

ความเชื่อกับธุรกิจ และ ธุรกิจความเชื่อ



ถ้าหากันตามท้องเรื่องก็จะพบว่า บทความที่ผมจะพูดถึงนี้ ประกอบด้วยเนื้อหา 2 เรื่องด้วยกันคือ ความเชื่อกับ (นัก) ธุรกิจ และการทำธุรกิจ (ที่เกี่ยวกับ) ความเชื่อ ถ้าเขียนแบบนี้คงพอจะเข้าใจได้ไม่ยาก ซึ่งดูละม้ายคล้ายกันจนทำให้เกิดอาการมึนงงได้เลยทีเดียว แต่ในความจริงแล้วมันเป็นคนละเรื่องกันแต่เชื่อมโยงกันในลักษณะของ Supply chain นั่นแหละครับ

ส่วนที่ 1 ความเชื่อกับธุรกิจ สำหรับคนไทย จีน พม่า ลาว หรือประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชียที่นับถือศาสนาพุทธ พราหมณ์ ฮินดู ล้วนมีความศรัทธาตั้งมั่นในศาสนาของตนอย่างเหนียวแน่น ซึ่งอิทธิพลของความศรัทธาหรือความเชื่อนั้นก็ได้เข้ามาหลอมรวมเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของตนโดยไม่รู้ตัว ไม่ว่าจะเป็นชนชั้นล่าง กลาง หรือชั้นสูง ไม่ว่าจะมียาอาชีพการงานระดับรากหญ้าไปจนถึงระดับชาติ ก็ล้วนมีความเชื่อในสิ่งที่ยึดมั่นอยู่ในสายเลือด ไต่ตั่งแต่นักธุรกิจระดับ Micro SMEs ไปจนถึงระดับเจ้าสัวหมื่นล้าน ก็มักจะมีการแสดงออกถึงความเชื่อของตนอยู่ในธุรกิจนั้นเสมอ ผมจะยกตัวอย่างง่าย ๆ เช่น คนไทยเชื่อว่าทำมาค้าขายให้บูชาแม่นางกวัก คนนับถือพราหมณ์หรือฮินดูจะบูชาพระพรหม คนจีนต้องดูฮวงจุ้ยก่อนตั้งห้างร้านและการจัดวางสินค้าในร้าน คนฮ่องกงเชื่อใบพัด/กังหัน คนญี่ปุ่นใช้มาเนกิ เนโกะ (แมวกวัก) ที่นี้ลองมาดูกันแต่ละอย่าง โดยผมจะแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ให้พอเห็นภาพความเชื่อที่ชัดเจนขึ้นว่านักธุรกิจนั้นเชื่อในอะไรบ้าง นอกจากตำราเศรษฐศาสตร์



พระพุทธรูป พระเครื่อง เทวรูป เครื่องรางของขลัง อันดับแรกที่ต้องพูดถึงเลยคือเรื่องของ พระพุทธรูป พระเครื่อง เทวรูป เครื่องรางของขลัง ซึ่งในที่นี้จะขอเรียกแบบเหมารวมกันว่า “วัตถุมงคล” โดยแต่ละศาสนา ลัทธิ และความเชื่อประจำถิ่นของแต่ละคนก็จะมีวัตถุมงคลที่ว่ามีมานานั้นแตกต่างกันไป เช่น คนไทยก็จะเชื่อว่า การทำมาค้าขายหรือการทำธุรกิจเล็ก ๆ ไปจนถึงขนาดกลางมักจะต้องมีผู้ช่วยจึงจะประสบความสำเร็จ ทำมาค้าขึ้น ร่ำรวยเงินทอง เช่น พระสังกัจจายน์ พระสิวลี พระอุปคุต เครื่องรางของขลังที่เชื่อว่าช่วยธุรกิจและการค้าก็มี เช่น แม่นางกวัก กุมารทอง ปลัดขิก พญาเต่าเรือน กาฝากกรัก กาฝากมะรุม และ

วัตถุมงคลรูปนกสาริกา ทางด้านคนไทยเชื้อสายจีน คนจีน ฮองกง มาเลเซีย สิงคโปร์ จะเชื่อในเทพเจ้าจีน เช่น ฮกหลั้ว เทพเจ้ากวนอู เจ้าแม่กวนอิม เทพไฉ่ซิงเอี้ย ทางฝั่งเทพเจ้าฮินดูก็มักจะเป็นพระพรหมและพระพิฆเนศเป็นหลัก ทั้งหมดล้วนเป็นวัตถุมงคลในรูปแบบ “วัตถู” ที่จับต้องได้มีหลายขนาดตั้งแต่ขนาดจิ๋วไปจนถึงหน้าตักหลายนิ้วหรือที่เรียกว่าขนาดบูชา สำหรับนักธุรกิจยักษ์ใหญ่ท่านมักเห็นว่าหน้าสำนักงานของบริษัทเหล่านั้นมักตั้งศาลพระภูมิ เจ้าที่ หรือศาลพระพรหม หรือเทพเจ้าที่ตนนับถือไว้ด้วยเสมอ นี่คือการเชื่อในรูปแบบแรก



โหราศาสตร์ ดวงชะตา ตัวเลข ฮวงจุ้ย การเชื่อในแบบที่สองพอจะมองภาพได้ชัดว่าต่างจากแบบแรกด้วยมีความเป็นวิชาการ ตรรกศาสตร์ สถิติ และโหราศาสตร์ ซึ่งเป็นความเชื่อในรูปแบบที่ไม่ใช่วัตถู แต่เป็นการทำตามหลักการ (ที่ตนเชื่อถือ) ว่าทำแล้วจะเกิดความเจริญรุ่งเรือง ไม่ว่าจะเป็นการดูฮวงจุ้ย การตั้งศาล ทั้งหลายที่ไม่ใช่ศาลพิพากษา สีผาผนังร้าน สีป้ายร้าน เลขมงคล เช่น เบอร์มือถือ ซึ่งหลายท่านอาจไม่เห็นความสำคัญ แต่กับอีกหลาย ๆ คนกลับยอมทุ่มเงินหลักหมื่นหลักแสนเพื่อให้ได้เบอร์มือถือที่ถูกโฉลกเพียงเบอร์เดียว และความเชื่อเรื่องนี้มากน้อยแค่ไหน ท่านลอง search ดูร้านหรือคนขายเบอร์สวยเบอร์มงคลในอาณัติ google ดูแล้วกันว่ามีกี่พันเจ้า ซึ่งผมว่าน่าจะมีมากพอ ๆ กับศูนย์พระเครื่องที่ให้เขาบูชาวัตถุมงคลตามความเชื่อในรูปแบบแรกเลยทีเดียว นอกจากนี้ นักธุรกิจกลุ่มใหญ่ยังพึ่งพาการดูดวง และโหราศาสตร์ในการทำธุรกิจอีกด้วย เช่น คนเกิดวัน เดือน ปี ต่างกัน จะมีธุรกิจที่ทำแล้วรุ่งกับทำแล้วร่วงต่างกันไป บางคนทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์แล้วจะรวย ในขณะที่บางคนต้องทำธุรกิจทางน้ำเท่านั้นถึงจะรุ่ง ทำให้เรามากได้ยินว่ามีชื่อของหมอดูและซินแสเงินล้านเป็นที่ปรึกษาของนักธุรกิจรายใหญ่อยู่พอสมควร



ส่วนที่ 2 ธุรกิจความเชื่อ นับเป็นชีรี่ที่ต่อจากส่วนแรก ก็เพราะว่ามีความเชื่อกับธุรกิจ จึงทำให้เกิดธุรกิจ (บน) ความเชื่อ และสิ่งนั้นทำให้เกิดธุรกิจแบบนิ่งขึ้นมาเพื่อที่ทำหน้าที่สนอง need ของนักธุรกิจในกลุ่มแรก อันได้แก่ ศูนย์พระเครื่องที่ให้เชาบูชาวัตถุมงคลประเภทต่าง ๆ มีตั้งแต่ระดับ Micro SMEs คือพ่อค้าประเภทแผงลอย หรือในวงการเรียกว่าแผงจร คือนำพระเครื่องวัตถุมงคลที่ตนมีไปเปิดแผงให้บูชาตามสถานที่ที่เรียกว่าสนามพระ ตลาดพระ เป็นต้น ระดับ Small ก็มีศูนย์พระเครื่องขนาดใหญ่ที่มีลูกน้อง ลูกจ้าง ประจำศูนย์ มีคนหาพระส่งเข้าศูนย์ ปกติจะอยู่ตามห้างสรรพสินค้า หรือศูนย์พระเครื่องขนาดใหญ่ที่มีผู้ประกอบการจำหน่ายวัตถุมงคลหลายสิบรายมาอยู่รวมกันในที่เดียว ไปจนถึงธุรกิจระดับ Medium คือ ผู้ที่สร้างพระเครื่องวัตถุมงคลให้กับวัดต่าง ๆ โรงงานหล่อพระ บั้มพระ เป็นต้น ท่านทราบหรือไม่ว่าธุรกิจเกี่ยวกับพระเครื่อง วัตถุมงคลนี้ ทำให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของไทยปีละหลักหมื่นล้านบาทเลยทีเดียว เพราะปัจจุบันผู้ที่นิยมชมชอบพระเครื่องวัตถุมงคลได้ขยายไปทั่วโลกแล้ว ดังนั้น วัตถุมงคลที่กล่าวมาจึงกลายเป็นสินค้าส่งออกสำคัญอีกอย่างหนึ่งของไทย



นอกจากธุรกิจการจำหน่ายสินค้า (วัตถุมงคล) แล้ว ธุรกิจการให้บริการบนความเชื่อก็รุ่งเรืองไม่แพ้กัน ไม่ว่าจะเป็น ชินแส หมอดู อาจารย์ดั่ง ผู้แทนจำหน่ายหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้มีวิชาอาคมขลังปลุกเสก วัตถุมงคล สร้างวัตถุมงคล ทำพิธีกรรมด้านโหราศาสตร์และไสยศาสตร์ต่าง ๆ อีกมากมาย เรียกว่ามากพอ ๆ กับจำนวนดารานักร้องสมัยนี้เลยทีเดียว บางคนก็ประสบความสำเร็จมีชื่อเสียงโด่งดัง บางคนก็ดับไปในสายลม ทั้งนี้เพราะอาชีพที่กล่าวมานั้นมีปัจจัยพิเศษอยู่ประการหนึ่งที่จะตัดสินธุรกิจว่าจะรอดหรือไม่ สิ่งนั้นคือ “เครดิต” ซึ่งในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเรื่องเงินหรือการให้สินเชื่อ แต่เป็น “ความน่าเชื่อถือ” ในอาชีพ เช่น กุมารทอง

องค์หนึ่ง เจ้าของศูนย์พระในห้างซึ่งเป็นกรรมการสมาคมผู้นิยมพระเครื่องพระบูชาไทย สามารถปล่อย (ขาย) ให้ลูกค้าได้ในราคา 100,000 บาท แต่เจ้าของแผงพระในตลาดนัดพระเครื่องปล่อยได้ในราคา 5,000 บาท ทั้งที่กุมารทองนั้นมาจากวัดเดียวกันรุ่นเดียวกันและเป็นของแท้เหมือนกัน สิ่งที่ต่างกันมีเพียงสิ่งเดียวคือ “ผู้ขาย” นั่นเอง

สรุปให้ง่ายได้ใจความคงพูดได้ว่า นักธุรกิจที่มีความเชื่อ (กลุ่มแรก) คือ Demand ส่วนผู้ทำธุรกิจบนความเชื่อ (กลุ่มที่สอง) คือ Supply หรือ นักธุรกิจที่มีความเชื่อคือ ลูกค้า ส่วนผู้ทำธุรกิจบนความเชื่อเป็นพ่อค้า นักธุรกิจทั้งสองกลุ่มจึงมีความสัมพันธ์กันบน Supply chain ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ และกลไกด้านราคาของสินค้าขึ้นอยู่กับ “ความน่าเชื่อถือ” ของผู้ขายเป็นหลัก ซึ่งกว่าจะได้ความน่าเชื่อถือหรือเครดิตนั้นมาแต่ละคนต้องสร้างและสะสมทั้งประสิทธิภาพ คุณภาพสินค้า และความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนาน เพราะธุรกิจประเภทนี้ เครดิตที่สะสมมาทั้งชีวิตสามารถพังทลายได้ถ้าผู้ขายเกิดความโลภเพียงครั้งเดียว ถึงแม้จะเกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมจะเปลี่ยนไปอย่างไร แต่ธุรกิจเกี่ยวกับความเชื่อนี้ยังคงไปต่อได้อีกไกล ดังคำที่เล่าขานเป็นตำนานว่า “ไม่เชื่ออย่าลบหลู่”



นายอมรพงศ์ แสนสุข
ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
กองยุทธศาสตร์และแผนงาน