงพ่อทวดวัดช้างให้ รุ่นหลังปี ๒๕๑๒ 6) หลวงพ่อทวด อาจารย์นอง วัดทรายขาว 7) วัดพะโคะ – วัดเมือง 8) วัดประสาธตบุญญาวาส กทม. 9) วัดอื่นๆที่สร้างหลวงพ่อดรุ่มทั่วไป 10) หลวงพ่อทวดองค์ใหญ่ พุทธอุทยานมหาราช อยุธยา หากนับจำนวนผู้เข้าดูกระดานประมูลพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ติดอันดับกระดานยอดฮิตทั้ง 3 กระดาน พระเครื่องหลวงปู่ทวดจะเป็นพระเครื่องที่มีผู้เข้าดูมากที่สุด คือ 18,074,261 ครั้ง

อีกตัวอย่างเว็บไซต์ คือ เว็บไซต์ www.web-pra.com นอกจากจะเป็นตลาดพระเครื่องออนไลน์แล้ว ยังมีทำเนียบพระ ซึ่งเป็นการรวบรวมประวัติเกจิอาจารย์ชื่อดังในเมืองไทย และรวบรวมรูปรุ่นพระเครื่องที่เกจิอาจารย์นั้นสร้างขึ้น เพื่อให้ง่ายต่อผู้ที่สนใจพระเครื่องในการศึกษาข้อมูล

ภาพที่ 5-13 เว็บไซต์ตลาดพระเครื่องออนไลน์และมีทำเนียบข้อมูลประวัติเกจิอาจารย์



ที่มา : www.web-pra.com

นอกจากเว็บไซต์ซื้อขายพระออนไลน์แล้ว ปัจจุบันโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook ก็มีกลุ่มที่เป็นตลาดพระเครื่องออนไลน์ โดยให้สมาชิกสามารถโพสต์ขายพระหรือโพสต์เปิดประมูลพระได้ นอกจากนี้ยังมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลเรื่องพระเครื่อง มีการลงรูปพระเครื่องเพื่อให้เพื่อนสมาชิกในกลุ่ม

ช่วยตรวจสอบว่าเป็นพระแท้พระปลอม เช่น กลุ่มหลวงพ่อดวดเหยียบน้ำทะเลจืด เป็นกลุ่มแลกเปลี่ยนข้อมูลพระเครื่องหลวงปู่ทวดระหว่างสมาชิกในกลุ่ม และกลุ่มหลวงพ่อดวดข้างใต้เพื่อการศึกษาและสะสมทุกรุ่น2 เป็นกลุ่มที่มีการลงประมูลพระเครื่องโดยสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มมีสมาชิกกว่า 40,000 คน

ภาพที่ 5-14 กลุ่มพระเครื่องหลวงปู่ทวดใน Facebook



ที่มา : www.facebook.com/groups/608685882559143/



ที่มา : www.facebook.com/groups/268541209937217/

จากการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่อง พบว่า การเกิดขึ้นของตลาดพระเครื่องออนไลน์ มีผลทำให้ตลาดของพระเครื่องขยายใหญ่ขึ้น มีผู้ให้เช่าและผู้เช่าบูชาเพิ่มขึ้น สามารถขายพระเครื่องได้ง่ายและเร็วขึ้น แต่ข้อเสีย คือ การซื้อขายพระเครื่องในตลาดพระเครื่องออนไลน์ เสี่ยงต่อการเจอมิถุนาซีฟได้ง่าย

“..ก็มีส่วนนะ แต่ว่าหลังๆเนี่ย ผมว่ามันเริ่มเสื่อมเร็ว อินเทอร์เน็ตเนี่ย ผมว่าต่อไปจะซื้อขายยากเลย เพราะได้ข่าวบ่อยๆว่าซื้อแล้ว เหมือนว่าซื้อองค์นี้ จ่ายเงินแล้ว ส่งมาเป็นอีกองค์ กลายเป็นเก็

เปลี่ยนรูปแบบไปเลย เหมือนทุกวันนี้ได้ข่าวบ่อยๆ อย่างผมเนี่ย อยู่ดีๆให้ผมไปซื้อทางอินเทอร์เน็ต ผมคงไม่ซื้อ ผมไม่ไวใจ”

(ฉ่อย ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

“..มีผลอย่างมาก เกิดจากอะไรรู้ไหม น้องเรียน ไม่มีรายได้อะไรก็ได้เสริม เผอิญไปรู้จักกับพวกที่เล่นพระ เค้ายจะแนะนำให้น้องไปเล่น ซื้อขายกันแบบนี้ แต่เค้ายจะมีคำแนะนำว่า ดูยังไง ซื้อแบบไหน ซื้อมาแล้วปล่อยต่ออย่างนี้ น้องมีกำไร สองสามร้อย ห้าร้อย เจ็ดแปดร้อยต่อหนึ่งองค์ วันหนึ่งเค้าปล่อย 2 ชิ้นก็เป็นพัน เดือนนึงตกเท่าไร น้องอยู่ได้ อยู่อย่างสบายๆเลย แต่ต้องเล่นให้เป็น ต้องดูให้ได้”

(ไผ่ ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

“..มีส่วนมาก ขายง่ายขึ้น เร็วขึ้น”

(เจ้าของร้านพระเครื่องหลวงปู่ทวด พันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

คุณพยัพ คำพันธุ์ นายกสมาคมผู้นิยมพระเครื่องพระบูชาไทย เคยกล่าวในรายการพระเครื่องเมืองสยาม เกี่ยวกับการจะเข้ามาประกอบอาชีพขายพระเครื่องว่า

“..การทำอาชีพเรื่องพระไม่ใช่เรื่องง่ายเลยครับ คุณต้องคลุกคลีอยู่กับวงการพระจริงๆ เก็บสะสมก็ต่ออยู่แล้ว การทำอาชีพนี้คุณต้องค่อยๆศึกษา คุณต้องมีพรรคพวกที่เคยทำอาชีพอยู่ตรงนี้ คอยแนะนำตรงนี้ จริงๆแล้วเป็นอาชีพที่สุจริต เราไม่ได้ขายศาสนาгин แต่เราเผยแพร่ศาสนา” (Miracle Channel, 2558)

ดังนั้น ตลาดพระเครื่องจึงมีลักษณะเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด โดยตลาดพระเครื่องหลวงปู่ทวดจะจัดอยู่ในประเภทตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligoloy) เนื่องจากการจะเข้าไปเป็นผู้ขายในตลาดพระเครื่องได้นั้น จำเป็นที่จะต้องรู้จักกลุ่มคนที่ขายพระเครื่องในตลาดอยู่ก่อน การเป็นผู้ขายในตลาดพระเครื่องนั้น ไม่ใช่แค่เพียงการตั้งร้านเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีความรู้ในการดูพระเครื่อง ซึ่งการสอนดูพระเครื่องนั้น ไม่ได้มีสถาบันการสอนที่มีการรับรองเหมือนการดูอัญมณี ดังนั้น การพูดพระเครื่องจึงต้องศึกษาจากเซียนพระที่อยู่ในตลาดพระ ซึ่งการที่เซียนพระจะยอมสอนวิธีการดูพระแท้พระปลอมให้ นั้น จะต้องมีความรู้จกั้กลุ่มคนอยู่ในระดับหนึ่ง ซึ่งการที่จะสร้างความรู้จักกับเซียนใหญ่ได้นั้น อาจจะเริ่มจากการเช่าพระก่อน แล้วจึงสอบถามความรู้ แม้ว่าความรู้ที่มีเผยแพร่อยู่ในอินเทอร์เน็ตจะสร้างความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น แต่การได้ศึกษาจากเซียนพระด้วยตัวเอง จะทำให้รู้

จริงมากกว่า นอกจากนี้การจะเข้าไปเป็นผู้ขายในตลาดพระเครื่อง จะมีการกีดกันทางการเข้าตลาดอยู่ โดยเงื่อนไข เนื่องจากตลาดพระเครื่องนั้น ผู้ขายจะรู้จักกันหมด และการรวมกลุ่มยังเป็นประโยชน์ต่อการตั้งราคา การแบ่งปันพระเครื่องให้แก่กัน

นอกจากนี้การจะขายพระเครื่องได้นั้นต้องมีการสร้างความน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นเงื่อนไขในการเข้าตลาด เนื่องจากพระเครื่องนั้น ผู้ซื้อบางท่านก็ดูพระเครื่องไม่เป็น จึงจำเป็นต้องเชื่อใจต่อผู้ขายจากการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่อง จะเริ่มสร้างความน่าเชื่อถือผ่านการตั้งแผงตามงานประกวดพระเครื่องก่อน ซึ่งเรียกว่าแผงจร โดยเน้นการขายพระแท้ ให้ลูกค้าเกิดความน่าเชื่อถือ เมื่อมีกลุ่มลูกค้าที่เป็นลูกค้าประจำจึงจะสามารถเริ่มการตั้งร้านขายพระเครื่องได้ โดยการตั้งแผงพระเครื่องหรือการตั้งร้านพระเครื่องนั้นนั้น จะต้องมีความรู้จักที่อยู่ในแวดวงพระเครื่องเป็นผู้ชักชวน

การเกิดขึ้นของตลาดพระเครื่องทำให้คนที่ชื่นชอบในพระเครื่องสามารถหาพระเครื่องที่ต้องการได้สะดวกขึ้น และยังทำให้พระเครื่องกลายเป็นสินค้าที่มีสภาพคล่อง สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้สะดวกรวดเร็ว นอกจากนี้ตลาดพระเครื่องยังเป็นแหล่งให้ความรู้ แลกเปลี่ยนข้อมูลพระเครื่องระหว่างผู้ที่ชื่นชอบด้วยกัน ทำให้ความนิยมพระเครื่องขยายออกมากขึ้น ในกรณีของพระเครื่องหลวงปู่ทวด เป็นพระเครื่องที่เป็นพระสากล มีการเล่นหาในทั่วทุกพื้นที่ มีตลาดซื้อขายรองรับตลอด จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นพระเครื่องที่ได้รับความนิยม ถึงกับมีคำกล่าวไว้ว่า “เล่นพระเครื่องหลวงปู่ทวดไม่มีขาดทุน”

จากกระบวนการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด พระเครื่องหลวงปู่ทวดกลายเป็นสินค้า โดยผ่านกระบวนการสร้างความหมาย ซึ่งพระเครื่องหลวงปู่ทวดโดนสร้างความหมายให้กลายเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์จากกระบวนการผลิตและวัตถุดิบ ได้แก่ การปลุกเสกโดยอาจารย์ทิม และมีมวลสารเป็นดินกากยายักษ์และว่านมงคล 108 กลายเป็นความหมายด้านวัตถุกศักดิ์สิทธิ์ อันเป็นสัญญาณที่ผูกติดกับพระเครื่องหลวงปู่ทวด ซึ่งทำให้ผู้ครอบครองเชื่อว่าพุทธคุณวิเศษของพระเครื่องหลวงปู่ทวดจะช่วยดลบันดาลให้ตัวเองแคล้วคลาดปลอดภัย ส่งผลให้เกิดค่านิยมในพระเครื่องหลวงปู่ทวดขึ้น นอกจากความนิยมของหลวงปู่ทวดที่เกิดจากกระบวนการสร้างความหมายแล้ว การใช้สื่อ การสร้างตลาดพระเครื่อง ก็มีส่วนทำให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดกลายเป็นสินค้าที่มีมูลค่าขึ้น

นอกจากพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน ปี 2497 แล้ว อาจารย์ทิมยังได้สร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดขึ้นอีกหลายรุ่น ซึ่งทุกรุ่นล้วนแต่ได้รับความนิยม มีการเล่นหาและเป็นที่ต้องหาของผู้ที่ชื่นชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวด รุ่นที่ตั้งและได้รับความนิยมมากๆ มีค่านิยมอยู่หลักหลายๆแสนจนถึงหลักล้าน เช่น เหรียญหัวโต ปี 2500, รุ่นหลังเตารีด ปี 2505, รูปหล่อ เบตง ปี 2505 และเหรียญเลื่อนสมณ

ศักดิ์ ปี 2508 เป็นต้น จากความนิยมในพระเครื่องหลวงปู่ทวด เมื่ออาจารย์ทิมมรณภาพแล้วก็ยังมีการเก็เจ้าจารย์ที่เป็นทายาทปลุกเสกพระเครื่องหลวงปู่ทวด เช่น อาจารย์นอง วัดทรายขาว โดยเมื่ออาจารย์นองมรณภาพแล้วก็ยังมีการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดอีกจากหลายวัด หลายเกจิอาจารย์ จนกลายเป็นพระเครื่องที่มีการผลิตเป็นจำนวนมากจากหลายๆวัด ไม่จำกัดเพียงแค่เฉพาะวัดข้างให้หรือวัดในพื้นที่ภาคใต้ กลายเป็นพุทธพาณิชย์ ซึ่งพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ถูกสร้างขึ้นในยุคหลัง ก็มีทั้งที่ได้รับความนิยมและไม่ได้รับความนิยม

ในอดีตที่พระเครื่องหลวงปู่ทวดมีไว้แจกให้ผู้ที่มาทำบุญกับวัดข้างให้ เมื่อเวลาผ่านไป พระเครื่องหลวงปู่ทวดได้เปลี่ยนกลายเป็นสินค้าที่มีราคา เนื่องมาจากความหมายที่ถูกสร้างขึ้น ส่งผลให้เกิดค่านิยม เป็นที่ต้องการและเกิดการแสวงหาจากผู้ศรัทธา โดยมีสื่อเป็นตัวช่วยในการผลิตซ้ำและแพร่กระจาย ขยายความหมายด้านวัตถุมงคลศักดิ์สิทธิ์ของหลวงปู่ทวด ให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง นอกจากนี้ยังมีตลาดพระเครื่อง ที่เป็นส่วนช่วยในการทำให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นสินค้า โดยตลาดพระเครื่องทำหน้าที่เป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยน ทำให้พระเครื่องมีสภาพคล่อง พระเครื่องจึงเปลี่ยนสภาพจากสิ่งของที่ได้รับแจกจากการทำบุญ กลายเป็นสินค้าที่มีราคา ในขณะที่เดียวกันตลาดพระเครื่องก็ทำหน้าที่เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ที่ชื่นชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวด ให้ผู้ที่ชื่นชอบพระเครื่องร่วมบริโภคมความหมายของพระเครื่องหลวงปู่ทวดในฐานะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ร่วมกัน

เมื่อเวลาผ่านไป ความหมายที่ถูกสร้างขึ้น ทำให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ถูกปลุกเสกโดยอาจารย์ทิม กลายเป็นวัตถุที่มีความพิเศษ และเมื่ออาจารย์ทิมมรณภาพ ทำให้ไม่สามารถหาสิ่งอื่นมาทดแทนได้ เนื่องจากไม่สามารถผลิตด้วยกระบวนการผลิตและวัตถุดิบแบบเดิม ถึงแม้จะมีการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดขึ้นมาใหม่ ซึ่งผู้บูชาเชื่อว่ามีความศักดิ์สิทธิ์เหมือนกัน แต่เนื่องจากสัญญาะที่ผูกติดกับพระเครื่องหลวงปู่ทวดของอาจารย์ทิม ที่เชื่อว่าผ่านการทดสอบว่าเป็นพระที่มีประสบการณ์มากมาย ทำให้เป็นที่ต้องการ ประกอบกับพระเครื่องสภาพที่สวยงามมีจำนวนน้อย ทำให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดมีราคาแพง ดังนั้น พระเครื่องหลวงปู่ทวดจึงถูกสร้างให้กลายเป็นสินค้า “พุทธพาณิชย์” ภายใต้แนวคิดกระบวนการกลายเป็นสินค้า ของ อีโอดอร์ อะดอร์โน และ แมกซ์ ฮอร์ไคเมอร์ ที่มีการผูกติดกับความหมายด้านความศักดิ์สิทธิ์ ภายใต้แนวคิดสิ่งศักดิ์สิทธิ์และสิ่งธรรมดา ของ อีมีล เดอร์ไคม์

นอกจากนี้ในส่วนของการกลายเป็นสินค้าอุตสาหกรรมนั้น เนื่องจากพระเครื่องเป็นสินค้าที่ความพิเศษ เป็นสินค้าวัฒนธรรมที่มีการเกี่ยวข้องกับศาสนา ซึ่งเป็นความเชื่อ ความเคารพ ความนับถือ ของพุทธศาสนิกชน การกลายเป็นสินค้าของพระเครื่อง ที่มีการซื้อขายด้วยเงินตรา จึงเป็นการขัดต่อความรู้สึกของชาวพุทธ ขัดต่อการแบ่งแยกระหว่างทางโลกกับทางพุทธศาสนา ที่แยกเรื่องของ

ทรัพย์สินเงินทองของทางโลกออกจากศาสนา จึงมีการเลี่ยงการใช้คำที่ฆราวาสใช้ในการซื้อขายพระเครื่อง เป็นคำว่า “เช่า” แทนคำว่า “ซื้อ” ดังนั้น ด้วยวัฒนธรรมของสังคมไทย และความเชื่อของศาสนาพุทธ พระเครื่องถึงแม้จะกลายเป็นสินค้าอุตสาหกรรม แต่ก็ไม่สามารถกลายเป็นสินค้าอุตสาหกรรมได้โดยสมบูรณ์ เนื่องจากการผูกติดกับวัฒนธรรมความเชื่อทางศาสนาอยู่

เนื่องจากการกระบวนกรกลายเป็นสินค้านั้นมีทั้งมิติการผลิต มิติการให้ความหมาย และมิติการบริโภค ที่ผูกติดกับสัญญาบางอย่างของผู้บริโภคอยู่ด้วย จึงต้องมีการศึกษารูปแบบการบริโภคพระเครื่องหลวงปู่ทวดของผู้ชายและผู้เข้าบูชา โดยมีรายละเอียดอยู่ในหัวข้อต่อไป

5.5 การบริโภคพระเครื่องหลวงปู่ทวดของผู้ชายและผู้เข้าบูชา

เพื่อที่จะทำความเข้าใจรูปแบบการบริโภคพระเครื่องของผู้เข้าบูชา จำเป็นต้องศึกษาถึงสาเหตุที่ชื่นชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวดและเสน่ห์พระเครื่องหลวงปู่ทวดของผู้ที่ศรัทธาพระเครื่องหลวงปู่ทวดก่อน โดยจากการสัมภาษณ์ผู้เข้าบูชา พบว่า สาเหตุการชื่นชอบหลวงปู่ทวด เกิดจากการได้ยินประวัติของหลวงปู่ทวด เรื่องพุทธคุณของพระเครื่องหลวงปู่ทวด เรื่องประสบการณ์อิทธิฤทธิ์ที่บอกเล่าต่อกันมา รวมทั้งมีประสบการณ์อิทธิฤทธิ์ด้วยตัวเอง นอกจากนี้การเป็นคนพื้นที่ภาคใต้ ได้พบเห็นพระเครื่องหลวงปู่ทวดตั้งแต่เด็ก ก็ทำให้เกิดความชื่นชอบในพระเครื่องหลวงปู่ทวดได้

“..ตั้งแต่เราโตมาจนอายุบัดนี้ เหมือนคุณพ่อคุณแม่ก็จะบอกว่าหลวงปู่ทวดนะ เค้าฟังเขาว่ามาเรื่องพุทธคุณ คนโบราณจะฟังเขาว่ามา”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY
(พี้อ้วน ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

“..เพราะว่าประวัติท่านถือว่าดีเลยนะสมัยก่อน พุทธคุณแล้วคลาดปลอดภัย มีแล้วก็ร่ำรวยเงินทอง”

(พี้อ้วน ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..เพราะว่าเคยอ่านๆมา แล้วแบบว่าดวงเป็นคนชอบป่วย เค้าบอกให้หาพระเนื้อว่านมาห้อยเราก็ลองหาในเน็ตดู พระเนื้อว่านที่มีก็มีน้อย ก็มีหลวงปู่ทวดนี้แหละครับ ก็เลยลองศึกษาและก็ลองหาเช่าดู”

(บาส ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2558)

“..เมื่อก่อนเคยอยู่ใต้ แล้วเรียนใต้ เมื่อก่อนก็ไม่ได้สนใจเท่าไร มีแต่คนเล่าขานกันว่าท่านนิรันดรอันตรายอะไรอย่างนี้ แล้วเมื่อก่อนก็เป็นคนที่เดินทางบ่อยมาก อยู่ๆประมาณ ปี 34 พี่ชายก็ให้มาองค์หนึ่ง องค์ลอยองค์เนี่ย แล้วก็เอามาห้อย ห้อยแล้วมีความรู้สึกว่ามีสติและถูกใจ ทำอะไรก็สำเร็จ เดินทางก็ปลอดภัย”

(ลุงเอนก ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558)

“..ชอบเพราะเห็นมาตั้งแต่เด็ก เป็นคนยะลา ที่บ้านก็มีพระเครื่องหลวงปู่ทวดอยู่แล้ว”

(พี่อ้อย ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..แม่เป็นคนใต้ แล้วเราเคยไปกราบที่วัดช้างให้ตั้งแต่ ม.3 แล้วรู้สึกห้อยแล้วปลอดภัย บวกกับได้รุ่นแรก 2497 มาจากคุณแม่ ถือว่าหายาก เราก็เลยชอบ”

(มิช ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..หลวงปู่ทวดนี้พอชอบมาตั้งแต่เด็ก เพราะว่าเคยมีประสบการณ์กับหลวงปู่ทวด ตั้งแต่จำความได้ เจอพระ ก็จะเป็นหลวงปู่ทวดเป็นอันดับแรก แล้วก็ประสบการณ์เคยจุดธูปขอ เคยได้สมใจ พอมีประสบการณ์แล้วคลาด คล่องไปไหนมาไหน มันก็เลยปลุกฝัง”

(ลุงเอก ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

สาเหตุที่ชื่นชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวด จากการสัมภาษณ์ผู้เข้าบูชา คือ พุทธคุณทางด้านแคล้วคลาด สอดคล้องกับการศึกษาของ วีระพงษ์ อินทรพานิช (2548) เรื่อง “การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาดพระเครื่อง กรณีศึกษา พระเครื่องหลวงปู่ทวด วัดช้างให้ จังหวัดปัตตานี” ที่มูลเหตุในการสะสมพระเครื่องหลวงปู่ทวดของนักนิยมสะสมฯ ส่วนใหญ่สะสมไว้เพื่อเป็นเครื่องป้องกันตัวและภัยอันตรายที่จะเกิดขึ้น รองลงมาคือ เชื่อในปาฏิหาริย์และความศักดิ์สิทธิ์ของพระเครื่องรุ่นนั้นๆหรือองค์นั้นๆ เป็นที่พึ่งทางด้านจิตใจ ช่วยเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในยามที่ประสบปัญหา และเก็บไว้เป็นมรดกตกทอดไว้ให้แก่ลูกหลาน และสอดคล้องกับการศึกษาของ นิติ กสิโกศล (2547) เรื่อง “พระเครื่อง : ความเชื่อและค่านิยมในสังคมไทย” ว่าวัตถุประสงค์ในการสะสมพระเครื่อง คือ 1) เพื่อระลึกถึงคุณความดีของพระพุทธเจ้าและเกจิอาจารย์ที่เคารพนับถือ 2) เพื่อเป็นขวัญกำลังใจ เป็นเครื่องเตือนใจให้ประพฤติตนเป็นคนดี 3) เพื่อป้องกันภัยอันตรายแก่ตัว 4) เพื่อให้มีโชคลาภ ความเจริญรุ่งเรือง และขอพรตามที่ตนปรารถนา 5) เพื่อทำ

ธุรกิจให้เข้าบูชาพระเครื่อง 6) เป็นการแสดงฐานะทางสังคม 7) สะสมพระเครื่องไว้เพื่อเป็นมรดกตกทอดแก่ลูกหลาน

จากผลการสัมภาษณ์ จะเห็นว่า ความชื่นชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวดของผู้เข้าบูชานั้นถูกสร้างโดยสื่อ นั่นคือ เรื่องประสบการณ์ของพระเครื่องหลวงปู่ทวด และเกิดการสร้างให้เกิดความศรัทธา จากประวัติของหลวงปู่ทวดที่เผยแพร่ออกมาผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งอิทธิพลของสื่อในการผลิตข้อความหมายด้านความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงปู่ทวด ส่งผลต่อคนในหลายรุ่น เช่น จากการสัมภาษณ์ มีผู้เข้าบูชาที่ศรัทธาหลวงปู่ทวดเนื่องจากการได้รับการบอกเล่าจากบรรพบุรุษ ดังนั้น ผู้ที่ศรัทธาพระเครื่องหลวงปู่ทวด นอกจากจะได้รับความหมายด้านความศักดิ์สิทธิ์ที่ถูกสร้างขึ้นแล้ว ยังทำหน้าที่ในการผลิตซ้ำและเผยแพร่ความหมายนั้นอีกด้วย

โดยเสน่ห์ของพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่แตกต่างจากพระเครื่องอื่นนั้น จากการสัมภาษณ์ผู้เข้าบูชา พบว่า พระเครื่องหลวงปู่ทวดมีเสน่ห์ที่แตกต่างจากพระเครื่องอื่น ตรงที่มวลสารเป็นเนื้อว่าน รูปทรงสวยเหมาะแก่การห้อยคอ และรูปลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น รูปร่างหน้าตาของหลวงปู่ทวด รูปแบบ รูปพิมพ์ขององค์พระ ลักษณะการนั่งขัดสมาธิ การนั่งหลังหลังค่อม ถ้าเป็นเหรียญก็จะมีรูปช้างคู่ด้านข้าง นอกจากนี้ประสบการณ์ของพระเครื่องหลวงปู่ทวด การมีคนตั้งในสังคมคลองพระเครื่องหลวงปู่ทวด และความเป็นพระที่นิยมเล่นกันแบบสากล ทำให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดมีตลาดรองรับตลอด ซึ่งง่ายขายคล่อง ก็เป็นเสน่ห์ที่สำคัญของพระเครื่องหลวงปู่ทวด

“..ดีไซน์ของท่านต่างกันอยู่แล้ว ประสบการณ์ท่านก็เยอะ”

(พี่อ้วน ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

“..เอกลักษณ์ของท่าน อย่างเหรียญก็จะเป็นรูปช้าง ช้างคู่ด้านข้าง อีกอย่างองค์ท่านก็จะไม่เหมือนใคร เวลานั่งขัดสมาธิ นั่งหลังค่อม เอกลักษณ์ของท่านประมาณนี้”

(พี่ต่อ ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..แปลกดีครับเนื่อว่าน ไม่ค่อยมีพระเนื่อว่านที่มาทำ น่าจะเป็นพระที่ทำเนื่อว่านรุ่นแรกๆ มีความโดดเด่นด้านมวลสารเนื่อว่าน”

(บาส ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2558)

“..ผมว่าเนื้อหามวลสารพระรุ่นก่อน อย่างหลวงพ่อทวดเนี่ย จะมีเอกลักษณ์ของเค้า เนื้อหามวลสาร เวลาเราดูมันน่าศึกษา มันเพลีน มันมีเสน่ห์ รูปแบบรูปพิมพ์มันก็เหมาะกับการห้อยคอพกพา”

(ลุงเอนก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558)

“..ไม่มีใครเลียนแบบได้ เอกลักษณ์หนึ่งเดียว ถ้ามารูปร่างหน้าตาแบบนี้คือปู่ทวดเท่านั้น”

(พี่ยุ้ย ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..หลวงปู่ทวดนี่ยังไงเหมือนเป็นตำนาน เราก็ฟัง อ่านจากในหนังสือว่าหลวงปู่ทวดมานิรมิตเห็นก็มาสร้าง จริงๆหลวงปู่ทวดไม่ได้สร้างเอง มีแต่หลวงปู่ทิมที่สร้าง แล้วเราก็ดูในหนังสือด้วย พวกเขียนใหญ่ๆ พวกนักการเมือง ก็ห้อยหลวงปู่ทวด”

(มิทซ์ ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..มีเสน่ห์ที่ว่าพระเครื่องอื่นตรง 1) รูปทรง รูปทรงท่านมาตรฐาน สวย 2) ที่มาแรงเพราะว่าพุทธคุณ และสากลทั่วไปยอมรับ คือ มีตลาดรองรับตลอด ซื้อง่ายขายคล่อง จะขายเมื่อไหร่ก็ได้”

(ลุงเอก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

เสน่ห์ของพระเครื่องหลวงปู่ทวด ในด้านเอกลักษณ์ เช่น รูปลักษณ์ หรือมวลสารเนื้อว่าน เป็นการสร้างความโดดเด่นให้กับพระเครื่องหลวงปู่ทวด ที่ทำให้คนเกิดการจดจำพระเครื่องหลวงปู่ทวดได้ และการมีรูปวาดของหลวงปู่ทวด ในลักษณะเป็นภิกษุชรา นั่งขัดสมาธิ ในท่าทางนั่งหลังค่อม โดยมีการพิมพ์ออกมาเป็นรูปขนาดเล็ก เป็นโปสเตอร์ รวมทั้งทำเป็นปฏิทิน ซึ่งได้รับความนิยมในการติดในรถ หรือติดที่บ้าน ก็เป็นการทำให้คนจดจำภาพลักษณ์ของหลวงปู่ทวด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้หลวงปู่ทวดได้รับความนิยม

ในการศึกษาเรื่องความหมายของการบริโภคพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ผู้เช่าบูชาได้รับ ผู้ศึกษาจะพิจารณาภายใต้กรอบแนวคิดตรรกวิทยาแห่งการบริโภค (Logic of Consumption) ของ ฌอง โบ德里ยาร์ด ซึ่งมีอยู่ 4 ประการ แต่ผลการศึกษาพบว่าการบริโภคพระเครื่องนั้นมีตรรกวิทยาแห่งการบริโภคที่เด่นชัดเพียง 2 อันดับ คือ

1. ตรรกะของมูลค่าใช้สอย (Logic of Use Value) หมายถึง ความสัมพันธ์ที่มนุษย์บริโภคเพื่อใช้สอย หรือการมองวัตถุในฐานะเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ (Instrument) เป็นหลัก เช่น การใช้พระเครื่องเพื่อคุ้มครองตัวเองให้ปลอดภัย

2. ตรรกะของมูลค่าการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) หมายถึง มนุษย์เชื่อความสัมพันธ์ระหว่างกันโดยมีสิ่งของเป็นตัวกลาง หรือ การมองวัตถุในฐานะเป็นสินค้า มีมูลค่าในการแลกเปลี่ยน เช่น การจ่ายเงินเช่าพระเครื่อง

1. ตรรกะของมูลค่าใช้สอย (Logic of Use Value)

สาเหตุในการเช่าบูชาหรือคล้องพระเครื่องหลวงปู่ทวด จากการสัมภาษณ์ผู้เช่าบูชา พบว่าเกิดจากความศรัทธาและความเชื่อในพุทธคุณของพระเครื่องหลวงปู่ทวดว่าสามารถช่วยคุ้มครองตนเองให้มีความปลอดภัย แคล้วคลาดจากอุบัติเหตุและอันตรายต่างๆ และช่วยเรื่องสุขภาพ ซึ่งสร้างความอุ่นใจและความสบายใจให้แก่ผู้ครอบครอง

“..เพราะความเป็นเนื้อวาน น่าจะช่วยเรื่องสุขภาพ ช่วยส่งเสริมให้เราป่วยยากขึ้น”

(บาส ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2558)

“..ตั้งแต่คล้องที่พี่ให้มาก็รู้สึกทุกอย่างดีขึ้น ก็เลยสนใจที่จะเก็บ”

(ลุงเอนก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558)

“..เป็นทหาร เคยทำงานอยู่ 3 จังหวัด ก็เพื่อให้ท่านคุ้มครองให้ปลอดภัย”

(พี่ยุ้ย ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..พอมีแล้วรู้สึกอุ่นใจเวลาเดินทาง ไปไหนมาไหนเนี่ย อย่างเคื่บอกว่าแคล้วคลาด มีหลวงปู่ทวดแล้วไม่ตายโหง เราก็เชื่อนะ ถ้าไม่มีก็ไปถึงพุทธคุณท่าน ก็เลยติดหลวงปู่ทวด เวลาขับรถไปไกลๆ จะห้อยหลวงปู่ทวดซะส่วนใหญ่ จะห้อยเดี่ยวเลย”

(มิกซ์ ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..เรานับถือก่อน แล้วทีนี้ก็ไปโดยอัตโนมัติ คือชอบ จะมีความรู้สึกว่าเจอก็จะเก็บสะสม แล้วตอนออกตรวจ เกิดมีปัญหา เราคคล้องไปแล้วเราอุ่นใจ ไปตรวจไปอะไร เราก็ผ่านมไปด้วยดี รอดปลอดภัย”

(ลูกเอก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

ดังนั้น ตรรกะของมูลค่าใช้สอย (Logic of Use Value) ของผู้เช่าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวด คือ เพื่อใช้ในการคุ้มครองตัวเองให้มีความแคล้วคลาดปลอดภัย และสร้างความอุ่นใจ สร้างความสบายใจ ให้กับผู้คล้องพระเครื่องหลวงปู่ทวด

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วีระพงษ์ อินทรพานิช (2548) ที่กล่าวว่าคุณค่าการใช้สอย (Use Value) ของพระเครื่องหลวงปู่ทวด คือ 1) เป็นที่ระลึกถึงพระพุทธเจ้าและเป็นส่วนหนึ่งในการสืบทอดพระพุทธศาสนา 2) เป็นที่ระลึกถึงคุณงามความดีของพระเกจิอาจารย์ผู้สร้าง 3) เป็นที่พึ่งทางด้านจิตใจ ช่วยส่งเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในยามประสบปัญหา 4) เป็นเครื่องคุ้มครองป้องกันตัวและภัยอันตรายที่จะเกิดขึ้น 5) เป็นเครื่องบันดาลให้เกิดโชคลาภและความเจริญรุ่งเรือง และสอดคล้องกับการศึกษาของ ปรีชา วงศาสุลักษณ์ (2536) เรื่อง “บทบาทของสื่อมวลชนที่ส่งเสริมคุณค่าให้กับพระเครื่องพระบูชา” ที่กล่าวว่าตรรกวิทยาเชิงหน้าที่ของค่าการใช้สอยของพระเครื่องพระบูชา คือ 1) บริโภคเพื่อการรำลึกถึงประวัติคุณงามความดีของผู้สร้างพระเครื่องพระบูชา 2) บริโภคเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจ 3) บริโภคเพื่อป้องกันตัวและภัยอันตรายที่จะเกิดขึ้น 4) บริโภคเพื่อการขอโชคลาภ ความเจริญรุ่งเรือง รวมทั้งสอดคล้องกับการศึกษาของ วัชรกร รัตนกิจ (2550) เรื่อง “พระเครื่อง : การสื่อสารกับการบริโภคเชิงสัญลักษณ์” ว่า ตรรกวิทยาการบริโภคเชิงประโยชน์ (Use Value) ของพระเครื่อง คือ ในด้านความศรัทธาและความเชื่อ จะใช้พระเครื่องเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ ส่วนด้านพุทธคุณ จะเชื่อว่าช่วยให้แคล้วคลาดปลอดภัยในการเดินทางหรืออ่อนหนักให้เป็นเบา

2. ตรรกะของมูลค่าการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value)

การเลือกเช่าพระเครื่องหลวงปู่ทวด จากการสัมภาษณ์ผู้เช่าบูชา พบว่า จะเลือกจากความชอบส่วนตัว และเป็นรุ่นที่ได้รับความนิยม ที่มีแนวโน้มจะราคาแพงขึ้นในอนาคต เพื่อที่หากต้องการเงินก็สามารถปล่อยพระเครื่องนั้นหรือเปลี่ยนเป็นเงินได้

“..เลือกเพราะอนาคตด้วย เลือกเพราะความชอบด้วย”

(พี่อ้วน ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

“..ความชอบ แต่ก็มีเหมือนกันครับ ต้องดูแนวโน้ม”

(พี่ต๋อ ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..ความชอบส่วนตัว แนวโน้มก็มีส่วน รุ่นที่เค้าเล่นกันอะไรแบบนี้”

(ลุงเอนก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558)

“..อันดับแรกเราชอบ ต้องดูชอบ แล้วก็เลือกรุ่นที่มีประสบการณ์ ถ้าเหรียญก็จะเน้นว่าเป็นเหรียญรุ่นแรก รุ่นพิเศษ เพราะถ้าออกรุ่นแรก รุ่นพิเศษ ต่อไปอนาคตราคาก็ต้องดีอยู่แล้ว”

(ลุงเอก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้เช่าบูชา พบว่า พระเครื่องเป็นทรัพย์สินและเป็นมรดก เนื่องจากสามารถเปลี่ยนเป็นเงินได้ และเมื่อเวลาผ่านไป ก็มีมูลค่าเพิ่มขึ้น โดยผู้เช่าบูชาสามารถลงทุนหรือเก็บออมทรัพย์สินในรูปพระเครื่องได้

“..เป็นทรัพย์สินซื้อมา เพราะในตัวแต่ละคน บางทีมูลค่าทั้งตัวเดินๆไปอาจจะพอกที่สิบล้าน ยี่สิบล้าน หรือว่าแสนสองแสน เราไม่สามารถจะรู้ได้เลย เพราะพระเครื่องเป็นอะไรที่แพงมาก โดยเฉพาะผมบอกแฟนเลยว่าเงินอย่าเก็บเข้าแบงก์ ไม่ให้เก็บ ไปซื้อพระให้หมด เพราะว่าซื้อพระ พอนานเข้าอีก 20 ปีข้างหน้า มูลค่าของมันก็ตามอายุขัย เอาเงินเก็บแบงก์ได้ดอกเบี้ยยแค่นิดเดียว”

(พี่อ้วน ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

“..เป็นครับ เพราะมีมูลค่า สามารถแลกเปลี่ยนเป็นเงินได้”

(บาส ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2558)

“..พระก็ถือว่าเป็นทรัพย์สินอย่างหนึ่ง ที่เก็บสะสมก็ถือว่าเป็นการสะสมทรัพย์อย่างหนึ่ง แล้วเป็นสิ่งที่เราชอบด้วย มอบเป็นมรดกได้ ก็ถือว่าเป็นมูลค่าเพิ่มอย่างหนึ่งเหมือนกัน ซึ่งอย่างหลวงพ่อดวงเคียว 15,000 สมัยปี 47 ตอนปี 54 เคยมีคนให้ถึงล้านห้าถึงสองล้านนะ แต่ก็ไม่ได้ให้เค้าไป”

(ลุงเอนก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558)

“..ก็เป็นทรัพย์สิน ในมรดกตกทอด เปรียบเทียบ ถ้าเป็นพระหลักๆแรงๆ มันก็เป็นมรดกให้ลูกได้เลย เพราะองค์หนึ่งเป็นหมื่นเป็นแสน เป็นทรัพย์สินที่เปลี่ยนเป็นเงินได้ ยามที่เราเดือดร้อน”

(ลุงเอก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

ดังนั้น ตรรกะของมูลค่าการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) ของผู้เช่าบูชา คือ การเลือกเช่าพระเครื่องที่มีความนิยมเล่นหา และมีแนวโน้มที่จะมีราคาเพิ่มขึ้นในอนาคต รวมทั้งการมองว่าพระเครื่องเป็นทรัพย์สิน การสะสมพระเครื่องก็ถือว่าเป็นการเก็บออมอย่างหนึ่ง โดยสามารถ

ลงทุนในพระเครื่องได้เนื่องจากพระเครื่องจะมีราคาเพิ่มขึ้นในอนาคต และพระเครื่องสามารถมอบเป็นมรดกได้

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วีระพงษ์ อินทรพานิช (2548) ว่า คุณค่าการแลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐศาสตร์ (Exchange Value) ของพระเครื่องหลวงปู่ทวด คือ สะสมไว้สำหรับการจำหน่ายซึ่งเชื่อว่าพระเครื่องนั้นจะมีราคาแพงมากขึ้นในอนาคต และสอดคล้องกับการศึกษาของ ปรีชา วงศาสุลักษณ์ (2536) ว่า วัตถุประสงค์เชิงเศรษฐศาสตร์ของค่าการแลกเปลี่ยนของพระเครื่องพระบูชา คือ บริโภคเพื่อการทำธุรกิจประเภทพระเครื่องพระบูชา แต่แตกต่างกับการศึกษาของ วัชรกร รัตนกิจ (2550) ว่า วัตถุประสงค์ของการแลกเปลี่ยน (Exchange Value) ของพระเครื่อง มี 2 ประการ คือ แลกเปลี่ยนโดยใช้พระเครื่องแลกกับพระเครื่อง และแลกเปลี่ยนในการใช้เงิน เนื่องจากการสัมภาษณ์นั้น พบว่าการแลกเปลี่ยนโดยใช้พระเครื่องแลกกับพระเครื่องเป็นเหตุการณ์ที่มีในอดีต แต่ปัจจุบันไม่มีการแลกเปลี่ยนพระเครื่องกับพระเครื่องแล้ว ซึ่งการแลกเปลี่ยนจะใช้เงินเป็นสื่อกลางทั้งหมด

ถึงแม้พระเครื่องจะมีตรรกะของมูลค่าการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) คือ การเข้าบูชาที่มองถึงอนาคตว่าจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้น หรือการที่พระเครื่องเป็นทรัพย์สิน เป็นมรดก แต่ในเรื่องของปล่อยพระเครื่องนั้น จากการสัมภาษณ์ผู้เข้าบูชา พบว่า มีทั้งที่ยอมปล่อยและไม่ยอมปล่อยพระเครื่อง โดยผู้ที่ยอมปล่อยพระเครื่อง จะปล่อยพระเครื่องที่ไม่ใช่พระหลักหรือพระเครื่ององค์ที่ตนเองรัก แต่หากมีความจำเป็นต้องใช้เงินและไม่มีเงินจริงๆ ก็ต้องนำพระเครื่ององค์ที่รักเปลี่ยนเป็นเงิน ส่วนผู้ที่ไม่ยอมปล่อยพระเครื่อง แม้มีความจำเป็นก็ไม่ปล่อย เนื่องจากบางองค์มีประสบการณ์ด้วยตัวเอง หากปล่อยไปแล้ว อาจจะไม่สามารถหาพระเครื่องแบบองค์ที่ปล่อยไปได้อีก และบางท่านก็ได้รับการปลุกฝังมาว่าห้ามขายพระเครื่อง รวมทั้งบางองค์ก็เป็นพระที่ได้รับมาจากผู้ใหญ่ที่เคารพรัก จึงไม่คิดจะปล่อยพระเครื่ององค์นั้น

“..วันหนึ่งถ้าไม่มีเงินกินจริงๆ พี่ก็ปล่อย พี่ก็ไม่มีเงิน พี่ก็ต้องปล่อย แต่มันมองได้ 2 ด้านไง ถ้าเราใส่อยู่ตลอดเวลา เราก็ไม่อยากจะปล่อยอีก ถ้ามีคนขอเช่าก็คิดดูก่อน แต่ถ้าไม่มีเงิน ตกอับจริงๆ ก็ต้องให้หลวงพ่อบริจาคช่วย”

(พี่ต่อ ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..ไม่ขายครับ อาจจะมีบางองค์ แต่จะมีบางองค์ที่เราชอบเราก็จะเก็บไว้ ไม่ขาย”

(บาส ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2558)

“..แน่นอน ก็คิดว่าหลวงพ่อก็ช่วยได้นะ เมื่อก่อนก็ไม่ค่อยกล้า ตอนหลังก็มีความรู้สึกกว่า ทุกสิ่งทุกอย่างที่เราได้มาด้วยความบริสุทธิ์ เงินเรานะ ถ้าใครอยากได้เราก็แบ่งกันไป สมบัติผลัดกันชม แต่ถ้ารักมากๆ ก็ไม่นะ องค์ที่ห้อยมีประสบการณ์ มีคนตามเช่าหลายคน ผมก็ไม่ได้ให้เค้า”

(ลุงเอนก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558)

“..ไม่ปล่อย ถ้าจะปล่อยก็ต้องบ้านไฟไหม้ พี่ถึงจะยอมปล่อย เพราะถ้าปล่อยไปแล้ว ไปอยู่กับคนมีสตางค์เค้าก็เก็บยาว บางทีมีเงินก็หาส่วยแบบนี้ไม่ได้ ไม่ใช่ว่ามีเงินแล้วจะหาได้นะ คนที่ได้ไปเค้าก็ไม่อยากปล่อย”

(พี่ยุ้ย ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..ไม่ ก็มีคนขอเช่าปีที่แล้ว บอกไม่ให้ ไม่ปล่อย ยิ่งไงก็ไม่ขาย เพราะถูกพ่อปลูกฝังมา จะไม่มีกินยังไง พระเครื่องห้ามขาย แล้วบางองค์เรามีประสบการณ์เราก็ไม่ขาย มีประสบการณ์เราก็เก็บไว้”

(มิกซ์ ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

โดยพระเครื่องบางองค์ที่ไม่ยอมปล่อยนั้น จะเป็นองค์ที่ได้รับมาจากญาติผู้ใหญ่ ได้รับจากมิตรสหาย หรือเป็นองค์ที่มีประสบการณ์ องค์สวยที่ไม่อาจหาทดแทนได้ ทำให้พระเครื่ององค์นั้นมีมูลค่าทางจิตใจมากกว่ามูลค่าทางตัวเงิน ดังนั้น สำหรับพระเครื่องบางองค์ของผู้เช่าบูชา จึงไม่มีตรรกะของมูลค่าการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) อยู่เลย โดยพระเครื่ององค์ที่มีประสบการณ์กับตัวเอง แล้วไม่ยอมปล่อย เพราะ ไม่สามารถหาองค์อื่นมาทดแทนได้ เป็นตรรกะของมูลค่าแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (Logic of Symbolic Exchange Value) คือ เชื่อว่าพระเครื่ององค์นั้นมีความศักดิ์สิทธิ์ มีพุทธคุณอยู่จริง โดยผ่านการพิสูจน์ด้วยตัวเอง หรือองค์ที่ได้รับมาจากญาติผู้ใหญ่ ได้รับจากมิตรสหาย ก็มีตรรกะของมูลค่าแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (Logic of Symbolic Exchange Value) คือ เป็นสิ่งของที่ได้รับจากบุคคลอันเป็นที่รัก ส่วนพระเครื่องสวย แล้วไม่ยอมปล่อย เพราะกลัวหองค์สวยเท่าเดิมไม่ได้ เป็นตรรกะของมูลค่าเชิงสัญญาณ (Logic of Sign Value) เนื่องจากการมีพระสวย จะสร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้เป็นเจ้าของ

การยอมปล่อยพระเครื่องของผู้เช่าบูชานั้น เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงความเชื่อในศาสนาของผู้สะสมพระเครื่อง โดยแต่เดิมผู้สะสมพระเครื่องจะไม่ค่อยกล้าปล่อยพระ เนื่องจากเคยมีความเชื่อว่าการขายพระเครื่องว่าเป็นสิ่งไม่ดี เพราะ พระเครื่องเป็นสัญลักษณ์เกี่ยวกับศาสนา ซึ่งไม่มีควมมีเรื่องผลประโยชน์หรือเงินทองมาเกี่ยวข้อง แต่ต่อมาเมื่อคนในกลุ่มที่สะสมพระเครื่องยอมรับกับพุทธพาณิชย์มากขึ้น และมองพระเครื่องในเรื่องตรรกะของมูลค่าการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange

Value) ดังนั้น จึงเริ่มมีความกล้าในการปล่อยพระเครื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงในความเชื่อต่อศาสนาและความรู้สึกที่มีต่อพุทธพาณิชย์

สำหรับการให้พระเครื่องเพื่อเป็นของขวัญนั้น จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ผู้ชื่นชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวดได้ให้พระเครื่องเป็นของขวัญแก่คนรัก ญาติพี่น้อง ผู้ใหญ่ที่นับถือ ลูกน้อง และมีตรสหายที่รู้จักกัน เนื่องจากผู้ให้รู้สึกว่าการให้พระเครื่องไม่น่าเกลียดเหมือนการให้สิ่งของมีค่าอื่น โดยพระเครื่องจะช่วยคุ้มครองคนเหล่านั้นให้แคล้วคลาดปลอดภัย และเป็นการสืบทอดพระพุทธรูปศาสนาทางหนึ่ง ซึ่งเมื่อเวลาผ่านไปพระเครื่องยังจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอีกด้วย

“..ให้ครับ เพราะว่าหลวงปู่ทวดเป็นพระที่คนอื่น ใครๆก็รู้จัก ถ้าเรามีเยอะเราก็ต้องให้เค้าเป็นของขวัญ เพราะการที่เราให้เงินเค้าเหมือนไม่ซื้อน้ำใจกัน บางทีเราให้พระเค้าไปบูชา คุณมีคุณค่า เต็มคุณค่าเก็บไว้อีก 5 ปี ราคาขึ้นมา”

(พีอ้วน ผู้เชี่ยวชาญ, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

“..ให้เค้าไปเยอะ เหยี่ยอ เมื่อก่อนถ้ามีเหมือนกัน ผมจะให้เค้าไปเป็นสิบลองค์นะ ก็ให้ว่า เอาพระไปคล้องไป

..ก็ให้แล้วมันมีคุณค่าทางจิตใจ เราให้ของที่เรารัก แล้วเค้าก็เอาไปคล้อง อย่างหลวงพ่อทวด ให้เพื่อนๆที่ทำงานมั่ง ให้เพื่อนที่รักกันมั่ง ก็หลายองค์”

(ลุงเอนก ผู้เชี่ยวชาญ, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558)

“..ก็มีให้ญาติ ให้แฟน ให้ลูกน้อง ให้ผู้ใหญ่ เพราะ ให้พระเครื่องไม่น่าเกลียด ให้ไปแล้วก็ไปช่วยคุ้มครอง แล้วพระเครื่องเวลาผ่านไปก็มีมูลค่าเพิ่มขึ้น”

(พียุ้ย ผู้เชี่ยวชาญ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..ให้เพื่อน ถ้าสนิทกัน รู้ว่าคนนี้เอาไปขึ้นคอนะ ก็จะทำให้ ห้อยหลวงปู่ทวดเวิร์คที่สุด แคล้วคลาดปลอดภัย ก็เหมือนสืบทอดพระพุทธรูปศาสนาไปในตัว การให้พระอะไรอย่างนี้ แต่ถ้าเอาไปขายหรือเอาไปปล่อยต่อก็ไม่ให้ ต้องดูคนด้วยว่าเค้าเล่นพระหรือเปล่า ทุกวันนี้้องโต เราก็ทยอยเลี่ยมให้มันห้อย เราชอบพระ เราก็เลยให้พระ”

(มิกซ์ ผู้เชี่ยวชาญ, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..ให้หลวงปู่ทวด แต่ไม่ได้เป็นพระหลัก เป็นพระใหม่ พระว่าน รุ่นอาจารย์นอง วัดควนวิเศษ วัดตุยง อะไรวางนี้ คนที่เรานับถือ สูงอายุหน่อย ที่มีบุญคุณกับเรา เค้าชอบรุ่นนี้ เราก็ให้เค้า

..เพราะให้อย่างอื่นสู้พระเครื่องไม่ได้ อย่างให้เงินเดียวเขาใช้หมด แล้วเขาไม่รับ แต่ถ้าให้เป็นของเป็นพระเขารับ ยังไงก็รับ ถึงจะผู้ใหญ่ เล็ก เด็กแดง อะไรก็ช่างเหอะ พอส่งพระให้นี้แย่งกันเลย บางทีให้คนนี้ อีกเจ็ดแปดคนก็จะเอา”

(ลุงเอก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

สำหรับการให้พระเครื่องนั้น ผู้ให้จะมอบพระเครื่องให้กับคนรัก คนรู้จักที่มีความสนิทสนมกัน ซึ่งผู้ให้หวังว่าผู้รับจะนำพระเครื่องไปใช้คล้องคอ และได้รับการคุ้มครองจากพระเครื่องนั้น ซึ่งเป็นตรรกะของมูลค่าใช้สอย (Logic of Use Value) โดยถึงแม้ผู้ให้พระเครื่องจะไม่ได้ต้องการให้ผู้รับพระเครื่องนั้นนำพระไปขายต่อ แต่ก็มีมุมมองถึงมูลค่าของพระเครื่องที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น การให้พระเครื่องจึงเป็นการให้โดยมีตรรกะของมูลค่าการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) ติดอยู่ด้วย ซึ่งผู้รับพระเครื่องนั้นอาจไม่ได้มองถึงตรรกะมูลค่าการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) เนื่องจากมองตรรกะของมูลค่าใช้สอย (Logic of Use Value) มากกว่า เพราะ พระเครื่องที่ได้รับจากญาติผู้ใหญ่หรือคนที่รักและเคารพ จะมีคุณค่าทางจิตใจมากกว่ามูลค่าการแลกเปลี่ยน

ดังนั้น พระเครื่องจึงมีตรรกะของมูลค่าแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (Logic of Symbolic Exchange Value) คือ พระเครื่องสามารถมอบให้เป็นของขวัญแก่คนที่รักได้ เนื่องจากชอบพระเครื่องจึงอยากมอบพระเครื่องให้กับคนรัก โดยมีตรรกะมูลค่าการใช้สอย (Logic of Use Value) ติดอยู่ด้วย นั่นคือ การหวังให้พุทธคุณของพระเครื่องจะช่วยคุ้มครองให้ผู้ที่ได้พระเครื่องแคล้วคลาดปลอดภัย และจากตรรกะของมูลค่าใช้สอย (Logic of Use Value) ของพระเครื่องหลวงปู่ทวด คือ ใช้ในการคุ้มครองให้มีความแคล้วคลาดปลอดภัย และสร้างความอุ่นใจ สร้างความสบายใจ ซึ่งความศรัทธาในพระเครื่องหลวงปู่ทวดว่ามีพุทธคุณพิเศษนี้ แสดงว่า พระเครื่องหลวงปู่ทวด ยังเป็นสัญลักษณ์ของวัตถุศักดิ์สิทธิ์ มีอิทธิฤทธิ์พิเศษในด้านแคล้วคลาดติดอยู่ด้วย

สอดคล้องกับการศึกษาของ วีระพงษ์ อินทรพานิช (2548) ว่า คุณค่าของการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Exchange Value) ของพระเครื่องหลวงปู่ทวด คือ เชื่อในปาฏิหาริย์และความศักดิ์สิทธิ์ของพระเครื่องรุ่นนั้นๆหรือองค์นั้นๆ และสอดคล้องกับการศึกษาของ ปรีชา วงศาสุลักษณ์ (2536) ว่า ตรรกวิทยาของคุณค่าการแลกเปลี่ยนของพระเครื่องพระบูชา คือ บริโภคเพื่อการสะสมด้วยใจรัก แต่แตกต่างกับ การศึกษาของ วัชรกร รัตนกิจ (2550) ว่า ตรรกวิทยาของการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Exchange Value) คือ พระเครื่องหมายถึงสัญลักษณ์ของพระพุทเจ้า

เนื่องจากการศึกษาของ วัชรกร รัตนกิจ (2550) เป็นการศึกษาถึงพระเครื่องทั่วไป แต่ผู้ศึกษานั้น ศึกษาเฉพาะกรณีของพระเครื่องหลวงปู่ทวดเท่านั้น โดยพระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นรูปลักษณะของ หลวงปู่ทวดซึ่งเป็นเกจิ เป็นสาวกของพระพุทธเจ้า ไม่ใช่รูปลักษณะของพระพุทธที่เป็นตัวแทนของ พระพุทธเจ้า

นอกจากนี้ ในด้านความแตกต่างของมูลค่าการแลกเปลี่ยน (Exchange Value) เนื่องจาก พระเครื่องมีหลายราคา ทั้งราคาแพงและราคาถูก จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ในเรื่องความแตกต่าง ด้านพุทธคุณของพระเครื่องราคาแพงกับพระเครื่องราคาถูก พบว่า พุทธคุณ ความศักดิ์สิทธิ์ไม่ แตกต่างกัน สามารถใช้แทนกันได้ แต่ต้องเป็นพระแท้ ที่ผ่านพิธีการปลุกเสก ซึ่งราคาที่ต่างกันเป็น เพียงแค่ค่านิยม และพระรุ่นนั้นมีประสบการณ์เยอะ ผ่านการพิสูจน์แล้วว่ามีพุทธคุณจริง

“..น่าจะไม่แตกต่างกัน ความคิดผมน่าจะเหมือนกัน แพงหรือถูกก็ใช้แทนกันได้”

(บาส ผู้เชี่ยวชาญ, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2558)

“..ผมว่าถ้าเป็นรูปเหมือนท่านห้อยได้หมด ไม่แตกต่าง ถ้าเรานับถือนะ ทองคาถาบูชาท่านนะ ออกจากบ้านทองคาถาบูชาท่าน ระหว่างขับรถไปเราก็ทองไปเรื่อย จริงๆแล้วเป็นรูปเหมือนท่าน ใช้ได้”

(ลุงเอนก ผู้เชี่ยวชาญ, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558)

“..ไม่ต่างกัน แต่อย่าง 97 ที่ราคาแพง เพราะ มีประสบการณ์เยอะ พุทธคุณพิสูจน์แล้วว่าจริง คนก็ตามหา ราคาที่สูง”

(พี่อู๋ ผู้เชี่ยวชาญ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..ผมว่าพุทธคุณเหมือนกัน อยู่ที่เราศรัทธานะ แต่บางคนก็บอกว่า พระปลอมพระแท้เนี่ย อยู่ ที่เราไหว้ มันไม่ใช่ แต่ต้องเป็นพระแท้นะ ราคาถูกราคาแพงต้องผ่านพิธีปลุกเสก ก็รู้จักผู้ใหญ่หลายคน ที่เก็บหลวงปู่ทวด เคื่ก็บอกว่าบางคนเค้าเก็บหลวงพ่อนอง เพราะว่าหลวงพ่อนองสืบทอดเจตนาธรรม ของหลวงปู่ทวดหลายปี มากกว่าหลวงปู่ทิม เพราะว่าหลวงปู่ทิมมรณะไปก่อน ก็แล้วแต่ความคิดใคร ความคิดมัน บางคนทีพูดอย่างนี้ก็เพราะว่าไม่มีกำลังเก็บพระที่ทันหลวงปู่ทิม

“..ไม่ต่างนะ คนใต้เค้าถือนะ ทันไม่ทันแต่ขอให้เป็นหลวงปู่ทวด มีรูปหน้าท่านไว้แค่นั้นแหละ พบใส่กระเป่าเป็นกระดาดหนังสือพิมพ์เคื่ายังนับถือเลย”

(มิกซ์ ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..ไม่ต่าง พุทธคุณเหมือนกัน พระแพงกับไม่แพง เพียงแต่มันเป็นค่านิยม”

(ลุงเอก ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

จากผลการสัมภาษณ์ ถึงแม้ว่าผู้เข้าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวด จะบอกว่าพระเครื่องราคาแพงกับพระเครื่องราคาถูก มีพุทธคุณความศักดิ์สิทธิ์ไม่แตกต่างกัน สามารถใช้ทดแทนกันได้ แต่ผู้ที่มีฐานะดี ก็นิยมเช่าพระเครื่องที่มีราคาแพง เพื่อเป็นการประดับบารมี และมีความเชื่อว่าพระเครื่องราคาแพงมีประสบการณ์ที่ผ่านการทดสอบพุทธคุณมาแล้ว

“..ก็เป็นเพราะเค้ามีประสบการณ์มาก โดยเฉพาะรุ่น 05 พระรุ่นใหม่ๆยังไม่ค่อยมีประสบการณ์ ราคาเลยถูก ต้องรอรอบ”

(พี่อ้วน ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

“..ก็คนเราต้องมีไอ้ในตัว ห้อยโซ่ห้อย ความเก๋มันต่างกัน ห้อยพระใหม่พระเก่า พุทธคุณก็อีกเรื่องหนึ่ง อยู่ที่ใจก็คือพุทธคุณเหมือนกัน แต่ความเก๋ต่างกัน อย่างเช่นห้อยออกนอกเสื้อแล้วเดิน คนนั้นคนนี้ทัก เฮ้ย อันนี้ 2497 เฮ้ย โอ อันนี้พระใหม่ คำพูดมันต่างกัน เราก็รู้สึกคนละอย่าง”

(มิกซ์ ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..อย่างพระหลวงปู่ทวด เป็นพระที่ใครๆก็ต้องการ อยากได้ของแท้ๆ เป็นพระที่คนให้ความนับถือ เวลาคล้องแล้วมีประสบการณ์ แล้วอีกอย่างเป็นพระที่สากลทั่วไปเขายอมรับ บางคนเขาเล่นพระ เขาบอกว่า หลวงปู่ทวดซื้อไปห่อะ เล่นไปห่อะ ไม่มีการจน เพราะว่าไม่มีตก คือ คนเขาจะเล่นอยู่ตลอด มีตั้งแต่ราคาซื้อขายขึ้นไปเรื่อย ราคาถูกถึงราคาแพง บางคนมีเงินแค่นี้ ก็เช่าระดับไม่แพง เพราะบางคนเขาก็คิดว่าพระแพงพระถูก มีพุทธคุณเหมือนกัน แต่ที่นี้บางคนมีเงิน เขาชอบ ก็เช่ารุ่นแพง

..ยอมเช่าพระแพง เพราะ 1) พุทธคุณ 2) ชอบ ต้องมี 2 อย่างคู่กันนะ พุทธคุณกับชอบ จึงมีประสบการณ์ อย่างพวกเศรษฐีใหญ่เขาก็ต้องการหลวงปู่ทวดไปคล้องแล้วปลอดภัย มีโชคมีลาภ ทำมาค้าขึ้น พอคล้องไป มีประสบการณ์ มาถึงรุ่นลูกก็เข้าไปให้ลูกๆคล้องกัน ที่ศึกษามาเป็นแบบนี้”

(ลุงเอก ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

นั่นคือ นอกจากตรรกะของมูลค่าใช้สอย (Logic of Use Value) แล้ว พระเครื่องมีตรรกะของมูลค่าเชิงสัญญาณ (Logic of Sign Value) อยู่ด้วย โดยการมองว่าพระเครื่องแพงหรือพระเครื่องสวย จะสามารถความภาคภูมิใจให้กับผู้ครอบครองพระเครื่องได้ โดยพุทธคุณของพระเครื่องก็เป็นอีกเรื่องหนึ่ง แต่ความภาคภูมิใจของการมีพระเครื่องสวยหรือพระเครื่องหายาก มันแตกต่างกับการมีพระเครื่องราคาถูก

โดยผู้ที่ชื่นชอบพระเครื่องนิยมเช่าพระสวย แม้ว่าจะมีราคาแพงกว่า เนื่องจากการมีพระสวยสามารถนำมาโชว์กับมิตรสหาย สามารถคล้องคอได้ไม่อายใคร และสร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้ครอบครอง ทั้งนี้ พระสวยยังเป็นที่ต้องการของผู้เช่าบูชา หากต้องการเปลี่ยนเป็นเงินก็ทำได้ง่าย

“..ยอมครับ ถ้ามีความสวยแล้วเราพอใจ เราก็จ้าง เพราะว่ามีพระที่สมบูรณ์ เก็บไว้ อนาคตถ้าราคาสูงขึ้น พระพวกนี้จะขายได้ง่ายกว่าครับ สภาพสมบูรณ์ สภาพดี สวย อะไรอย่างนี้ จะเป็นที่ต้องการครับ”

(บาส ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2558)

“..ยอม เพราะว่าเมื่อไหร่เมื่อไรเราก็แลกเปลี่ยนง่าย เมื่อก่อนเล่นผิดทาง ขอให้แต่ไม่สวยก็เช่าก็ถึงบอกว่าถึงมีพระเยอะไง ตอนนี้อย่าจะเปลี่ยนมือก็เปลี่ยนยาก พระสวยเปลี่ยนมือเมื่อไหร่ก็ได้ ใครก็อยากได้ พอพระแต่ไม่สวยก็ติดมือเราอยู่อย่างนั้น”

(ลุงเอนก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558)

“..เรามีองค์สวยๆก็เป็นความภาคภูมิใจส่วนตัว คนเล่นพระก็อยากได้พระที่สวยที่สุด เรามีก็แบบ รู้สึกภูมิใจ”

(พี่ยุ้ย ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..ยอมนะ ถ้ามีสตางค์ เอาสวยก่อนเลย เพราะขึ้นคอไม่อายใครนะ”

(มิกซ์ ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..เวลาเช่าก็ต้องเลือกสวยๆ ราคาแพงกว่าก็ยอม เพราะว่าเราชอบความสวย เราเก็บพระต้องให้สวย ต้องให้กริบ เพื่อแข่งขันกับเขาเวลาเราประกวด ส่วนมากถ้าเจอสวยๆ แพงกว่าก็เช่าเพราะพระขึ้นชื่อว่าพระสวยสมบูรณ์ มันก็จะมีภาษีกว่าเยอะ แล้วอีกอย่างหนึ่ง ไม่อายใครใจ มีอวดเขาได้ บางคนเขามี ว่ารุ่นนี้สวย พอของเราสวยกว่า เราก็จ้าง มันได้หลายทาง”

(ลุงเอก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

นั่นคือ พระเครื่องสวย นอกจากจะมีตรรกะของมูลค่าเชิงสัญญา (Logic of Sign Value) คือ สร้างความภาคภูมิใจให้กับเจ้าของแล้ว พระเครื่องสวยยังมีตรรกะของมูลค่าการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) คือ สามารถเปลี่ยนเป็นเงินได้ง่าย เนื่องจากเป็นที่ต้องการของผู้ชื่นชอบพระเครื่อง และหากพระเครื่องมีราคาสูงขึ้น พระเครื่องสวยจะมีมูลค่าที่เพิ่มสูงขึ้นมากกว่าพระเครื่องที่ไม่สวย

ซึ่งการมีพระราคาแพงหรือพระสวย นอกจากจะทำให้เจ้าของพระเครื่องรู้สึกภาคภูมิใจ และสามารถเปลี่ยนเป็นเงินได้ง่ายแล้ว การมีพระสวยยังสามารถนำมาส่งกลอง เพื่อสร้างความสบายใจ และคลายเครียดให้กับเจ้าของพระได้ ซึ่งการมีพระเครื่องสวยไม่ได้ทำให้เจ้าของพระรู้สึกว่าคุณเหนือกว่าคนอื่นแต่อย่างใด

“..ไม่มีเลย แต่รู้สึกว่าคุณสบายใจ และก็ได้ชื่นชมของที่เราคิดว่าสวยที่สุด ที่เราเห็นมา”

(พี่อ้วน ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

“..บางครั้งถ้าเราห้อยแพงๆนะ เราก็อยากจะเอาออกมาโชว์ ถ้าพระเครื่องเอาออกมาโชว์ ถามว่าได้อะไร มันก็ไม่ได้อะไรนะ สู้เราเก็บไว้ข้างในดีกว่า ต้องให้คนสนิทจริงๆเห็น อีกอย่างคนที่จ้องเรามี จะเอาพระอะไรนี้ เอาไปขายได้”

(พี่ต่อ ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..ไม่คิดว่าเหนือกว่าคนอื่น แค่ว่าเราก็มีของที่เค้านิยมเหมือนเค้า เป็นความภาคภูมิใจ เวลาเค้าว่าของเค้าสวย เวลาคุยกันนะ วันหนึ่งเราก็เอาของเราไปให้ดู อันนี้สวยกว่าไหม ก็ไปแหงกัน เป็นความสุข แต่ไม่ใช่เรามีพระรุ่นนี้แล้วจะเหนือกว่าเค้า เวลาเจอกันคุยกันเรื่องพระคุยได้ตลอด มันก็เป็นความสุขนะ เวลาเจอคอเดียวกัน เวลาเฮงๆขึ้นมา หรือเครียดๆขึ้นมา เราก็เอาของที่เรารอบเอามาดู เอามาส่อง มันก็ทำให้เราหายเครียด คลายเครียดก็ได้ มีประโยชน์ตรงนี้นะ”

(ลุงเอนก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558)

“..ไม่ได้รู้สึกเหนือนะ แต่รู้สึกภาคภูมิใจมากกว่าที่เรามีพระสวย พระหายาก เป็นความภาคภูมิใจส่วนตัว”

(พี่ย้อย ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

“..พระเราสวยกว่า เราก็คงต้องภูมิใจ สมมติองค์นี้เขาให้มา 5 หมื่นละนะ ของเราสวยกว่า เราก็คงต้องได้มากกว่าใช่ไหมล่ะ บอกของผมหสวยกว่านี้อีก เอามาให้ 6 หมื่น ผมยังไม่ขายเลย นี่แหละคือความภูมิใจของเรา”

(ลุงเอก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

ดังนั้น พระเครื่องจึงมีตรรกะของมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ (Logic of Sign Value) คือ สามารถสร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้ครอบครองพระเครื่องได้ และแม้ผู้เช่าบูชาจะบอกว่าพระเครื่องราคาแพงกับพระเครื่องราคาถูก มีพุทธคุณเหมือนกัน แต่การมีพระเครื่องราคาแพงหรือพระสวย จะสร้างความภาคภูมิใจให้กับเจ้าของพระเครื่อง เป็นการประดับบารมี และสามารถนำพระเครื่องนั้นมาโชว์กับเพื่อนฝูงได้ แสดงว่าพระเครื่องไม่ได้ถูกใช้ประโยชน์เพียงแค่ใช้คุ้มครองให้เกิดความแคล้วคลาดปลอดภัยตามตรรกะของมูลค่าใช้สอย (Logic of Use Value) เท่านั้น แต่ยังมีการบริโภคสัญลักษณ์ของพระเครื่อง ให้เจ้าของพระรู้สึกภาคภูมิใจที่ตนเองมีพระสวยกว่าเพื่อนในกลุ่มเดียวกัน และเป็นการแสดงฐานะทางสังคมกับคนอื่นในกลุ่มที่ชื่นชอบพระเครื่องด้วยกัน

สอดคล้องกับการศึกษาของ วิระพงษ์ อินทรพานิช (2548) ว่า คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Sign Value) ของพระเครื่องหลวงปู่ทวด คือ เก็บไว้เป็นมรดกตกทอดให้แก่ลูกหลาน เป็นการแสดงฐานะทางสังคม และเป็นกระแสความนิยมในการสะสม และสอดคล้องกับการศึกษาของ ปรีชา วงศาสุลักษณ์ (2536) ว่า ตรรกะวิทยาของคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ของพระเครื่องพระบูชา คือ บริโภคเพื่อการแสดงฐานะทางสังคม บริโภคเพื่อเป็นมรดกตกทอดไว้ให้แก่ลูกหลาน และสอดคล้องกับ การศึกษาของ วัชรกร รัตนกิจ (2550) ว่า ตรรกะวิทยาของคุณค่าสัญลักษณ์ (Sign Value) คือ ผู้ที่สวมพระเครื่องราคาสูงจะต้องเป็นผู้ที่มีบารมี

โดยสรุป การศึกษาความหมายของการบริโภคพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ผู้เช่าบูชาได้รับ พบว่าการบริโภคพระเครื่องมีตรรกะวิทยาแห่งการบริโภค (Logic of Consumption) ซ้อนกันอยู่หลายอย่าง โดยส่วนใหญ่แล้วพระเครื่องจะถูกบริโภคภายใต้ 2 ตรรกะวิทยาแห่งการบริโภค ได้แก่ ตรรกะมูลค่าการใช้สอย (Logic of Use Value) คือ ใช้ในการคุ้มครองให้มีความแคล้วคลาดปลอดภัย ทั้งต่อตัวเอง และการให้พระเครื่องไปคุ้มครองแก่คนที่รัก และยังสร้างความอุ่นใจ สร้างความสบายใจ ให้กับผู้ครอบครองพระเครื่องหลวงปู่ทวด สามารถนำพระเครื่องมาส่งเพื่อคลายเหงาและคลายเครียดได้ นอกจากนี้การบริโภคพระเครื่องในปัจจุบันยังสะท้อนให้เห็นถึงตรรกะมูลค่าการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) คือ การเลือกเช่าพระเครื่องรุ่นที่มีความนิยมเล่นหา มีแนวโน้มที่จะมีราคาเพิ่มขึ้นในอนาคต โดยสามารถลงทุนในพระเครื่องได้ และพระเครื่องยังเป็นทรัพย์สิน สามารถมอบเป็นมรดกได้

5.6 ความเห็นต่อพุทธพาณิชย์

- ข้อดีของพุทธพาณิชย์

จากการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่อง พบว่า พุทธพาณิชย์มีข้อดี คือ การซื้อขายพระเครื่องทำให้พระเครื่องมีมูลค่า เกิดการเล่นหาและสะสม ทำให้พระเครื่องไม่สูญหายไป เป็นการช่วยอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม เป็นการช่วยเผยแพร่พุทธศาสนา และทำให้เกิดอาชีพหนึ่งขึ้น เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งผู้ขายพระเครื่องก็แสดงความซื่อสัตย์ต่ออาชีพ โดยการซื้อขายอย่างสุจริต ไม่หลอกลวง ไม่เอาพระปลอมมาขาย นอกจากนี้เมื่อขายพระได้แล้วยังแบ่งเงินส่วนหนึ่งไปทำบุญอีกด้วย

ในส่วนการสร้างพระเครื่องใหม่นั้น การเช่าพระจากวัดก็มีเจตนาเพื่อการทำบุญ ส่วนทางวัดจะเอาเงินไปทำอะไรก็เป็นเรื่องของวัด และการสร้างพระใหม่ ยังทำให้คนที่ไม่ค่อยมีเงินสามารถเช่าพระเพื่อนำไปบูชาได้ โดยผู้ขายพระเครื่องมีความเห็นว่า

“..ก็เป็นเรื่องปกติ เป็นธรรมดา จริงๆจะว่าเป็นพุทธพาณิชย์อย่างเดียวก็ได้ สมัยก่อนเค้าเรียกว่าเป็นการแลกเปลี่ยน บางครั้งคุณมีสตางค์ ผมมีพระ คุณต้องหาพระที่ผมชอบมาแลกเปลี่ยน แต่คุณไม่มี ไม่มีคุณอาจจะเสนอเงินมา เค้าเรียกว่าเป็นการแลกเปลี่ยน มันไม่ได้เกี่ยวกับต้องเป็นพุทธพาณิชย์อย่างเดียว บางครั้งก็เป็นการอนุรักษ์ การเผยแพร่ศาสนาอย่างหนึ่งเหมือนกัน ถ้าเกิดไม่มีการขายวงการพระก็เงียบ กลายเป็นว่าของไม่มีสะสม พระหายไป ไม่มีคุณค่าก็ไม่มีสะสม ก็เหมือนรถโบราณ ถ้าไม่มีการซื้อขายไม่ได้ เค้าก็ต้องหายไป ถูกปะ ของทุกชิ้นถ้าไม่มีการซื้อขาย ไม่มีการสะสม ไม่มีการแลกเปลี่ยน มันไม่มีค่า พอไม่มีคุณค่าวงการพระก็ไม่มี บางคนบอกว่าขายพระกันจนรวย มันไม่ใช่ขายพระกันจนรวย บางครั้งมันเป็นการสะสมของเขา ความชอบส่วนตัว ถูกปะละ

..พระใหม่ วัดเป็นคนสร้างมาเพื่อเอาเงินไปทำบุญ การทำบุญเนี่ยคือเจตนาของคนเช่าพระไปทำบุญ ส่วนใครจะได้ คนที่ได้เงินไปจะเจตนาเอาไปทำอะไรมันก็อีกเรื่องนึง แต่คนเจตนาเช่าพระเพื่อทำบุญ ถามว่าถ้าเกิดพวกเราขายพระ วัดก็เอาพระมาขายพวกเราเหมือนกัน ถูกปะละ มันก็เป็นการเผยแพร่ เป็นการช่วยศาสนา อีกอย่างหนึ่งเป็นการอนุรักษ์ศิลปะ มันอยู่ที่มุมมองของแต่ละคน ถามว่าพวกที่เอามาขายอย่างเดียวกันก็ ก็แล้วแต่เขา แต่คนที่เล่นพระเพื่ออนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม และความสวยงาม ความเก่า มันก็มี ศรัทธาก็มี พวกที่หาเงินก็มี ก็แล้วแต่มุมมองของแต่ละคน”

(แดง งามอินทรา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

“..มันก็โอเค คนมันจะเล่นอย่างเดียว ไม่มีพระใหม่เข้ามาเสริมเล่น อย่างนี้ก็แพงกว่าเก่าใช้ใหม่ จริงใหม่ละ พระหลวงปู่ทวดปลุกเสกวัดข้างใต้ โอเค บางคนถามผมว่าเป็นยังไง ผมบอกว่าใช้ได้

คนไม่มีสตางค์ก็เช่าได้ มันก็ใช้ได้ เพราะว่าคนมันไม่มีสตางค์ จะไปเช่าองค์เป็นหมื่นเป็นแสนเป็นล้าน เนี่ย เอาที่ไหนอะ ถ้านับถือใช้ไปเลย ไปถึงที่วัดเลย ผมสอนบ่อยๆไป ถ้ากลัวไปเช่าที่วัด องค์ไม่กี่ร้อยบาท ผมไปผมก็ยังเช่าบ่อยๆ ผมไปประจำผมก็เช่าประจำ เช้ามาเก็บๆ เช้าที่ร้อยองค์ สองร้อยองค์ ได้ทำบุญด้วย วัดเค้าจะเอาสตางค์ไปทำอะไรก็เรื่องของเค้า เราเช่าแล้วก็จบไป เค้าจะเอาไปทำอะไรเราก็ไม่รู้ เราถือว่าเราทำบุญ”

(ฉ่อย ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

“..ผมว่าไม่มีข้อเสียนะ แล้วแต่คน ผมเคยถามพวกผู้หลักผู้ใหญ่ไว้เยอะเกี่ยวกับศีล เราศาสนาพุทธ อย่างผมเช่าพระมาเนี่ย ผมมาปล่อยให้นาย นายชอบพุทธศิลป์ใช้ไหม นี่เป็นการเผยแพร่ศาสนาพุทธ มุสลิมก็จะมีสมุดคัมภีร์เผยแพร่ของเค้า คริสต์เค้าก็จะมีไม้กางเขนไว้ห้อย เค้าถือว่าเป็นการเผยแพร่ ทุกศาสนาเหมือนกัน แต่พุทธไม่เหมือนเค้า ของเรามีพระแต่ละยุคแต่ละสมัยสร้างไว้มากมาย ก่ายกองเลย ทุกคนไหว้พระอะ คนพุทธ เค้าก็อยากได้พระ ไอ้ตรงนี้เรียกว่าพุทธพาณิชย์ ถามว่าเรียกตรงไหน”

(ไผ ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

“..ก็คือเป็นอาชีพหนึ่ง คำว่าพุทธพาณิชย์ ขายเป็นพระ เราก็พยายามไม่ทำให้วงการเสื่อมเสีย ไม่ขายพระบิวท์ ขายเป็นพระที่แต่งผิว หูขาดแล้วไปต่อหู ไม่ไปหลอกคนอื่น เราก็ขายตรงๆ แล้วเราก็รับซื้อคืนด้วย ไม่ได้ขายอย่างเดียว มันก็เหมือนกับหุ้น พระนี้แพงเอามาขาย เราก็รับซื้อแพงๆ อันไหนที่ราคาหล่นก็ตามหล่น มันก็คืออาชีพซื้อขายอย่างหนึ่ง ถ้าเราซื้อขายอย่างสุจริต นอกจากเราไปหลอกเค้า พระก็เป็นแท้อันนี้แล้ว ไอ้พวกบิวท์ก็ยังไม่ดี ทำงานเกี่ยวกับการศรัทธาเนี่ย พี่ขายพระองค์นึง แล้วเราก็ทำบุญ ไปทำสังฆทาน ไปซื้อผ้าไตรจีวรถวายพระ ผู้ใหญ่ที่อยู่วงการนี้ ทำบุญเยอะ เดือนนึงหลายสตางค์”

(เจ้าของร้านพระเครื่องหลวงปู่ทวด พันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

ผลการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่องถึงข้อดีของพุทธพาณิชย์ แสดงให้เห็นว่า แม้ผู้ขายพระเครื่องจะมองว่าการทำอาชีพขายพระไม่ได้เป็นเรื่องเสียหายอะไร ถ้าทำการซื้อขายอย่างสุจริต ซึ่งเป็นข้อดี คือ เป็นการอนุรักษ์ศิลปะ และช่วยเผยแพร่ศาสนา แต่ในขณะเดียวกัน ผู้ขายพระเครื่องก็มีการนำเงินจากการขายพระเครื่องไปทำบุญ เนื่องจากในสังคมไทย การขายพระเครื่องจะถูกมองว่าไม่ดี เป็นการหากินกับศาสนา ผู้ขายพระเครื่องจึงอาจมีความรู้สึกนี้อยู่ แต่ชดเชยด้วยการนำเงินไปทำบุญ

แทน นอกจากนี้ในการสร้างพระใหม่นั้น ผู้ขายพระเครื่องจะมองที่เจตนาการทำบุญเป็นหลัก โดยไม่สนใจว่าวัดจะนำเงินที่ได้ไปทำอะไร เพื่อสร้างความสบายใจให้กับตัวเองเวลาทำบุญกับทางวัด

จากการสัมภาษณ์ผู้เช่าบูชาพระเครื่อง พบว่า พุทธพาณิชย์ เช่น การสร้างพระใหม่ๆ ทำให้ศาสนาดีขึ้น คือ ทำให้แต่ละวัดสามารถหาเงินเข้าวัดได้ และวัดมีเงินในการก่อสร้างศาสนสถาน เป็นการบำรุงศาสนา ซึ่งผู้เช่าบูชาก็ยอมรับว่าการเก็บสะสมพระเครื่องนั้น ไม่สามารถแยกออกจากเรื่องพุทธพาณิชย์ได้ เนื่องจากการเก็บสะสมพระ แม้จะมีความนับถือศรัทธา แต่ก็มีมุมมองถึงเรื่องกำไรขาดทุนอีกด้วย

“..มันก็มีผลดีนะ ทำให้คนมีรายได้ พี่ว่าช่วยให้ศาสนาดีขึ้น อีกอย่างหนึ่ง ทำให้วัดแต่ละวัดสามารถสร้างวัดถาวรขึ้นมาขายได้อีก เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของคน พวกเซียนก็จะระดมทุนหาเงินมาสร้าง แล้วก็เอาออกจำหน่าย เหมือนว่าหาเงินเข้าวัด ตัวเองก็ได้ด้วย ได้ 2 ต่อ บำรุงศาสนาก็ได้ด้วย”

(พี่ต่อ ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..มันแยกกันไม่ออกนะ จะว่าไปแล้วเราสะสมพระ เราก็มองในเรื่องพาณิชย์ กำไรขาดทุนเหมือนกัน ปัจจุบันนี้เป็นอย่างนั้น อย่างผมเก็บ ผมก็มองว่าอนาคตข้างหน้าถ้าผมเบื่อเมื่อไหร่ ผมก็มีกำไร ส่วนเรื่องพุทธคุณที่ใจเรา เรานับถืออะไรต่างๆ เรามีอยู่แล้ว มันแยกกันไม่ออกนะ แต่ไอ้ส่วนที่ว่ากำไรขาดทุนเราคิดใหม่ ก็คิดนะ ผมว่าทุกคนคิดหมด

(ลุงเอนก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558)

“..ดีนะ เป็นการช่วยอนุรักษ์ศาสนา พระเครื่องเป็นตัวแทนของพระพุทธเจ้าใช้ใหม่ล่ะ วัดสร้างพระเครื่องก็ได้เงินเข้าวัด ไปสร้างศาสนสถาน พระเครื่องเนี่ยเป็นเครื่องช่วยหาเงินให้วัดเลย”

(พี่ยุ้ย ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

ผลการสัมภาษณ์ผู้เช่าบูชาถึงข้อดีของพุทธพาณิชย์ แสดงให้เห็นว่า ผู้เช่าบูชาสามารถยอมรับพุทธพาณิชย์ได้ สาเหตุคงเนื่องมาจากผู้เช่าบูชาที่มีความศรัทธาและความชื่นชอบในพระเครื่อง จึงไม่คิดว่าการซื้อขายพระเครื่อง หรือการทำบุญโดยเช่าบูชาพระเครื่องใหม่ๆ จากวัดจะส่งผลเสียต่อศาสนา แต่ก็มีกรณีที่ผู้เช่าบูชาคิดว่าพุทธพาณิชย์มีข้อเสีย ดังนี้

- ข้อเสียของพุทธพาณิชย์

จากการสัมภาษณ์ผู้เข้าบูชา พบว่า พุทธพาณิชย์มีข้อเสีย คือ การที่พระมีราคาสูง ทำให้เกิดพระปลอมขึ้น และการสร้างพระใหม่ที่มีการปั่นราคา หรือการสร้างพระที่เจตนาการสร้างไม่บริสุทธิ์ ก็ส่งผลกระทบต่อศาสนาได้

“..ข้อเสียของมันก็คือ บางคนมันมีปัญหากันไป เรื่องดูพระเกี๊ พระปลอม ทำให้เราสามารถฆ่ากันได้”

(พี่ต่อ ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

“..ถ้าพุทธพาณิชย์ที่หลอกลวง ปั่นราคา อันนั้นมีผลเสียแน่นอน คนเรามันเกิดความโลภ เมื่อได้แล้วก็ไม่พอใจ แต่สุดท้ายทุกอย่างมันก็กลับมา คนที่ทำ ต่อไปข้างหน้าเค้ารู้ก็ทำอีกไม่ได้แล้ว ผมเชื่อว่า บางทีคนที่เค้าเล่นเดี่ยวนี่ก็เบื่อกันก็มีนะ ที่เค้าโดนๆมาพระปั่นพระอะไร ไปเช่าแพงๆ แป็บเดียวลงมาละ ไอ้พวกที่เล่นเป็นอาชีพมันก็ปั่นของมัน ไอ้คนที่เช่าเก็บ บางทีเค้าก็โดน ผมว่าเลิกเล่นกันมาเยอะก็มีนะ เพราะพวกที่ทำไม่ดี เค้าทำลายตัวตัวเอง คือไม่พอใจ คนที่ทำรู้ดี ผมเชื่อว่าพวกนี้วันหนึ่งข้างหน้าเค้าก็ทำอีกไม่ได้ ถ้าเค้ายังไม่รู้จักพอละ สุดท้ายก็เป็นการทำลายวงจรอาชีพตัวเอง”

(ลุงเอนก ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558)

“..ผลเสียก็คือพุทธพาณิชย์มันทำให้มีพระเกี๊ไปหลอกลวงกันเยอะ เพราะว่าพอราคาแพง ก็เกิดทำพระเกี๊กันมา บางคนคือต้องการขายอย่างเดียว ไม่สนใจ ไม่กลัวบาปกลัวกรรม บางทีสร้างพระบอกว่าสร้างร้อยองค์ แต่ว่าทำเกิน พอหมดปั๊บก็ไปปั่นให้ขึ้น ตัวเองก็เอาออกมาขาย ผลเสียก็คือเนี่ยแหละ ทำให้เสียชื่อ หลอกลวงบาปกรรม

..ผลเสียต่อศาสนา เมื่อก่อนเขาสร้างพระ ส่วนมากไม่ได้ขายนะ เขาแจก หรือว่าจะสร้างบูรณะวัด คนเขามาทำบุญ แล้วก็ให้พระไป เดี่ยวนี่มันไม่เป็นเช่นนั้น เดี่ยวนี่เป็นพุทธพาณิชย์หมดแทบทุกวัดแหละ ผลิตออกมา องค์กรหาร้อย องค์กรพัน เป็นราคาตั้งขาย มันก็มีมาหลายปี แต่มันก็ทำให้ อย่างบางที่วัดต้องการเอาเงินมาสร้างโบสถ์ สร้างวิหาร ออกพระ ก็ต้องจำหน่าย ทำเป็นพุทธพาณิชย์ แล้วก็คือขายเข้าวัด อันนั้นไม่เป็นไร แต่บางทีไปหลอกลวงเค้า ไอ้ประเภทที่ว่าทำปลอมขึ้นมาทำเสริมออกมาแล้วก็เอาไปขาย เวลาเจตนาการสร้าง ถ้าเจตนาบริสุทธิ์ก็ส่งผลดีกับศาสนา ทำให้คนมีที่ยึดเหนี่ยว”

(ลุงเอก ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

ผลการสัมภาษณ์ผู้เช่าบูชาถึงข้อเสียของพุทธพาณิชย์ แสดงให้เห็นว่า แม้วัดในปัจจุบันจะมีการสร้างพระออกขายแบบเป็นพุทธพาณิชย์ คือ มีการตั้งราคาขายพระเหมือนสินค้าทั่วไป ไม่ใช่การแจกพระให้กับผู้มาทำบุญเหมือนในสมัยก่อน แต่ผู้เช่าบูชาก็สามารถยอมรับได้ ยกเว้น พุทธพาณิชย์ที่เป็นการหลอกลวง เช่น หลอกลวงขายพระปลอม การปั่นราคาพระใหม่ หรือการสร้างพระที่เจตนาสร้างไม่บริสุทธิ์ จะเป็นการส่งผลเสียต่อศาสนาได้

ในส่วนของข้อเสียของพุทธพาณิชย์นั้น จะเห็นว่าผู้ขายพระเครื่องไม่คิดว่ามีข้อเสียในกรณีที่เป็นพระเก่า ผู้ศึกษาคิดว่าเป็นเพราะผู้ขายพระเครื่องมีอาชีพขายพระเก่า ดังนั้น จึงไม่คิดว่าอาชีพของตัวเองเป็นการสร้างผลเสียต่อศาสนา แต่ถ้าเป็นการสร้างหรือการขายพระใหม่ ผู้ขายพระเครื่องจะคิดว่าเป็นข้อเสีย ซึ่งคงเป็นเพราะผู้ขายพระเครื่องที่ผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูล ไม่มีคนใดที่ขายพระเครื่องหรือสร้างพระเครื่องเลย นอกจากนี้ ผู้ศึกษายังคิดว่าเป็นผลมาจากการนิยามพุทธพาณิชย์ที่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- การนิยามพุทธพาณิชย์ที่แตกต่างกัน

ในความคิดเห็นต่อพุทธพาณิชย์นั้น ผู้ขายพระเครื่องและผู้เช่าบูชา ให้การยอมรับในพุทธพาณิชย์ ว่ามีผลดีมากกว่าผลเสีย แต่ก็มีมาให้คำนิยามกับ “พุทธพาณิชย์” ที่แตกต่างกัน เช่น ในเรื่องการขายพระเครื่อง หากเป็นพระเครื่องเก่าจะถูกมองว่าเป็นพุทธพาณิชย์ที่ไม่แยءเหมือนการขายพระเครื่องใหม่ เนื่องจากพระเครื่องเก่าไม่สามารถผลิตเพิ่มได้ หากไม่สามารถหาเช่าพระ ก็ไม่สามารถทำการค้าขายได้ และผู้ขายพระเครื่องเก่าก็มองว่าตนเป็นผู้หาพระให้กับผู้ที่มีความชื่นชอบและสะสมพระเครื่อง จึงต้องมีค่าใช้จ่ายในการหาพระ ค่าความรู้ในการดูพระ โดยการขายพระเครื่องเก่าถูกมองว่าเป็นการช่วยอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม เป็นการช่วยเผยแพร่ศาสนา ทำให้พระเครื่องมีมูลค่าได้รับการเก็บสะสม ไม่สูญหายไป

“...แล้วแต่มุมมอง ไ้ตรงนั้นหาผลประโยชน์ สร้างพระใหม่ อันนี้หาแน่ชัด แต่ของเก่าไม่ใช่ของเก่ามันมีแต่เก่า ทุกคนสรรหา อย่างพวกผมเป็น ผมดูเป็นสรรหามาให้ มีลูกพี่สั่งว่า เฮ้ยไฟ หาไ้นี้ให้หน่อยดิ เอาสวายนะ ดั้นรนาให้เค้า เราวิ่งไปกี่วันละ คิดไปซี วันละ 300 ถ้าเราวิ่ง 10 วันก็บวกไป 3,000 บวกกำไรพระไปอีกหน่อย เราทำอย่างนี้ผิดไหมละ เราไปวิ่งหาพระให้ลูกพี่อะ บางคนเค้าไม่คิดอย่างนั้น เค้าเอากำไรเยอะ แล้วค่าเสียหายที่เราไปเดิน แล้วค่ารถที่เราไปวิ่งไปหาให้ลูกพี่ แล้วตรงนี้จะไปคิดกับใครละ”

(ไฟ ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

สำหรับเหตุผลที่พุทธพาณิชย์ไม่ถูกมองว่าสร้างผลเสียต่อศาสนา ผู้ศึกษาคิดว่าเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีต่อศาสนา และความรู้สึกที่มีต่อพุทธพาณิชย์ในลักษณะที่มีการยอมรับได้มากขึ้น โดยทัศนคติต่อพุทธพาณิชย์มีการเปลี่ยนแปลงไป ดังนี้

- ทัศนคติต่อพุทธพาณิชย์ที่เปลี่ยนแปลงไป

จากการสัมภาษณ์ผู้ขายพระเครื่อง ทัศนคติต่อพุทธพาณิชย์นั้นเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากในอดีตผู้คนเกรงกลัวว่าการขายพระจะเป็นบาป และมีการพูดเย้ยหยันกับผู้ขายพระว่า “ไม่มีอะไรทำหรือ ถึงต้องมาขายพระกิน” หรือถูกนิทหาว่า “ขายพระจนรวย” แต่เดี๋ยวนี้การขายพระเครื่อง ก็ถูกมองว่าเป็นอาชีพอาชีพหนึ่ง

“..ก็ดี ทำให้เรามีอาชีพ เป็นอาชีพอาชีพหนึ่ง ถ้าคนที่ไม่เป็นคนหัวโบราณ สมัยก่อนเค้าบอกว่าไม่มีอะไรจะทำแล้วหรือ ไปซื้อขายพระ แต่สมัยนี้ไม่ใช่ เป็นอาชีพอาชีพหนึ่ง ถ้าเรามีพระแท้ เราไม่จำหน่าย ลูกค้าก็ไปซื้อเจ้าอื่นก็ได้”

(พี่น้อง ร้านพรปู้หวด, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2558)

จากการสัมภาษณ์ผู้เช่าบูชา ทัศนคติเกี่ยวกับพุทธพาณิชย์ มีการเปลี่ยนมุมมองว่า การปล่อยพระเป็นการช่วยเหลือคน โดยการให้พระไปช่วยคุ้มครองคนแทน และก็มีผู้เช่าบูชาที่มองว่าการปลุกเสกวัตถุมงคล เป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับศาสนา โดยผู้เช่าบูชามองว่าการซื้อขายพระเครื่องก็เหมือนการลงทุน การเล่นหุ้น

“..ถ้าถามความรู้สึก ไม่ได้ทำอะไรเสียต่อศาสนา พระก็เหมือนกับรูปปั้นรูปหนึ่ง เหมือนดินเหมือนเหล็ก เนื้อดิน เนื้อวาน โลหะธาตุ ปูรงแต่งขึ้นมา แล้วก็เสกวัตถุมงคล มันไม่เกี่ยวกับศาสนาแยกกัน ไม่เกี่ยวเลย คนละประเด็น แต่คนพยายามจะจูงปลายเหตุและต้นเหตุมาว่าลบลู่นะ เอาพระไปขายได้ยังไง ขายพระกินนะ เหมือนเราสัมภาษณ์อยู่เนี่ยบาปนะ แล้วแต่มุมมอง ถ้าถามผมเหมือนเราเล่นหุ้น เหมือนเราเป็นนักลงทุน เหมือนเราปลูกต้นไม้ เราชอบแบบนี้ เราก็เล่นแบบนี้”

(พี่อ้วน ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2557)

“..พุทธพาณิชย์เนี่ย ผลดี มันทำให้ตลาดกว้าง แล้วก็หมุนเวียน เงินก็สะพัด เพราะจากมือนี้ไปมือนี้ ก็เปลี่ยนกันไป ก็เหมือนมีอาชีพหนึ่ง เดี่ยวนี้อาชีพขายพระมีเยอะ แม้แต่เด็กวัยรุ่น ออกมาเล่นมาขายตามเน็ตกันซะใหม่ละ ถ้าผลดีก็คือตรงนี้ การแบ่งพระก็เหมือนเป็นการให้ทาน เหมือนเป็นการต่อชีวิตให้เค้า เมื่อก่อนพ่อก็กลัว พอไปหาพระดังๆถามหมด การให้เช่าพระบาปใหม่ แต่ท่านบอกว่า

ได้บุญ เพราะเราเอาไปคุ้มครองเขา อย่างสมมติว่าเขาไปประสบอุบัติเหตุที่จะตาย กลับไม่ตาย ต่อชีวิตให้เค้า เราก็ได้บุญได้กุศลด้วย พอมาถึงตรงนี้พอถึงปล่อยออก แต่ก่อนไม่กล้าเอาออก

(ลุงเอก ผู้เช่าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

อย่างไรก็ตาม พระเครื่องเก่าแตกต่างจากพระเครื่องใหม่ เนื่องจากพระเครื่องใหม่สามารถผลิตเพิ่มได้ และมองว่าพระเครื่องใหม่ เป็นการสร้างพระเครื่องที่เน้นการขายเพื่อเอาเงินมากเกินไป มีเจตนาการสร้างที่ไม่บริสุทธิ์ ซึ่งพระเครื่องนั้น ในอดีตวัดจะสร้างพระเครื่องเพื่อแจกให้กับผู้ที่ทำบุญ แตกต่างจากปัจจุบันที่มีการติดราคาของพระเครื่องเหมือนพระเครื่องเป็นสินค้าทั่วไป ซึ่งขัดต่อความรู้สึกของผู้ศรัทธาในเรื่องความหมายของพระเครื่องที่เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นสัญลักษณ์ของชาวพุทธ แต่กลับมีเรื่องผลประโยชน์ด้านตัวเงินมาเกี่ยวข้องกับศาสนา สำหรับการทำบุญแล้วแจกพระ ไม่ถูกมองว่าเป็นเรื่องที่ทำให้ศาสนาเสื่อมเสีย เป็นการช่วยอนุรักษ์และเผยแพร่ศาสนา ส่วนการติดราคาขายพระ การปั่นราคาของพระ จะถูกมองว่าทำให้ศาสนาเสื่อมเสีย

แต่ในขณะเดียวกันการสร้างพระใหม่โดยวัด ก็ถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ดีได้ โดยเป็นการหาเงินเข้าวัด ทำให้วัดมีเงินในการสร้างศาสนสถาน และมีพระใหม่ๆ ให้กับผู้ที่ต้องการพระเครื่อง สามารถเช่าบูชาพระเครื่องไปคุ้มครองตัวเองได้ แต่ควรจะให้พระเครื่องในรูปแบบการตอบแทนในการทำบุญ ไม่ใช่การกำหนดราคา ซึ่งแบบนั้นดูเป็นพุทธพาณิชย์มากเกินไป โดยเพื่อความสบายใจ ผู้ที่ศรัทธาในพระเครื่องจะคิดว่าเป็นการได้ทำบุญ ส่วนทางวัดจะเอาเงินไปทำอะไรก็เป็นเรื่องของทางวัด

“..พุทธพาณิชย์ คือพูดตรงๆ สมัยนี้เนอะมันก็กึ่งๆ เหมือนเราเช่าพระมาขายแล้วปล่อย ถ้าบอกไม่ใช่มันเป็นไปได้ไม่ได้ มันก็ใช่ มันเป็นพุทธพาณิชย์ แต่พระใหม่เนี่ย น่าจะเป็นพุทธพาณิชย์โดยสมบูรณ์ เพราะ ปีมได้ ทำได้ แต่อย่างพระเก่าเนี่ยมันลำบากนะ เพราะ เราต้องเช่าได้ แล้วก็ขายได้ ถ้าเราเช่าไม่ได้ก็ไม่มีอะไรที่จะขายได้”

(ฉ่อย ท่าพระจันทร์, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

“..มีข้อเสีย คือ เหมือนกับเอาวัตถุมงคลมาหลอกขายประชาชน ด้านความเชื่อ เหมือนทำให้คนเชื่อ แล้วก็เช่าอะไรอย่างนี้ พวกพระใหม่ที่สร้างกันเยอะๆ เหมือนกับระดมทุนไปสร้างโบสถ์สร้างอะไร น่าจะทำแบบบริจาคตามศรัทธาแล้วแจกพระ ไม่ใช่มาตั้งราคาของคั่นนี้เท่าไร องค์กรนี้เท่าไร ไม่เหมือนสมัยก่อน สมัยก่อนเค้าแจก ทำบุญแล้วก็แจก สมัยนี้น่าจะเป็นแบบแบ่งระดับ เช่น เนื้อทองแดง 100 เนื้อเงิน 200 กลายเป็นธุรกิจค้าขาย เอาความเชื่อ ค่านิยม ถ้าเป็นเนื้อทองคำก็จะแพงหน่อย เหมือนแบ่งรุ่นแบ่งอะไรมาให้คนเช่า สมัยนี้เยอะมาก แล้วก็ปั่นราคาตั้งแต่ใบจอบ”

(บาส ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2558)

“..ต่อศาสนาผมก็ไม่รู้นะ มันก็อยู่ที่ประชาชนด้วย พระใหม่ๆ อย่างหลวงพ่อกุณมันก็พุทธพาณิชย์เกินไป พระสร้างใหม่ แป๊ะๆราคาเป็นแสน ให้หลวงพ่อกุณปลุกเสกก็จริงเถอะ แต่ท่านอาพาทท่านจะเอาจิตที่ไหนมาเพ่ง ผลเสียต่อตัวท่านเองด้วย มันเป็นการค้าเกินไป อย่างอาจารย์หนู พระชายในเซเว่น มันไม่ใช่ซะ”

(มิทซ์ ผู้เข้าบูชา, สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2558)

ในความเห็นต่อพุทธพาณิชย์นั้น ผู้ชายและผู้เข้าบูชาต่างก็มีความเห็นว่ามีส่วนในการสนับสนุนศาสนา พูดถึงในการก่อสร้างศาสนาสถาน แต่ไม่ได้มีการพูดถึงการทำให้ระลึกถึงทำสอนหรือการเข้าถึงแก่นคำสอนของศาสนาพุทธที่แท้จริง เนื่องจากแก่นแท้คำสอนของศาสนาพุทธนั้น ไม่มีการสร้างรูปเคารพ การสร้างพระเครื่องเป็นการทำให้คนขอพรในสิ่งที่เป็นความต้องการทางโลก และออกห่างจากศึกษาคำสอนในศาสนา รวมทั้งมองข้ามแก่นแท้ของศาสนาในเรื่องของการหลุดพ้น เหลือแต่เพียงความสนใจในเรื่องการคุ้มครองความปลอดภัย และการมุ่งสู่เป้าหมายเรื่องความสำเร็จทางโลกเพียงอย่างเดียว การสร้างพระเครื่องของพุทธศาสนาในปัจจุบัน ยังมีการบิดเบือนความหมายที่แท้จริงของคำ เช่น คำว่า “พระเครื่องราง” เป็น “วัตถุมงคล” หรือการใช้กิจกรรมของพระสงฆ์ในการสร้างพระเครื่อง เรียกว่าเป็นการปลุกเสกวัตถุมงคล ทั้งๆที่แก่นแท้ของพุทธศาสนา มีข้อห้ามในการสร้างรูปเคารพแทนองค์พระพุทธรูปเจ้า รวมถึงมีการใช้คำว่า “พุทธคุณ” ซึ่งหมายถึงคุณของพระพุทธรูปอย่างย่อที่สุด มี 3 ประการ คือ พระบริสุทธิคุณ พระปัญญาคุณ และพระกรุณาคุณ (พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม, 2546) กับพระเครื่องที่เป็นวัตถุแทนพระพุทธรูปเจ้า ในความหมายของคุณวิเศษอภินิหารในส่วนของทางโลก เช่น คงกระพัน เมตตามหานิยม แคล้วคลาด ซึ่งเป็นการบิดเบือนแก่นที่แท้จริงของศาสนา

บทที่ 6

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การสร้างความหมายและมูลค่าของการเข้าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกระบวนการสร้างมูลค่าและความหมายของพระเครื่องหลวงปู่ทวด และเพื่อศึกษาการบริโภคพระเครื่องหลวงปู่ทวดของผู้บูชา โดยใช้แนวคิดสิ่งศักดิ์สิทธิ์และสิ่งธรรมดา ของ อีมีล เดอร์ไคม์ แนวคิดกระบวนการกลายเป็นสินค้า ของ ธีโอดอร์ อะดอร์โน และ แมกซ์ ฮอร์ไคเมอร์ และแนวคิดตรรกวิทยาแห่งการบริโภค ของ ฌอง โบตริยาร์ด เป็นกรอบในการวิเคราะห์

การศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาข้อมูลเชิงเอกสาร ได้แก่ หนังสือ นิตยสาร พระเครื่อง และเว็บไซต์ ที่เผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับหลวงปู่ทวด การสังเกตแบบมีส่วนร่วมที่ตลาดพระเครื่อง งานประกวดพระ และสัมภาษณ์เชิงลึก โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มร้านขายพระเครื่อง จำนวน 5 ร้าน ที่สนามพระท่าพระจันทร์ ศูนย์พระเครื่องพันธ์ทิพย์พลาซ่า งามวงศ์วาน ศูนย์พระเครื่องพันธ์ทิพย์พลาซ่า บางกะปิ และกลุ่มผู้บูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวด จำนวน 7 ท่าน สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ด้านอุปทานของพระเครื่องหลวงปู่ทวด

พระเครื่องหลวงปู่ทวดถูกสร้างขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2497 โดยผู้ริเริ่มการสร้างคือคุณอนันต์ คณานุกรักษ์ คหบดีชาวปัตตานี และมีผู้ร่วมสร้างคืออาจารย์ทิม เจ้าอาวาสวัดช้างให้ในขณะนั้น สำหรับการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน ปี 2497 นั้น ถือว่ามีองค์ประกอบที่ตีครบถ้วน ได้แก่

- 1) มวลสารดี คือ ดินกากยายักษ์และว่านมงคล 108 โดยดินกากยายักษ์เชื่อว่ามีฤทธิ์เป็นยา รักษาโรค และว่านมงคล 108 เชื่อว่ามีพุทธคุณครอบจักรวาล
- 2) มีรูปแบบที่ดี คือ รูปแบบสวยงาม มีเอกลักษณ์ เป็นรูปพระภิกษุชรา นั่งขัดสมาธิอยู่บนดอกบัว โดยรูปแบบได้รับการนิมิตมาจากหลวงปู่ทวดผ่านคุณอนันต์ คณานุกรักษ์
- 3) ชื่อรุ่นที่ดี คือ “หลวงพ่อทวดเหยียบน้ำทะเลจืด” เป็นชื่อที่ได้รับการนิมิตมาจากหลวงปู่ทวดผ่านอาจารย์ทิม และยังเป็นชื่อที่มีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงปู่ทวด คือ เหตุการณ์เหยียบน้ำทะเลจืด

4) มีผู้ปลูกเสกที่ดี คือ อาจารย์ทิม เจ้าอาวาสวัดข้างใต้ ที่เชื่อว่าสามารถติดต่อกับดวงวิญญาณหลวงปู่ทวดได้ และยังมีเกจิอาจารย์ภาคใต้อีกหลายท่าน

5) พิธีปลูกเสกดี คือ มีการปลูกเสกตามฤกษ์ยามที่ได้รับการนิมิตจากหลวงปู่ทวด ในพิธีปลูกเสกมีการอาราธนาเชิญวิญญาณหลวงปู่ทวด และหลวงพ่อดี หลวงพ่อทอง หลวงพ่อจันทร์ ซึ่งสถิตอยู่ที่สลุบน้ำวัดร่วมกับหลวงปู่ทวด โดยขอให้ท่านช่วยปลูกเสกพระเครื่องให้มีความศักดิ์สิทธิ์ด้วย

6) วัตถุประสงค์ในการสร้างดี คือ เพื่อแจกจ่ายให้กับผู้ทำบุญร่วมสร้างโบสถ์วัดข้างใต้ที่ยังสร้างค้างอยู่

พระเครื่องหลวงปู่ทวดจึงกลายเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่แตกต่างจากสิ่งธรรมดาจากวัตถุดิบและกระบวนการผลิต นั่นคือ วัตถุดิบที่นำมาใช้สร้างหลวงปู่ทวด คือ ว่านมงคล 108 และดินกากยายักษ์ เป็นสิ่งที่ชาวบ้านเชื่อว่ามีพุทธคุณวิเศษและมีฤทธิ์เป็นยาที่สามารถใช้รักษาโรคภัยได้ ผ่านกระบวนการผลิตที่มีการปลูกเสกโดยอาจารย์ทิมและเกจิอาจารย์ของภาคใต้ รวมถึงมีการอาราธนาดวงวิญญาณของเกจิอาจารย์ที่เชื่อว่ามีศักดิ์สิทธิ์แต่ล่วงลับไปแล้ว ทำพิธีในฤกษ์ยามที่เป็นมงคลซึ่งถูกกำหนดโดยหลวงปู่ทวดผ่านอาจารย์ทิม ทำให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดกลายเป็นวัตถุศักดิ์สิทธิ์ นอกจากนี้พระเครื่องหลวงปู่ทวดยังมีคาถาสำหรับบูชา และหนังสือประวัติหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืดและคุณอภินิหารพระเครื่องหลวงปู่ทวดฯ วัดข้างใต้ พิมพ์เนื่องในงานฉลองโบสถ์วัดข้างใต้ 24 - 30 เมษายน พ.ศ. 2505 เขียนโดยคุณอนันต์ คณานุกรักษ์ ผู้ร่วมสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด ปี 2497 ได้มีการบันทึกคุณอภินิหารพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่มีผู้ประสบกับตัวเองจำนวน 32 เรื่อง ซึ่งมีเรื่องเกี่ยวกับผู้ที่เจอคุณอภินิหารหลวงปู่ทวดเนื่องจากกระทำการลบหลู่หลวงปู่ทวดอยู่ด้วย ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าพระเครื่องหลวงปู่ทวดมีวิธีการใช้และการเก็บรักษาที่แตกต่างจากสิ่งของอื่นทั่วไป ดังนั้น พระเครื่องหลวงปู่ทวดจึงเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่แตกต่างจากสิ่งธรรมดา ภายใต้แนวคิดสิ่งศักดิ์สิทธิ์และสิ่งธรรมดา ของ อิมิล เดอร์ไคม์

สำหรับประวัติของหลวงปู่ทวดที่เขียนโดยคุณอนันต์ คณานุกรักษ์ หากพิจารณาให้ดีจะพบว่ามีส่วนที่ขัดแย้งกับความเป็นจริง เช่น การบันทึกชื่อบิดามารดาและวันเดือนปีเกิดของหลวงปู่ทวด ซึ่งเป็นพระที่มีชีวิตอยู่ในสมัยอยุธยา ทั้งๆที่ประเทศไทยเริ่มมีการทำสำมะโนประชากรเป็นครั้งแรกใน พ.ศ. 2452 ตรงกับสมัยรัชกาลที่ 5 นอกจากนี้หลักฐานที่คุณอนันต์นำมาอ้างเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับประวัติของหลวงปู่ทวด อาจเป็นหลักฐานที่สร้างขึ้นเพื่อให้ไทยอ้างสิทธิเหนือพื้นที่ภาคใต้ เนื่องจากถูกเผยแพร่ขึ้นในช่วงที่ประเทศไทยกำลังมีปัญหาเรื่องดินแดน รวมทั้งหลักฐานที่นำมาใช้อ้างอิงตัวตนของหลวงปู่ทวดนั้น ไม่มีการกล่าวถึงชื่อ “หลวงปู่ทวด” หรือ “หลวงพ่อทวด” อยู่เลย มี

เพียงแต่การกล่าวถึงในชื่ออื่น ถึงแม้ว่าประวัติของหลวงปู่ทวดจะดูขัดกับความเป็นจริงแต่ก็ไม่มีใครคัดค้าน มีแต่เพียงการผลิตซ้ำและเผยแพร่ประวัตินั้น ผู้ศึกษาคิดว่าเป็นเพราะผู้ที่ชื่นชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวด ไม่อยากทำลายความศรัทธาและความนับถือของตนเองที่มีต่อหลวงปู่ทวด ส่วนเขียนพระก็ไม่ต้องการทำให้ความศรัทธาของผู้ชื่นชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวดสั่นคลอน เพราะ ตนเองได้รับประโยชน์จากความศรัทธานั้น

พระเครื่องหลวงปู่ทวดถูกทำให้กลายเป็นสินค้า โดยการนำวัฒนธรรมอย่างความเชื่อและความศักดิ์สิทธิ์มาผลิตเป็นสินค้า นอกจากการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน ปี 2497 แล้ว หลังจากนั้นก็มีการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดจากอาจารย์ทีมอีกหลายรุ่น ทั้งที่ออกโดยวัดข้างใต้และวัดอื่นๆ โดยพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ออกจากวัดข้างใต้และมีอาจารย์ทีมเป็นผู้สร้าง ได้รับความนิยมในการเล่นหาและสะสมทุกรุ่น แต่รุ่นที่โด่งดังและได้รับความนิยมมาก ยกตัวอย่างเช่น พระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน ปี 2497, เหรียญหัวโต ปี 2500, รุ่นหลังเตารีด ปี 2505, รูปหล่อหลวงปู่ทวด (เบตง) ปี 2505 และรุ่นเลื่อนสมณศักดิ์ ปี 2508

แม้ว่าพระเครื่องหลวงปู่ทวดจะถูกสร้างโดยวัดต่างๆมากมาย แต่ที่ได้รับความนิยมจะต้องเป็นรุ่นที่อาจารย์ทีมช่วยปลุกเสก มีมวลสารจากพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน ปี 2497 หรือเป็นเกจิที่มีส่วนร่วมในการสร้างพระหลวงปู่ทวด ปี 2497 เช่น พระเครื่องหลวงปู่ทวด วัดพะโคะ เนื้อว่าน ปี 2506, วัดประสาธน์บุญญาวาส ปี 2506, วัดเมือง ยะลา ปี 2505 ซึ่งนอกจากพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่สร้างโดยอาจารย์ทีมแล้ว พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่สร้างโดยเกจิอาจารย์อื่นและได้รับความนิยมรองลงมา คือ พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่สร้างโดยอาจารย์นอง วัดทรายขาว เนื่องจากได้รับการยอมรับว่าเป็นทายาทปลุกเสกพระหลวงปู่ทวดต่อจากอาจารย์ทีม เป็นสหธรรมิกกับอาจารย์ทีม และร่วมปลุกเสกพระเครื่องหลวงปู่ทวด ปี 2497 อีกด้วย พระเครื่องรุ่นที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของอาจารย์นอง คือ หลวงพ่อทวดเนื้อว่าน ปี 2514

ถึงแม้ปัจจุบันอาจารย์ทีมและอาจารย์นองจะมรณภาพไปแล้ว แต่ก็ยังมีการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นใหม่อยู่เรื่อยๆจากวัดต่างๆ ไม่จำกัดเพียงแค่เฉพาะวัดข้างใต้ โดยมีการกำหนดราคาพระเครื่องแต่ละพิมพ์ แต่ละเนื้อ ซึ่งเปิดให้จองตามศูนย์พระต่างๆทั่วประเทศ ไม่จำเป็นต้องเดินทางไปจองเองที่วัด และบางรุ่นมีเปิดให้จองได้ในร้านสะดวกซื้อ ไม่ต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไป พระเครื่องหลวงปู่ทวดจึงกลายเป็นพุทธพาณิชย์แบบเต็มรูปแบบ ซึ่งพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ถูกสร้างขึ้นในยุคหลัง มีทั้งที่ได้รับความนิยมและไม่ได้รับความนิยม

นอกจากนี้ ปรากฏการณ์ความนิยมพระเครื่องหลวงปู่ทวดนั้น เกิดจากการที่หลวงปู่ทวดได้ กลายมาเป็นเกจิที่รู้จักในระดับภูมิภาค แต่เดิมหลวงปู่ทวดเป็นเกจิที่รู้จักแค่ในพื้นที่ภาคใต้ และในช่วง ปี พ.ศ. 2505 เกิดการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดปี 2505 ขึ้นที่กรุงเทพฯ และนำไปปลุกเสกที่วัดช้าง ให้ โดยพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าเฉลิมพลทิฆัมพร หรือเสด็จองค์ชายกลาง นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2506 ยังมีการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดขึ้นที่วัดประสาธตบุญญาวาส กรุงเทพฯ นั่นทำให้หลวงปู่ ทวดกลายเป็นที่รู้จักนอกพื้นที่ภาคใต้ และกลายเป็นเกจิระดับภูมิภาค

พระเครื่องหลวงปู่ทวดมีมูลค่าเพิ่มขึ้นมาจากความนิยมของผู้ศรัทธาในพระเครื่องหลวงปู่ทวด โดยพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน ปี 2497 เมื่อครั้งที่ออกจากวัด ได้ถูกมอบให้แก่ผู้ที่มาทำบุญกับวัด ช้างให้ โดยทำบุญ 5 บาท ได้รับพระเครื่องหลวงปู่ทวด 1 องค์ และอาจารย์ทิมยังมีการแจกพระเครื่อง หลวงปู่ทวดแก่ผู้ที่มาขออยู่เรื่อยๆ ซึ่งความนิยมของพระเครื่องหลวงปู่ทวดเกิดขึ้นมาจาก การสร้าง ความหมายของพระเครื่องหลวงปู่ทวด ให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดกลายเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยการใช้สื่อ ในการเผยแพร่เรื่องราวของหลวงปู่ทวดให้คนทั่วไปรับรู้ การเผยแพร่เรื่องราวพุทธคุณทางด้านแคล้ว คลาดอุบัติเหตุ จากประสบการณ์อภินิหารของผู้ครอบครองพระเครื่องหลวงปู่ทวด โดยมีการพิมพ์ หนังสือเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติหลวงปู่ทวด การสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นแรก ปี 2497 และ ประสบการณ์อภินิหารที่คนพบเจอ ซึ่งบันทึกโดยคุณอนันต์ คณานุกรักษ์ ผู้ร่วมสร้างพระเครื่องหลวงปู่ ทวดรุ่นแรก

พุทธคุณพิเศษของพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ถูกบันทึกไว้โดยคุณอนันต์ คณานุกรักษ์ มีหลาย ประเภท เช่น ช่วยในการคลอดลูก รักษาอาการเจ็บป่วย ป้องกันโจรผู้ร้าย คงกระพัน และแคล้วคลาด จากอุบัติเหตุต่างๆ แต่ในปัจจุบันคงเหลือพุทธคุณที่เป็นที่รู้จักและโด่งดังเพียงด้านเดียว คือ พุทธคุณ ทางด้านแคล้วคลาด เนื่องจากยุคสมัยและบริบทของสังคมที่เปลี่ยนไป พระเครื่องซึ่งถูกสร้างขึ้นเพื่อ ตอบสนองความรู้สึกไม่มั่นคง ไม่ปลอดภัยของคนในสังคม จึงถูกเปลี่ยนแปลงความเชื่อไปตามลักษณะ ของสังคมด้วย สาเหตุที่พระเครื่องหลวงปู่ทวดมีพุทธคุณโดดเด่นทางด้านแคล้วคลาด ผู้ศึกษาคิดว่า เนื่องจากในอดีตพื้นที่ภาคใต้ไม่ค่อยปลอดภัย มีปัญหาการต่อสู้เรียกร้องสิทธิปกครองตนเอง จึงทำให้ พระเครื่องหลวงปู่ทวดมีประสบการณ์ด้านแคล้วคลาดเป็นพิเศษ นอกจากนี้เส้นทางภาคใต้ในอดีตมี สภาพที่ไม่ดีนัก จึงทำให้เกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้ง และคนใต้นิยมนำพระเครื่องหลวงปู่ทวดติดตัวขณะ เดินทาง จึงมีประสบการณ์ทางด้านแคล้วคลาดมากกว่าด้านอื่นๆ ซึ่งพุทธคุณด้านแคล้วคลาดของพระ เครื่องหลวงปู่ทวดนั้น ส่งผลให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นพระที่สามารถคล้องติดตัวได้ทุกวัน เพื่อช่วย คู้มครองเจ้าของพระเครื่องให้ปลอดภัย จึงมีผลต่อความนิยมของพระเครื่องหลวงปู่ทวดอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ความนิยมของพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่เกิดจากการสร้างความหมายแล้ว การใช้สื่อเพื่อ

แพร่กระจายเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงปู่ทวด และการเกิดตลาดเพื่อทำให้หลวงปู่ทวดมีราคาซื้อขาย และมีสภาพคล่องในการแลกเปลี่ยน ก็เป็นส่วนช่วยส่งเสริมให้หลวงปู่ทวดกลายเป็นสินค้า

หนังสือเกี่ยวกับหลวงปู่ทวดนั้นทำให้เรื่องราวความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงปู่ทวดแพร่กระจายออกไป ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแคในพื้นที่ภาคใต้เท่านั้น และการพัฒนาของสื่อต่างๆ ทำให้เรื่องราวของหลวงปู่ทวดและพระเครื่องหลวงปู่ทวดแพร่กระจายออกไปทั่วทุกพื้นที่ สื่อเหล่านั้น ได้แก่ หนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสารพระเครื่อง โทรทัศน์ และเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต โดยสื่อเหล่านี้ทำให้คนเห็นคุณค่าของพระเครื่องหลวงปู่ทวด และมีส่วนในการสร้างความนิยมของพระเครื่องหลวงปู่ทวด โดยสื่อนอกจากจะมีส่วนในการสร้างความนิยมของพระเครื่องหลวงปู่ทวดแล้ว สื่อยังมีส่วนในการปั่นราคาพระเครื่อง และสื่อสามารถเป็นเครื่องมือที่จะใช้สร้างอำนาจของเซียนพระในการกำหนดมาตรฐานการดูพระแท้พระปลอมโดยการออกหนังสือจำหน่ายให้กับบุคคลที่สนใจในพระเครื่อง

การสร้างความนิยมของพระเครื่องหลวงปู่ทวดนอกจากจะถูกสร้างโดยสื่อแล้ว การสร้างตลาดพระเครื่องก็มีส่วนเช่นกัน โดยเป็นการทำให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดกลายเป็นสินค้าที่มีสภาพคล่อง สามารถหาซื้อได้ง่าย มีสถานที่ซื้อขายเป็นหลักแหล่ง ไม่ต้องออกตามหาพระเครื่องเองตามบ้าน และเมื่อต้องการเงินก็สามารถนำพระเครื่องหลวงปู่ทวดไปเปลี่ยนเป็นเงินได้ ตลาดพระเครื่องเกิดขึ้นเมื่อประมาณ พ.ศ. 2496 โดยเริ่มมีการวางพระเครื่องให้เช่าบูชาบริเวณใต้ต้นมะขามรอบสนามหลวง และได้มีการพัฒนาจนมีตลาดพระเครื่องอยู่ทั่วประเทศ ตลาดพระที่มีชื่อเสียง ตัวอย่างเช่น สนามพระท่าพระจันทร์ ศูนย์พระเครื่องพันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน เป็นต้น ซึ่งตลาดพระเครื่องเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด โดยตลาดพระเครื่องหลวงปู่ทวดนั้นเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) เนื่องจากการจะเปิดร้านขายพระเครื่องได้นั้น จำเป็นจะต้องรู้จักกลุ่มคนที่ขายพระเครื่องในตลาดอยู่ก่อน และการเป็นผู้ขายในตลาดพระเครื่องนั้น ไม่ใช่แค่เพียงการตั้งร้านเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีความรู้ในการดูพระเครื่อง โดยความรู้ในการดูพระเครื่องจะต้องศึกษาจากเซียนพระ ซึ่งมักจะถ่ายทอดให้เฉพาะกับคนที่รู้จักเท่านั้น นั่นทำให้ผู้ขายในตลาดพระเครื่องรู้จักกันหมด และอาจมีการรวมกลุ่มกันเพื่อประโยชน์ในการตั้งราคาพระเครื่อง

ตลาดพระเครื่องนอกจากจะเป็นสถานที่ในการซื้อขายแลกเปลี่ยนพระเครื่องแล้ว ยังเป็นที่แลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับพระเครื่อง ระหว่างผู้ที่ชื่นชอบพระเครื่องด้วยกัน โดยปัจจุบันได้เกิดตลาดพระเครื่องในอินเทอร์เน็ตจำนวนมาก ซึ่งมีผลทำให้เกิดผู้เล่นหาพระเครื่องเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีความสะดวกในการซื้อขาย สามารถลงพระเครื่องหรือรูปพระเครื่องได้จากทุกที่ และเมื่อตกลงซื้อขายก็จัดส่งทางไปรษณีย์ หรือจะนัดรับพระจริงกันก็ได้ นอกจากนี้ ข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับพระเครื่องในอินเทอร์เน็ตจำนวนมาก ยังทำให้คนเข้าถึงข้อมูลและความรู้ได้ง่ายขึ้น เว็บไซต์หรือ

โซเซียมเน็ดเวิร์คยังเป็นที่ทำให้สมาชิกลงรูปพระเครื่องเพื่อสอบถามผู้ชำนาญว่าพระของตนเองนั้นเป็นพระแท้หรือพระปลอม เป็นแหล่งเผยแพร่เทคนิคการดูพระจากผู้ที่มีความชำนาญ เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้ เป็นที่พูดคุยระหว่างผู้ที่ชื่นชอบพระเครื่องด้วยกัน รวมทั้งเป็นที่ลงรูปโชว์พระเครื่องของตนให้เพื่อนสมาชิกด้วยกันดู ซึ่งสร้างความสนุกให้กับผู้ที่ชื่นชอบพระเครื่องและทำให้สมาชิกในกลุ่มอยากมีพระเครื่องเหมือนสมาชิกท่านอื่นๆบ้าง

ค่านิยมของพระเครื่องหลวงปู่ทวดเกิดจากประสบการณ์อภินิหารที่คนพบเจอ ทั้งการพบเจอด้วยตัวเอง และการนำเสนอผ่านสื่อ ซึ่งส่งผลต่อมูลค่าของพระเครื่องหลวงปู่ทวด ทั้งนี้ราคาของพระเครื่องหลวงปู่ทวดขึ้นอยู่กับ 1) ความหายาก 2) ความสวยงาม 3) ประสบการณ์อภินิหาร 4) ชื่อรุ่นที่ใช้เรียก 5) พระปลอมหรือพระเกี๊ 6) กระแสความนิยม 7) ภาวะเศรษฐกิจ 8) การจัดงานประกวดพระเครื่อง ซึ่งความหายากของพระเครื่องหลวงปู่ทวดและราคา เป็นไปตามกฎอุปสงค์ อุปทาน เมื่อพระเครื่องหลวงปู่ทวดมีปริมาณจำกัด แต่ผู้ที่ต้องการอยากได้มีจำนวนมาก ดังนั้น พระเครื่องหลวงปู่ทวดจึงมีราคาแพง และพระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย เมื่อเศรษฐกิจดี รายได้ของคนมีมากขึ้น คนจึงหาเช่าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวดมากขึ้น ทำให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดมีราคาสูงขึ้น นอกจากนี้ การที่พระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นพระที่มีการเล่นหาอย่างสากล มีตลาดรองรับตลอด และมีอยู่ในรายการจัดประกวดพระเครื่องอย่างสม่ำเสมอ ทำให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นพระที่มีมาตรฐานในการเล่นหา ทั้งหมดนี้มีส่วนทำให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นพระที่มีมูลค่าสูง

จากความหมายของพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ถูกสร้างให้กลายเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ส่งผลให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นที่ต้องการ โดยมีสื่อเป็นตัวช่วยในการผลิตซ้ำและขยายความหมายด้านความศักดิ์สิทธิ์ของพระเครื่องหลวงปู่ทวดให้ขยายออกไปในทุกพื้นที่ มีตลาดพระเครื่องที่ทำให้พระเครื่องกลายเป็นสินค้าที่มีราคา มีสภาพคล่อง มีแหล่งในการซื้อขาย โดยการตั้งราคาพระเครื่องหลวงปู่ทวดของร้านขายพระเครื่องนั้น จะขึ้นอยู่กับต้นทุนและความมีชื่อเสียงของผู้ขาย โดยร้านขายพระเครื่องจะได้กำไรในช่วง 3 - 40 เปอร์เซ็นต์ และพระเครื่องหลวงปู่ทวดมีราคาสูงสุดอยู่ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2556

ทั้งหมดนี้เป็นกระบวนการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดให้กลายเป็นสินค้า “พุทธพาณิชย์” ภายใต้แนวคิดกระบวนการกลายเป็นสินค้า ของ ธีโอดอร์ อะดอร์โน และ แมกซ์ ฮอร์ไคเมอร์ โดยแม้ว่าพระเครื่องจะถูกทำให้กลายเป็นสินค้า แต่เนื่องจากวัฒนธรรมและความเชื่อทางศาสนาของสังคมไทยที่แยกเรื่องเงินออกจากศาสนา พระเครื่องซึ่งมีความเชื่อมโยงอยู่กับศาสนาจึงต้องมีการเลี่ยงการใช้คำว่า “ซื้อ” ไปเป็นคำว่า “เช่า” นั่นคือ แม้ว่าพระเครื่องจะกลายเป็นสินค้าพุทธพาณิชย์ แต่ด้วยวัฒนธรรมและความเชื่อทางศาสนา พระเครื่องจึงไม่อาจเป็นสินค้าอุตสาหกรรมโดยสมบูรณ์แบบ

การนำความเชื่อและความศักดิ์สิทธิ์มาทำให้กลายเป็นสินค้านั้น ไม่ได้มีแต่เพียงด้านการสร้างความหมาย และการสร้างมูลค่าเท่านั้น แต่การบริโภคก็มีผลต่อการสร้างความหมายและการสร้างมูลค่าด้วย

ด้านอุปสงค์ของพระเครื่องหลวงปู่ทวด

จากการศึกษาพบว่า สาเหตุที่ผู้บริโภคชื่นชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวด มาจากการได้ยินประวัติของหลวงปู่ทวด เรื่องพุทธคุณทางด้านแคล้วคลาด ทั้งที่บอกเล่าต่อกันมาและมีประสบการณ์ด้วยตัวเอง โดยเสน่ห์ของพระเครื่องหลวงปู่ทวด คือ มวลสารเนื้อว่าน รูปลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ การมีคندงในสังคมคล้องพระหลวงปู่ทวด และความเป็นพระสากลที่เล่นหากันทุกพื้นที่ ซึ่งง่ายขายคล่อง มีตลาดรองรับตลอด

สำหรับการคล้องและการเข้าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวด เกิดจากการได้ยินเรื่องพุทธคุณและประสบการณ์ของพระเครื่องหลวงปู่ทวด โดยคล้องพระเครื่องหลวงปู่ทวด เพื่อให้เกิดความสบายใจ เกิดความรู้สึกอุ่นใจ และเพื่อคุ้มครองตัวเองให้แคล้วคลาดปลอดภัย ซึ่งเป็นตรรกะมูลค่าใช้สอย (Logic of Use Value) ของพระเครื่องหลวงปู่ทวด ในขณะเดียวกัน ความศรัทธาและความเชื่อในพุทธคุณของพระเครื่องหลวงปู่ทวด แสดงว่าพระเครื่องหลวงปู่ทวดก็มีตรรกะของมูลค่าแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (Logic of Symbolic Exchange Value) คือ พระเครื่องหลวงปู่ทวดเป็นสัญลักษณ์ของวัตถุศักดิ์สิทธิ์ ที่มีพุทธคุณวิเศษด้านแคล้วคลาด และยังถูกมองเป็นของขวัญให้กับคนที่รักด้วยความปรารถนาดี เพื่อให้ความศักดิ์สิทธิ์นั้นช่วยคุ้มครองคนที่ตัวเองรัก ดังนั้น การให้พระเครื่องเพื่อไปคุ้มครองคนรัก จึงมีตรรกะมูลค่าใช้สอยติดอยู่ด้วย และถึงแม้ผู้ศรัทธาในหลวงปู่ทวดจะมองว่าการให้พระเครื่องไม่น่าเกลียดเท่ากับการให้สิ่งของอื่น ๆ ที่มีมูลค่าสูง แต่พระเครื่องก็ถูกมองว่าเมื่อเวลาผ่านไปจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้น แสดงว่ามีตรรกะของมูลค่าการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) อยู่ในการมอบพระเครื่องให้เป็นของขวัญด้วย

โดยการเลือกเข้าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวดนั้น แม้จะเลือกจากความชอบ แต่ก็เลือกพระเครื่องรุ่นที่ได้รับความนิยม มีแนวโน้มจะราคาสูงขึ้นในอนาคต เพื่อที่หากต้องการเงิน จะสามารถปล่อยให้เช่าหรือเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ และการสะสมพระเครื่องหลวงปู่ทวดยังถือว่าเป็นการลงทุนรูปแบบหนึ่ง เป็นทรัพย์สินที่สามารถมอบเป็นมรดกได้ ซึ่งเป็นตรรกะมูลค่าการแลกเปลี่ยน

ถึงแม้พระเครื่องหลวงปู่ทวดจะถูกมองว่าเป็นทรัพย์สิน มีมูลค่าการแลกเปลี่ยน แต่ก็มีพระเครื่องบางองค์ที่ผู้บูชาไม่ยอมปล่อยพระเครื่ององค์นั้น นั่นคือ พระเครื่ององค์ที่ได้รับมาจากญาติผู้ใหญ่ ได้รับจากมิตรสหาย หรือเป็นองค์ที่มีประสบการณ์ องค์สวยที่ไม่อาจหาทดแทนได้ นั่นคือ

พระเครื่องเหล่านั้น ไม่มีตรรกะมูลค่าการแลกเปลี่ยน เนื่องจากผู้เช่าบูชาชมองพระเครื่องนั้นในตรรกะการบริโภคอื่น คือ เป็นตรรกะของมูลค่าแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ เพราะ ของขวัญที่ได้รับจากคนที่รัก หรือมีพุทธคุณคุณศักดิ์สิทธิ์ที่ได้รับการพิสูจน์ด้วยตัวเอง และเป็นตรรกะของมูลค่าเชิงสัญลักษณ์เนื่องจากการมีพระสวย จะสร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้เป็นเจ้าของ

ผู้ที่ชื่นชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวด มองว่าพระเครื่องรุ่นราคาแพงหรือราคาถูกมีพุทธคุณไม่แตกต่างกัน มีความศักดิ์สิทธิ์ สามารถใช้แทนกันได้ แต่พระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นที่มีราคาแพงหรือพระสวย สามารถนำมาใช้ร่วมกับเพื่อนฝูง สร้างความภาคภูมิใจให้กับเจ้าของพระเครื่องได้ แสดงว่าพระเครื่องหลวงปู่ทวด ไม่ได้มีเพียงตรรกะมูลค่าใช้สอย คือ การใช้พระเครื่องหลวงปู่ทวดเพื่อคุ้มครองตนเองให้แคล้วคลาดปลอดภัย แต่มีตรรกะมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ (Logic of Sign Value) คือ การมีพระเครื่องรุ่นที่มีราคาแพงหรือพระสวย สร้างความภาคภูมิใจให้กับตนเอง เนื่องจากตนเองมีพระเครื่องสวยที่แตกต่างจากพระเครื่องคนอื่นที่สวยน้อยกว่า และพระสวยหากต้องการเงินจะสามารถเปลี่ยนเป็นเงินได้เร็วกว่าพระไม่สวย เนื่องจากเป็นที่ต้องการของผู้ที่ชื่นชอบพระเครื่อง ดังนั้นการมีพระสวยนอกจากจะมีตรรกะมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ คือ สร้างความภาคภูมิใจแล้ว ยังมีตรรกะของมูลค่าการแลกเปลี่ยนอยู่ด้วย

กล่าวโดยสรุป การบริโภคพระเครื่องหลวงปู่ทวดมีตรรกวิทยาแห่งการบริโภค (Logic of Consumption) ซ้อนกันอยู่หลายอย่าง โดยตรรกะการบริโภคที่ผู้เช่าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวดได้รับมากที่สุด คือ ตรรกะของมูลค่าใช้สอย โดยการใช้พระเครื่องหลวงปู่ทวดเพื่อคุ้มครองตนเองให้แคล้วคลาดปลอดภัย และตรรกะมูลค่าการแลกเปลี่ยน คือ การมองว่าพระเครื่องเป็นทรัพย์สิน โดยเลือกเช่าพระเครื่องรุ่นที่มีความนิยม เพื่อเป็นลงทุนในพระเครื่อง

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การสร้างความหมายและมูลค่าของการเช่าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวด มีประเด็นน่าสนใจที่นำมาอภิปราย ดังนี้

กระบวนการสร้างความหมายของพระเครื่องหลวงปู่ทวด คือ การสร้างให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดกลายเป็นวัตถุที่มีความศักดิ์สิทธิ์ ผ่านกระบวนการผลิต ซึ่งการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน ปี 2497 นั้น มีองค์ประกอบที่ดีครบถ้วน คือ มวลสารดี รูปแบบองค์พระสวยงาม มีพิธีปลุกเสกที่เป็นมงคล โดยเกจิอาจารย์ที่เชื่อว่ามีอิทธิฤทธิ์วิเศษ และมีเจตนาการสร้างที่บริสุทธิ์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วรรณัท ลิมปสิริกิจ (2553) ที่ศึกษาถึงความเชื่อของเบี้ยแก้ที่ถูกทำให้เป็นสินค้าพบว่า “การผลิตเบี้ยแก้ นั้น มีการแบ่งพื้นที่ของความศักดิ์สิทธิ์ (Sacred) ออกจากความเป็นธรรมดา

สามัญ (Profane) นั่นคือ ในขั้นตอนการเสกปรอทเข้าหอยเบี้ย จารอักขระ เป็นหน้าที่ของหลวงปู่เจือ ที่สืบทอดวิชาการทำเบี้ยแก้ และวัตถุดิบที่นำมาสร้างเป็นเบี้ยแก้ ได้แก่ หอยเบี้ย ปรอท และชันโรงนั้น ก็ไม่ใช่วัตถุที่เป็นสิ่งธรรมดา (Profane) แต่เป็นวัตถุดิบที่มีความศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อในคติพราหมณ์ ฮินดูและไสยศาสตร์”

ซึ่งกระบวนการสร้างความหมายของพระเครื่องหลวงปู่ทวดนี้ เป็นกระบวนการที่แยกพระเครื่องหลวงปู่ทวดออกจากพื้นที่ธรรมดา ให้อยู่ในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ สอดคล้องกับแนวคิดสิ่งศักดิ์สิทธิ์และสิ่งธรรมดา (Sacred and Profane) ของ เอมิล เดอร์ไคม์ ซึ่งเดอร์ไคม์ได้อธิบายว่า “วัตถุนั้นโดยตัวมันเองไม่ใช่ทั้งสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือสิ่งที่เป็นธรรมดา แต่มันจะกลายเป็นสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นมาได้นั้น ขึ้นอยู่กับว่ามนุษย์ในสังคมจะเลือกพิจารณาคุณค่าในอรรถประโยชน์ของวัตถุหรือคุณสมบัติที่แท้จริงบางอย่าง” (วรนนท์ ลิมปสกริกิจ, 2553)

กระบวนการสร้างมูลค่าของพระเครื่องหลวงปู่ทวด คือ การสร้างค่านิยม โดยการสร้างหลวงปู่ทวดให้เป็นผู้วิเศษผ่านประวัติของหลวงปู่ทวด สร้างความหมายของพระเครื่องหลวงปู่ทวดให้กลายเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และแพร่กระจายความหมายที่ถูกสร้างขึ้นไปในพื้นที่ต่างๆผ่านการใช้สื่อ เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต มีการสร้างตลาดเพื่อให้มีพื้นที่ในการซื้อขายพระเครื่อง และสามารถที่จะกำหนดราคาของพระเครื่องหลวงปู่ทวดขึ้นมา ทำให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดกลายเป็นสินค้า ซึ่งการกำหนดราคา การใช้สื่อ และการสร้างตลาด มีผลต่อการค่านิยม แต่การสร้างค่านิยม ก็มีผลต่อการกำหนดราคา การใช้สื่อ และการสร้างตลาดเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Pattana Kitiarsa (2012) ว่า “ในสังคมไทยร่วมสมัย ปรากฏการณ์ของเครื่องรางที่มีชื่อเสียงนั้นมีปัจจัย 3 อย่าง ที่จะทำให้เครื่องรางนั้นมีชื่อเสียง คือ 1) การทำให้เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือเทพเจ้า 2) การใช้สื่อ และ 3) การกลายเป็นสินค้า”

การใช้พื้นที่ความศักดิ์สิทธิ์มาสร้างให้กลายเป็นสินค้าวัฒนธรรมนี้ สอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการกลายเป็นสินค้า (Commodification) ของ ฮีโอดอร์ อะดอร์โน และ แมกซ์ ฮอร์ไคเมอร์ ว่า “ในมุมมองด้านวัฒนธรรมนั้น การตั้งราคาเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้เกิดสินค้าขึ้นมาได้ เนื่องจากวัตถุนั้นหนึ่งอาจเป็นสินค้าในเวลาและสถานที่หนึ่ง แต่ไม่ใช่สินค้าในเวลาและสถานที่อื่น ซึ่งอาจจะมีการนิยามความหมายแตกต่างกันออกไปได้ ดังนั้น การจะสร้างสินค้าขึ้นมา จะต้องมีการให้ความหมายทางวัฒนธรรมแก่วัตถุนั้นด้วย” (วรนนท์ ลิมปสกริกิจ, 2553)

แต่สิ่งที่แตกต่างกับแนวคิดกระบวนการกลายเป็นสินค้า (Commodification) ของ ฮีโอดอร์ อะดอร์โน และ แมกซ์ ฮอร์ไคเมอร์ คือ พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ถูกสร้างโดยอาจารย์ทิม เช่น เนื้อว่าน

ปี 2497 แม้จะมีการผลิตโดยมีมวลสารเหมือนกัน และมีการปลุกเสกเหมือนกัน พระเครื่องตอนออก จากวัดมีการแจกให้กับผู้ทำบุญองค์ละ 5 บาท แต่เมื่อเวลาผ่านไป พระเครื่องนี้ก็กลับมีราคาไม่เท่ากัน โดยมีการแบ่งแยกพิมพ์ แบ่งแยกค่านิยม นั่นทำให้พระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นเก่าๆ เป็นการนำความ ศักดิ์สิทธิ์มาสร้างให้กลายเป็นสินค้า แต่ไม่มีการผลิตแบบอุตสาหกรรม ซึ่งแตกต่างจากพระเครื่อง หลวงปู่ทวดรุ่นใหม่ๆ ที่สามารถผลิตแบบอุตสาหกรรมได้ นอกจากนี้พระเครื่องยังเป็นวัตถุที่เชื่อมโยง อยู่กับวัฒนธรรมและความเชื่อทางศาสนาพุทธ พระเครื่องเครื่องจึงไม่สามารถเป็นสินค้าอุตสาหกรรม ได้อย่างเต็มรูปแบบ

สำหรับรูปแบบการบริโภคพระเครื่องหลวงปู่ทวดของผู้เข้าบูชา นั้น ธรรมกวีทยาแห่งการ บริโภคที่ผู้บูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวดได้รับมากที่สุด คือ ธรรมะของมูลค่าใช้สอยโดยการใช้พระ เครื่องหลวงปู่ทวดเพื่อคุ้มครองตนเองให้แคล้วคลาดปลอดภัย และธรรมะมูลค่าการแลกเปลี่ยน คือ การเลือกเช่าพระเครื่องรุ่นที่มีความนิยม เพื่อเป็นลงทุนในพระเครื่อง ซึ่งแตกต่างกับการศึกษาของวัช รกร รัตนกิจ (2550) ว่า “อันดับรูปแบบการบริโภค มีดังนี้ อันดับ 1 การบริโภคเชิงการใช้ประโยชน์ คือ ใช้พระเครื่องเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ อันดับ 2 การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ คือ พระเครื่องหมายถึง สัญลักษณ์ของพระพุทธเจ้า” สาเหตุของความแตกต่างเนื่องจากวัชรกร (2550) ศึกษาจากพระ เครื่องแบบไม่เจาะจง แต่ผู้ศึกษาศึกษาเฉพาะพระเครื่องหลวงปู่ทวด ซึ่งเป็นพระเครื่องที่ความนิยมไม่ ตก มีการเล่นหายอยู่ตลอด จนมีคำกล่าวที่ว่าเล่นพระเครื่องหลวงปู่ทวดไม่มีขาดทุน ดังนั้น พระเครื่อง หลวงปู่ทวดจึงถูกบริโภคในรูปแบบธรรมะมูลค่าการแลกเปลี่ยนมากเช่นกัน

ความเห็นต่อพุทธพาณิชย์นั้น มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ซึ่งแตกต่างกันตามนิยามของพุทธพาณิชย์ สำหรับการขายพระเก่าหรือการสร้างพระใหม่ออกมาขาย ข้อดีของการซื้อขายพระเก่า คือ พุทธ พาณิชย์ทำให้พระเครื่องมีมูลค่า ทำให้ผู้คนเล่นหาสะสมพระเครื่อง ซึ่งการเล่นหาสะสมพระเครื่องนั้น เป็นการช่วยอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม และเป็นการเผยแพร่พุทธศาสนา เพราะหากพระเครื่องไม่มี มูลค่า ไม่มีการเล่นหากัน พระเครื่องก็จะไม่ถูกเก็บรักษา และสูญหายไป นอกจากนี้พุทธพาณิชย์ยังทำ ให้เกิดอาชีพหนึ่งขึ้น ทำให้มีตลาดพระเครื่อง เกิดเงินหมุนเวียนในระบบ และการสร้างพระเครื่องก็ยัง เป็นการหาเงินเข้าวัด ทำให้วัดมีเงินในการก่อสร้างศาสนสถานต่างๆ เป็นการช่วยบำรุงพุทธศาสนาอีก ทางหนึ่ง ส่วนข้อเสีย คือ เมื่อพระเครื่องมีมูลค่าสูงทำให้เกิดพระปลอมขึ้น เป็นการหลอกลวงแบบหนึ่ง และการสร้างพระใหม่ที่มีการเก็งกำไร การปั่นราคา มีเจตนาการสร้างที่ไม่บริสุทธิ์ โดยหวังจะหาเงิน เข้ากระเป๋า ก็จะส่งผลเสียต่อศาสนาได้

ถึงแม้ว่าการสร้างพระเครื่องที่เป็นรูปเคารพจะขัดต่อคำสอนของพุทธศาสนา แต่เนื่องจากใน สังคมปัจจุบัน พุทธพาณิชย์และศาสนาเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ขาด ซึ่งการสร้างพระเครื่องนั้นก็ยังมีข้อดี

คือ เป็นการสร้างรายได้ให้กับวัด และผู้คนในสังคมยังมีเครื่องมือเพื่อใช้ในการยึดเหนี่ยวจิตใจ แต่ภาครัฐควรเข้ามาควบคุมเกี่ยวกับการสร้างพระเครื่อง ให้รายได้ที่เกิดขึ้นมีความโปร่งใส และวัดสามารถนำเงินไปทำประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ไม่ใช่การสร้างพระเครื่องเพื่อหาเงินให้กับนายทุน หรือภาครัฐอาจจะเข้ามาควบคุมการสร้างพระเครื่องของวัด ให้อยู่ในลักษณะของการแจกตามการทำบุญ ไม่ใช่การติดราคาเป็นสินค้าเพื่อจำหน่าย รวมทั้งมีการกำหนดให้สอดแทรกเกี่ยวกับการประพฤติปฏิบัติตามคำสอนของศาสนาควบคู่ไปด้วย

ข้อจำกัดในการศึกษา

การสอบถามข้อมูลเรื่องรายได้ของร้านขายพระเครื่อง มักจะได้รับการปฏิเสธที่จะตอบ เนื่องจากร้านขายพระเครื่องมีความกังวลเรื่องภาษีเงินได้ และการจะสัมภาษณ์ผู้เช่าบูชารายใหญ่นั้นทำได้ยาก ดังนั้นผู้เก็บข้อมูลจะต้องรู้จักผู้เช่าบูชาพระเครื่องหลวงปู่ทวดรายใหญ่

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

สำหรับการทำวิจัยในอนาคต ผู้ศึกษาขอเสนอให้ศึกษาเรื่องพุทธพาณิชย์ให้กว้างขึ้นกว่านี้ เช่น ศึกษากระบวนการสร้างพระเครื่องหลวงปู่ทวดรุ่นใหม่ นำมาเปรียบเทียบกับกระบวนการสร้างหลวงปู่ทวดรุ่นเก่าว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร และศึกษาผู้เช่าบูชาที่เล่นหาพระปลอม ว่ามีลักษณะการบริโภคที่แตกต่างจากผู้เช่าบูชาที่เล่นหาพระแท้อย่างไร

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- Miracle Channel. (2558). พระเครื่องเมืองสยาม. Retrieved 10 กรกฎาคม, 2558, from <https://www.youtube.com/watch?v=OGs4iRAVRKk>
- niwat. (2552). นานๆโชว์ที : พระหลวงปู่ทวด วัดเมือง พิมพใหญ่ รุ่นแรก เนื้อว่าน. Retrieved 3 กุมภาพันธ์, 2558, from http://www.amulet2u.com/board/q_view.php?q_id=24335
- nop1. (2554). พระเครื่องวัดประสาธตบุณญาวาส. Retrieved 3 กุมภาพันธ์, 2558, from <http://www.nanacollections.com/index.php?topic=226.0>
- กองบรรณาธิการข่าวสด. (2553). พระดี คนดัง. กรุงเทพมหานคร: มติชน.
- กาญจนา แก้วเทพ, & สมสุข หินวิมาน. (2551). สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.
- เกริกเกียรติ ไพบูลย์ศิลป์. (2547). การกำเนิดและวิวัฒนาการของพระเครื่องในสังคมไทยตั้งแต่ก่อนกรุงศรีอยุธยาถึงปัจจุบัน. (ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิรพล เกตุจุมพล. (2558). ปัตตานีในรูปหล่อหลวงพ่อทวด. In ธนาพล ลีมอภิชิต & สุวิมล รุ่งเจริญ (Eds.), เจ้าพ่อ ประวัติศาสตร์ จอมขมังเวทย์ (pp. 205 - 240). กรุงเทพมหานคร: สยามปริทัศน์.
- เจริญชัย ไชยกุลวงศ์สันต์. (2552). อิทธิพลของสื่อโฆษณาที่มีต่อทัศนคติและการตัดสินใจเช่าบูชาพระเครื่องของพุทธศาสนิกชนที่นิยมพระเครื่องในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เจษฎา วิวัฒน์ภัทรกุล. (2548). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการพระเครื่องย่านเยาวราช. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉลอง สุนทราวาณิชย์. (2551). นวัตกรรมพระเครื่องไทย ก่อนจะเป็นอุตสาหกรรมพระเครื่อง เมื่อพระเครื่องก้าวขึ้นเป็น “สุดยอด” ของเครื่องรางไทย เอกสารประกอบสัมมนาวิชาการเรื่องโลกอิสลามและมุสลิมในอุษาคเนย์ (pp. 1-21).
- ชุมศักดิ์ นรารัตน์วงศ์. (2557). ประวัติศาสตร์ ปาฏิหาริย์ ปรากฏการณ์ ประวัติศาสตร์สมัย หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด. นนทบุรี: บางนรา.
- ณัฐพล อยู่รุ่งเรืองศักดิ์. (2555). ประวัติศาสตร์ผ่านพระเครื่อง : คติความเชื่อและพุทธพาณิชย์. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ธรรมะไทย. (2555). พระพุทธศาสนาในประเทศไทย. Retrieved 18 ตุลาคม 2555, from <http://www.dhammadharmathai.org/thailand/thailand.php>
- นิติ กสิโกศล. (2547). พระเครื่อง ความเชื่อและค่านิยมในสังคมไทย. สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นุชรี จุลเจือ. (2553). เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการสร้างพระเครื่องหลวงพ่อกุณ. (วิจัยนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญรักษา. (2555). สุดยอดของขลัง หลวงปู่ทวด. กรุงเทพมหานคร: แสงดาว.
- ปรีชา วงศาสุลักษณ์. (2536). บทบาทของสื่อมวลชน ที่เสริมสร้างคุณค่าให้กับพระเครื่องและพระบูชา. (ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม. (2546). พุทธคุณ 3. Retrieved 12 กรกฎาคม, 2558, from http://www.84000.org/tipitaka/dic/d_item.php?i=305
- พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์, & ถาวร เกียรติทัตทิวิ. (2545). พระเครื่องกับสังคมไทย ศึกษาเฉพาะกรณีผลกระทบที่มีต่อภาวะความเป็นอยู่ทางสังคมของคนไทย. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์, 42(1), 111-139.
- พระมหาปันโน. (2557). ห้อยพระ ถูกโฉลก เสริมโชค พลิกดวง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บ้านสยาม.
- พล.ต.อ.เอก อังสนานนท์. (2554). พระดี ตำรวจดัง. กรุงเทพมหานคร: มติชน.
- พิชิต ลิขิตกิจสมบูรณ์. (2546). ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พีระ ตั้งธรรมรักษ์. (2553). เศรษฐศาสตร์การเมืองของมาร์กซ์กับเศรษฐกิจไทย การศึกษาเชิงประจักษ์ (1975-2005). (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนัญญา เนตรนิยม. (2556). ลงทุนสไตล์พระเครื่องให้รวย. กรุงเทพมหานคร: พีอาร์.
- รัตนะ บัวสนธ์, บัญชา ศรีสมบัติ, รัมภา กุณพันธนาภา, อุทัย สุวรรณผิว, & บัญชาพิพัฒน์ โสดา. (2554). แฉเข้าพระ คือ ศรัทธาความเชื่อหรือเพียงเพื่อการพาณิชย์. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 1-16.
- วนคีตา จินดาวงษ์. (2550). เศรษฐศาสตร์การเมืองเรื่องศรัทธา ปราบปรามการฉ้อโกงจตุคามรามเทพ. (วิจัยนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรนนท์ ลิ้มปสิถกิจ. (2553). ความเชื่อที่ถูกทำให้เป็นสินค้า ศึกษากรณีเบี้ยแก้วัดกลางบางแก้ว อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วัชรกร รัตนกิจ. (2550). พระเครื่อง การสื่อสาร กับการบริโภคนิยมเชิงสัญลักษณ์. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัดทรายขาว. (2514). ชิวประวัติหลวงพ่อทวดเหยียบน้ำทะเลจืดและพิธีพุทธาภิเษกพระเครื่อง- ตะกรุดโทนของวัดทรายขาว. ม.ป.ท.: : ม.ป.พ.
- วีระพงษ์ อินทรพานิช. (2548). การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของ ผู้ประกอบการในตลาดพระเครื่อง กรณีศึกษา พระเครื่องหลวงปู่ทวด วัดช้างให้ จังหวัด ปัตตานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริพร เจนวนิทยามรเวช, & พัทธ์ชัย ศิริวงศ์. (2555). พฤติกรรมการเช่าบูชา ความเชื่อและความ ศรัทธาในพระเครื่องและวัตถุมงคลของเภสัชกร การประชุมทางวิชาการบัณฑิตศึกษา ระดับชาติ/นานาชาติ ครั้งที่ 2 เรื่อง การศึกษาเชิงสร้างสรรค์ (pp. 400-412).
- ศุภักษร ลอยสุวรรณ. (2552). ตามรอย หลวงพ่อทวด. กรุงเทพมหานคร: ไพลิน.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2548). ธุรกิจพระเครื่องปี'48 มูลค่าเกือบ 20,000 ล้านบาท. Retrieved 13 กรกฎาคม, 2555, from <http://www.kasikornresearch.com/th/K-EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=4766>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2550). ธุรกิจพระเครื่องปี'50 กระแสนิยม“จตุคาม-รามเทพ” แรงต่อเนื่องจาก ปี'49. Retrieved 13 กรกฎาคม, 2555, from <http://www.kasikornresearch.com/th/K-EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=847>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2551). วงการพระเครื่องปี'51 กระแสจตุคาม-รามเทพซบเซา ตลาดพระเครื่อง ยิ่งทรงตัว. Retrieved 13 กรกฎาคม, 2555, from <http://www.kasikornresearch.com/th/K-EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=1416>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). ประวัติความเป็นมาการทำสำมะโนประเทศไทย. Retrieved 7 กรกฎาคม, 2558, from <http://popcensus.nso.go.th/history.php>
- สุภางค์ จันทวานิช. (2554). ทฤษฎีสังคมวิทยา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- อนันต์ คณานุรักษ์. (2526). ประวัติหลวงพ่อทวดเหยียบน้ำทะเลจืด และคุณอภินิหารพระเครื่องหลวง พ่อทวด. กรุงเทพมหานคร: การพิมพ์พระนคร.
- อนันต์ คณานุรักษ์. (2555a). เรื่องหลวงพ่อทวด ตอนที่ 1. Retrieved 7 ธันวาคม, 2555, from <http://www.kananurak.com/mcontents/marticle.php?headtitle=mcontents&id=75607&Ntype=1>

อนันต์ คณานุรักษ์. (2555b). เรื่องหลวงพ่อดุสิต ตอนที่ 2 ตอนจบ. Retrieved 7 ธันวาคม, 2555, from <http://www.kananurak.com/mcontents/marticle.php?headtitle=mcontents&id=89363&Ntype=1>

อมต จันทรังษี. (2552). สนวนในบ้าน การบริโภคเชิงสัญลักษณ์และการสร้างความโดดเด่นทางสังคม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรรถพันธ์ สุวรรณเสริมศรี. (2540). ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมพระเครื่อง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

Pattana Kitiarsa. (2012). *Medium, Monks, and Amulets: Thai Popular Buddhism Today*. Chiang Mai: Silkworm Books.





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ก

ราคาพระเครื่องหลวงปู่ทวด รุ่นที่อยู่ในรายการประกวดของสมาคมผู้นิยมพระเครื่องพระบูชาไทย

ตารางราคาพระหลวงปู่ทวด ยอดนิยม ชุดที่ 1

	รุ่นพระ	ราคาช่วง พ.ศ. 2550	ราคาช่วงปลาย พ.ศ. 2556	ราคาช่วง พ.ศ. 2558
1	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์ใหญ่กรรมการ ปี 2497	ประมาณ 2 - 5 ล้านบาท	ประมาณ 10 ล้าน บาท	ประมาณ 6 - 7 ล้านบาท
2	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์ใหญ่ ปี 2497	ประมาณ 3 - 6 ล้านบาท	ประมาณ 13 - 14 ล้านบาท	ประมาณ 10 ล้าน บาท
3	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์ด้อย ปี 2497	ประมาณ 1 - 2 ล้านบาท	ประมาณ 3 ล้าน บาท	ประมาณ 1 - 2 ล้านบาท
4	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์กลางเล็ก ปี 2497	ประมาณ 1.2 - 2.2 ล้านบาท	ประมาณ 3.2 ล้านบาท	ประมาณ 1.2 - 2.2 ล้านบาท
5	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์กลาง ปี 2497	ประมาณ 5 - 6 แสนบาท	ประมาณ 8 แสน บาท	ประมาณ 7 แสน บาท
6	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์พระรอดกรรมการ ปี 2497	ประมาณ 1 ล้าน กว่าบาท	ประมาณ 2 ล้าน บาท	ประมาณ 1.5 ล้านบาท
7	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์พระรอด ปี 2497	ประมาณ 1.5 ล้านบาท	ประมาณ 2.5 ล้านบาท	ประมาณ 2 ล้าน บาท
8	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์ลอยน้ำใหญ่-เล็ก ปี 2502	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 1 แสน บาท	ประมาณ 8 หมื่น บาท
9	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน รุ่นพินัยกรรม พิมพ์ใหญ่ ปี 2505	ประมาณ 1 แสน กว่าบาท	ประมาณ 2 แสน บาท	ประมาณ 1.5 แสนบาท
10	พระหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน รุ่นพินัยกรรม พิมพ์พระรอด ปี 2505	ประมาณ 1 แสน กว่าบาท	ประมาณ 2 แสน บาท	ประมาณ 1.5 แสนบาท

11	พระกริ่งพระองค์เจ้าเฉลิมพล ฯ เนื้อนวโลหะ ปี 2505	ประมาณ 5 หมิ่น บาท	ประมาณ 5 หมิ่น บาท	ประมาณ 5 หมิ่น บาท
12	พระรูปหล่อหลวงพ่อทวด รุ่น เลขใต้ฐาน (เบตง) เนื้อนว โลหะ ปี 2505	ประมาณ 1 ล้าน บาท	ประมาณ 3 ล้าน กว่าบาท	ประมาณ 2 ล้าน บาท
13	พระหลวงพ่อทวด พิมพ์หลัง เตารีดใหญ่ เนื้อนวโลหะ ปี 2505	ประมาณ 1 ล้าน กว่าบาท	ประมาณ 3 ล้าน บาท	ประมาณ 2 ล้าน บาท
14	พระหลวงพ่อทวด พิมพ์หลัง เตารีดใหญ่ เนื้อโลหะผสม ปี 2505	ประมาณ 5 แสน บาท	ประมาณ 1.5 ล้านบาท	ประมาณ 8 แสน บาท
15	พระหลวงพ่อทวด พิมพ์หลัง เตารีดใหญ่ เนื้อเมฆพัด (เข้า ตุ้ม) พิมพ์นิยม ปี 2505	ประมาณ 3 หมิ่น บาท	ประมาณ 5 หมิ่น บาท	ประมาณ 4 หมิ่น บาท
16	พระหลวงพ่อทวด พิมพ์หลัง เตารีดใหญ่ เนื้อเมฆพัด ปี 2505	ประมาณ 3 หมิ่น บาท	ประมาณ 4 หมิ่น บาท	ประมาณ 3 หมิ่น บาท
17	พระหลวงพ่อทวด พิมพ์หลัง เตารีดใหญ่ เนื้อแร่ ปี 2505	ประมาณ 3 หมิ่น บาท	ประมาณ 5 หมิ่น บาท	ประมาณ 3 หมิ่น บาท
18	พระหลวงพ่อทวด พิมพ์หลัง เตารีดใหญ่ หัวมน ปี 2505	ประมาณ 1 – 1.5 แสนบาท	ประมาณ 2.5 – 3 แสนบาท	ประมาณ 2 แสน บาท
19	พระหลวงพ่อทวด พิมพ์หลัง เตารีดใหญ่ ปีม้า ปี 2505	ประมาณ 5 หมิ่น บาท	ประมาณ 1.5 แสนบาท	ประมาณ 8 หมิ่น บาท
20	พระหลวงพ่อทวด พิมพ์หลัง เตารีดกลาง ปีม้า-ไม่ปีม ปี 2505	ประมาณ 5 หมิ่น บาท	ประมาณ 2.5 แสนบาท	ประมาณ 1.8 แสนบาท
21	พระหลวงพ่อทวด พิมพ์หลัง เตารีดเล็ก แข็งซัด ปี 2505	ประมาณ 2 แสน บาท	ประมาณ 4 แสน บาท	ประมาณ 3 แสน บาท
22	พระหลวงพ่อทวด พิมพ์หลัง เตารีดเล็ก อาปาเซ่ ปี 2505	ประมาณ 2 แสน บาท	ประมาณ 3.5 แสนบาท	ประมาณ 2.5 แสนบาท

23	พระหลวงพ่อดาวดี พิมพ์หลัง เตารีดเล็ก หน้าใหญ่-หน้า เซ็ด ปี 2505	ประมาณ 8 หมื่น บาท	ประมาณ 1.8 แสนบาท	ประมาณ 1.3 แสนบาท
24	พระหลวงพ่อดาวดี พิมพ์บัว รอบ ก้นลายเซ็น ปี 2508	ประมาณ 3 แสน บาท	ประมาณ 5 แสน บาท	ประมาณ 4 แสน บาท
25	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ เสมา รุ่นแรก เนื้อทองแดง ปี 2500	ประมาณ 5 แสน บาท	ประมาณ 2 ล้าน บาท	ประมาณ 1.5 ล้านบาท
26	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ รูปไข่ รุ่น 2 ไข่ปลาใหญ่ ปี 2502	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 1.5 แสนบาท	ประมาณ 8 หมื่น บาท
	เหรียญหลวงพ่อดาวดี “ไอ” พิมพ์รูปไข่ รุ่น 2 ไข่ปลาใหญ่ ปี 2502	ประมาณ 6 หมื่น บาท	ประมาณ 4 แสน บาท	ประมาณ 2 แสน บาท
27	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ รูปไข่ รุ่น 2 ไข่ปลาเล็ก ปี 2502	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 8 หมื่น บาท	ประมาณ 5 หมื่น บาท
28	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ เสมา รุ่น 3 “สามขีดใน-กึ่ง ไผ่” ปี 2504	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 2 แสน บาท	ประมาณ 1.5 แสนบาท
29	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ เสมา รุ่น 3 “2 จุด” ไม่จำกัด เนื้อ ปี 2504	ประมาณ 8 หมื่น บาท	ประมาณ 2.5 แสนบาท	ประมาณ 1.7 แสน บาท
30	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ เสมา รุ่น 3 “หน้าผาก 2 เส้น ประคตข้างเดียว” ปี 2504	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 8 หมื่น บาท	ประมาณ 7 หมื่น บาท
31	เหรียญหลวงพ่อดาวดี รุ่น เลื่อนสมณศักดิ์ เนื้อทองแดง ปี 2508	ประมาณ 5 แสน บาท	ประมาณ 3 ล้าน บาท	ประมาณ 2 ล้าน บาท

32	เหรียญหลวงพ่отวด รุ่น เลื่อนสมณศักดิ์ เนื้ออัลปาก้า (พิมพ์นิยม) ปี 2508	ประมาณ 1 แสน กว่าบาท	ประมาณ 2 ล้าน บาท	ประมาณ 1.5 ล้านบาท
33	เหรียญหลวงพ่отวด รุ่น เลื่อนสมณศักดิ์ เนื้ออัลปาก้า ชุบนิเกิ้ล ปี 2508	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 2.5 แสนบาท	ประมาณ 2 แสน บาท
34	เหรียญหลวงพ่отวด รุ่น เลื่อนสมณศักดิ์ เนื้ออัลปาก้า ชุบนิเกิ้ล (บล็อกธรรมดา) ปี 2508	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 1.5 แสนบาท	ประมาณ 1.2 แสนบาท
35	เหรียญหลวงพ่отวด พิมพ์ พุทธซ้อนใหญ่ บูทอง แจก กรรมการ ปี 2509	ประมาณ 2 แสน บาท	ประมาณ 1 ล้าน บาท	ประมาณ 5 แสน บาท

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ พร เมืองใต้ เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2558

ตารางราคาพระหลวงปู่ทวด ยอดนิยม ชุดที่ 2

	รุ่นพระ	ราคาช่วง พ.ศ. 2550	ราคาช่วงปลาย พ.ศ. 2556	ราคาช่วง พ.ศ. 2558
1	พระหลวงพ่отวด พิมพ์หลัง หนังสือใหญ่ “ตัว ท” ปี 2505	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 3 แสน บาท	ประมาณ 1.5 แสนบาท
2	พระหลวงพ่отวด พิมพ์หลัง หนังสือเล็ก “ตัว ท” ปี 2505	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 2.5 แสนบาท	ประมาณ 1.8 แสนบาท
3	พระหลวงพ่отวด พิมพ์หลัง หนังสือใหญ่ “เสอากาศ- สายฝน” ปี 2505	ประมาณ 4 หมื่น บาท	ประมาณ 2 แสน บาท	ประมาณ 1.6 แสนบาท

4	พระหลวงพ่อดาวดี พิมพ์หลัง หนังสือเล็ก “ว. มีจุด” ปี 2505	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 2.5 แสนบาท	ประมาณ 1.5 แสนบาท
5	พระหลวงพ่อดาวดี พิมพ์หลัง หนังสือใหญ่ ปี 2505	ประมาณ 2.5 หมื่นบาท	ประมาณ 1.5 แสนบาท	ประมาณ 1 แสน บาท
6	พระหลวงพ่อดาวดี พิมพ์หลัง หนังสือเล็ก ปี 2505	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 4 หมื่น บาท
7	พระหลวงพ่อดาวดี พิมพ์หลัง หนังสือใหญ่-เล็ก ปี 2506	ประมาณ 2 หมื่น บาท	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 2.5 หมื่นบาท
8	พระหลวงพ่อดาวดี พิมพ์หลัง หนังสือเล็ก “มีหู” ปี 2506	ประมาณ 2 หมื่น บาท	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 2.5 หมื่นบาท
9	พระกริ่งอุบาเก็ง วัดเอี่ยมวร นุช ปี 2506	ประมาณ 1 หมื่น กว่าบาท	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 2 หมื่น บาท
10	พระหลวงพ่อดาวดี พิมพ์หลัง เตารีดใหญ่ ปี 2508	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 1.8 แสนบาท	ประมาณ 1.2 แสนบาท
11	พระหลวงพ่อดาวดี พิมพ์หลัง หนังสือใหญ่ กะไหล่ทอง ปี 2508	ประมาณ 2 หมื่น บาท	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 3 หมื่น บาท
12	พระหลวงพ่อดาวดี พิมพ์หลัง หนังสือใหญ่ ปี 2508	ประมาณ 1.5 หมื่นบาท	ประมาณ 4 หมื่น บาท	ประมาณ 3 หมื่น บาท
13	พระหลวงพ่อดาวดี พิมพ์หลัง หนังสือเล็ก ปี 2508	ประมาณ 5 พัน บาท	ประมาณ 2 หมื่น บาท	ประมาณ 1.5 หมื่นบาท
14	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ เสมา รุ่น 3 เนื้อทองแดง ปี 2504	ประมาณ 1 หมื่น บาท	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 4 หมื่น บาท
15	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ เสมา “ข้างปล้อง” รุ่น 3 เนื้ออัลปาก้า ปี 2504	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 2 แสน บาท	ประมาณ 1 แสน บาท

16	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ เสมา “พ มีขีด” รุ่น 3 เนื้ออัลปาก้า ปี 2504	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 2 แสน บาท	ประมาณ 1 แสน บาท
17	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ เสมา รุ่น 3 เนื้ออัลปาก้า ปี 2504	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 1 แสน บาท	ประมาณ 7 หมื่น บาท
18	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ รูปไข่ รุ่น 3 เนื้อทองแดง ปี 2504	ประมาณ 2 หมื่น บาท	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 4 หมื่น บาท
19	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ รูปไข่ รุ่น 4 เนื้ออัลปาก้า นิยม 10 ชิด ปี 2505	ประมาณ 5 พัน บาท	ประมาณ 4 หมื่น บาท	ประมาณ 3 หมื่น บาท
20	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ น้ำเต้า ปี 2505	ประมาณ 5 พัน บาท	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 1.5 หมื่นบาท
21	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ ซุ้มกอ แจกปีนัง ปี 2506	ประมาณ 3 พัน บาท	ประมาณ 2 หมื่น บาท	ประมาณ 1 หมื่น บาท
22	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ หกเหลี่ยมใหญ่-เล็ก แจกปีนัง ปี 2506	ประมาณ 1 หมื่น บาท	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 3 หมื่น บาท
23	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ใบ สาเก ปี 2506	ประมาณ 3 พัน บาท	ประมาณ 2 หมื่น บาท	ประมาณ 1 หมื่น บาท
24	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ สามเหลี่ยมเล็ก “หลังหนังสือ 5 แถว” ปี 2506	ประมาณ 1 หมื่น บาท	ประมาณ 1 แสน บาท	ประมาณ 5 หมื่น บาท
25	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ เม็ดแตง เนื้ออัลปาก้า ปี 2506	ประมาณ 2 หมื่น บาท	ประมาณ 3 แสน บาท	ประมาณ 1 แสน บาท
26	เหรียญหลวงพ่อดาวดี พิมพ์ หัวแหวน ปี 2506-2507	ประมาณ 2 พัน บาท	ประมาณ 1 หมื่น บาท	ประมาณ 8 พัน บาท

27	แหวนหลวงพ่อทวด ปี 2506-2508	ประมาณ 3 พัน บาท	ประมาณ 2 หมื่น บาท	ประมาณ 1 หมื่น บาท
28	เหรียญหลวงพ่อทวด พิมพ์ ห้าเหลี่ยม เนื้อทองแดง กะไหล่ทอง ปี 2508	ประมาณ 1.5 หมื่นบาท	ประมาณ 5 หมื่น บาท	ประมาณ 3 หมื่น บาท
29	เหรียญหลวงพ่อทวด พิมพ์ สามเหลี่ยมเล็ก “หลังรุ่น ๑” ปี 2508	ประมาณ 7 พัน บาท	ประมาณ 2.5 หมื่นบาท	ประมาณ 1.5 หมื่นบาท
30	เหรียญหลวงพ่อทวด พิมพ์ เม็ดแตง เนื้ออัลปาก้า ปี 2508	ประมาณ 1 หมื่น บาท	ประมาณ 2 หมื่น บาท	ประมาณ 1.5 หมื่นบาท
31	เหรียญหลวงพ่อทวด พิมพ์ หัวแหวน ปี 2508	ประมาณ 2 พัน บาท	ประมาณ 1 หมื่น บาท	ประมาณ 8 พัน บาท
32	เหรียญหลวงพ่อทวด พิมพ์ พุทธซ้อนเล็ก เนื้ออัลปาก้า ปี 2509	ประมาณ 3 หมื่น บาท	ประมาณ 2 แสน บาท	ประมาณ 1.5 แสนบาท
33	เหรียญหลวงพ่อทวด พิมพ์ พุทธซ้อนเล็ก ปี 2511	ประมาณ 2 หมื่น บาท	ประมาณ 1.5 แสนบาท	ประมาณ 8 หมื่น บาท
34	เหรียญหลวงพ่อทวด พิมพ์ เสมา “หน้าเลื่อนหลังเจดีย์” เนื้ออัลปาก้า ปี 2511	ประมาณ 1.5 หมื่นบาท	ประมาณ 2 แสน บาท	ประมาณ 1.8 แสนบาท
35	เหรียญหลวงพ่อทวด พิมพ์ สามเหลี่ยมเล็ก “หลังรุ่น ๑” ปี 2511	ประมาณ 5 พัน บาท	ประมาณ 1 หมื่น บาท	ประมาณ 8 พัน บาท

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ พร เมืองใต้ เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2558

ภาคผนวก ข

ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

1. พี่อ้วน สัมภาษณ์ 25 พฤศจิกายน 2557

ผู้ศึกษาเจอพี่อ้วนที่ร้านขายพระเครื่องหลวงปู่ พันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน โดยพี่อ้วนเคยเช่าพระกับเจ้าของร้านที่ผู้ศึกษากำลังสัมภาษณ์ พี่อ้วนแวะเวียนเข้ามาที่ร้านขายพระอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเข้ามาพูดคุยกับเจ้าของร้านขายพระ พี่อ้วนเริ่มสนใจพระเครื่องเนื่องจากมีรุ่นพี่แนะนำมา

ข้อมูลส่วนตัว

เพศ ชาย อายุ 31 ปี การศึกษา ม.6 อาชีพ เจ้าของอู่ซ่อมรถ สถานภาพ สมรสแล้ว ยังไม่มีบุตร

จำนวนพระเครื่องที่สะสม

พี่อ้วนจำไม่ได้ว่ามีพระเครื่องที่สะสมอยู่เท่าไร แต่มีอยู่หลายสิบองค์ โดยพระที่พี่อ้วนศรัทธาคือ หลวงปู่หมื่น และหลวงปู่ทวด ซึ่งครอบครัวของพี่อ้วนไม่มีใครสนใจเรื่องพระเครื่องเลย พระเครื่องที่มีจึงมาจากการเก็บสะสมเอง พี่อ้วนเช่าพระตั้งแต่ราคาหลักร้อยถึงหลักหมื่น

พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่เป็นเจ้าของ

พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ทันอาจารย์ทิม ที่พี่อ้วนเป็นเจ้าของ คือ เหรียญหลวงปู่ทวด พิมพ์พุทธซ้อนเล็ก ปี 2511 และ เหรียญหลวงปู่ทวด พิมพ์เสมา หน้าเลื่อนหลังเจดีย์ ปี 2511 โดยพระเครื่องที่พี่อ้วนมี ได้จากการเช่าบูชาที่ร้านขายพระ ซึ่งพี่อ้วนเริ่มเก็บสะสมพระเครื่องหลวงปู่ทวดมาได้ 2 - 3 ปี (ตั้งแต่ พ.ศ. 2555) พระเครื่องหลวงปู่ทวดองค์อื่นที่มีเป็นพระใหม่ที่สร้างโดยวัดข้างให้

พระเครื่องหลวงปู่ทวดองค์แรกที่พี่อ้วนเช่า คือ พิมพ์เสมา หน้าเลื่อนหลังเจดีย์ ปี 2511 เชา ในราคา 65,000 บาท พระเครื่องที่พี่อ้วนคล้องเป็นประจำ คือ เหรียญหลวงปู่ทวด พิมพ์พุทธซ้อนเล็ก ปี 2511

2. พี่ต่อ สัมภาษณ์ 23 เมษายน 2558

ผู้ศึกษาได้สัมภาษณ์พี่ต่อ เนื่องจากมีเพื่อนท่านหนึ่งแนะนำให้ โดยไปสัมภาษณ์พี่ต่อในทำงาน คือ โรงเรียนมัธยมในจังหวัดลพบุรี

ข้อมูลส่วนตัว

เพศ ชาย อายุ 28 ปี อาชีพครู รายได้ 15,000 บาท สถานภาพ โสด

จำนวนพระเครื่องที่สะสม

ฟี่ต่อมีพระเครื่องที่สะสมประมาณ 100 องค์ ส่วนใหญ่เป็นพระเกจิ เช่น หลวงปู่ศุข วัดปากคลองมะขามเฒ่า, หลวงพ่อพริ่ง วัดโบสถ์ไทรงาม, หลวงพ่อบุญมี วัดเขาสมอคอน, หลวงพ่อแพ วัดพิบูลทอง และมีพระกรูบ้าง เช่น กรูวัดพระศรี พระเครื่องส่วนใหญ่ของฟี่ต่อ ได้รับมาจากบรรพบุรุษ คนในครอบครัวฟี่ต่อที่ชอบพระเครื่อง คือ พ่อ ลุง และลูกพี่ลูกน้อง

พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่เป็นเจ้าของ

พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ฟี่ต่อมี คือ เหรียญหลวงปู่ทวด พิมพ์เสมา “ข้างปล้อง” รุ่น 3 ปี 2504 มี 2 เหรียญ และ หลวงปู่ทวด เนื้อว่าน รุ่นพินัยกรรม ปี 2505 โดยพระของฟี่ต่อได้รับมาจากพ่อ ที่เช่าหาเองก็จะเป็นพระหลวงปู่ทวดใหม่ๆ ที่เปิดให้จองจากวัดต่างๆ ฟี่ต่อเริ่มเก็บสะสมพระเครื่องมาได้ประมาณ 2 ปี (ตั้งแต่ พ.ศ. 2556) พระเครื่องที่ฟี่ต่อคล้องอยู่ประจำ คือ เหรียญหลวงปู่ทวด พิมพ์เสมา “ข้างปล้อง” รุ่น 3 ปี 2504

3. บาส ผู้เช่าบูชา สัมภาษณ์ 3 เมษายน 2558

บาสเป็นเพื่อนของผู้ศึกษา โดยบาสเคยเรียนและทำงานอยู่ที่กรุงเทพฯ แต่ปัจจุบันบาสได้กลับไปช่วยงานที่บ้านที่จังหวัดพิษณุโลก ผู้ศึกษาได้นัดเจอบาสเพื่อสัมภาษณ์ที่กรุงเทพฯ

ข้อมูลส่วนตัว

เพศ ชาย อายุ 27 ปี อาชีพ ค้าขาย รายได้เดือนละ 20,000 บาท สถานภาพ โสด

จำนวนพระเครื่องที่สะสม

บาสมีพระเครื่องที่สะสมอยู่ประมาณเกือบ 100 องค์ เช่น หลวงพ่อแดง วัดเขابันไดอิฐ, หลวงปู่ทวดของอาจารย์นอง, หลวงปู่ทิม วัดระหารไร่ และจตุคาม รุ่น ปี 2550 ขึ้นไป ครอบครัวของบาสไม่มีใครสนใจพระเครื่องเลย พระเครื่องที่มีจึงมาจากการเก็บสะสมเอง บาสเช่าพระตั้งแต่หลักร้อยถึงหลักหมื่น

พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่เป็นเจ้าของ

บาสไม่มีพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ทันอาจารย์ทิม มีแต่ของอาจารย์นอง มีประมาณ 10 องค์ จำชื่อรุ่นไม่ได้ แต่องค์แรกที่เช่า คือ รุ่นมณฑป ปี 2540 เช่ามาจากแผงพระในราคา 15,000 บาท บาสเริ่มเก็บสะสมพระเครื่องมาได้ประมาณ 5 ปี (ตั้งแต่ พ.ศ. 2553) พระเครื่องที่บาสคล้องติดตัวเป็นประจำ คือ เหรียญหลวงพ่อด่าง วัดเขابันไดอิฐ บาสไม่ได้คล้องหลวงปู่ทวด เนื่องจากกลัวว่าพระเป็นเนื้อว่าน จะเกิดความเสียหายได้ง่าย

4. ลุงเอนก ผู้เช่าบูชา สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2558

ลุงเอนกเป็นเพื่อนของพ่อผู้ศึกษา โดยผู้ศึกษานัดสัมภาษณ์ลุงเอนกที่ร้านกาแฟแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก

ข้อมูลส่วนตัว

เพศ ชาย อายุ 58 ปี อาชีพ พนักงานการไฟฟ้า รายได้เดือนละ 100,000 กว่าบาท สถานภาพ สมรสแล้ว มีบุตร 2 คน เป็น ผู้ชาย 1 คน ผู้หญิง 1 คน โดยบุตรชายเสียชีวิตเมื่อปี พ.ศ. 2549

จำนวนพระเครื่องที่สะสม

ลุงเอนก มีพระเครื่องที่สะสมอยู่ประมาณ 300 องค์ โดยมีพระกรู พระเกจิ แล้วพระต่างๆไป เช่น พระสมเด็จเจดีย์ไชโย, พระปิดตา หลวงพ่อแก้ว วัดเครือวัลย์ พระนางพญา โดยลุงเอนกชอบพระกรู มีพระกรูอยู่หลายองค์ เช่น พระนาคปรก กรูวัดมหาธาตุ, พระเจี๋ยวตั้งปิ่น, พระกรูวัดปิ่น, หลวงพ่อชินราช ใบเสมา คนในครอบครัวของลุงเอนกที่สนใจพระเครื่อง คือ พี่ของลุงเอนก ลุงเอนกเริ่มสะสมพระเครื่องมาแล้วประมาณ 24 ปี (ตั้งแต่ พ.ศ. 2534) ลุงเอนกเช่าพระตั้งแต่หลักร้อยถึงหลักแสน โดยองค์ที่แพงสุดที่เคยเช่า คือ รูปหล่อหลวงพ่อดิม เช่ามาในราคา 400,000 บาท ลุงเอนกคาดว่าหมดเงินเช่าพระไปเป็นหลักล้าน

พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่เป็นเจ้าของ

พระเครื่องหลวงปู่ทวดองค์แรกที่ลุงเอนก คือ หลวงปู่ทวดลอยองค์ ได้รับมาจากพี่ชาย ตอนปี 2534 ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ลุงเอนกชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวด ลุงเอนกมีพระเครื่องหลวงปู่ทวด ที่ปลุกเสกโดยอาจารย์ทิมและออกจากวัดข้างใต้ เช่น เนื้อว่าน พิมพ์กลาง ปี 2497, รุ่นหลังเตารีด เนื้อนวะ ปี 2505, รุ่นหลังหนังสือ เสภาอากาศ ปี 2505, รุ่นหลังหนังสือ ว. มีจุด ปี 2505, แหวนหลวงปู่ทวด และยังมีหลวงปู่ทวดที่สร้างจากวัดอื่นอีก เช่น วัดประสาธตบุญญาวาส ปี 2506 วัดสุวรรณคีรี ชุ่มกอใหญ่ ปี 2506 โดยพระเครื่องของลุงเอนก รุ่นหลังหนังสือ ปี 2505, แหวนหลวงปู่ทวด ได้มาจากแม่

ยาย ส่วนเนื้อวานปี 2497 มีเพื่อนให้มา พระองค์ที่ลุงเอนกเข้ามาและจำราคาได้ คือ หลังเตารีด เนื้อวานปี 2505 โดยลุงเอนกเข้ามาจากเพื่อนในราคา 15,000 บาท เมื่อตอน พ.ศ. 2547 ซึ่งองค์นี้ เมื่อตอน พ.ศ. 2554 มีคนมาขอเช่าต่อในราคา 1.5 – 2 ล้านบาท แต่ลุงเอนกก็ไม่ได้ให้เข้าไป ลุงเอนกเริ่มสะสมพระเครื่องมาแล้วประมาณ 24 ปี (ตั้งแต่ พ.ศ. 2534) พระเครื่องที่ลุงเอนกคล้องติดตัวเป็นประจำ คือ หลวงปู่ทวดลอยองค์ ไม่ทราบวัด ที่ได้รับจากพี่ชาย สลับกับ หลวงปู่ทวด รุ่นหลังหนังสือปี 2505 และ แหวนหลวงปู่ทวด

5. พี่อู๋ ผู้เช่าบูชา สัมภาษณ์ 14 มีนาคม 2558

ผู้ศึกษาเจอพี่อู๋ที่ร้านพระเครื่อง “พรปู่ทวด” พันธุ์ทิพย์ บางกะปิ โดยพี่อู๋เช่าพระหลวงปู่ทวดจากร้านพรปู่ทวดเป็นประจำ ในวันนั้นพี่อู๋เข้ามาพูดคุยกับเจ้าของร้าน และสอบถามว่ามี หลวงปู่ทวด รุ่นหลังหนังสือ ปี 2505 สวยๆบ้างหรือไม่ ถ้าเจอแล้วช่วยเก็บไว้ให้ดูหน่อย

ข้อมูลส่วนตัว

เพศ ชาย อายุ 34 ปี อาชีพ ทหาร รายได้เดือนละ 20,000 กว่าบาท สถานภาพ สมรส มีบุตร 1 คน อยู่ในท้องภรรยา ยังไม่ทราบเพศ

จำนวนพระเครื่องที่สะสม

พี่อู๋จำไม่ได้ว่าสะสมพระเครื่องไว้กี่องค์ แต่มีอยู่หลายพันองค์ โดยเน้นสะสมหลวงปู่ทวด แต่ก็มีพระอื่นๆบ้าง เช่น หลวงพ่อเงิน วัดบางคลาน หลวงปู่สี วัดถ้ำเขาบุญนาค พี่อู๋เช่าพระตั้งแต่หลักร้อยถึงหลักแสน พี่อู๋คาดว่าหมดเงินเช่าพระเครื่องไปเป็นหลักล้าน

พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่เป็นเจ้าของ

พี่อู๋ชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวดเนื่องจากที่บ้านเป็นคนใต้ พี่อู๋จำไม่ได้ว่ามีพระเครื่องหลวงปู่ทวดกี่องค์ แต่มีประมาณ 1,000 – 2,000 องค์ โดยได้รับทั้งจากบรรพบุรุษ ได้รับจากญาติมิตรหรือคนคุ้นเคยมอบให้ ได้จากการเช่าหาเองทั้งจากวัด แฝงพระ นิตยสารพระ และอินเทอร์เน็ต สำหรับพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่สร้างโดยอาจารย์ทิมและออกที่วัดช้างให้ พี่อู๋บอกว่ามีหมดทุกรุ่น เช่น เนื้อวานปี 97, เหรียญหัวโต ปี 2500, รูปหล่อเบตง ปี 2505, เนื้อวานปีนัยกรรม ปี 2505, รุ่นหลังเตารีดปี 2505, รุ่นหลังหนังสือปี 2505, เหรียญเม็ดแดง, เหรียญเลื่อนสมณศักดิ์ ปี 2508 โดยคนในครอบครัวมีพระเครื่อง แต่ไม่มีใครสะสมแบบพี่อู๋ พี่อู๋เริ่มเก็บสะสมตั้งแต่อายุ 8 ขวบ เก็บสะสมมาแล้ว 26 ปี (ตั้งแต่ปี 2532) ในวันที่สัมภาษณ์พี่อู๋คล้องหลวงปู่ทวด เนื้อวานปี พิมพ์ พระเครื่องหลวงปู่ทวดแพงสุด

ที่เคยเช่า คือ เหยี่ยญเลื่อนสมณศักดิ์ ปี 2508 เข้ามา 380,000 บาท ในวันสัมภษณที่ยุคล้องพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื้อว่าน พิมพ์กลาง ปี 2497 พิมพ์เข้ามาในราคา 240,000 บาท องค์กรนี้ผ่านการประกวดได้แชมป์เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2557 ซึ่งมีคนเสนอเงินให้ 400,000 กว่าบาท แต่พิมพ์ไม่ปล่อย

6. มิกซ์ ผู้เช่าบูชา สัมภษณ 23 เมษายน 2558

มิกซ์เป็นเพื่อนของผู้ศึกษา โดยผู้ศึกษาได้นัดสัมภษณมิกซ์ที่โรงเรียนมัธยมแห่งหนึ่งในจังหวัดลพบุรี

ข้อมูลส่วนตัว

เพศ ชาย อายุ 26 ปี อาชีพ ครู รายได้เดือนละ 15,000 บาท สถานภาพ โสด

จำนวนพระเครื่องที่สะสม

มิกซ์มีพระเครื่องที่สะสมอยู่ประมาณ 50 องค์ เช่น พระซุ้มกอ, พระสมเด็จเกษไชโย, หลวงปู่หิน วัดหนองนา, หลวงพ่อสารันต์ วัดดงน้อย ที่สะสมเป็นพระเครื่องหลวงปู่ทวดมากที่สุด นอกจากนี้มิกซ์มีเครื่องราง เช่น ตะกรุดหลวงพ่อเดิม วัดหนองโพธิ์, ตะกรุดหลวงปู่ศุข วัดปากคลองมะขามเฒ่า, พญาเต่าเรือน หลวงพ่อเงิน มิกซ์เช่าพระเครื่องตั้งแต่หลักร้อยถึงหลักหมื่น

พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่เป็นเจ้าของ

มิกซ์ชอบพระเครื่องหลวงปู่ทวด เนื่องจากแม่เป็นคนใต้ และครอบครัวมิกซ์เป็นนักการเมือง มิกซ์จึงชอบพุทธคุณทางด้านแคล้วคลาด มีพระเครื่องหลวงปู่ทวดที่ทันอาจารย์ทิมและออกวัดข้างให้คือ เนื้อว่าน ปี 2497 และเนื้อว่าน พิณยกรรม ปี 2505 โดยมิกซ์ได้รับมาจากแม่ ที่เหลือเป็นพระเครื่องหลวงปู่ทวดของอาจารย์นอง เช่น รุ่นสร้างตำหนัก, รุ่นเอ็ม-16 และมีเช่าพระเครื่องรุ่นตามข่าวคือ หลวงปู่ทวดของพ่อท่านแดง รุ่น 5 แซะ และหลวงปู่ทวด รุ่นได้ร่มเย็น

7. ลุงเอก ผู้เช่าบูชา สัมภษณ 23 เมษายน 2558

ผู้ศึกษาได้สัมภษณลุงเอก จากการแนะนำจากเพื่อนของผู้ศึกษา โดยผู้ศึกษาได้นัดสัมภษณลุงเอกที่บ้านในจังหวัดสิงห์บุรี

ข้อมูลส่วนตัว

เพศ ชาย อายุ 54 ปี อาชีพ รับราชการ รายได้เดือนละประมาณ 20,000 บาท สถานภาพ สมรสแล้ว มีบุตรชาย 2 คน

จำนวนพระเครื่องที่สะสม

ลูกเอกมีพระเครื่องที่สะสมอยู่ประมาณ 8,000 องค์ โดยเป็นพระเก่าพระใหม่คละกัน เป็นพระเหรียญประมาณ 5,000 องค์ เป็นเนื้อผง พระสมเด็จจากวัดต่างๆประมาณ 2,000 องค์ เป็นพระรูปหล่อก็ประมาณ 1,000 องค์ มีพระเนื้อว่านประมาณ 50 องค์ ลูกเอกชอบพระเกจิมากกว่าพระกรุ โดยพระที่ชื่นชอบ คือ หลวงปู่ทวด และหลวงพ่อกวย วัดโฆสิตาราม พระที่ลูกเอกคล้องติดตัวประจำ คือ พระสมเด็จเกษไชโย เหรียญนุมา หลวงพ่อกวย และหลวงปู่ทวด หลังหนังสือ ปี 2505 ลูกเอก คาดว่าหมดเงินในการเช่าพระเครื่องไปประมาณ 5 - 6 แสนบาท

พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่เป็นเจ้าของ

ลูกเอกมีพระเครื่องหลวงปู่ทวดจากวัดต่างๆที่สะสมอยู่ประมาณ 200 องค์ ส่วนมากจะเน้นที่ อาจารย์ทิมร่วมปลุกเสก กับอาจารย์นองสร้าง พระหลวงปู่ทวดองค์แรกที่ลูกเอกมี คือ รุ่นหลังหนังสือ ปี 2505 โดยเพื่อนเป็นผู้มอบให้ลูกเอก พระเครื่องหลวงปู่ทวดที่อาจารย์ทิมปลุกเสกและออกวัดข้างให้ที่ลูกเอกมี คือ เหรียญหลวงพ่อกวย พิมพ์รูปไข่ รุ่น 2 ปี 2502, รุ่นหลังหนังสือ ปี 2505, รุ่นหลังหนังสือ ปี 2506, รุ่นหลังหนังสือ ปี 2508, หัวแหวน ปี 2506 กะไหล่เงิน นอกจากนั้นเป็นหลวงปู่ทวดที่ออกวัดควนวิเศษ วัดเมือง วัดพะโคะ วัดทรายขาว และวัดตันเลียบ เช่น วัดพะโต๊ะ ปี 2506, รุ่นบัวหก ปี 2508, ทะเลซุง เล็ก ปี 2508, วัดประสาทรบุญญาวาส ปี 2506 ลูกเอกจะเน้นหาพระจากตามบ้านทำให้หาพระเครื่องได้ราคาถูก โดยพระเครื่องหลวงปู่ทวดองค์ที่เช่าแพงสุด คือ เหรียญหลวงพ่อกวย พิมพ์เสมา รุ่น 3 ปี 2504 เช่ามาตอน พ.ศ. 2549 ประมาณ 5,000 บาท ลูกเอกคาดว่าหมดเงินเช่าพระเครื่องหลวงปู่ทวดทั้งหมดไปหลักแสนบาท

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายสวัสดิ์ เกื้อนคำ เกิดวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2531 ที่จังหวัดพิษณุโลก สำเร็จการศึกษาเศรษฐศาสตรบัณฑิต จากคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2553 และได้เข้าศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตที่คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2554

