

ปัญหาในการควบคุมการจัดสร้างและการเข้ามายังชั้ตตุ่มคงคล
ตามกฎหมายที่เกี่ยวกับพุทธศาสนาของประเทศไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ปรีดี พนมยงค์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2557

**Issues in Controlling the Production and Distribution of Sacred
Objects According to Thailand Religious Law**



**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Laws**

Department of Law

Pridi Banomyong Faculty of Law, Dhurakij Pundit University

2014

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัญหาในการควบคุมการจัดสร้างและการเข้ามารั่วทุ่มคงคลตามกฎหมาย ที่เกี่ยวกับพุทธศาสนาของประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	ศศิวิมล สิทธิโชค
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์พินิจ ทิพย์มณี
สาขาวิชา	นิติศาสตร์
ปีการศึกษา	2556

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัญหาในการควบคุมการจัดสร้างและการเข้ามารั่วทุ่มคงคลตามกฎหมายที่เกี่ยวกับพุทธศาสนาของประเทศไทย ว่ามาตรการทางกฎหมายที่มีอยู่แล้วจะสามารถนำมาใช้แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้หรือไม่ โดยผู้วิจัยได้นำบทบัญญัติอันเกี่ยวกับกฎหมายทางพระพุทธศาสนาของประเทศไทย และกฎหมายอันเกี่ยวกับการควบคุมธุรกิจทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศในส่วนที่สามารถนำมาเปรียบเทียบกับปัญหาที่ทำการศึกษาได้ เพื่อใช้เป็นแนวทางเสนอแนะและปรับปรุงบทบัญญัติทางกฎหมายให้มีประสิทธิภาพและสามารถให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคватถุคงคลให้ได้รับความเป็นธรรมและสร้างมาตรฐานในการประกอบธุรกิจการจัดสร้างและการเข้ามารั่วทุ่มคงคล อีกทั้งเพื่อเป็นการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาในเจริญก้าวหน้าต่อไป

จากการศึกษาพบว่า บทบัญญัติของกฎหมายที่เกี่ยวกับพุทธศาสนาและการประกอบธุรกิจของประเทศไทย เช่น พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ และมติมหาเถรสมาคม ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ประมวลกฎหมายอาญา พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 ไม่สามารถนำมาแก้ไขปัญหาการจัดสร้างและการเข้ามารั่วทุ่มคงคลอย่างองค์รวมได้ เนื่องจากปัญหาดังกล่าวเกิดจากการทำธุรกิจพุทธพาณิชย์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในประเทศไทย อีกทั้ง ยังเป็นปัญหาที่มีลักษณะเป็นการเฉพาะ เพราะมีผลกระทบกับหลายฝ่ายไม่ว่าเป็นฝ่ายเอกชน รัฐ และต่อพระพุทธศาสนา แต่กฎหมายที่มีอยู่เป็นกฎหมายที่มีอำนาจในการควบคุมแบบทั่วๆ ไป หรือเป็นกฎหมายที่สามารถนำไปบังคับเฉพาะพระภิกษุสงฆ์เท่านั้น ไม่รวมถึงการควบคุมพฤติกรรมและการกระทำของฆราวาสหรือประชาชนทั่วไป อีกทั้งมาตรการการควบคุมของเหล่าคณะสงฆ์ได้ถูกกำหนดขึ้นเป็นเพียงมติของมหาเถรสมาคมเท่านั้น ซึ่งไม่มีการกำหนดรูปแบบการควบคุมหรือมาตรฐานในการปฏิบัติที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม

ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาการควบคุมการจัดสร้างและการเข้าบูชา
วัดถุ่มคลทางพระพุทธศาสนา โดยให้มีการปรับปรุงแก้ไขมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ
การจัดสร้างและการเข้าบูชาวัดถุ่มคลให้ครอบคลุม สามารถบังคับใช้ได้กับทั้งพระภิกษุสงฆ์และ
ฆราวาส และให้มีประสิทธิภาพในการบังคับใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยการออกกฎหมาย
หรือประกาศ เรื่อง การควบคุมการจัดสร้างและการเข้าบูชาวัดถุ่มคลทางพุทธศาสนา เพื่อให้มี
มาตรการและมาตรฐานในการคุ้มครองผู้บุกรุก และเพื่อควบคุมธุรกิจพุทธพาณิชย์ให้เหมาะสม
รวมถึงเพื่อเป็นการรักษาและดำเนินไว้ซึ่งพระพุทธศาสนาให้เจริญก้าวหน้าต่อไป



Thesis Title	Issues in Controlling the Production and Distribution of Sacred Objects According to Thailand Religious Law
Author	Sasiwimon Sittichok
Thesis Advisor	Associate Professor Phinit Tipmanee
Department	Law
Academic Year	2013

ABSTRACT

This study aimed to study and analyze issues in controlling the production and distribution of sacred objects according to Thailand religious law that whether the existing laws are sufficient to solve the issues. The researcher compared available Thai religious law and Thai and foreign business control law to conduct this study to be used as a guideline and an improvement for effective Thai law, protection of sacred object consumers, standard for sacred object business, and prosper Buddhism.

The results indicated that Buddhism and business Thai law such as The Clergy Act, Sangha Supreme Council of Thailand Agreement, Civil and Commercial Law Codification, Criminal Law Codification, Consumer Protection Act B.E. 2522, Price and Service Act B.E. 2542 could not be used to solve the problem about sacred object business as a whole. This was because the problem occurred from Buddhism commerce which never existed before in Thailand. Moreover, the problem was unique because it affected several parties including governmental organizations, private business, and Buddhism entities. However, the problem was that the general religious law or could only enforce Buddhist monks but could not enforce civilians. In addition, the monk conduct law was made from the agreement of Sangha Supreme Council of Thailand only which did not clearly defy the enforcement and standard of the law.

The researcher wished to propose a solution to redress such the problem. Related laws should be mended to effectively cover and enforce both the monks and civilians who operated sacred object business. These laws could be passed as ministerial regulations or announcement regarding the production and distribution of sacred objects in order to set measure and standard on consumers' protection and proper commercial control to maintain prosperity of Buddhism.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ก็ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์พินิจ ทิพย์มณี ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และสละเวลาให้คำชี้แนะแนวทางในการจัดทำวิทยานิพนธ์แก่ผู้วิจัยด้วยดีมาโดยตลอด ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้ และผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านศาสตราจารย์ ดร.ธีระ ศรีธรรมรักษ์ ที่กรุณารับเป็นประธานกรรมการสอบ และรองศาสตราจารย์ไพบูลย์ คงสมบูรณ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.ภูมิ โชคเหมะ ที่กรุณารับเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ตลอดจนให้ข้อคิดและคำแนะนำ ชี้แนะแนวทางรวมตลอดถึงข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์ตามความมุ่งหมาย

ทั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านอาจารย์รอมทิก ไวยสุครี คุณกรพัฒน์ สุกานันท์ และคุณชัยวัฒน์ สุปรีนสุนทร ที่กรุณาให้ข้อมูลและข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ เจ้าหน้าที่บุคลากรทุกท่าน ที่เคยช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่ผู้วิจัยด้วยดี และขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ รวมถึงกัลยาณมิตรทุกๆ ท่าน ที่เคยเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยในการทำวิจัยวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ด้วยดีตลอดมา

ท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัวที่ได้อุปการะให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในทุกๆ ด้าน รวมทั้งเป็นกำลังใจที่เด่น وما อนึ่ง คุณค่าของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ หากเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและการพัฒนาคุณภาพนักเรียน ไปในอนาคต ผู้วิจัยขออุทิศเป็นกตเวทิตาให้แก่ บิดา มารดา ครอบครัว ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณของผู้วิจัยทุกท่าน รวมทั้งเจ้าของผลงานที่ผู้วิจัยใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และหากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ มีข้อพิจารณาดีประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

ศศิวิมล สิทธิโชค

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	๔
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๕
กิตติกรรมประกาศ.....	๖
สารบัญตาราง	ปู
บทที่	
1. บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัจจุบัน	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
1.3 สมมติฐานของการศึกษา	8
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	8
1.5 วิธีดำเนินการศึกษา	9
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
2. ประวัติความเป็นมา แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดสร้างและการเข้ามุ่งฯ	
วัตถุประสงค์	10
2.1 ประวัติความเป็นมา และประเภทของวัตถุประสงค์ในประเทศไทย	10
2.1.1 ความเป็นมาของวัตถุประสงค์และเครื่องรางของขลัง	10
2.1.2 คำจำกัดความ และความหมายของวัตถุประสงค์	18
2.1.3 ประเภทของวัตถุประสงค์	20
2.2 อิทธิพลของวัตถุประสงค์ที่มีต่อสังคมไทย	23
2.2.1 ด้านความเชื่อ	23
2.2.2 ด้านจิตใจ	26
2.2.3 ด้านศิลปะ และพุทธพานิชย์	27
2.3 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดสร้างและการเข้ามุ่งฯวัตถุประสงค์	32
2.3.1 แนวความคิดในการสร้างพระพุทธรูป	32
2.3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการทำหนี้ราคาน้ำสินค้า	34
2.3.3 แนวคิดเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับวัตถุประสงค์	41
2.3.4 แนวคิดการจัดเก็บภาษีวัตถุประสงค์	43

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3. หลักกฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพการจัดสร้างและเข้ามูชาตถุมงคล	44
3.1 หลักกฎหมายเกี่ยวกับการจัดสร้างวัตถุมงคล	44
3.1.1 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550.....	44
3.1.2 พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505.....	45
3.2 หลักกฎหมายเกี่ยวกับการเข้ามูชาตถุมงคล	50
3.2.1 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.....	50
3.2.2 ประมวลกฎหมายอาญา.....	52
3.2.3 หลักกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	56
3.2.4 หลักกฎหมายเกี่ยวกับการทำหนี้ตราดสินค้า	61
3.2.5 ประกาศคณะกรรมการองค์การเพื่อการปฏิรูประบบสถาบันการเงิน	68
3.3 หลักกฎหมายเกี่ยวกับการเสียภาษีเงิน ได้จากการนำวัตถุมงคลให้เข้ามูชา	69
3.3.1 ภาษีเงิน ได้บุคคลธรรมดा.....	70
3.3.2 ภาษีเงิน ได้นิติบุคคล.....	73
3.3.3 เศรษฐกิจ.....	74
3.4 บทสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและการเข้ามูชาตถุมงคล	75
4. ปัญหาและวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพการจัดสร้างและเข้ามูชาตถุมงคล	85
4.1 ปัญหาผู้มีสิทธิในการจัดสร้างวัตถุมงคล.....	85
4.2 ปัญหาการตีความคำว่า “วัตถุมงคล” กับคำว่า “สินค้า” ตามกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง.....	88
4.3 ปัญหาการปั่นราคาวัตถุมงคล.....	91
4.4 ปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณาเข้ามูชาตถุมงคล.....	99
4.5 ปัญหาเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีจากเงิน ได้จากการนำวัตถุมงคลออกให้เข้ามูชา (จำนวน).....	108
4.6 ปัญหาเกี่ยวกับหน่วยงานที่มีหน้าที่ควบคุมคุณภาพการจัดสร้างและการเข้ามูชาตถุมงคล.....	111
4.7 วิเคราะห์บทสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและการเข้ามูชาตถุมงคล	113

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	119
5.1 บทสรุป	119
5.2 ข้อเสนอแนะ	128
บรรณานุกรม	131
ภาคผนวก	137
ประวัติผู้เขียน	142



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 บัญชีอัตราภาษีเงินได้ท้ายหมวด 3 ลักษณะ 2 แห่งประมวลรัษฎากร.....	71



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันอิทธิพลด้านวัตถุได้เข้ามามีบทบาทและเจริญเติบโตควบคู่กับความเจริญเติบโตและพัฒนาการในด้านต่างๆ ของสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อิทธิพลด้านวัตถุมุงคล ซึ่งถือเป็นวัตถุอีกประเภทหนึ่งที่มีแนวโน้มว่าจะเพิ่มความนิยมขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากในสังคมไทยมีประชาชนนับถือศาสนาพุทธร้อยละ 95 ของประเทศ¹ ซึ่งการนับถือศาสนาพุทธอาจเกิดจากการนับถือตามหลักคำสอนของพระพุทธศาสนา หรือนับถือตามบิดามารดา ตลอดจนนับถือตามความเชื่อ ประกอบกับในการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันเต็มไปด้วยความรีบเร่ง แข่งขันและความไม่ปลดปล่อยในชีวิตและทรัพย์สิน จึงทำให้คนในสังคมรู้สึกไม่ปลดปล่อยขาดความมั่นคงในชีวิต จึงเป็นผลให้มีการแสวงหาหลักประกันเพื่อให้เกิดความแน่นอนมั่นคงในชีวิต ทั้งนี้หลักประกันดังกล่าวสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท² คือ

1. หลักประกันในกฎหมายชาติ (Natural Law) ที่คนสามารถควบคุมได้ มีเหตุผล
2. หลักประกันเหนือธรรมชาติ (Supernatural Law) หมายถึงหลักประกันที่เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สามารถทำงานได้เหนือกฎหมายชาติ

การที่มนุษย์รู้สึกถึงความไม่แน่นอน ไม่ปลดปล่อยและไม่มั่นคงในชีวิตและพยายามหาหลักประกันให้กับตัวเองถือว่าเป็นปกติธรรมชาติของมนุษย์ปัจจุบันโดยทั่วไป จากหลักฐานทางโบราณคดีที่มีการบุดพบเกี่ยวกับชนเผ่าที่เคยดำรงชีวิตอยู่ในแผ่นที่ประเทศไทย ปรากฏว่ามีร่องรอยความเชื่อและการนับถือในเรื่องวัตถุมุงคลอยู่ในวิถีชีวิตของคนในยุคหนึ่มแต่ครั้งอดีต ดังมีหลักฐานปรากฏว่า

“มีการบุดพบโครงกระดูกมนุษย์โบราณหลายแห่งในสยามประเทศ ทั้งที่จังหวัดกาญจนบุรีที่บ้านเก่า หรือที่บ้านเชียง จังหวัดอุดรราชธานี พบรากกระดูกเหล่านั้นที่รอบคอ มีลูกปัด มีเปลือกหอยและเครื่องเจาะรูร้อยเป็นกำไล แต่ที่บ้านเชียงยังพบว่ามีกำไลลูกกระพรุนทำด้วยสัมฤทธิ์จำนวนมากใช้คล้องคอ คล้องมือ ข้อเท้า หัวเข่า

¹ พระเทพเวที (ประยุทธ์ ปยุตุ โต). สถานการณ์พุทธศาสนาพลิกทายนะเป็นพัฒนา. หน้า 32.

² แสง จันทร์งาม. (2534). ศาสนาศาสตร์. หน้า 205.

แท้จริงของเหล่านั้นล้วนเป็นเครื่องรางของขลังที่มนุษย์ดูว่าเป็นเครื่องช่วยให้พ้นจากอันตรายต่างๆ ตลอดจนเชื่อว่าทำให้ฟื้นคืนชีพได้อีกเมื่อตายไปแล้ว”³

ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าความเชื่อในเรื่องเกี่ยวกับวัตถุมงคลหรือเครื่องรางของขลัง เป็นรูปแบบหนึ่งของครรภชาของมนุษย์ที่มีมาแต่ครั้งอดีต โดยได้นำเอาวัตถุสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่พอใจแล้วรับเอามาเป็นเครื่องหมายในตระกูลและผ่านของตน ซึ่งเรียกว่า การเชื่อเครื่องหมายและเครื่องราง (Totemism)⁴ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วการเชื่อถือเช่นนี้ นับว่ามีประวัติศาสตร์ในหลายด้าน เช่น การสร้างเสริมความสามัคคีในหมู่คณะหรืออาชก่อให้เกิดกระแสแห่งการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติหรือสัตว์บางชนิด เช่น ในประเทศไทยเดิม ถือว่า่นกยุงและลิงเป็นสัตว์ศักดิ์สิทธิ์ จึงมีข้อห้ามไม่ให้ทำร้ายสัตว์เหล่านั้น เป็นต้น

แต่ในปัจจุบันนี้ ครรภชาของพุทธศาสนาที่มีต่อวัตถุมงคลได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมาก ทำให้การสร้างวัตถุมงคลในปัจจุบันได้กลายมาเป็นสินค้าประเภทหนึ่งที่เรียกว่า “พุทธพาณิชย์” ซึ่งมีผลต่อพระพุทธศาสนาเป็นอย่างมาก ประชาชนส่วนมากเปลี่ยนจากความครรภามาเป็นการบริโภคนิยม เน้นวัตถุมงคลเป็นที่พึ่งทางใจ มุ่งหาความสำเร็จจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หลงใหลในไสยาสตร์ ในอ่านจดสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จึงทำให้การสร้างและการเข้าบูชาไว้วัตถุมงคลในยุคปัจจุบันกลายมาเป็น “ธุรกิจพุทธพาณิชย์” ซึ่งในอดีตธุรกิจประเภทนี้ไม่เคยปรากฏมาก่อนในสังคมไทยและในต่างประเทศ⁵

ในการจัดสร้างวัตถุมงคลในอดีตนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสืบทอดพระพุทธศาสนา แต่ในปัจจุบันวัตถุประสงค์ของการสร้างวัตถุมงคลแตกต่างไปจากเดิม โดยจะเห็นได้ว่าแทนไม่มีวัตถุมงคลของวัด ได้เลยที่แสดงวัตถุประสงค์ที่จะสร้างพระเครื่องหรือวัตถุมงคลเพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนา โดยส่วนใหญ่จัดสร้างและนำออกให้เข้าบูชาเพื่อหารายได้มาสมทบทุนสร้างสิ่งต่างๆ หรือซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ หรือสร้างเพื่อเป็นกองทุนสำหรับอะไรอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งบ่อยครั้งที่หลายๆ วัดไม่มีการกล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการสร้างวัตถุมงคลเลย⁶ และด้วยแรงศรัทธาและความนิยมของผู้บุรุษในปัจจุบันทำให้นักลงทุนหรือนักธุรกิจหันมาสนใจลงทุนในธุรกิจการค้าวัตถุมงคลมากขึ้น ด้วยว่าเป็นสินค้าที่มีด้านทุนในการผลิตไม่สูง แต่มีกำไร

³ สารพลด โภคิตกุล. (ม.ป.ป.). “อาณาจักรเครื่องรางของขลัง: วิถีแห่งความเชื่อของชาวสยาม.” *เชียงราย, 11 (188)*. หน้า 16.

⁴ เสกธิร พันธรัตน์. (2521). *ศาสนาโบราณ*. หน้า 23.

⁵ ยิ่งเทพ จันทรัตน์. (ม.ป.ป.). *การจัดสร้างและการเก็บรักษาวัตถุมงคล*. หน้า 11-19.

⁶ ภาคภูมิ เดชาสกุลฤทธิ์. (ม.ป.ป.). *ธุรกิจพระเครื่องและวัตถุมงคล*. สืบคันเมื่อ 26 พฤษภาคม 2556, จาก <http://www.thanonline.com/>

ในการจำหน่ายสูงคุ้มทุน อีกทั้งในปัจจุบันยังไม่มีมาตรการหรือกฎหมายใดๆ เข้ามาควบคุมธุรกิจประเภทนี้ ไม่ว่าจะเป็นมาตรการในการควบคุมการจัดสร้าง มาตรการในการควบคุมการเข้าบูชา วัดคุณงคล เช่น ด้านราคา ด้านการโฆษณา หรือแม้กระทั่งมาตรการในการจัดเก็บภาษี ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้กลไกทางธุรกิจขอกำให้กลุ่มผู้ประกอบธุรกิจประเภทนี้สามารถประกอบธุรกิจอย่างไรก็ได้ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อตนเองและหมู่คณะ ทั้งนี้ด้วยสภาพข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นกับธุรกิจ พุทธพานิชย์ในปัจจุบัน ส่งผลให้ไม่นานมานี้มีการฟ้องร้องดำเนินคดีเกี่ยวกับการจัดสร้างและจำหน่ายวัดคุณงคล โดยพนักงานอัยการยื่นฟ้อง นายสิทธิกรหรือเสียด อุบลภิรมกับพวกต่อศาลอาญา ในข้อหาร่วมกันหลอกหลวงประชาชนด้วยการแสดงด้วยความอันเป็นเท็จ และปกปิดข้อความจริง ซึ่งควรออกให้แจ้ง โดยจำเลยทั้งสองรวมกันจัดสร้างพระเครื่อง ใช้ชื่อว่า “สมเด็จนเนื้อหัว” และจำเลยทั้งสองได้ร่วมกันโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อจำหน่ายหรือขายพระสมเด็จดังกล่าว ทางสื่อต่างๆ ให้ปรากฏแก่ประชาชนว่า มูลนิธิอุบลภิรมราชานุสรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ได้มีโครงการสร้างอุโบสถ “สองกษัตริย์” ถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 8 และรัชกาลที่⁷ จากกรณีดังกล่าวนี้ ทำให้เห็นถึงปัญหาเกี่ยวกับมาตรการในการควบคุมคุณและการจัดสร้างและการเข้าบูชาวัดคุณงคลหลายประการ ดังนี้

(1) ปัญหาเกี่ยวกับผู้มีสิทธิหรือผู้ที่สามารถสร้างวัดคุณงคล เนื่องจากในปัจจุบัน มีการสร้างวัดคุณงคลขึ้นมาเป็นจำนวนมาก ทั้งจากวัดเป็นผู้ริเริ่มสร้างและปลูกเสกจากพระเกจิอาจารย์ของวัดเองแล้วจึงนำออกให้ประชาชนเข้าบูชาทันเอง หรือเป็นกรณีที่มีหน่วยงานบริษัท ห้างร้านต่างๆ สร้างวัดคุณงคลขึ้นมา แล้วมาติดต่อกันทางวัดเพื่อขอให้พระสงฆ์หรือเกจิอาจารย์ทำพิธีปลูกเสกให้ หรือแม้กระทั่งเข้ามาเป็นนายทุนให้กับวัดในการจัดสร้างวัดคุณงคล แล้วนำออกให้ประชาชนเข้าบูชา รวมถึงกรณีที่บุคคลอื่นที่ไม่ใช้วัดทำการจัดสร้างวัดคุณงคลแล้วนำออกให้ประชาชนเข้าบูชาโดยไม่มีการปลูกเสก เป็นต้น จึงทำให้เกิดปัญหาวัดคุณงคลปลomers วัดคุณงคลไม่มีคุณภาพเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังทำให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภคในการบริโภค

(2) ปัญหาการปั่นราคาวัดคุณงคล ในอดีตความเชื่อในเรื่องพระเครื่องนั้น พระเครื่องถือเป็นของที่ควรพแบบอนุสาวรีย์ สร้างบรรจุไว้ตามกรุเจดีย์ เพื่อหวังที่จะเป็นอนิสงส์ ให้ผู้สร้างรุ่งเรืองในชาตินี้ และจะได้เป็นการสืบทอดพระพุทธศาสนาให้เจริญรุ่งเรืองสืบไป ดังนั้น พระเครื่องในอดีตจึงเป็นพระพิมพ์ที่สร้างบรรจุไว้ในเจดีย์ มิใช่สร้างอย่างพระเครื่องในปัจจุบันที่มีลักษณะออกไปในทางของลัง ครั้นกากเวลาล่วงเลขมาได้เกิดคดิใช้กันว่าพระพิมพ์ มีอำนาจเป็นลิ่งศักดิ์สิทธิ์ สามารถคุ้มครองภัยอันตราย หรืออาจบันดาลให้เกิดลาภยศ ตลอดจนทำให้เกิดเสน่ห์ ดังนั้นพระเครื่องจึงเป็นที่สนใจของทุกคน เป็นที่พึงและครองทางจิตใจ

⁷ ศาลอาญา. ค้นหาข้อมูลคดี. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2556, จาก <http://www.crimc.coj.go.th/>

เป็นสัญลักษณ์แห่งความศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งผูกพันกับวิชีวิตของคนไทยจนถือเป็นวัฒนธรรมแห่งความเชื่อในอർเจาของพุทธคุณ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของตลาดการค้าพุทธพาณิชย์ที่ผลิตและเดินทางไปในประเทศไทยที่สุดที่เดียวในโลก ในปัจจุบันหลายๆ คนหันมาเก็บพระแทนเงินเพลิดเพลินกับการฝ่าดูความงอกเงยของตัวเลขทางบัญชี “ทรัพย์ศิลป์” ตลาดพระได้กลายเป็นตลาดทุนที่มีเงินหมุนสะพัดมหาศาล⁸ ทำให้เกิดแรงจูงใจแก่นักลงทุนให้หันมาลงทุนกับธุรกิจดังกล่าวโดยหวังผลกำไรสูงสุดจากการลงทุน ในที่สุดการเข้ามุ่งชาติถุ่มคงคลึงไม่ต่างกับการเล่นหุ้น โดยมีพฤติกรรมการปั่นราคาวัตถุคงคล Gedding⁹ ในการเข้ามุ่งชาติถุ่มคงคล โดยนักลงทุนหรือผู้จำหน่ายหวังผลกำไรสูงสุดในการจำหน่ายวัตถุคงคล โดยไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้บริโภค

ทั้งนี้ การปั่นราคาวัตถุคงคลที่พบในปัจจุบันมีหลักวิธี¹⁰ เช่น การใช้สื่อต่างๆ ในการโฆษณา โดยเป็นการโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณ อิทธิฤทธิ์ป้าภูมิหารี อวดอ้างพุทธคุณ เพื่อสร้างกระแสความนิยมในวัตถุคงคลชนิดนั้นๆ โดยข้อมูลที่นำมาโฆษณาอาจเป็นการโฆษณาเกินความจริง หรือไม่มีมูลความจริงอยู่เลย ซึ่งเป็นกรณีที่ยากแก่การพิสูจน์ หรือกรณีสร้างหน้าม้าไปเข้ามุ่งชาติถุ่มคงคลรุ่นนั้นๆ ที่นักลงทุนได้ทำการกักตุนไว้แล้ว โดยมีการเสนอราคาเข้ามุ่งชาติถุ่มกว่าราคาปกติหลายเท่าตัว แล้วปล่อยข่าวการเข้ามุ่งชาติถังกล่าว ประกอบกับจัดให้มีการโฆษณาวัตถุคงคลรุ่นดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เมื่อเกิดกระแสและความนิยมและเกิดความต้องการวัตถุคงคลรุ่นดังกล่าวแล้ว ผู้บริโภคไม่สามารถหาเข้ามุ่งคงคลจากที่อื่นได้ เนื่องจากนักลงทุนได้กักตุนวัตถุคงคลไว้ ผู้บริโภคจึงต้องมาเข้ามุ่งชาติถุ่มคงคลที่เป็นผู้ปั่นราคา ทำให้ผู้ปั่นราคามารถจำหน่ายวัตถุคงคลรุ่นนั้น ในราคางานตามที่ต้องการได้ ทั้งนี้ ถึงแม้ว่าการเข้ามุ่งชาติถุ่มคงคลเป็นการซื้อขายความพึงพอใจระหว่างผู้เข้ามุ่งชาติถุ่มคงคลกับผู้จำหน่ายก็ตาม แต่การปั่นราคาวัตถุคงคลเป็นการสร้างราคาวัตถุคงคลโดยวิธีการหลอกลวงหรือสร้างกระแสความนิยมในตัววัตถุคงคลทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อ เกิดความสนใจในวัตถุคงคลชนิดนั้นๆ และบริโภควัตถุคงคลในราคามาตามที่ผู้จำหน่ายปั่นราคา กรณีนี้จึงทำให้ผู้บริโภคฯ วัตถุคงคลในราคากลางๆ สูงเกินราคากลางๆ และเป็นกรณีที่ผู้บริโภคได้รับความไม่เป็นธรรมนอกจากนี้ การกระทำของผู้ขายอาจเข้าข่ายความผิดทั้งกฎหมายเพ่ง และกฎหมายอาญา

(3) ปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณาจำหน่ายวัตถุคงคล ในสังคมยุคปัจจุบันนี้ ต้องยอมรับว่า การโฆษณาเมื่อต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคมไม่มากก็น้อย โดยที่การโฆษณาอาจจะมีบทบาทในการตัดสินใจเลือกบริโภคสิ่งต่างๆ ไม่ว่าสิ่งเหล่านั้นจะเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของคนในสังคมหรือไม่ โดยการโฆษณา คือการให้ข้อมูล นำสาร และเป็นการสื่อสารสูงไปผู้บริโภคผ่าน

⁸ วิเชียร ฤกษ์ไฟศาลา. (2554, 28 ธันวาคม). “พระปั่น” ต้องทันก่อน, ข่าวศรยาวัน, 21 (7699). หน้า 31.

⁹ อิทธิป้าภูมิหารีพระเครื่อง. หลักการปั่นราคายังเครื่อง. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2557, จาก <http://www.itti-patihan.com/index.php>

สื่อโฆษณาประเภทต่างๆ เพื่อจูงใจหรือโน้มน้าวใจให้กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย มีพฤติกรรมคล้ายตามเนื้อหาข่าวสารที่โฆษณา อันເຊື່ອຈຳນວຍໃຫ້ມີການຊ້ອງຮູ້ໃຊ້ສິນຄ້າແລະບໍລິການນັ້ນๆ ຕລອດຈົນຊັກນຳໃຫ້ປົງປັບຕົມາມແນວຄວາມຄິດຕ່າງໆ ຜົ່ນປະເທດໃຫ້ປະເທດໄດ້ມີຈຳນວນໄມ່ນ້ອຍທີ່ມີຄວາມເຂົ້ອໃນດ້ານສິ່ງຄັກດີສິຫຼືແລະຄຣັກທ່າໃນວັດຖຸມົງຄລ ດັ່ງນັ້ນ ການຈຳຫານ່າຍວັດຖຸມົງຄລໃນປັຈຸບັນຈຶ່ງອາສີກາຣໂມຢາ ປະເທດສັນພັນຮັດຕາມສື່ອຕ່າງໆ ເຊັ່ນກັນ ໄນວ່າຈະເປັນທາງໜັງສື່ອພິມພົມ ນິຕິຍາສາຮຳຫັບວັດຖຸມົງຄລ ໂດຍເນັພາທາງໂທຣທັນ ທາງທີ່ວິດາເທິຍນ ທາງປ້າຍໂມຢາຕາມສັດຖານທີ່ຕ່າງໆ ແລະຮ່ວມລົ້ງທາງສື່ອອີເລີກທຣອນິກສົມ ຜົ່ນປະເທດໃຫ້ນີ້ເຂົ້ອທີ່ໄມ່ແໜ່ງສົມ ໂດຍມັກຈະສື່ອອອກມາໃນລັກຍະນະເນັ້ນສິ່ງຄັກດີສິຫຼືທີ່ມີການໂມຢາໂດຍມີເນື້ອທີ່ໄມ່ແໜ່ງສົມ ໂດຍໄມ່ເນັ້ນການປົງປັບຕົມາມຫຼັກທຣມຄໍາສອນທາງພະພຸທສາສານາ ຈະເປັນເຫຼຸ້ມໃຫ້ປະເທດເກີດຄວາມງາຍ ທັນນີ້ຈະຍັກຕ້ວອຍ່າງກາຣໂມຢາທີ່ມີລັກຍະນະທີ່ໄມ່ແໜ່ງສົມ ດັ່ງນີ້¹⁰

ก. ກາຣໂມຢາໂດຍບ່ານອອກຮູ້ຈະວິໄປໃນທາງທີ່ວັດຖຸຕົມນຸ່ຫະຮຽມ
ວາດ້າງຄຸນວິເສຍ ປຸລູກຝຶງໃຫ້ລະເລີກກາຣເຄຣພິດຄື່ອ້າລັກກາຣສໍາຄັນທາງພະພຸທສາສານາທີ່ເນັ້ນການປະພຸດຕົມ ໂດຍສ່າງເສຣີມໃຫ້ຂອພຣຮູ້ຮອຈຳນາຈ ດລນັບຄາລ ຮູ້ວັດທີ່ກັນກິນຫາຮົ່ງທີ່ໄມ່ສາມາຮັດພິສູງຈຳໄດ້ ເຊັ່ນ ໂມຢາທາງຂ່ອງເຄີບເລື້ອກທີ່ວັງໜັ້ງຂໍ້ອ “ໂອມມາຮາວຍ” ຂອງ ອາຈາຮົ່ງຫຼັກກັນກິນ ຜົ່ນປົ້ງມີເນື້ອທາໃນໂມຢາຕອນທີ່ວ່າ “ນາພິກາຍັນຕີ 5 ແລ້ວ ຄົ້ງແຮກຂອງໂລກແໜ່ງກາລເວລາ ນາພິກາມຫາມຄລ ຍັນມາຫາສັກດີສິຫຼື ເຄີນໄປກັບຄວາມຮ່າງວາຍ ປະວັດກາຜົນຄົ່ງແຮກຂອງໂລກແໜ່ງກາລເວລາທີ່ປະວັດສາສຕ່ຣີຕ້ອງຈາກີກ ນາພິກາຍັນຕີ 5 ແລ້ວ ສີທອງ ຮູ່ນ 1 ປຸລູກເສກໂດຍ ອ.ຫຼູ້ ກັນກິນ ມຸລຄ່າ 2,500 ບາທໜ້າໜັດ ນາພິກາຍັນຕີ 5 ແລ້ວ ເຄີນໄປກັບຄວາມຮ່າງວາຍ ຮາຍໄດ້ສ້າງຫລວງປູ້ກວດທີ່ສູງທີ່ສຸດ” ຮູ້ວັດໃນອົດມີກາຣໂມຢາຂອງ “ພຣະອາຈາຮົ່ງເຄຣແຂງ ຂອມນັ້ນເວທຍ໌ ວັດທະນອງຮະກຳ ສະບູວີ ວັດຖຸມົງຄລຂອງທ່ານຂອ້າພິສູງຈຳໄດ້ມີກາຣໂມຢາໃນນິຕິຍາສານັກເລັງພຣະໃນຊ່ວງປີ 2537 ຖຸກພັນບັນ

ຂ. ກາຣແບນດ້າງນາມຂອງພຣະກິກຢູ່ທີ່ມີຂໍ້ອ່າເສີຍ ຜົ່ນປົ້ງເປັນທີ່ນິຍົມນັບດືອຂອງປະເທດ
ວ່າ ຄື່ອງປຸລູກເສກອື່ນຢູ່ຈົດວັດຖຸມົງຄລທີ່ໂມຢາທັງທີ່ຄວາມຈິງແລ້ວໄມ່ມີການກະທຳດັ່ງກ່າວ່າ ເຊັ່ນ “ເຫົົ່ງຫລວງປູ້ແຜ່ວ ຮູ່ນບູ້ຈາກງົດ 88 ປີ 2554 ເນື້ອປຸລູກກະຮຸນປົນ ອື່ນຢູ່ຈົດໂດຍຫລວງປູ້ແຜ່ວສ້າງໂດຍ ພລຕໍາຮົວໂທ ພັກສັນຕິ ເຈີນອ່ອນ ພບ.ຂ.ກ 7 ຮາຄາ 1,000 ບາທ...”¹¹ ຕ່ອມາເນື່ອໄດ້ເປີດໃຫ້ປະເທດສັ່ງຈອງໄປແລ້ວຮະບັບນີ້ ທາງວັດປະເທດຢູ່ນຳຮູ່ງ ຮູ້ວັດຈາກໜັນ ຕ.ຮາງພິກຸລ

¹⁰ ຂັ້ນຫາຮັກສັນມາທີ່ງ. (2536). “ກາຣຄວາມຄຸນຫຼັກຈົດວັດທັງທີ່.” ສາມາຄມພຣະ, 63. ໜ້າ 78-79.

¹¹ ກາດນັດ.com. (ມ.ປ.ປ.). ພຣະເກົ່າງ. ສືບກັນເມື່ອ 12 ກັນຍານ 2556, ຈາກ <http://www.kadnad.com>.

อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม ได้ติดป้ายประกาศที่วัด ว่า วัดไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดสร้างวัตถุ มงคลครั้งนี้ เป็นผลทำให้เกิดความโกราดประชานแห่เข้าคืนใน jong ที่วัด¹²

ค. การโฆษณาให้เกิดความเชื่อว่า ได้กันพบพระกรุหรือพระเก่าอายุหลายสิบหลายร้อยปี ทั้งที่ไม่เป็นความจริง เช่น การลงโฆษณาในนิตยสารเชียงประชารช่วงปี 2536 ของวัดแหงษ์รัตนาราม บางกอกใหญ่ กรุงเทพ “ผู้บริจาค 10,000 บาท จะได้รับพระงสุพรรณ กรุวัดพระธาตุจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเปิดกรุเมื่อปี พ.ศ. 2504” ซึ่งตามความเป็นจริงเมื่อช่วงปีดังกล่าว ไม่มีการเปิดกรุหรือพบพระพิมพ์ที่วัดพระธาตุแต่อย่างใด มีผลทำให้ในช่วงเวลาที่ลงโฆษณาพระเครื่องงสุพรรณของแท้สามารถนำออกให้เช่า (ขาย) ได้ไม่ต่ำกว่าองค์ละ 100,000 บาท โดยมีการรับซื้อทั้งหมดไม่ว่าจะมีจำนวนเท่าใดก็ตาม

(4) ปัญหาเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีเงินได้จากการเช่าบูชา (จำหน่าย) วัตถุมงคล ทั้งนี้ เป็นที่ทราบกันดีว่า การสร้างวัตถุมงคลเป็นที่นิยมกันอย่างมากในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะการจัดสร้างโดยมารวاسไม่ว่าจะเป็นเอกชน องค์กรต่างๆ บริษัท ห้างร้าน หรือแม้กระทั่งหน่วยงานของรัฐ โดยการจัดสร้างในแต่ละครั้งจะมีวัตถุประสงค์แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเพื่อนำเงินรายได้ไปทำการกุศลต่างๆ หรือจัดสร้างขึ้นเพื่อธุรกิจการค้า แต่อย่างไรก็ตาม การสร้างวัตถุมงคลในปัจจุบันเป็นการจัดสร้างขึ้นโดยมีเจตนาส่วนใหญ่เพื่อจำหน่ายวัตถุมงคลนั้นๆ ดังนั้น การจำหน่ายวัตถุมงคลย่อมทำให้เกิดรายได้ ซึ่งถือเป็นเงินได้ตามประมวลรัษฎากรและเมื่อเกิดเป็นเงินได้ขึ้น ผู้มีเงินได้ยอมมีหน้าที่ในการเสียภาษีจากเงินได้นั้นๆ แต่ในกรณีที่วัดเป็นผู้จัดสร้างและจัดให้มีการเช่าบูชาไว้วัตถุมงคล ถึงแม้วัดจะมีฐานะเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งตามกฎหมายผู้มีเงินได้ไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดายังต้องมีหน้าที่ต้องเสียภาษี แต่วัดได้รับการยกเว้นไม่ต้องเสียภาษีตามประมวลรัษฎากร เนื่องจากวัดมิใช่นิติบุคคลตามประมวลรัษฎากร จึงส่งผลให้การจัดสร้างวัตถุมงคลในปัจจุบันมีธรรมะเช่นมาอาศัยวัดในการจัดสร้างวัตถุมงคลโดยวิธีการต่างๆ เช่น นายทุนหรือนักธุรกิจมักจะเสนอเงินให้วัดเพื่อเป็นต้นทุนในการผลิตวัตถุมงคล และทดลองกับวัดว่าจะบริจาคเงินอีกส่วนหนึ่งเพื่อสนับสนุนดำเนินการ แต่ขอให้วัดถูมกติกาที่วัดสร้างขึ้นให้เป็นของนายทุนแล้วจึงนำวัตถุมงคลดังกล่าวนำออกให้ประชาชนทั่วไปเช่าบูชาภายหลัง หรือเอกชนทำการจัดสร้างวัตถุมงคลเป็นที่เรียนร้อยแล้ว หลังจากนั้นก็มีอาจให้พระเกจิอาจารย์ทำพิธีปลูกเสกวัตถุมงคลให้ และเมื่อมีการทำหน่ายก็จะทำการโฆษณาว่าเป็นวัตถุมงคลจากวัดและผ่านการปลูกเสกจากพระเกจิอาจารย์ท่านนั้น เป็นต้น โดยวิธีการเหล่านี้

¹² คอมชัดลึกออนไลน์. (ม.ป.ป.). เชื่อพระหรือเชื่อตำราดี? กรณี... “พระหลวงปู่แฝ้ว รุ่นเจริญพระรุ่นบูชาครู.” สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2556, จาก <http://www.komchadluek.net/detail/>

ทำให้เงินได้จากการเช่าบูชา (จำหน่าย) วัตถุมงคลซึ่งมิได้เป็นเงินได้หรือรายได้ของวัด แต่เป็นเงินได้ของนายทุน นักธุรกิจ หรือเอกชน ที่ควรต้องเสียภาษีแต่ไม่ได้เสียภาษี

นอกจากนี้ยังมีกรณีของการเช่าบูชาพระเครื่องหรือพระพิมพ์ที่เป็นรุ่นดังและเป็นที่นิยมกันมากในวงการพระเครื่อง ทำให้พระเครื่องหรือพระพิมพ์รุ่นนั้นๆ มีราคาสูงมากและราคาไม่คงที่ เมื่อมีการเช่าบูชา (จำหน่าย) จะทำให้เกิดรายได้จำนวนมหาศาลแก่ผู้จำหน่าย โดยการเช่าบูชา (จำหน่าย) ในลักษณะนี้มักจะไม่ใช้การเช่าบูชา (จำหน่าย) ในตลาดพระเครื่องทำให้เงินได้จากการเช่าบูชา (จำหน่าย) วัตถุมงคลในลักษณะนี้ไม่มีการเสียภาษีเช่นกัน

(5) จากราพปัญหาหลายประการที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ซึ่งเป็นราพปัญหาที่เกิดขึ้นเนื่องจากธุรกิจการค้าวัตถุมงคล และอาจกล่าวได้ว่าเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะในสังคมไทยเท่านั้น การเผยแพร่วัตถุมงคลเพื่อจุดประสงค์ทางการค้าได้ทวีความรุนแรงมากขึ้นทุกขณะทำให้ภาพพจน์ของศาสนาพุทธอันเป็นศาสนาประจำชาติไทยเกิดความเสื่อมเสีย ในขณะเดียวกันมาตรการทางกฎหมายที่มีอยู่ก็เป็นกฎหมายที่มีผลบังคับใช้ในลักษณะที่เป็นการทั่วๆ ไปแต่เนื่องจากปัญหาสำหรับการค้าวัตถุมงคลหลายอย่างที่เกิดขึ้นเป็นสิ่งใหม่ ที่มีลักษณะของปัญหาเป็นการเฉพาะ ดังนั้น การกำหนดมาตรการเฉพาะรวมถึงหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นและสมควรอย่างยิ่ง สำหรับการควบคุมดูแลธุรกิจพุทธพาณิชย์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน แต่ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นหน่วยงานที่เข้ามาดูแลเป็นเพียงการดูแลเฉพาะในกรณีที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของหน่วยงานของตนเท่านั้น ไม่ครอบคลุมธุรกิจการค้าวัตถุมงคลทุกๆ ส่วน

ดังนั้นจากปัญหาที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาหารือการทางกฎหมายในการควบคุมดูแลการจัดสร้างและการเช่าบูชาวัตถุมงคลทางพุทธศาสนา เพื่อควบคุมธุรกิจพุทธพาณิชย์ให้เกิดความเหมาะสมและคุ้มครองให้เกิดความเป็นธรรมแก่สังคม และแก่ผู้บริโภค

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับการจัดสร้างและการเช่าบูชา วัตถุมงคลในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการจัดสร้างและการเช่าบูชาวัตถุมงคลของประเทศไทย และต่างประเทศ
3. เพื่อศึกษาปัญหาและวิเคราะห์ปัญหาที่เกี่ยวกับการจัดสร้างและการเช่าบูชาวัตถุมงคล ในประเทศไทย

4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและการเข้ามายังวัตถุประสงค์ให้เกิดความเหมาะสม เป็นธรรมต่อผู้บริโภค และเพื่อเป็นแนวทางในการคุ้มครองค่าสนา ให้จริงก้าวหน้าต่อไป

1.3 สมมุติฐานของการศึกษา

ในปัจจุบันการจัดสร้างและการเข้ามายังวัตถุประสงค์หรือเครื่องรางของขลัง ได้กลายมาเป็นธุรกิจพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยมและสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบธุรกิจประเภทนี้อย่างมหาศาล แต่ปรากฏว่า กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทนี้ กับทั้งหน่วยงานที่เข้ามาควบคุมตรวจสอบการจัดสร้างและการเข้ามายังวัตถุประสงค์นั้น ยังไม่มีประสิทธิภาพเป็นรูปธรรมชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นพระราชนักุณฑิคณะสังฆ พ.ศ. 2505 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ประมวลรัษฎากร พระราชนักุณฑิคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชนักุณฑิว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 นอกจากนี้ ในเรื่องดังกล่าวยังเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้นจึงไม่สามารถนำกฎหมายหรือมาตรการทางต่างประเทศมาเปรียบเทียบได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงแก้ไขมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและการเข้ามายังวัตถุประสงค์ให้ครอบคลุม สามารถบังคับใช้ได้กับทั้งพระภิกษุสงฆ์และฆราวาส และให้มีประสิทธิภาพในการบังคับใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยการออกกฎหมาย หรือประกาศ เรื่อง การควบคุมการจัดสร้างและการเข้ามายังวัตถุประสงค์ทางพุทธศาสนา เพื่อให้มีมาตรการและมาตรฐานในการคุ้มครองผู้บริโภค และเพื่อควบคุมธุรกิจพุทธศาสนาที่ให้เหมาะสม รวมถึงเพื่อเป็นการรักษาและดำเนินไว้ซึ่งพระพุทธศาสนาให้จริงก้าวหน้าต่อไป

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยเรื่องนี้มีขอบเขตของเนื้อหาครอบคลุมถึงกฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและการเข้ามายังวัตถุประสงค์ รวมถึงการโฆษณา การจัดเก็บผลประโยชน์หรือรายได้ในการจำหน่ายวัตถุประสงค์ และการจัดเก็บภาษีจากเงินได้ในการจำหน่ายวัตถุประสงค์ เช่น รัฐธรรมนูญ แห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 พระราชนักุณฑิคณะสังฆ พ.ศ. 2505 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ประมวลรัษฎากร พระราชนักุณฑิคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชนักุณฑิว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 อีกทั้งในเรื่องดังกล่าวที่ยังเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น จึงไม่มีการศึกษากฎหมายหรือมาตรการทางต่างประเทศ

1.5 วิธีดำเนินการศึกษา

ในการศึกษาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการวิจัยทางเอกสาร (Documentary Research) ด้วยการศึกษาหลักกฎหมายและค้นคว้าจากตำราในส่วนของกฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและจำหน่ายวัตถุคงคล เช่น รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 พระราชบัญญัติคณะกรรมการผู้บริโภค พ.ศ. 2505 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ประมวลรัษฎากร พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 ตลอดจนบทความและเอกสารที่เป็นข้อมูลตามสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ขณะเดียวกัน ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยภาคสนาม (Field Research) โดยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและการเข้ามุชาระทุกคงคล เพื่อนำมารวบรวมและวิเคราะห์ให้เป็นระบบเพื่อทำการศึกษา หาข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงแนวคิด ทฤษฎี และประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับการจัดสร้างและการเข้ามุชาระทุกคงคลในประเทศไทย
2. ทำให้ทราบถึงกฎหมายเกี่ยวกับการจัดสร้างและการเข้ามุชาระทุกคงคลของประเทศไทยและต่างประเทศ
3. ทำให้ทราบถึงปัญหาที่เกี่ยวกับการจัดสร้างและการเข้ามุชาระทุกคงคลในประเทศไทย
4. ทำให้สามารถนำผลการศึกษาไปเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและการเข้ามุชาระทุกคงคลให้เกิดความเหมาะสม เป็นธรรมต่อผู้บริโภคและเพื่อเป็นแนวทางในการคุ้มครองศาสนາให้เจริญก้าวหน้าต่อไป

บทที่ 2

ประวัติความเป็นมา แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดสร้าง และการเข้ามุชชาตถุมงคล

การศึกษาในส่วนนี้จะเป็นการศึกษาถึงประวัติความเป็นมา แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจัดสร้างและการเข้ามุชชาตถุมงคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านกាเนิดของวัตถุมงคล เพื่อทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจถึงปัญหาในการจัดสร้างและการเข้ามุชชาตถุมงคลได้ดียิ่งขึ้น ก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องในบทต่อ ๆ ไป

2.1 ประวัติความเป็นมา และประเภทของวัตถุมงคลในประเทศไทย

วัตถุมงคลนокจากเป็นเครื่องบูชาที่ชาวไทยเชื่อว่ามีอำนาจดีดีและสามารถช่วยให้เจริญรุ่งเรือง ความเจริญและความครั้งทราแล้ว ในปัจจุบันจากการและความนิยมของประชาชนต่อวัตถุมงคลทำให้มีการจัดสร้างและจำหน่ายวัตถุมงคลเพิ่มมากขึ้นจนกลายมาเป็นรูปแบบของธุรกิจทางศาสนา หรือมักนิยมเรียกว่า “พุทธพาณิชย์” โดยการประกอบธุรกิจประเภทนี้ยังไม่มีกฎหมายเฉพาะที่เข้ามาควบคุมดูแล ดังนั้นการศึกษาถึงประวัติความเป็นมา ประเภท รวมถึงอิทธิพลของวัตถุมงคลที่มีต่อสังคมไทย จะทำให้การศึกษาปัญหาในการจัดสร้างและการเข้ามุชชาตถุมงคลมีความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์ปัญหาในการนี้ดังกล่าวได้ดีขึ้น

2.1.1 ความเป็นมาของวัตถุมงคลและเครื่องรางของขลัง

วัตถุมงคลในทางพราพุทธศาสนา สามารถแยกออกได้เป็นสองประเภทคือ พระเครื่อง หรือพระพิมพ์ และเครื่องราง ซึ่งแต่ละประเภทมีลักษณะและความเป็นมา ดังนี้¹

1. พระเครื่อง

ประวัติความเป็นมาของ การกាเนิดพระเครื่อง

คำว่า “พระเครื่อง” กับ “พระพิมพ์” ถ้ากล่าวในแง่ของวัตถุแล้ว ถือว่าเป็นสิ่งเดียวกัน แต่ถ้าพิจารณาจากอายุพระเครื่องจะเป็นวัตถุที่เกิดขึ้นมาใหม่ มีอายุไม่เกินสามร้อยปี ก็จะเป็นพระเครื่อง หรือพระพิมพ์ แต่ถ้าเป็นวัตถุที่มีอายุเก่าแก่มาตั้งแต่สมัยทวาราวดี หรือศรีวิชัย แต่ในปัจจุบันเมื่อพูดถึง

¹ พระมหาณตรี วัลลโภ (ป้อมสุข). (2542). อิทธิพลของวัตถุมงคล ที่มีต่อสังคมไทยในปัจจุบัน. หน้า 9-43.

พระเครื่องก็มักจะหมายความรวมถึงพระพิมพ์ด้วย ยังมีเพียงนักวิชาการทางโบราณคดีเท่านั้น ที่ยังเรียกว่า พระพิมพ์ เพื่อให้มองเห็นความแตกต่างในด้านต่าง ๆ ระหว่างพระเครื่องกับพระพิมพ์ เช่น ในด้านวัตถุประสงค์ด้านความเชื่อ เป็นต้น เพราะว่านักวิชาการเหล่านี้ เห็นว่า “พระเครื่อง” นั้น ถูกกำหนดให้เรียกกันในสมัยรัตนโกสินทร์เอง ส่วนพระพิมพ์นั้นในสมัยที่มีการสร้างกัน ก็ไม่ปรากฏว่าเรียกกันว่าอย่างไร แต่ที่เรียกกันว่าพระพิมพ์ เนื่องมาจากพับพระพิมพ์พร้อมด้วยแม่พิมพ์ในครุต่าง ๆ และใช้เรียกกันมาก่อนคำว่า “พระเครื่อง” ด้วย

ความหมายของพระเครื่องที่ใช้เรียกกันในปัจจุบันนี้ น่าจะมาจากการคำว่า เครื่องราง ของลังนั้นเอง เพราะเป็นคำที่ใช้ควบคู่กันมากับสังคมไทยแต่โบราณแล้ว เครื่องรางของลังนั้น เป็นความเชื่อด้านไสยศาสตร์ การใช้เวทมนตร์คาถา เพื่อป้องกันอันตรายอันเกิดจากการกระทำการของสิ่งเหนือธรรมชาติหรืออันตรายต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น ได้ตลอดเวลา โดยพื้นฐานเดิมของสังคมไทย ก็มีความเชื่อในเรื่องเครื่องรางของลังอยู่แล้ว เมื่อมานับถือพระเครื่อง จึงทำให้มีความเชื่อโน้มเอียงไปในแบบฉบับของเครื่องรางของลังในที่สุด กล่าวคือ เชื่อว่าเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์มีฤทธิ์power สามารถป้องกันอันตรายต่าง ๆ ได้ ด้วยอำนาจภาพของพระเครื่องที่มักเรียกว่า พุทธคุณ เป็นต้นนั้นเอง ซึ่งเป็นความเชื่อที่ไม่ตรงกับหลักคำสอนของพระพุทธศาสนา แต่ชาวพุทธปัจจุบันก็ยังมีความเชื่อในเรื่องนี้อยู่เป็นจำนวนมาก

ในสังคมไทยนั้น การนำเอาพระพิมพ์มาเป็นเครื่องราง หรือพระเครื่องนี้ เป็นความเชื่อที่เกิดขึ้นทีหลัง เพราะในสมัยสุโขทัยหรือแม้กระทั่งสมัยอยุธยาเองก็ไม่ปรากฏว่า มีความเชื่อเรื่องพระเครื่องแต่อย่างใด จะมีก็แต่ความเชื่อเรื่องเครื่องรางของลัง เช่น ผ้าขันต์ ผ้าประเจียด ตะกรุด เป็นต้น โดยมีความเชื่อว่าลิ้งเหล่านี้ สามารถป้องกันอันตรายต่าง ๆ ได้ เช่น ยิงไม่ออก ฟันไม่เข้า เป็นต้น ซึ่งในสมัยก่อนที่จะมีพระเครื่องนั้น คนไทยไม่นิยมเอาพระพุทธรูปเข้าบ้าน เพราะเป็นของศักดิ์สิทธิ์ที่บริสุทธิ์ควรอยู่ที่วัด ไม่ใช่บ้านเรือน การนำเข้ามาในบ้านอาจทำให้เป็นอัปมงคลได้ ด้วยเหตุนี้เมื่อสำรวจและศึกษาจากหลักฐานทางโบราณคดีตั้งแต่ก่อนกรุงรัตนโกสินทร์ขึ้นไป จึงไม่พบเห็นบรรดาพระพิมพ์หรือพระพุทธรูปในบริเวณที่อยู่อาศัยของบุคคลที่เป็นสามัญชนเลย แม้กระทั่งเชื่อกันว่าเป็นวังของกษัตริย์และเจ้านาข ยกเว้นว่าวังหรือพระราชวังนั้นจะถูกยกให้เป็นวัด เช่น พระราชวัง Narayana ราชธานีเวศน์ ตอนลิ้นรัชกาลของสมเด็จพระราชนารายณ์เป็นตัวอย่าง

ความเชื่อในเรื่องไม่นำพระเข้าบ้านเรือนน่าจะยังสืบเนื่องอยู่จนกระทั่งสมัยรัชกาลที่ 4 จึงมีการเปลี่ยนแปลง เพราะอิทธิพลแนวคิดใหม่ ๆ ที่ได้รับมาจากทางตะวันตก ดังจะเห็นได้ว่า พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเอง ทรงมีบทบาทหลายประการในการเปลี่ยนแปลงประเทศ พิชิกรรม โดยทรงอ้างเหตุผลที่เป็นวิทยาศาสตร์ประกอบ ในสมัยนี้เองที่มีการเคลื่อนย้ายพระพุทธรูปและรูปเคารพที่ศักดิ์สิทธิ์ตามวัดวาอารามที่ร้างและจากที่ต่าง ๆ มายังกรุงเทพอย่าง

กว้างขวาง โดยเฉพาะพากเจ้านายและบุนนาคที่มีส่วนร่วมด้วย² ซึ่งอันที่จริงการขยายพระพุทธรูปและสิ่งศักดิ์เหล่านี้เคยเกิดขึ้นมาแล้ว เช่น ในสมัยรัชกาลที่ 1 ที่โปรดให้ขยายพระพุทธรูปจากเมืองสุโขทัย และเมืองอยุธยามาเก็บไว้ที่วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามหรือวัดโพธิ์ เป็นต้น แต่ถึงอย่างไรก็มิใช่ เป็นการนำเข้าไปเก็บไว้ในบ้านแต่อย่างใด ครั้งรัชกาลที่ 4 นี้ คงมีการนำสิ่งเหล่านี้เข้าบ้าน กันแล้ว และจะยังคงเกิดความนิยมในการเล่นของเด็กน้อย ดังนั้นจึงทำให้เกิดการบุด คั่นกรุงพระเจดีย์ร้างและโบราณสถานต่างๆ กันอย่างแพร่หลาย มีทั้งถูกกฎหมายและผิดกฎหมาย เพื่อที่จะได้พระพุทธรูปปูนชาและสิ่งที่แสวงหา กันมากที่สุดก็คือ พระพิมพ์หรือพระเครื่องนั่นเอง เนื่องจากในสมัยนั้นเข้าใจว่าพระพิมพ์นั้นได้ถูกกำหนดให้เป็นพระเครื่องไปแล้ว ใน การอุปโภคน์พระพิมพ์ให้เป็นพระเครื่องนั้น ก็เพราในช่วงเวลาหนึ่นได้เกิดความนิยมในพระกริ่ง ขึ้นมา ซึ่งในเรื่องนี้ ศรีสักร วัลลิโภดม ได้กล่าวไว้ว่า “เหตุที่พระพิมพ์กลายเป็นพระเครื่องไป ก็เพราะมีการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในระบบการทำเครื่องรางของขลังขึ้นในช่วงเวลาหนึ่นหรือ ก่อนหน้านี้ นั่นก็คือ เกิดความนิยมในเรื่องพระกริ่งขึ้น”³ ซึ่งพระกริ่งที่เป็นต้นตำรับนั้น สร้างโดย คณาจารย์ชาวเชียงใหม่ โดยพระกริ่งดังกล่าวสร้างเป็นรูปพระภัยสัชญคุรุ อันสมบูรณ์ด้วยพุทธภาวะ และประกอบด้วยกุตยาคมต่างๆ ตามคัมภีร์มนตรายานของฝ่ายมหายาน ที่เรียกว่า “จตุอาครรพ์” อันได้แก่ สร้างความเมตตา มหานิยม ปราบศัตรู และเพิ่มพูนความสงบสุขสมบูรณ์สวัสดิ์ให้แก่ ผู้มีไว้ในครอบครอง⁴ ส่วนพระกริ่งที่คุณไทยเริ่มให้ความนิยมคือ พระกริ่งตีกั้น ซึ่งเป็นพระกริ่ง แบบเบมร ต่อมาก็ได้มีการสร้างพระกริ่งแบบไทยขึ้น เช่น พระกริ่งปวนเศษ พระกริ่งปรมາ พระกริ่ง วชิรญาณ เป็นต้น อันมีกิตติศัพท์เลื่องลือในเรื่องพุทธคุณอยู่ยิ่งคงกระพันและตั้งรูงขาด เป็นต้น

สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการทำให้สังคมไทยมีความเชื่อในลักษณะของ “พระเครื่อง” และ สร้างพระเครื่องหลาย ๆ รูปแบบนั้นน่าจะได้แก่ “พระกริ่ง” โดยที่พระกริ่งมีพุทธคุณในด้านต่างๆ ตามคำเลื่องลือกัน เช่น สร้างความเมตตา มหานิยม อยู่ยิ่งคงกระพันและทำให้ผู้มีอยู่ใน ความครอบครองมีความเจริญก้าวหน้า เป็นต้น ซึ่งต้องตามลักษณะนิสัยคนไทย ที่มีความเชื่อ ในเรื่องเหล่านี้อยู่เป็นพื้นฐานอยู่แล้ว จึงทำให้เกิดความนิยมในพระกริ่งขึ้นมาในหมู่พุทธศาสนิกชน ชาวไทยได้โดยไม่ยกนัก อันนำไปสู่การสร้างพระกริ่ง และพระเครื่องรูปแบบต่างๆ มากมาย อย่างเช่นในปัจจุบัน

² พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว. (2505). พระราชบารกเรื่องพระพุทธชินราช จดหมายเหตุกรุงสยาม. หน้า 48-50.

³ ศรีสักร วัลลิโภดม. (2527). พระเครื่องในเมืองสยาม. หน้า 19-20.

⁴ ดวงธรรม โภชนเชิดประทีป. (2513). พระกริ่ง. หน้า 64-65.

อย่างไรก็ตาม พระกริ่งที่ถือว่าเป็นต้นกำเนิดของพระเครื่องนั้น มีลักษณะที่แตกต่างไปจากเครื่องรางของขลังในระบบความเชื่อทางไสยศาสตร์ทั่ว ๆ ไป นั่นก็คือ พระกริ่งถือว่าเป็นวัตถุทางไสยขาวมากกว่าไสยดำ คำว่า “ไสยขาว” ก็คือ ความเชื่อทางไสยศาสตร์ที่เน้นในเรื่องคุณความดีและการแก้ไขป้องกันสิ่งชั่วร้ายอันอาจเกิดจากการกระทำของไสยดำ ที่เป็นไสยศาสตร์ที่เน้นการทำลายล้างและการทำผิดศีลธรรม ดังนั้นการเกิดพระกริ่งขึ้นก็คือการนำเอาพุทธคุณมาพนวกกับเรื่องของไสยหวานนั่นเอง และนี่คือต้นเค้าที่มาของการเกิดพระเครื่องขึ้น นับว่าเป็นพัฒนาการในระบบความเชื่อไสยศาสตร์ที่เรียกว่า “ไสยขาว” โดยแท้⁵

ในช่วงปลายสมัยรัชกาลที่ 4 ได้มีพระสงฆ์บางองค์เริ่มจัดสร้างพระเครื่องขึ้นสำหรับแจกจ่ายให้ผู้การศรัทธานำติดตัวโดยตรง ซึ่งนับเป็นจุดเปลี่ยนแปลงค่านิยมและความเชื่อเดิมอย่างแท้จริง พระสงฆ์ที่ได้จัดทำพระกริ่ง⁶ เช่น สมเด็จกรมพระยาป่าวเรศวริยาลงกรณ์ ได้จัดสร้างพระกริ่งครั้งแรกเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2409 เพื่อถวายแด่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และบรรดาเชื้อพระวงศ์ในสมัยนั้น

จุดเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่สุดซึ่งเป็นเหตุให้มีการจัดสร้างพระเครื่องเพื่อแจกจ่ายเป็นไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่องมาจนถึงทุกวันนี้ คือการสร้างพระพิมพ์ด้วยรูปแบบและเนื้อหาที่แตกต่างไปจากที่เคยมีมาก่อนของ สมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พرحمรังษี)⁷ อธิษฐานเจ้าอาวาสวัดระฆังโภมิตาราม ซึ่งได้จัดสร้างพระพิมพ์ขึ้นเพื่อการแจกจ่ายให้ผู้ที่นับถือศรัทธานำไปใช้ติดตัวโดยตรง และได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงตลอดมา เนื่องจากผู้สร้างเป็นพระสงฆ์ที่ประชาชนนิยม พระมหาภัตตริย์ในขณะนั้นให้ความเคารพนับถืออย่างมาก และเป็นพระพิมพ์ที่จัดสร้างด้วยส่วนผสมที่แปลกใหม่ ตลอดจนแบบแม่พิมพ์ที่มีรูปลักษณ์เป็นเอกลักษณ์ซึ่งออกแบบโดยหลวงวิหารนับถือ นายช่างหลวงสมัยรัชกาลที่ 4 หลังจากนั้นเป็นต้นมา พระสงฆ์ร่วมสมัย หรือบรรดาศิษย์ของสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พرحمรังษี) ที่ได้รับการจัดตั้งรูปแบบการจัดสร้างพระพิมพ์ และคตินิยมในการแจกจ่ายพระพิมพ์แก่ผู้ประสงค์จะได้รับไว้สักการะบูชา ไม่ได้สร้างเพื่อสืบทอดศาสนาโดยการบรรจุไว้ในสถานที่สำคัญทางศาสนาแต่เพียงอย่างเดียวเหมือนเช่นในอดีต

เหตุที่ทั้งพระกริ่งและพระพิมพ์ ได้กล้ายมาเป็นพระเครื่องนั้นมีข้อแตกต่างจากบรรดาวัตถุเคราะห์หรือวัตถุศักดิ์สิทธิ์ทางไสยศาสตร์ที่มีมาก่อนไม่ว่าจะเป็นผ้าขันต์ ผ้าประเจียด แหวนลงอาคมหรือตะกรุด เหตุเพราะผู้บูชาไม่จำต้องเรียนรู้และระมัดระวังในเรื่องกฎหมายที่ให้

⁵ ศรีศักร วัลลิโภค�. เล่มเดิม. หน้า 20.

⁶ พินิจ สุริyanุตร. (2537). “พระกริ่งป่าวเรศฯ คณศพระเครื่อง.” พระเครื่อง, 32, หน้า 21-26.

⁷ บุญยเทพย์. (2528). ชีวประวัติ อภินิหาร พระคากาชินบัญชรอเจ้าพระคุณสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต) วัดระฆังฯ. หน้า 25.

เครื่องครัด ดังนั้นจึงหมายกับคนทั่วไปที่จะนำติดตัวไปในที่ต่าง ๆ ได้ง่าย เพียงแต่ต้องจิตอธิษฐาน หรือบริกรรมและสวดอ้อนวอนขอความคุ้มครองก็เพียงพอ จึงอาจนับเป็นวัตถุมงคลทางศาสนาได้ หรือทางไสยศาสตร์ได้ในเวลาเดียวกัน

ดังนั้น การนำพระเครื่องติดตัวและนำเข้าไปในบ้านหรือที่อยู่อาศัยของคนทั่วไป เพื่อก็อปปะมานในสมัยรัชกาลที่ 4 ลงมา ก่อนหน้านี้ เช่น ในสมัยกรุงเทพตอนต้น ๆ หรือสมัยกรุงธนบุรี รวมถึงสมัยกรุงศรีอยุธยา จึงไม่ปรากฏการนำพระเครื่องติดตัวและนำเข้าไปในบ้าน หรือที่อยู่อาศัยของคนทั่วไป ด้วยเหตุที่ว่าในช่วงเวลาดังแต่สมัยรัชกาลที่ 3 และที่ 4 นั้น เป็นช่วงเวลาสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมไทยช่วงหนึ่ง เนื่องจากการมีผู้คนหลายเผ่าพันธุ์ในบ้านเมือง นอกจากนั้นยังมีการติดต่อกันภายนอกทั้งทางด้านตะวันออกและตะวันตกอย่างกว้างขวางทำให้ความรู้และความคิดของคนที่มีการเปลี่ยนแปลงไปมากในเรื่องนี้ รองศาสตราจารย์ศรีสักดี วัลลิโภดม ภาควิชามานุษยวิทยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้แสดงความเห็นไว้ในหนังสือพระเครื่องในเมืองสยามว่า นักวิชาการคนสำคัญ เช่น ศาสตราจารย์ ดร.นิธิ เอียวศรีวงศ์ นับได้ว่าเป็นท่านแรก ๆ ที่สังเกตในเรื่องนี้และแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นรูปธรรมไว้ในเรื่องโลกของนางนพมาศ จึงอาจกล่าวได้ว่าในยุคนี้มีลักษณะเพลิง และคติความเชื่อทางศาสนา และไสยศาสตร์เกิดขึ้นอีกหลายอย่าง

การนับถือพระกริ่งหรือพระเครื่อง ที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางความเชื่อในเรื่องการไม่เอาพระพุทธรูปเข้าบ้านมาเป็นการอนุโลมให้เข้าบ้านได้นั้น มีผลไปสู่เรื่องการสะสมของเก่าที่ได้รับอิทธิพลมาจากชาวต่างประเทศทางตะวันตกและการบุดพนกรุสมบัติเก่าตามวัสดุร้างและโบราณสถานต่าง ๆ เพราะพระพุทธรูปที่พบตามกรุสมบัตินั้นนอกจากนำเข้าบ้านไปเป็นพระบูชาในบ้านแล้ว ยังถูกนำไปเป็นศิลปวัตถุหรือของเก่าที่มีค่าควรแก่การสะสมอีกด้วย ดังนั้นบรรดาเจ้านายขุนนาง และพวกพ่อค้าคนหุ้นที่จึงนิยมสะสมของเก่ากันอย่างแพร่หลาย ผลที่ตามมาคือ การเกิดร้านค้าของเก่าขึ้นในสมัยหลัง ๆ ลงมา

ส่วนพระพิมพ์ที่เป็นของที่พับควบคู่ไปกับพระบูชาและสมบัติในกรุในชั้นแรกเป็นของไม่มีราคาค่างวด เพราะไม่ปรากฏอยู่ในบรรดาของเก่าที่ขายกันตามร้านค้าของเก่า แต่ต่อมานี้เองจากอิทธิพลของพระกริ่งและพระเครื่อง ที่ผู้คนถือเป็นเครื่องรางของขลัง ดังได้กล่าวมาแล้ว พระพิมพ์เหล่านี้ก็ได้ถูกนำไปเป็นพระเครื่องไป พระพิมพ์รุ่นแรก ๆ ที่นับถือกันว่าเป็นพระเครื่อง ก็คือพระลำพูนที่พับในภาชนะหรือ รวมทั้งพระพิมพ์สมัยลพบุรีที่พับในเมืองลพบุรีและจังหวัดใกล้เคียง

ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงทางความเชื่อ โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับทางด้านไสยศาสตร์และพระเครื่องตามที่กล่าวมาแล้วนี้ ไม่น่าจะเกิดขึ้นได้ง่าย ๆ หากไม่มีการเปลี่ยนแปลงมาจากองค์พระมหาภัตtriy ผู้เป็นพระประมุขสูงสุดของบ้านเมืองในสมัยนั้น ทั้งนี้ก็เพราะพระบาทสมเด็จ

พระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระองค์ทรงเป็นผู้นำในการเลิกคติและประเพณีบางอย่าง แต่โบราณ แล้วทรงสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ขึ้นแทนที่ เพื่อให้เกิดความหมายสมกับกาลเวลาในสมัยนั้นและเพื่อให้เป็นวิทยาศาสตร์แบบตะวันตกมากขึ้น อีกประการหนึ่ง พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ยังทรงเป็นจอมปราชญ์ทางพระพุทธศาสนา อันเนื่องจากการที่พระองค์ทรง พนวชหลายพระยา ก่อนจะเสด็จขึ้นครองราชย์ พระองค์ซึ่งมักจะทรงนำเอาสิ่งที่เป็นพุทธคุณมาปรับใช้และแก้ไขปัญหาหลาย ๆ ประการ ทั้งทางด้านสังคมและวัฒนธรรม เช่น การตั้งคณะธรรมยุติกนิกายขึ้นมา เพื่อให้มีการศึกษาพระพุทธศาสนาที่เหมาะสมแก่พระภิกษุสามเณรหรือ ถ้าหากนำความสำคัญทางพุทธศาสนาเข้ามาไม่ได้ก็พึงพาทางพระมหาณัฐหรืออินดูแทน เช่น การสร้างพระสยาમเท瓦ธิราชเจ้า เป็นต้น

พระฉะนั้น พระเครื่องน่าจะปรากฏขึ้นแล้วตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 ลงมา โดยการเกิด มีพระกริ่งก่อน แล้วต่อมาจึงมีการนำอาพระพิมพ์ที่เป็นของโบราณตามกรุของวัดจากเมืองต่าง ๆ มาเป็นเครื่องรางของลัง ผลที่ตามมาก็คือ พระเครื่องได้เข้ามาแทนที่บรรดาเครื่องรางของลังที่เคย มีมาแต่เดิม

การสร้างพระเครื่องหรือพระพิมพ์ขึ้นในแต่ละยุคแต่ละสมัยนั้น นับได้ว่า เป็นวิวัฒนาการของการสร้างพระเครื่องที่มีความต่อเนื่องกันมานับเป็นพันปีมาแล้วและการสร้างพระเครื่องในแต่ละยุคสมัยนั้น มีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ที่เป็นแบบฉบับของตนเอง เช่น สมัยทวาราวดี มีลักษณะที่คล้าย ๆ ไปทางอินเดียมาก เพราะได้รับอิทธิพลจากอินเดีย ตั้งนั้น พระพุทธรูปหรือพระเครื่องต่าง ๆ ก็มีลักษณะความงามหรือลักษณะทางด้านพุทธศิลป์ที่เป็นแบบของอินเดีย สมัยศรีวิชัย ในสมัยนี้พระพุทธรูปและพระเครื่องหรือพระพิมพ์มีพุทธลักษณะที่งดงาม อ่อนช้อย เห็นแล้วทำให้จิตใจสงบเย็น สมัยสุโขทัย สมัยนี้นับว่าเป็นยุคทองของพุทธศาสนา เป็นยุคที่พุทธศาสนาเจริญรุ่งเรืองที่สุด ผนวกกันในยุคนี้เป็นยุคที่บ้านเมืองมีความสงบสุข ไม่มีเหตุการณ์สังคมรุนแรงต่าง ๆ จึงทำให้ศิลปินผู้สร้างสรรค์ด้านพุทธศาสนา โดยเฉพาะพระพุทธรูปและพระพิมพ์ต่าง ๆ บรรจงทำได้อย่างดงาม ประณีตวิจิตร อ่อนช้อย ไม่เคยมีมาก่อน ศิลปะที่เกี่ยวข้องพระพุทธรูปในสมัยสุโขทัยนี้ ถือว่า เป็นศิลปะชั้นครู โดยเฉพาะด้านพุทธศิลป์

ส่วนในสมัยรัตนโกสินทร์ ถือว่า มีแบบฉบับในการสร้างพระเครื่องที่เป็นของตนเอง และถือว่าเป็นยุคทองของพระเครื่องอย่างแท้จริง เนื่องจากได้มีการสร้างพระเครื่องกันอย่าง เป็นระบบ และมีจำนวนมากกว่าที่จะนับได้ ซึ่งมีการจัดสร้างกันเกื้อหนุกัน หรือแม้แต่ที่มิใช้ดักก็มี การจัดสร้างด้วย เช่น หน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชน หรือแม้แต่บริษัทใหญ่ ๆ ก็มีการ จัดสร้าง ด้วยวัตถุประสงค์อันแตกต่างกันออกไป และในปัจจุบันก็ปรากฏว่าพระเกจิอาจารย์เกิดขึ้น เป็นจำนวนมาก ต่างรูปต่างก็จัดสร้างพระเครื่องในรูปแบบของตน ด้วยวัตถุประสงค์ที่ต่างไปจาก

สมัยก่อน และยิ่งไปกว่านั้นการสร้างพระเครื่องในสมัยรัตนโกสินทร์ มีการสร้างในเชิงธุรกิจ คือ สร้างเพื่อการค้าห่วงกำไร ทำให้เกิดศูนย์พระเครื่องขึ้นอย่างมาก many ทำให้ผู้ที่ไม่เห็นด้วยกล่าวว่า ยุคนี้เป็นยุคพุทธพาณิชย์

อย่างไรก็ตาม การสร้างพระเครื่องของแต่ละยุคสมัยนั้นก็เป็นภาคสะท้อนให้เห็นสภาพ สังคม การเมือง หรือแม้แต่ประวัติศาสตร์ในอดีตและปัจจุบันได้อย่างดีว่าเป็นอย่างไร มีความ เป็นอยู่อย่างไร เจริญในด้านไหน และสภาพสังคมในขณะนั้นเป็นอย่างไร เช่น สมัยสุโขทัย พุทธศิลปะในยุคนี้ แสดงให้เห็นว่าสังคมอยู่อย่างสงบสุข ไม่มีสังคม เป็นสังคมที่อุดมสมบูรณ์ พร้อมทุกอย่าง ศิลป์ปั้นผู้สร้างจึงได้สร้างพระพุทธปฏิมากร ได้อย่างประณีต งดงาม สร้างด้วยแรงกาย และแรงใจที่สะอาดบริสุทธิ์ ด้วยความครั้งชาญในพุทธศาสนา พุทธศิลป์ที่ออกแบบมาจึงมีความงดงาม กว่าสมัยอื่น ๆ เป็นต้น ส่วนสมัยรัตนโกสินทร์ หรือสมัยปัจจุบันนี้ ถือว่าอยู่ในยุคที่เจริญทางด้าน วัฒนธรรม เกินไป การสร้างพระเครื่องจำนวนมากมายนในปัจจุบันแทนที่จะมองว่าเป็นความ เจริญรุ่งเรืองของพระพุทธศาสนา แต่กลับเป็นตรงกันข้ามคือ แสดงถึงสภาพสังคมที่อ่อนแอก มีความเชื่อที่งมงาย ไร้เหตุผล อุปถัมภ์วัตถุเหล่านี้ (พระเครื่อง) ทั้ง ๆ ที่ยุคนี้เป็นยุควิทยาศาสตร์ เป็นยุคที่ต้องการคำอธิบายที่ประกอบด้วยเหตุผลอย่างมีระบบและมีหลักในกระบวนการคิด กระบวนการเชื่อ

2. เครื่องรางของขลัง

ประวัติความเป็นมาและการนำแนวเครื่องรางของขลัง

ลัทธิศาสนาของมนุษย์ในโลกแต่เดิมนั้น ยึดถือธรรมชาติ เช่น พระอาทิตย์ พระจันทร์ ดาว น้ำ ไฟ และลม เป็นสิ่งที่พึงที่รัก จะเห็นได้จากชากิหาร ในนาบิโลน ซึ่งสร้างก่อน กรีกต์ศักราช 4,700 ปี เป็นที่บูชาพระอาทิตย์ พระจันทร์

ต่อมา ก่อนพุทธกาลราว 2,000 ปีเศษ ศาสนาพราหมณ์ถือเอาพระผู้เป็นเจ้าเป็นสิ่ง ที่บังเกิดขึ้น พระผู้เป็นเจ้านั้น คือ พระอิศวร พระนารายณ์ พระพรหม เมื่อต้องการความสำเร็จในสิ่ง ใดก็มีการสาดอื้อนวอน อัญเชิญขออำนาจจากเทพทั้งสาม ให้บันดาลผลสำเร็จตามที่ต้องการ การกระทำดังกล่าวนี้ จำต้องมีที่หมายทางใจเพื่อความสำรวม ขณะนี้ภาพจำหลักเทพเจ้าทั้งสาม คือ ที่นี่จะเห็นได้จากรูป Hari hara (Hari hara) แห่งปราสาทอันเดต (Prasat Andet) ที่พิพิธภัณฑ์เมือง พนมเปญ อันเป็นภาพจำหลักของพระนารายณ์ในศาสนาพราหมณ์ กับเทวรูปมหាទรม แห่งพิพิธภัณฑ์กีเมต ประเทศฝรั่งเศส นับเป็นปัจมีกรรมที่สร้างขึ้นด้วยมุ่งหมายเอาเป็นที่พึ่งยึด หนีภัยทางใจในศาสนาพราหมณ์ศาสนาเก่าแก่โดยทั้งสิ้น

การต่อมาพุทธศาสนาเกิดขึ้นในโลกโดยพระบรมศาสดา หรือเจ้าชายสิทธัตถะ เป็นผู้ทรงค้นพบอัตนธรรมวิเศษอันมีผู้เลื่อมใสสักการะแล้วยึดเป็นสิ่ง พระพุทธองค์ทรงมี

พระสาวกตามเสด็จประพฤติปฏิบัติตามมากมาย จนเป็นพระอสีติมหาสาวกขึ้น ท่านมหาสาวกเหล่านี้ล้วนเป็นผู้ทรงไว้ซึ่งความเป็นเอตทัคคะในด้านต่าง ๆ กัน มีพระสารีบุตรทรงความเป็นยอดเยี่ยมทางปัญญา พระโมคคัลลานะทางความเป็นยอดเยี่ยมทางฤทธิ์ฯลฯ

ในพระพุทธศาสนานั้น ผู้ที่สำเร็จภานสามาบดีเป็นผู้มีจิตใจบริสุทธิ์ย่อมแสดงอิทธิฤทธิ์ได้หลายอย่างเป็นอ恩กประการ ฤทธิ์เหล่านี้เรียกว่า “อิทธิปักษิหาริย์” เป็นการกระทำที่สามารถช่วยให้สามารถกระทำได้ มีหลักฐานปรากฏอยู่ในพระไตรปิฎกหมายถึง พระคณาจารย์ผู้สำเร็จภานสามาบดีย่อมทรงไว้ซึ่งฤทธิ์ และโดยที่พระพุทธองค์ผู้เป็นเจ้าของพระพุทธศาสนานั้น พระองค์ทรงไว้ด้วยพระคุณ 3 ประการ คือ พระกรุณาธิคุณ 1 พระปัญญาคุณ 1 พระบริสุทธิคุณ 1 ดังนั้นพระเดรานุเคราะห์ทรงไว้ด้วยภานสามาบดี ก็มักจะใช้ฤทธิ์ของท่านช่วยชีวิตมนุษย์ และสัตว์โลกโดยถือเอาหลักพระกรุณาธิคุณ เป็นการตามรอยพระยุคลบาทแห่งสมเด็จพระบรมศาสดานั้นเอง

ในส่วนของประเทศไทย ในสมัยสุโขทัย พระมหาธรรมราชาที่ 1 โปรดให้สร้างวัดป่ามะม่วงขึ้น เพื่อจัดเป็นที่พักของพระมหาสามีสังฆราชซึ่งຈาริกมาแต่เมืองปะตู และจากนั้นมาพระสงฆ์ในประเทศไทยก็บังเกิดขึ้นเป็น 2 ฝ่าย ๆ หนึ่งเล่าเรียนพระไตรปิฎกและสั่งสอนพระธรรมเรียกว่า คำว่าสี อิกฝ่ายหนึ่งถือวิปัสสนาธูระ คือบำเพ็ญภารณะ มักอยู่วัดอรัญญิข้างนอกเมือง จึงเรียกพระสงฆ์อรัญญาวาสี (อยู่ในป่าเป็นที่พำนัก) ซึ่งการอยู่ในป่าของพระเดรานุเคราะห์นั้นถือเป็นเครื่องกำจัดกิเลส มีการบริโภคอาหารมื้อเดียว มีการไปอยู่ ณ โคนไม้มเปลี่ยว มีการจาริกไปในถ้ำ เขาป่าดง อันเป็นธุดงค์วัตรของท่าน การบำเพ็ญสมณกิจของท่านท่ามกลางป่าดงนี้เอง ทำให้ท่านได้พบกับธรรมชาติต่าง ๆ บ้างก็ปรากฏเป็นวัตถุแปลง ๆ เช่น รากไม้ ผลไม้ ไฟ ว่านที่กล้ายืนหินพับเกลี้ดแร่พันธุ์กับกล้ายืนเนื้อวัสดุอื่น ๆ บ้าง เช่น เหล็กไหล ไบทองแดง เป็นต้น นี่จึงเป็นปฐมเหตุอันหนึ่งที่ทำให้เราได้รู้จักสิ่งของวัตถุอัครรพ์ หรือที่เรียกว่าของลังในเวลาต่อมา

ในประเทศไทย ตั้งแต่อดีตนั้นผู้คนย่อมสักการบูชาครูอาจารย์ เก็บจะเทียนเท่ากับเคารพบิดามารดาเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากคำกล่าวจนติดปากว่า “บิดามารดาครูอาจารย์” ดังนั้นในคราวที่ตนจะต้องออกไปสู่ที่บ้านขัน ขันอาสาอกรับ ออกศึกษาราม ก่อนอื่นก็ต้องไปเคารพสักการะท่านผู้มีพระคุณดังกล่าว เพื่อขอพรความสวัสดิ์มีชัยในชีวิตจากท่านเหล่านี้ พระเดรานุเคราะห์ผู้มีพระคุณทรงไว้ซึ่งเมตตาคุณตามสมณะวิสัยอยู่แล้ว ท่านจึงได้มอบของที่ระลึกเพื่อให้เป็นที่หมายทางใจแก่ศิษย์ของท่าน สิ่งของเหล่านี้ก็คือวัตถุธรรมชาติที่ท่านได้ประสบพบเห็นและเก็บมาแต่ในป่าจากการธุดงค์วัตรดังกล่าวนั้นเอง และเพื่อความมั่นใจแก่ผู้รับ ที่จะต้องออกทำการสู้รบ พระคุณเจ้าท่านจึงทรงทำ神圣นิจิตนำพระพุทธานุภาพ พระธรรมมานุภาพ พระสังฆานุภาพบรรจุลงในวัตถุธรรมชาติเหล่านั้น แล้วอธิษฐานจิตให้สิ่งนั้นมีคุณานุภาพทางคง

กระพันชาตรีด้วยวิถีแห่งภานุสนาบติ เพื่อช่วยให้ผู้รับมีชัยชนะแก่อธิราชศัตรู เครื่องรางของขลัง วัตถุธรรมชาติอstrarพ์ก์บังเกิดขึ้นด้วยประการจะนี้⁸

เมื่อเวลาล่วงเหลือมา สิ่งทั้งหลายก็วัฒนาการขึ้นตามสภาพความเจริญของโลก วัตถุ เครื่องรางของขลังที่เดิมเป็นพืชพันธุ์แปลง ๆ ก็แปรเปลี่ยนมาเป็นสิ่งประดิษฐ์ อาทิ เสื้อยันต์ ผ้าประเจียด ตะกรุด รูปปั้นมาการ์ม ฯลฯ แล้วแต่พระคณาจารย์เจ้าท่านจะสร้างขึ้นตามอุปเทห์วิธี ของท่านเป็นด้าน ๆ ไป ซึ่ง “เครื่องรางของขลัง” เช่นว่านี้ก็จักให้ผลคุ้มครองป้องกันภัยตรายหรือ เป็นเสน่ห์แก่ผู้ใช้ที่ประพฤติปฏิบัติตามกำหนดของธรรมะ ละเสียซึ่งการเบียดเบียนไม่ก่อทุกข์ภัย ให้เก่าสังคมและศีลธรรมดึงดูดของมนุษย์ท่านนั้น⁹

ดังนั้น วัตถุมงคลหรือเครื่องรางของขลัง เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นนานาคู่กับมนุษย์ เนื่องจาก มนุษย์มีสัญชาตญาณของความกลัว จึงพยายามแสวงหาที่พึ่ง ที่ยึดเหนี่ยวให้กับตนเอง เมื่อตนเอง มีความเชื่อต่อสิ่งใดก็ให้ความนับถือบูชาต่อสิ่งนั้น ๆ ต่อมานี้ ได้วัฒนาการความเชื่อไปตามความ เจริญของมนุษยชาติ จึงได้มีการคิดคั้นแปลงสิ่งต่าง ๆ ให้เกิดเป็นเครื่องรางของขลังหรือวัตถุมงคล ที่เหมาะสม ทันสมัย เพื่อนำมาเป็นเครื่องช่วยยึดเหนี่ยวจิตใจ

2.1.2 คำจำกัดความ และความหมายของวัตถุมงคล

คำว่า “วัตถุมงคล” ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันส่วนหนึ่งหมายถึง “พระเครื่อง”¹⁰ เพราะเห็นว่าเป็น คำที่ไฟพระเพลิง “พระเครื่อง” และถือว่าการเกิดพระเครื่องเป็นการนำเอาสิ่งที่เป็นพุทธคุณเข้ามาสู่มนุษย์ ที่มีความเชื่อที่เป็นไสยขาว ทำให้กล้ายึดเป็นวัตถุสำเร็จรูปที่รวมของบรรดาของขลังทั้งมวลให้อยู่ใน วัตถุเดียวกัน¹¹

คำว่า “วัตถุมงคล” เป็นคำศัพท์ที่บัญญัติขึ้นมาใหม่ในช่วงหลังปี พ.ศ. 2500 เป็นต้นมา โดยจะพบคำว่า “วัตถุมงคล” ระหว่างในช่วงปี พ.ศ. 2519 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งจะมีความหมายทั้งที่เป็น คำเรียกแทนพระเครื่องอย่างเดียว และในความหมายรวมถึงเครื่องรางของขลังทุกชนิดที่มีอยู่¹²

นอกจากนี้ คำว่า “วัตถุมงคล” ยังมีประกาศของคณะกรรมการองค์การเพื่อการปฏิรูป ระบบสถาบันการเงิน เรื่อง หลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการขายทรัพย์สินประเภทศิลปวัตถุ วัตถุมงคล เหรียญ ธนบัตร และวัตถุมีค่าของสถาบันการเงินที่ไม่อาจแก้ไขหรือฟื้นฟูได้ หรือ

⁸ พันทะ วรรษัน. (ม.ป.ป.). ตำรับพระเครื่องรางของขลัง. หน้า 2-5.

⁹ ศรีศักร วัสดิโภค. เล่มเดิม. หน้า 49.

¹⁰ พระมหาเชติ เจริญรัตน์. (2541). พระเครื่องกับสังคมไทย: ศึกษาพัฒน์ที่ศูนย์กลางของนักวิชาการ พุทธศาสนา ในสถาบันอุดมศึกษา. หน้า 124.

¹¹ เสรี เสริฐสันนิท. (2540). การศึกษาพระพิมพ์ดินเผากรุนาตุน จังหวัดมหาสารคาม. หน้า 38.

¹² สุขุม ศรีหิรัญ. (2519, กุมภาพันธ์). “หลวงพ่อสอนพิท.” จักรวาลพระเครื่อง, 2 (17). หน้า 17.

การดำเนินงานได้ โดยเป็นประการที่օศัยอำนาจตามความในมาตรา 16(3) แห่งพระราชกำหนดการปฏิรูประบบสถาบันการเงิน พ.ศ. 2540 ได้ให้ความหมายของคำว่า “วัตถุมงคล” ไว้ในข้อ 1 ซึ่งเป็นบทัญญัติเกี่ยวกับการให้คำนิยาม ตามบทัญญัติดังกล่าวนี้ “วัตถุมงคล” หมายความว่า วัตถุที่เป็นสิ่งเคราะห์และสักการะของบุคคล ดังนี้ตามบทัญญัตินี้ “วัตถุมงคล” จึงมิได้หมายความ เคพะแคร่พระพิมพ์หรือพระเครื่องเท่านั้น หากแต่ยังหมายความรวมถึงวัตถุต่าง ๆ ที่เป็นสิ่งที่บุคคล เคราะห์และสักการะด้วย เช่น ผ้าขันต์ ตะกรุด แหวน เป็นต้น

ความหมายของคำที่เกี่ยวเนื่องกับวัตถุมงคล

พระเครื่อง หมายถึง พระพุทธสรุปองค์เล็ก ๆ ที่ถือเป็นเครื่องศักดิ์สิทธิ์ป้องกันภัย¹³ เดิมเรียกว่า “พระพิมพ์” โดยจะหมายความรวมถึงเครื่องประเกจิอาจารย์ต่าง ๆ ผู้มีวัตรปฏิบัติเป็น ที่เคารพครั้ทของคนทั่ว ๆ ไป ที่จัดสร้างด้วยวัตถุต่าง ๆ เช่น ชิน旁 และว่าน เป็นต้น โดยการสร้าง อาจมีจุดประสงค์ต่าง ๆ กันออกไป

เครื่องราง หมายถึง ของที่นับถือว่าป้องกันอันตราย¹⁴ เป็นของที่มนุษย์สร้างขึ้นและ เชื่อว่ามีฤทธิ์ปักษิหาริย์ สามารถคลบบันดาลให้เกิดสิ่งที่ต้องการได้ เช่น สามารถอยู่傍คงกระพัน มีเสน่ห์ มีโชคคลาด แคล้วคลาด เป็นต้น¹⁵ โดยบางครั้งจะหมายความรวมถึงของศักดิ์สิทธิ์ที่ห่อแล้ว นำไปวางตรงปากท่อ咽สรงน้ำพะระสงษ์¹⁶

ของหลัง หมายถึง ของที่มีอำนาจศักดิ์สิทธิ์ที่เชื่อกันว่าอาจคลบบันดาลให้สำเร็จได้ ดังประสงค์ เป็นวัตถุที่มีความศักดิ์สิทธิ์อยู่ในตัวแล้ว ไม่ต้องปลูกเสกอีก เช่น ไพรคำ ว่าน แร่ เป็นต้น¹⁷

หนังสือ Oxford Advanced Learner's Dictionary ได้ให้ความหมาย “Amulet”

Amulet 1. Piece of jewelly, etc. worn as a charm.

2. Against evil”¹⁸

แปลว่า “เครื่องราง 1. เครื่องประดับที่รวมใส่เป็นเครื่องราง

2. ป้องกันความชั่วร้าย”

¹³ ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. หน้า 570.

¹⁴ แหล่งเดิม. หน้า 193.

¹⁵ ป. รัตนปัญญา. (2538). สอนเด็กไม่ให้เชื่อโชคกลางของหลัง. หน้า 27.

¹⁶ ส. พลายน้อย. (2542, 10 กุมภาพันธ์). “มนูพระเก่า.” ข่าวสด. หน้า 27.

¹⁷ ศักดิ์ สุริยัน. (2515). พระกริ่ง พระปิดตาที่สำกัญและเครื่องรางของหลัง. หน้า 57-58.

¹⁸ AP Cowie. (1989). Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. p. 36.

ในหนังสือ Longman Dictionary of Contemporary English ก็ให้ความหมายของ Amulet ไว้ว่าในลักษณะเดียวกันว่า “Amulet n. an object worn in the belief that it will protect one against evil, disease, bad luck, etc.”¹⁹ แปลว่า “เครื่องราง น. เครื่องสวมใส่ด้วยความศรัทธาว่าจะช่วยปกป้องตนเองจากอันตราย ความเลวร้าย และอันโชค”

ส่วนพระราชนูนี ได้ให้ความหมายของ “วัตถุมงคล” ไว้ว่า “วัตถุมงคล ได้แก่ เครื่องราง และ/หรือขันต์ สิ่งที่คนนับถือโดยปราศจากเหตุผล เหตุ因นำโชค เครื่องรางของลัง และสิ่งที่นำโชคดีมาให้”²⁰ ดังนั้น วัตถุมงคลในความหมายของ พระราชนูนี จึงมีความหมาย ที่ครอบคลุมทั้งพระเครื่องและเครื่องรางของลังทุกชนิด

สำหรับในวงการพระเครื่อง ซึ่งประกอบด้วยศูนย์พระเครื่องต่าง ๆ และบุคคลผู้นิยมสะสมพระเครื่องต่างเข้าใจตรงกันว่า “วัตถุมงคล” หมายความรวมถึงพระเครื่องและเครื่องราง ของลังทุกชนิด ทั้งที่เป็นของที่เกิดขึ้นเอง มีองโถธรรมชาติ ของโบราณเก่าแก่ที่มีผู้บรรจุไว้ตามกรุต่าง ๆ และของที่สร้างปลูกเสกขึ้นใหม่เพื่อเป็นของชำร่วยสมนาคุณแลกเปลี่ยนซื้อขายตามที่ปรากฏทางสื่อมวลชนและศูนย์จำหน่ายพระเครื่องต่าง ๆ

ดังนั้น คำว่า “วัตถุมงคล” จึงหมายถึงสิ่งของทั้งที่เกิดมีเองโดยธรรมชาติและสิ่งของที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นตามความเชื่อว่าจะเป็นเหตุนำมาซึ่งความสุขความเจริญ ความเป็นสิริมงคล โชคดี หรือเป็นเครื่องป้องกันอันตรายต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ พระเครื่อง เครื่องรางและของลังชนิดต่าง ๆ นั่นเอง

2.1.3 ประเภทของวัตถุมงคล

วัตถุมงคลที่มีอยู่ในปัจจุบันนี้ สามารถแบ่งประเภทอย่างกว้าง ๆ เป็น 2 ประเภท²¹ คือ

1. ประเภทเกิดขึ้นเองหรือมีขึ้นเป็นธรรมชาติ

วัตถุมงคลประเภทนี้เป็นสิ่งที่ได้มาจากธรรมชาติ หรืออาจกล่าวได้ว่าสิ่งที่เกิดขึ้นเอง ตามธรรมชาติโดยไม่มีการสร้างสรรค์สร้าง ซึ่งถือว่ามีต้นกำเนิดในตัวและเทวดารักษา สิ่งนั้นได้แก่ เหล็กไอล เศียห์หยุตัน เศียห์วะเตือกวาง และเตาวลัย เป็นต้น

2. ประเภทที่มนุษย์สร้างแต่งสร้างขึ้น ซึ่งสามารถจำแนกตามวัสดุที่นำมาสร้างได้ 4 ประเภท ได้แก่

¹⁹ Paul Procter. (1978). *Longman Dictionary of Contemporary English*. p. 29.

²⁰ พระราชนูนี (ประยุทธ์ ปัญโต). (2528). พจนานุกรมพุทธศาสนาฯ ฉบับประมวลธรรม. หน้า 402.

²¹ พระมหาనันตี วัลลโภ (ป้อมสุข). เล่มเดิม. หน้า 19-26.

(1) ประเภทเนื้อดิน สร้างจากองค์ประกอบที่เป็นดินเป็นหลัก เช่น พระพิมพ์ หรือ พระเครื่องที่คั่นพบจากกรุต่าง ๆ ในสมัยโบราณ เช่น พระชั้มกอ พระกำแพงทุ่งเศรษฐี และ พระนางพญา เป็นต้น

(2) ประเภทเนื้อผง สร้างจากผงปูนเปลือกหอยผสมกับผงอิฐ เกยรดอกไม้บูชา พระหรือผงใบลาน เป็นต้น ที่เพาไฟเป็นถ้าถ่านกับวัสดุอย่างอื่น เช่น พระสมเด็จวัดระฆัง วัดบางขุนพรหม และพระวัดเกย์ไชโย เป็นต้น

(3) ประเภทเนื้อชิน สร้างจากโลหะธาตุต่าง ๆ เช่น ชินเงิน ชินตะกั่ว นาโนโลหะ ตลอดจนทองคำ สำริด เงิน นาค ทองแดง เป็นต้น ตามสูตรการเล่นแร่แปรธาตุต่าง ๆ เช่น พระท่ากระดาษ พระร่วงหลังรงปืน และพระลีลาวงศ์ เป็นต้น

(4) ประเภทเขียวงาระดูกของสัตว์ต่าง ๆ ตลอดจนไม้ เมล็ดพันธุ์พืช เปลือกไม้ ต่าง ๆ นำมาแกะสลักเป็นรูปสัญลักษณ์ต่าง ๆ อีกขั้นตอนหนึ่ง เช่น สิงห์ เสือ หมากทุย ลูกประคำ เป็นต้น

นอกจากแบ่งเป็นประเภทตามลักษณะของการเกิดขึ้นของวัตถุมงคลดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น นายเสมอ ท่าพระ ยังได้แบ่งวัตถุมงคลประเภทของลักษณะตามลักษณะของการใช้รูปแบบลักษณะ และระดับชั้นไว้ดังนี้²²

การแบ่งตามลักษณะการใช้ สามารถแบ่งออกได้ 4 ลักษณะ คือ

1. เครื่องคาด อันได้แก่ เครื่องรางที่คาดศรีษะ คาดเอว คาดแขน ฯลฯ
2. เครื่องสวม อันได้แก่ เครื่องที่สวมคอ สวมศรีษะ สวมนิ้ว ฯลฯ
3. เครื่องฟัง อันได้แก่ เครื่องรางที่ใช้ฟังลงไปในเนื้อหันของคน เช่น เนื้อมงคล ตะกรุด ทอง เหล็กไหล และโลหะมงคลต่าง ๆ

4. เครื่องอม อันได้แก่ เครื่องรางที่ใช้มองไว้ในปาก อาทิ เช่น ลูกอม ตะกรุดอม (ไม่รวมถึงการอมเครื่องรางชนิดต่าง ๆ ที่มีขนาดเล็กไว้ในปาก)

การแบ่งตามรูปแบบลักษณะ

1. ผู้ชาย อันได้แก่ รากยม คุณภาพของ ชูชอก และสิ่งที่เป็นรูปของอวัยวะเพศชายต่าง ๆ (ศิวลึงค์)
2. ผู้หญิง อันได้แก่ แม่นางกวัก แม่โพสพ และสิ่งที่เป็นรูปของผู้หญิงต่าง ๆ (โยนี)
3. สัตว์ ในที่นี้หมายถึงพระโพธิ์สัตว์ อาทิ เสือ ช้าง วัว เต่า จะระเข้ งู ดังนี้ เป็นต้น

²² เสมา ท่าพระ. (2539). เปิดกรุอาثارพ. หน้า 10-11.

การแบ่งตามระดับชั้น

1. เครื่องรางชั้นสูง อันได้แก่ เครื่องรางที่ใช้ส่วนสูงของร่างกาย ซึ่งนับตั้งแต่ศีรษะลงมาถึงบ้มือสำหรับด้วยพระพุทธคุณ พระธรรมคุณ พระสังฆคุณ
2. พระเครื่องรางชั้นต่ำ อันได้แก่ เครื่องรางที่เป็นของต่ำ อาทิ ปลัดขิก อีเปื้อ ไจ้จัง กล่าวคือเป็นของที่ไม่ได้สำเร็จด้วยของสูง
3. เครื่องรางที่ใช้แหวน อันได้แก่ หงຽปนก รูปตักแต่น รูปปลา หรือระบบทอกใส่ยันต์ และอื่น ๆ

ส่วนในแง่การศึกษา Stanley Jeyaraja Tarnbiah ได้แบ่งสิ่งที่เขาเรียกว่า เครื่องราง (An Object having sacred or supernormal power) ของคลัง (Amulet) ที่มีการนับถือกันในประเทศไทยออกเป็น 4 ระดับ คือ²³

1. พระพุทธรูป ที่มีชื่อเสียง และมีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ ซึ่งพระที่ได้รับการยกย่องนับถือว่าเป็นพระที่ให้ความคุ้มครองบ้านเมือง เช่น พระแก้วมรกต พระพุทธชินราช พระพุทธชินสีห์ เป็นต้น
2. เครื่องรางของคลัง ของเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียง โดยเฉพาะในศตวรรษที่ 19 ซึ่งเครื่องรางของคลังเหล่านี้เป็นเครื่องสนับสนุนถึงข้อวัตรปฏิบัติและความศักดิ์สิทธิ์ของเกจิอาจารย์ต่าง ๆ
3. เครื่องรางของคลังต่าง ๆ ที่เป็นตัวแทนของเทพ มนุษย์ สัตว์ และสิ่งแปรปรวนประหลาด ปลุกเสก โดยพระหรือผู้เชี่ยวชาญทางไสยาสารตร์ เช่น รัก ยม กุมารทอง สาลิกาคู่ เนื้ยวหมูตัน เป็นต้น
4. เครื่องรางของคลังร่วมสมัย ซึ่งปลุกเสกโดยพระวิปัสสนาจารย์ผู้อยู่ในป่า ที่ได้รับการยกย่องเป็นพระอรหันต์

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอมาแล้วข้างต้น อาจสรุปได้ว่า “วัตถุมงคลของไทย” มีมากมาย หลายชนิด โดยขึ้นอยู่กับความศรัทธาของผู้คนที่มีต่อวัตถุมงคลนั้น ๆ แต่เมื่อจัดประเภทใหญ่ ๆ แล้ว สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก ๆ คือ

- ก. พระพิมพ์หรือพระเครื่อง
- ข. เครื่องรางของคลัง

ส่วนพระพุทธรูปซึ่งมีขนาดใหญ่เกินกว่าการพกพาติดตัวไปไหนมาไหน ได้จะไม่นับอยู่ในประเภทวัตถุมงคล

²³ Stanley Jeyaraja Tarnbiah. (2536). *The Buddhists Saints of the Forest and the cult of amulets.*

2.2 อิทธิพลของวัตถุนงค์ที่มีต่อสังคมไทย²⁴

เนื่องจากวัตถุนงค์เกิดมีขึ้นในสังคมไทยดังแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน และเป็นวัตถุที่มีขึ้นในเฉพาะสังคมไทยเท่านั้น โดยที่วัตถุนงค์เกิดขึ้นมาเนื่องจากพุทธศาสนาชนิดต้องการขัดความกลัวในการดำรงชีวิต โดยการให้วัตถุนงค์เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ และเพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนา ทั้งนี้ในส่วนนี้จำเป็นต้องทำการศึกษาอิทธิพลของวัตถุนงค์ที่มีต่อสังคมไทย เพื่อให้ผู้ศึกษาทำความเข้าใจกับที่มาของวัตถุนงค์ และปัญหาในการจัดสร้างและการเช่าบูชาวัตถุนงค์ได้ดียิ่งขึ้น จึงได้มีการศึกษาในส่วนนี้ ดังนี้

2.2.1 ด้านความเชื่อ

ในปัจจุบัน ด้านคติความเชื่อของชาวไทยนั้นพบว่า มีพระพุทธศาสนาเป็นรากรฐานสำคัญ และมีฐานะเป็นศาสนาประจำชาติ แต่ในทางสังคมแล้วพบว่า ประชาชนซึ่งส่วนแต่เป็นพุทธศาสนาชนนี้ ไม่ค่อยได้ปฏิบัติ และยึดมั่นศรัทธาเฉพาะแต่พระพุทธเจ้า พระธรรมและพระสงฆ์เพียงเท่านั้น แต่ยังมีความเชื่อและศรัทธาในลัทธิศาสนาอื่นอีก เป็นต้นว่า ลัทธิผู้สางงานไม่มีลัทธิศาสนาพราหมณ์-ชนดุ รวมถึงมีความเชื่อต่อเจ้าฟ่อ เจ้าแม่ต่าง ๆ ผสมผสานกันอยู่ทั่วไป

ในด้านการดำเนินชีวิตตามวิถีประจำวันของพุทธศาสนาชาวไทยนั้น เมื่อพิจารณาถึงชีวิตประจำวันของชาวพุทธนั้นพบว่า มักจะอาชัยความเชื่อทลายลัทธิ หรือหลายศาสนาเป็นที่พึงเป็นแนวทางของการดำเนินชีวิต และบรรดาลัทธิหรือศาสนาเหล่านี้ ได้แก่²⁵

1. ความเชื่อผีสาง นางไม้ และอำนาจเหนือธรรมชาติทั้งหลาย
2. ลัทธิศาสนาชนดุ นับถือพระพรหม พระอิศวร พระนารายณ์
3. ลัทธิบูชาบรรพบุรุษ นับถือเจ้าฟ่อ เจ้าแม่
4. นับถือผู้วิเศษ

มูลเหตุของการที่ทำให้มนุษย์แสวงหาที่พึ่งพิง และคิดสร้างสรรค์ลัทธิหรือศาสนาขึ้นมาเนื่องจากปัญหาของการดำเนินชีวิต บางครั้งไม่สามารถจะเอาชนะธรรมชาติได้ หรือบางที่มีปัญหา สุขภาพ ความยากจนขั้นแท้ เศรษฐกิจที่บีบคั้น เมื่อไม่สามารถจะช่วยเหลือตนเอง หรือไม่อาจแก้ไขปัญหาได้ จึงคิดแสวงหาที่พึ่ง แนวความคิดเรื่องอำนาจเหนือธรรมชาติ อาจทำให้เกิดความไม่เข้าใจในเรื่องที่พนgeo เช่น ฝนตกหนัก หรือฝนแล้งจนพืชพันธุ์แห้งตาย จึงได้พากันคาดการณ์เอาไว้ มีอำนาจบางอย่างที่บันดาลให้เป็นไป จึงได้พากันหาหนทางขอความช่วยเหลือจากอำนาจลึกลับ โดยการทำพิธีแห่นางแมว งานบุญบั้งไฟเพื่อขอให้ฝนฟ้าตกต้องตามฤดูกาล

²⁴ พระมหานนทบดี วัลลโภ (ปีอมสุข). เล่มเดิม. หน้า 45-76.

²⁵ ณรงค์ เสี้งประชา. (2538). วิทยาศาสตร์สังคม. หน้า 53.

จากความเชื่อที่เกิดขึ้น เพราะความกลัว ความไม่รู้ การแก้ปัญหาชีวิตไม่ตกล มนุษย์จึงได้พยายามหาที่พึ่งเพื่อสร้างความอบอุ่นใจ เพิ่มพลังใจ จึงได้แสวงหาวัตถุมงคลที่มีอิทธิพลด้านความเชื่อของตนมาพึ่งพิง และยิ่งไปกว่านั้น มนุษย์เชื่อว่าวัตถุมงคลต่าง ๆ มีอิทธิฤทธิ์ และมีปาฏิหาริย์ ที่จะคงช่วยเหลือ ปกป้องกันภัย โดยผู้ที่มีเวทมนตร์พิธีเสกเป้ามาอย่างถูกพิธี

สาเหตุสำคัญของการที่ทำให้เกิดพระเครื่อง อันเป็นวัตถุมงคลที่แพร่หลายมากที่สุด และมีอิทธิพลต่อความเชื่อในสังคมไทยอย่างยิ่งนั้น เนื่องจาก²⁶

1. ความเชื่อในอนุภาพของพระพุทธรูปนั้นที่มีปรากฏในพระไตรปิฎก เป็นความเชื่อที่เกี่ยวกับความศักดิ์สิทธิ์ของพระพุทธรูป ดังที่ปรากฏมีหลักฐานในคัมภีร์พระไตรปิฎก

2. ความเชื่อในข้อปฏิบัติ หรือปฏิปทาของเกจิอาจารย์ กล่าวคือ เชื่อว่าพระสงฆ์ ที่ปฏิบัติปฏิบัติชอบ มีศีลบริสุทธิ์ยิ่อมจะมีพลังจิตที่ทำให้สามารถคิด ได้ว่า อาจจะเป็นผู้บรรลุ漏านสามัคติอย่างได้อย่างหนึ่ง จึงเป็นเหตุที่ทำให้มีผู้สร้างพระเครื่องบูชาขึ้นมา และถ้าหากได้จัดพิธีปลุกเสกหรือพุทธาภิเบกษาแล้ว ย่อมจำทรงพลังอำนาจขึ้นในวัตถุมงคลนั้น ๆ เพราะเกจิอาจารย์ได้มาร่วมกันแผ่เมตตาจิต ตลอดถึงพลังจิตบริสุทธิ์ลงในมวลวัตถุมงคลเหล่านั้นด้วย รวมทั้งการที่มีศรัทธาเป็นทุนเดิมในพระคณาจารย์ผู้ทำการปลุกเสก เช่น สมเด็จพุฒาจารย์ (โต) หลวงปู่แหวน หลวงพ่อสด หลวงพ่อคูณ เป็นต้น

3. คำเล่าลือถึงเรื่องพุทธานุภาพ ในกรณีนี้ เมื่อปรากฏว่ามีผู้ถูกยิงแต่ไม่เข้าและมีพระเครื่องติดสร้อยห้อยคออยู่เพียงรูปเดียว ทำให้เชื่อว่า พระเครื่องดังกล่าวมีพุทธคุณในด้านคงกระพันชาตรี และต่างเล่าสู่กันฟัง กระทั้งมีความแพร่หลายและทำให้มีความเชื่อมั่นกัน เช่นนั้น หรือ เมื่อเกิดอุบัติเหตุต่าง ๆ เช่น รถคว้า เครื่องบินตก แต่เมียรอดตาย และผู้รอดตายมีพระเครื่องติดตัว ทำให้เชื่อว่าพระเครื่องมีพุทธคุณด้านแคล้วคลาดปลอดภัย ตั้งแต่มีพระเครื่องนั้นมาก็ทำให้ชีวิตหน้าที่การงานเจริญรุ่งเรืองยิ่งขึ้น จึงทำให้มีความเชื่อมั่นถึงอนุภาพศักดิ์สิทธิ์ จนกระทั้งมีความเชื่อมั่นนิยมชุมชนในที่สุด

4. อิทธิพลของสื่อโฆษณา การที่มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือหนังสือที่มีเนื้ะในวงการของผู้นิยมชมชอบ พระเครื่อง เป็นต้น ทำให้เกิดการหล่อหดломให้มีความนิยมชมชอบเพิ่มมากขึ้น เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน ที่มีการลงโฆษณาคิจกรรมของบางสำนักอย่างต่อเนื่อง ก็ทำให้เกิดกระแสความนิยมในวัตถุมงคลที่มีการประโภตข่าวสารตามคำชวนเชื่อ เช่น พระดุจทรัพย์ ฯลฯ เช่นนี้ก็ยิ่งทำให้ผู้รับสื่อเหล่านี้เกิดความเชื่อในวัตถุมงคลได้ไม่ยาก

²⁶ พระมหาเชติ เจริญรัตน์. เล่มเดม. หน้า 135-137.

สังคมไทยราชนของคนไทยเรานั้น ได้มีการสร้างวัตถุนงคลขึ้นเพื่อแจกจ่ายให้กับผู้เป็นลูกศิษย์ลูกหา แต่ไม่มีจุดหมายเพื่อใช้เป็นอำนาจต่อรองด้านศีลธรรม อย่างเช่นเมื่อจะแจกเครื่องรางของขลัง หรือวัตถุนงคลใด ๆ แก่ใครก็จะไม่ให้โดยง่าย แต่จะต้องพิจารณาว่าบุคคลนั้นเป็นผู้มีความประพฤติดีงาม และเมื่อเห็นว่าจะต้องเดินทางไปไหน หรือมีการเปลี่ยนแปลงในชีวิตท่านจะเรียกมาพบ และบอกให้ทราบว่า “นี่ فهو เมื่อจะไปอยู่ที่ห่างไกล นั้นจะให้พระองค์นี้ไปคุ้มครองรักษาด้วย เมื่อ فهوได้พระไปแล้ว ต้องประพฤติตัวในทางดีงามอย่างนั้นอย่างนั้น”²⁷ ด้วยเหตุนี้ การได้รับวัตถุนงคลมา จึงไม่ใช่จบแต่เพียงการครอบครอง แต่จะต้องปฏิบัติธรรมตามคำสอนที่ท่านสั่งเสีย เอาไว้ ย่อมจะได้รับประโยชน์สุขจากการปฏิบัติธรรมนั้นเอง แต่หากว่าผู้รับพระเครื่องไปแล้ว ไม่ยอมปฏิบัติตามหลักธรรมนั้น ๆ แล้ว วัตถุนงคลที่มีอยู่ก็ย่อมเป็นเพียงวัตถุที่ไม่อาจคุ้มครองรักษาคนเองได้ แม้ว่าจะมีวัตถุนงคลหรือพระเครื่องอยู่เต็มบ้าน แต่กลับประพฤติเบียดเบียนและทำให้ผู้อื่นเดือดร้อนก็ต้องเป็นผู้ที่ได้รับผลแห่งการคิดโงะประทุษร้าย

กล่าวโดยสรุป世人เหตุที่ทำให้พระเครื่อง หรือบรรดาวัตถุนงคลต่าง ๆ ได้รับความเชื่อถือ และมีอิทธิพลต่อสังคมของเรามาก เนื่องจาก

1. การที่สังคมไทยเคยนับถือภูตผีและอำนาจเหนือธรรมชาติมาก่อน
2. ความเชื่อในพุทธานุภาพ ธรรมานุภาพ สังฆานุภาพ รวมทั้งเวทมนต์ คาถา พลัง อิทธิปักษีหริย์ที่อาจเกิดขึ้น เพราะความคลัง ความศักดิ์สิทธิ์ ด้วยอำนาจพลังจิตหรือจากพลังธรรมชาติ อันเป็นของกาลสิทธิ์ รวมถึงความเชื่อมั่นในตัวเกจิอาจารย์ทั้งหลาย
3. เกิดจากภาวะวิกฤติทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นความเป็นอยู่เศรษฐกิจ สุขภาพอนามัย ซึ่งทำให้คนขาดที่พึ่ง จึงพยายามแสวงหาสิ่งต่าง ๆ มาชี้ดeneี่ยบวิตใจ โดยเฉพาะการสร้างความเชื่อมั่นให้ตนเอง จึงได้สาหัสเรื่องแรงต่าง ๆ มากอยู่คุ้มครองป้องกันภัยเหล่านั้น

4. สังคมของคนทั้งหลายยังไม่ได้รับการพัฒนา และแม้จะมีความเจริญทางเทคโนโลยี บ้างแล้วก็ตามที่ หากผู้คนไม่มีความสนใจ เกิดความรู้สึกไม่มั่นคง ย่อมจะต้องก้าวหาเอาสิ่งที่มีอำนาจเหนือกว่ามาเป็นเกราะป้องกัน ในบรรดาสิ่งต่าง ๆ ต้องสามารถตอบสนองความพึงพอใจของคนซึ่งกำลังให้หายาที่พึ่งพาอาศัยของตนด้วย

5. เกิดขึ้นจากแรงของการโฆษณาประชาสัมพันธ์

จากการรณรงค์ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่า กระแสของสังคมที่มีความนิยมต่อวัตถุนงคลเป็นส่วนที่กระตุ้นให้ผู้คนต่างหันมาหาวัตถุนงคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งทำให้คนได้รับวัตถุนงคลรู้สึกว่า

²⁷ พระธรรมปีฎก (ประยุทธ์ ปยุตโต). (2538, ตุลาคม). “การเผยแพร่องรมในบุคคลข้อมูลข่าวสาร.” พุทธชักร, 49 (9). หน้า 14.

มีที่พึง มีเครื่องยืดเหนี่ยวจิตใจ หรือมีความหวังอยู่บ้าง จากพลังความศรัทธาในอำนาจของวัตถุมงคล

2.2.2 ด้านจิตใจ

กล่าวกันว่า กระบวนการที่สำคัญที่ผลักดันให้มนุษย์มีกระบวนการรู้ คิด ทำ พูด หรือการกระทำการต่าง ๆ นั้นล้วนแล้วแต่ออกมายจากจิตใจแบบทึ้งสิ้นและแม้มีแต่นักประชัญญาทึ้งหลายก็ได้ บ่งชี้ถึงความต้องการในขั้นมูลฐานของคนเราไว้ มี 4 ประการ ดังนี้²⁸

- ก. ความต้องการทางร่างกาย หรือด้านชีวิทยา
- ข. ความต้องการทางสังคม
- ค. ความต้องการทางปัญญา
- ง. ความต้องการทางจิตวิญญาณ

นอกจากนี้ยังแบ่งแยกความต้องการทางจิตวิญญาณนี้ ออกไปได้อีก 5 ประเภทด้วยกัน กล่าวคือ

1. ความต้องการปรัชญาชีวิต
2. ความต้องการความดี
3. ความต้องการความสุขขั้นสูง
4. ความต้องการทางความพร้อมสมบูรณ์
5. ความต้องการที่พึงอันประเสริฐ

เพราะว่ามนุษย์มีความต้องการที่พึงประเสริฐ จึงทำให้มนุษย์นอกจากจะต้องอาศัยการพึ่งพาผู้อื่น ทรัพย์สิน ความรู้ กำลังความคิดและพลังอำนาจจากคนอื่น ลิ่งอื่นเป็นอันมากแล้วก็ยังต้องมองหาที่พึงอะไรงามอย่าง ที่อาจจะเป็นที่พึงชั่งพิเศษ และสามารถทำงานได้มากกว่ากฎเกณฑ์ธรรมชาติ และที่มักจะพบเจอกันโดยปกติ ได้แก่ ที่พึงชั่งเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทึ้งหลาย²⁹

พระสัมมาสัมพุทธเจ้าทรงล่วงรู้ถึงจิตใจของหมู่เร่ในยสัตว์ทึ้งหลายได้ดี พระองค์จึงทรงประทานพระโอวาทถึงสภาพจิตของหมู่สัตว์เอาไว้ว่า

“มนุษย์ทึ้งหลาย ถูกภัยคุกคามแล้วย่อมพากันยึดເອງເຫຼາມ ປ່າ ອາຮາມ ແລະ ແນ້ກະທັ່ງຮູກເຈດີຍວ່າເປັນທີ່ພື້ນ ແຕ່ສິ່ງຕ່າງໆ ນັ້ນກີ່ໄມ້ໃຊ້ສຽນຂັ້ນເຄີຍສູງສຸດ ເພຣະເມື່ອໄດ້ຍືດເອງສິ່ງເຫຼຳນັ້ນນາ ເປັນທີ່ພື້ນແລ້ວຍ່ອມ ໄນອາຈພັນຈາກຖຸກໆໄປໄດ້ ແຕ່ເມື່ອບຸກຄດເຂົ້າຄື່ງຄຸນພຣະວັດທີ່ທັງສາມ ຂຶ້ວ ພຣະພຸທທເຈົ້າ ພຣະຮຣມ ແລະ ພຣະສົງໝໍ ວ່າເປັນສຽນທີ່ພື້ນແລ້ວ ສາມາດເຂົ້າໃຈໃນອຣິຍສ້າ ໄດ້ແກ່ຮູ້ຈັກຖຸກໆ

²⁸ แสง จันทร์งาม. (2534). ศาสตร์ศาสตร์. หน้า 17-24.

²⁹ ແຫ່ງເດີມ. หน้า 27.

สาเหตุแห่งทุกข์ ความดับทุกข์ กรรมมีองค์ 8 ที่เป็นหนทางพ้นทุกข์ด้วยปัญญาอันชอบ สิ่งนั้นนั่นแล เป็นสาระอันเกยมสูงสุด ย่อมจะพ้นจากทุกข์ทั้งปวง”³⁰

ใจความแห่งพระพุทธพจน์ดังกล่าว สามารถทำให้เราทราบว่ามีมนุษย์อยู่ด้วยกัน 2 พาก ดังนี้

ก. เมื่อมีเหตุร้าย หรือภัยตระยเกิดขึ้นย่อมหวังที่จะพึงพิงสิ่งภายนอกไม่ว่าจะเป็นวัตถุ สิ่งของ เครื่องรางของขลัง เพื่อเกิดความเป็นสิริมงคลแก่ชีวิตและครอบครัว พากหนึ่ง

ข. เมื่อมีเหตุเกทภัยเกิดขึ้น ย่อมจะสืบเสาะหาถึงสาเหตุทั้งหลายว่าเป็นมาอย่างไร แล้วหาหนทางแก้ไข ไปตามสภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น พากหนึ่ง

โดยทั่วไปแล้ว สังคมของคนโดยมากอาจจะเป็นพากประเภทแรกเสียมากกว่า ซึ่งอาจ เป็นเหตุผลด้วยว่าขาดความเข้าใจเหตุผล หรือว่ามีความต้องการให้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้รับการแก้ไข ไปในเวลาอันรวดเร็ว เช่นเมื่อยานที่มีศักดิ์สูงครashes ในบ้านเมืองกลัวจะถูกอาชญากรร้ายแรงหรือกลัว ภัยระเบิด ก็พากันหาวัตถุมุงคลุมไว้กับตัวเพื่อให้มีความสบายใจขึ้น ทั้งที่อาจเห็นว่าไม่ใช้วิธีการที่เหมาะสม แต่เป็นเพียงเชื่อมั่นในวัตถุมุงคลุมทั้งหลายจึงทำเช่นนั้น การที่เขายังมีศรัทธาที่ไม่มั่นคง ไม่เป็นจลัดสัทธาจึงทำให้ต้องพึงพาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อศัยปักษิหาริย์จากวัตถุมุงคลุมต่าง ๆ จึงถือว่าเป็น เรื่องธรรมชาติ แม้ในว่าประเทศไทยจะเป็นเมืองพระพุทธศาสนาแล้วก็ตาม แต่เราเกือบพบเห็นว่า พุทธศาสนา nikชนทั้งหลายยึดเอาวัตถุมุงคลุมมาเป็นที่พึงที่ระลึกกันเป็นจำนวนมาก

2.2.3 ด้านศิลปะและพุทธพາลีช"

ความเกี่ยวเนื่องด้านศิลปะ และวัตถุมุงคลุมเป็นสิ่งที่เกี่ยวเนื่องกันนั้นแต่เมื่อได้มีการ ก่อสร้างสร้างวัตถุมุงคลุมต่าง ๆ ขึ้น ทั้งนี้ เมื่อแยกประเภทแล้วจะเห็นได้ว่าในวัตถุมุงคลุมต่าง ๆ พอกจะ จัดประเภทออกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มพระพุทธรูป หรือพุทธปฏิมา
2. กลุ่มพระพิมพ์ หรือพระเครื่อง
3. กลุ่มเครื่องรางของขลัง

ในส่วนของพระพุทธปฏิมากร อันเป็นเสมือนรูปเบริญของพระพุทธเจ้า ถือว่าเป็น งานศิลปะที่สร้างขึ้นเป็นผลงานทางประดิษฐกรรม ซึ่งจัดเป็นแขนงหนึ่งในบรรดาผลงานทางพุทธ ศิลป์ที่ถูกรังสรรค์ขึ้นด้วยศรัทธาต่อพระศาสนา และตามความเชื่อถือทางพุทธ ไสยาสต์นั่น โดยเป็นไปในลักษณะของคติชนวิทยา ที่สร้างขึ้นไว้เป็นที่ระลึก และเป็นอนุสาวรีย์เพื่อการรำลึกถึง ท่านผู้ทรงคุณธรรมความดีงาม

³⁰ มหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย, บ.ธ.25/188/50, ฉบับมหาจุฬาเดปีถูก 2500.

ประติมากรรม จึงเป็นศิลปกรรมที่เกิดขึ้นด้วยการปั้น การแกะสลัก การหล่อหรือวิธีการอื่นใดที่ก่อให้เกิดงานศิลปะ ซึ่งมีทั้งความกว้าง ยาว และลึกหรือหนา ในผลงานศิลปะนั้น หรืออีกนัยหนึ่งได้แก่งานศิลปะที่เกี่ยวกับงานแกะสลัก หรืองานปั้นคนและสัตว์³¹ ส่วนรูปปั้นที่เกี่ยวข้องกับทางศาสนา ได้แก่ รูปปั้นพระพุทธรูป³²

ส่วนพุทธศิลปะ หมายความถึง ศิลปะทุกชนิดที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา โดยพุทธศิลป์ หมายถึง งานศิลปะที่สร้างขึ้นด้วยจุดมุ่งหมายทางพระพุทธศาสนาทางใดทางหนึ่ง เป็นต้นว่าพระพุทธรูป เป็นงานศิลปะที่สร้างขึ้นเพื่อสมมุติให้เป็นสเมือนหนึ่งเป็นองค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า³³

ดังนั้นพุทธศิลปะ จึงได้แก่ ผลงานอันเป็นความพากเพียรของมนุษย์ ที่ได้พยายามสร้างขึ้นด้วยแรงกาย และกำลังความคิด โดยประสงค์จะให้เป็นเครื่องบูชาหรือเป็นเครื่องแสดงออก ซึ่งความระลึกนึกถึงพระพุทธเจ้าและทำให้เกิดศิลปกรรมเพื่อเป็นสื่อสารท้าที่สามารถเห็นได้เป็นรูปชัดเจนจากศาสนสถาน และศาสนวัตถุที่มีการสร้างสรรค์เอาไว้ เพื่อเป็นอนุสรณ์ ในพระพุทธศาสนา ในงานศิลปตามที่ปรากฏหลักฐานเป็นเครื่องยืนยันแล้วนั้น จะพบได้ว่าบรรดาศิลปินผู้สร้างสรรค์ผลงานนั้นมีความผูกพันอยู่กับคติ ความเชื่อ หรือศาสนาที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของตน เพราะว่าผลงานศิลปะที่ทำขึ้นมาเพื่อรับใช้ศาสนา

สำหรับประติมากรรม หรือการรังสรรค์พระพุทธรูป ถือได้ว่าเป็นผลงานสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดความเลื่อมใสศรัทธาแก่ผู้ที่พบเห็น โดยหากพินิจที่องค์พระ จะทำให้เกิดความสงบ ไม่ฟุ้งซ่านและอาจจะช่วยจิตให้หมัดใจได้ด้วย ต่อมาก็จะมีการรังสรรค์พระพุทธปฏิมากร อันเป็นเครื่องรำลึกถึงพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ได้เริ่มแปรเปลี่ยนเนื่องจากพระพุทธศาสนาฝ่ายมหายานมีคติการกราบไหว้พระพุทธรูป หรือรูปเคารพของพระพุทธเจ้า จะช่วยให้สามารถเข้าถึงพุทธภูมิได้โดยง่าย³⁴

ต่อมาการสร้างพระพุทธปฏิมากร จึงเกิดมีพุทธลักษณ์ที่ผิดแยกกันไป ด้วยอิทธิพลของพระพุทธศาสนาฝ่ายมหายาน ที่มีความเชื่อถือคำสอนตรัสรัตน์ แต่ก็เป็นที่ชื่นชอบของบรรดาชาวพุทธรุ่นหลังต่อมา คติการสร้างพระจึงได้มุ่งไปที่อัตราพิธี ความคลัง ความศักดิ์สิทธิ์และมีการสร้างรูปเคารพที่แยกกันมากขึ้น

³¹ วิญญาลีสุวรรณ. (2528). ประติมาไทย. หน้า 3.

³² จิรพันธ์ สมประสงค์. (2524). ประวัติศิลปะ. หน้า 8.

³³ พระมหาสุเทพ พุทธจารยา. อิทธิพลพระพุทธศาสนาพม่าในอาณาจักรสุโขทัย. ข้างถึงในพระมหาเกynom พยุง. (2541). พระพุทธศาสนาในเมืองกำแพงเพชร โบราณ. หน้า 75.

³⁴ จิตรา บัวบุคคล. (2514). ประวัติย่อ พระพิมพ์ในประเทศไทย. หน้า 102.

การกราบไหว้พระพุทธปฏิมาของพุทธศาสนิกชน จึงน่าจะมีในลักษณะที่เป็นการกราบไหว้เพื่อเป็นพุทธานุสติ และรำลึกถึงพระพุทธคุณ และการกราบไหว้โดยเห็นพระพุทธรูปเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ที่อาจช่วยเหลือหรือลดบันดาลความสำเร็จให้แก่ตน ด้วยเหตุนี้ การสร้างพระพุทธรูปในสมัยหลังมานี้ จึงมุ่งถึงความคลังความสักดิ์สิทธิ์มากกว่าที่จะใช้เป็นสื่อเพื่อการเข้าถึงพระพุทธศาสนา³⁵

แม่นว่าการรังสรรค์ประติมากรรมเป็นพระพุทธรูปนี้ จะต้องทำให้สอดคล้องกับความประมงค์ กระนั้นผู้เป็นศิลปินสร้างสรรค์งานยังมีส่วนทำให้รูปแบบของพุทธปฏิมากรรมแบบแยกออกไปด้วย เมื่อมองอีกด้านก็ทำให้เห็นว่าเป็นเหตุให้เกิดความคิดพัฒนาศิลปะประเภทนี้ ให้พัฒนาต่อไป แต่บรรดาผลงานเหล่านี้ก็จะเป็นมงคลทางวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อไปอนาคตด้วยเอกเช่นผลงานพระพุทธปฏิมากรในสมัยเชียงแสน สุโขทัย ลพบุรี และอยุธยา เป็นต้น³⁶

ดังนั้น พระพุทธรูปจึงเป็นศิลปะแบบอุดมคติที่มีความแตกต่างไปจากศิลปะแขนงอื่น ๆ โดยเฉพาะเป็นศิลปะที่ต้องลงทุนลงแรงจึงจะสร้างสรรค์ออกมาเป็นพระพุทธปฏิมาที่เป็นหัวใจสำคัญในพระพุทธศาสนา เพราะว่าเป็นสิ่งเคราะห์สูงสุดแทนองค์พระศาสนา ศิลปินผู้สร้างจึงต้องมีดีอุดมคติความงามขององค์พระ ตามเชื้อชาติ และบุคลสมัยมาเป็นแบบแผนให้สมพسانกળกเลิน และเป็นศิลป์วัดๆ ที่ควรค่าของพระพุทธศาสนาโดยแท้จริง

ส่วนวัตถุมงคลที่เป็นพระเครื่อง หรือพระพิมพ์นั้น ถือได้ว่าเป็นมูลเหตุของกุศล เพราะทำได้โดยง่าย แต่ฝ่าหากจะทำเป็นประติมากรรมแบบอื่นก็ไม่สามารถจะทำได้โดยทั่วไป จึงมีผู้ที่ปรารถนาบุญและเพื่อหวังคำจุนพระศาสนา ต้องการจะให้คนเจริญก้าวหน้าจึงพาภันสร้างรูปเคราะห์ จากดิน โดยสร้างขึ้นเป็นเครื่องรางของขลัง ถือเป็นหนทางเกิดบุญกุศล หรือหวังจะแก้บนสะเดาะเคราะห์ จึงได้สร้างตามเคล็ดครั้งหนึ่ง ๆ สร้างขึ้น 84,000 องค์ เท่ากับจำนวนพระธรรมขันธ์ของพระไตรปิฎก ซึ่งอาจจะเป็นการสร้างไว้เพื่อระลึกนึกถึงพระพุทธเจ้า และเมื่อสร้างเสร็จก็จะนำไปบรรจุไว้ที่พระเจดีย์หรือองค์พระพุทธรูป³⁷ ซึ่งนับว่าเป็นเค้าในการสร้างรูปเครารพมาจนถึงทุกวันนี้

การที่มีผู้สร้างสรรค์วัตถุมงคลประเกตด้วย ขึ้นมา ย่อมจะต้องสร้างสรรค์ให้เป็นงานที่มีคุณค่าความงามหรือทางศิลปะอยู่ด้วย เพราะว่าเมื่อมนุษย์ต้องการวัตถุมงคลแล้ว ก็ย่อมจะเสาะหาสิ่งที่เหมาะสม หรือว่าเป็นไปอย่างที่ตัวเองปรารถนาเอาไว้ อาจจะเป็นด้วยรูปลักษณ์ หรือว่าแบบอย่างของการสร้างสรรค์ จึงทำให้มีการผลิต หรือจัดสร้างสิ่งที่ดีที่สุดออกมานี้ เพื่อให้ผู้คนนิยม

³⁵ A.B. GRISWOLD. (2505). สถาปัตยกรรมและประติมากรรมไทย ใน ศิลปะในประเทศไทย. หน้า 28-29.

³⁶ จุลทรรศน์ พยากรณ์ท. (2539). พระพุทธปฏิมากร, ในสารานุกรมภาพพระเครื่อง. หน้า 332.

³⁷ อรุณศักดิ์ กิ่งมี. (2524). พระพิมพ์คินพ่าสกุลช่างกำแพงเพชร. หน้า 14.

ชุมชน เมื่อมีการพิถีพิถันสร้างสรรค์ให้มีจุดเด่นแล้วก็จะเป็นที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น เช่นการจารึกคณาอาคมลงบนตะกรุด หรือเขียนวามุตตัน นั่นคือการสร้างงานศิลปะมาสนองความต้องการของคนนั่นเอง

ด้วยเหตุที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น อิทธิพลของวัตถุมงคลในด้านพุทธศิลปะ จึงเกิดขึ้นด้วยความต้องการของกลุ่มคนและชนชาติที่ประธานาธิการรังสรรค์สิ่งอันเป็นอนุสรณ์ไว้ในรูปแบบของพระเครื่อง พระพุทธรูป เครื่องรางของขลังเหล่านี้ อาทิเช่น การแกะหรือสลักเจริญคณาอาคม เพื่อเป็นแนวทางของการพัฒนาศิลปะให้เป็นมงคลสืบทอดแก่คนรุ่นหลังต่อไป

อิทธิพลในด้านพุทธพาณิชย์

เมื่อความต้องการที่พึงพอใจของคนเริ่มต้นจากสิ่งที่มองไม่เห็น มาสู่ธรรมชาติ และพัฒนาการจนกระทั่งในยุคของศาสนาเกิดขึ้น พุทธศาสนา ธรรมรัตนะ สังฆรัตนะ เป็นที่พึงสูงสุดในพระพุทธศาสนา และต่อมาเกิดเริ่มจะสร้างสิ่งแทนใจ ในตอนแรกเพื่อจุดหมายให้คนได้ใกล้ชิดพระรัตนตรัย ต่อมาเมื่อวิวัฒนาการทางศาสนา มีรูปแบบการปฏิบัตินิภัยต่าง ๆ เกิดขึ้นมากทำให้มีแรงกระตุ้นในการสร้างสิ่งยึดเหนี่ยว หรือเป็นวัตถุมงคลประเภทต่าง ๆ แต่ว่าจุดหมายที่ทำมาดังเดิม ก็ยังเป็นการยึดเอาพระรัตนตรัยทั้ง 3 เพื่อให้เป็นที่พักพิงใจกาย ไม่ได้มุ่งหวังเงินทองใด ๆ

ครั้นต่อมา ในสมัยช่วงสองครามโลกเกิดขึ้นนั้น ผู้คนมีความหวาดกลัวต่อภัยสองคราม ไม่ว่าจะเป็นพลเรือน หรือทหาร ต่างก็ได้พากันเสาะแสวงหาวัตถุมงคล ไว้เป็นเครื่องป้องกันด้วยแม่นในส่วนราชการก็ยังคงอยู่ตลอดจนปัจจุบัน ประชาชน เช่น การสร้างพระพุทธชินราช รุ่นอินโดจีน ออกแจกจ่ายตั้งแต่พุทธศักราช 2485 โดยมุ่งหมายให้เป็นเครื่องคุ้มกันภัย ส่วนท่านคณอาจารย์ต่าง ๆ ที่ได้จัดสร้างตะกรุด หวาน ผ้าขันต์ พระเครื่องขึ้นมาแจกให้ประชาชนทั่วไป

ในช่วงสมัยต่อมา เวลาที่มีการจัดสร้างพระเครื่อง หวาน ผ้าขันต์ เหล่านั้นขึ้นหลังสองครามสงบไปแล้ว ก็ได้มีกระบวนการสร้างพุทธพาณิชย์เกิดขึ้นมาโดย

ก. สร้างขึ้นเลียนแบบกัน

ตัวอย่างเช่น วัดประสาทบุญญาส สร้างพระเครื่องขึ้นมาแจก ปรากฏว่าเป็นที่ต้องการของคนทั่วหลาย จึงได้จัดสร้างเลียนแบบของเก่า และก็ได้เปิดโอกาสให้ผู้มารับวัตถุมงคลนั้นร่วมบริจาคมกำลังศรัทธา ถือว่าเป็นยุคแรกสุดของพุทธพาณิชย์

ข. เข้าสู่ยุคพุทธพาณิชย์ ในระยะนี้ได้มีการสังเกตถึงความต้องการของสังคม ก็คือ

1. มีการเน้นในเรื่อง การแข่งขันกับการสร้างถาวรวัตถุต่าง ๆ

2. การประกอบพิธีบำเพ็ญบุญของพระคณาจารย์ ซึ่งเป็นที่การพนับถือของคนโดยทั่วไปจัดสร้างวัตถุมงคลต่าง ๆ ขึ้นมาแจกให้เป็นที่ระลึกแก่ศิษยานุศิษย์ และเริ่มจะให้มีการบูชาด้วยวิธีการทำบุญ

ค. สมัยพุทธพาณิชย์

1. มีการสร้าง การประชาสัมพันธ์อย่างครึกโครม โดยจะมีเป้าหมายเพื่อให้ได้ จดบัญชีมาเป็นทุนรอนในการสร้างศาสนสถานบ้าง สาธารณสถานทั่วไปบ้าง โดยจะมีการกำหนด ราคาค่าจ้างวดไว้ชัดเจน

2. จะมีคนະบุคคล หรือกลุ่มคนที่ม่องเห็นประโยชน์เข้ามาร่วมสร้าง โดยตอนแรก อาจจะเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิด และต่อมาอาจจะมีนายทุนเข้ามาดำเนินการ หรือออกเงินเป็นค่าใช้จ่าย ทุกอย่างแล้วก็จะมีการแบ่งปัน หรือไม่ก็ใช้กรรมวิธีนัดถอนปลอม สำหรับวัตถุมงคลซึ่งเป็น ที่ต้องการของตลาด

จึงเห็นได้ชัดว่า กระบวนการพุทธพาณิชย์เริ่มจะมีพัฒนาการขึ้นมาเมื่อสมัย หลังสกุลโลกครั้งที่ 2 และผู้คนก็หันมานิยมสะสม แสวงหาเครื่องราง ของดี พระเครื่อง วัตถุมงคลต่าง ๆ จึงทำให้มีบวนการจัดสร้างอุกมา เพื่อมองเห็นว่าการให้คนทำบุญตามกำลัง ศรัทธา ก่อนและเมื่อมีความต้องการสูง ของที่คนอยากได้หมด หรือเหลืออยู่ก็ทำให้เกิดช่องทาง ของการซื้อขายพุทธพาณิชย์ขึ้น อันเป็นระบบของการนำวัตถุมงคลที่สร้างขึ้นในพระพุทธศาสนา และด้วยความต้องการของคน แล้วได้มีการกำหนดราคาซื้อขาย แลกเปลี่ยนกันในลักษณะ เหมือนกับเป็นสินค้าตัวหนึ่ง ใบไนที่สุด

ปัจจุบันนี้ ในกระแสสังคมที่กำลังเดิน โดยวิธีธุรกิจการซื้อขายวัตถุมงคลอย่างจริงจัง โดยมีสาเหตุที่สำคัญ คือการมุ่งหวังผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในวัด และการมุ่งหวังผลประโยชน์ของ พวกรักษา หรือนักค้าวัตถุมงคลที่ทำมาหากินด้วยการสร้าง จัดจำหน่ายพระเครื่อง และ ด้วยสภาพเศรษฐกิจที่ไม่อาจหาเชื่อถือได้ ไม่มีวิธีการหาเงินด้วยวิธีอื่น จึงมีการทำพุทธ พาณิชย์เพื่อหารายได้มาสนองความต้องการภายในครอบครัว ในเวลาเดียวกันวัดต่าง ๆ ก็ได้แห่งขัน กันหาเงินมาเป็นค่าใช้จ่ายภายในวัด และปฏิบัติกรรมทางศาสนา และด้วยจุดประสงค์อื่น ๆ จึง ทำให้ต้องสร้างพระมาจำหน่าย โดยมีการทำโมฆะ และประกาศให้จับจอง มีการสมนาคุณพิเศษ วิธีการที่วัดบางแห่งใช้เพื่อให้มีผลด้านการจำหน่าย เป็นต้นว่า พยายามนิมนต์พระเกจิอาจารย์ที่มี ชื่อเสียงมาร่วมพิธีปลูกเสกพระ โถฆาตawan เชื่อถึงอิทธิฤทธิ์พิเศษ เช่น ขณะหล่อพระมีไฟเผา บล็อกแตก หลังคาโบสถ์หลุด เป็นต้น หรือสร้างสถานการณ์ สร้างข่าวขึ้นมาให้น่าเชื่อถือ เช่น ทดลองแล้วขิงฟันไม่เข้า รถยนต์ชนแหลกไม่เป็นอะไร ๆ ฯลฯ ส่วนบรรดาพุทธศาสนิกชนเมื่อได้ ทราบข่าว หรือรู้ถึงสรรพคุณที่มีการใหม่ประโภตกันแล้วก็ยิ่งเกิดความศรัทธา คนส่วนใหญ่ก็มักจะ มีการแตกตื่นไปตามกระแสที่เกิดขึ้นมา ทำให้ลงทุนไปจับจอง หรือจัดซื้อแม้กระทั่งราคาจะสูงก็ตาม เพราะเกิดความคลั่งไคล้ต่อวัตถุมงคลดังกล่าวนั้น

จากการศึกษาพบว่า ระบบของธุรกิจพุทธพาณิชย์ เป็นกระบวนการซึ่งจะมุ่งไปที่ผลประโยชน์มากกว่าการที่จะมุ่งส่งเสริมให้คนได้เข้าใจในหลักธรรมคำสอน หรือความดีงามที่เกิดจากการสร้างวัตถุมงคล ทำให้ระบบการบุญกุศล อันถือได้ว่าเป็นแบบอย่างความสัมพันธ์ของพระสงฆ์และชาวบ้าน ที่มีลักษณะที่เกื้อกูลอุดหนุนกันและกัน และจะนำไปสู่ความสุขเก瞒ได้ นั้นเปลี่ยนมาสู่ความสัมพันธ์ในระบบผลประโยชน์³⁸ และทำให้ชาวบ้านสูญเสียโอกาสที่ควรจะได้รับสิ่งดี ๆ จากวัด ไม่คิดที่จะศึกษาปฏิบัติและพึงพาตนเอง และมุ่งเรื่องวัตถุมงคล ที่จะบูชาไปด้วยความเชื่อว่าสามารถช่วยให้สมประสงค์ตามที่ต้องการ

2.3 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างและการเช่าบ้านวัตถุมงคล

เพื่อทำให้การศึกษาปัญหาในการจัดสร้างและการเช่าบ้านวัตถุมงคล ทางพระพุทธศาสนา มีความละเอียด และเป็นการศึกษาอย่างเจาะลึก ผู้ศึกษาจึงมีความจำเป็นต้องทำการศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างและการเช่าบ้านวัตถุมงคล ดังนี้

2.3.1 แนวความคิดของการสร้างพระพุทธรูป³⁹

พระพุทธรูปเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งของพระพุทธศาสนา โดยถือเป็นรูปเคารพเหมือนตัวแทนขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า และเป็นสิ่งที่พุทธศาสนิกชนต่างเคารพบูชากราบไหว้ ซึ่งดึงเสเมือนหนึ่งตัวแทนและยึดมั่นแห่งศรัทธาเช่นเดียวกับพระธรรมคำสอน

ในช่วงเมื่อครั้งที่พระพุทธเจ้าเสด็จดับขันธ์ปรินิพาน เมื่อประมาณ 2,550 ปี ผ่านมาแล้ว มีหลักฐานว่ายังไม่มีการสร้างพระพุทธรูปขึ้นมาเพื่อบูชาแต่อย่างใด แม้แต่ในประเทศอินเดียซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของพระพุทธศาสนาของก็ตาม อาจจะด้วยความเชื่อที่ว่าไม่เป็นการอันสมควรที่สร้างรูปเหมือนของบุคคลใด ๆ ไว้กราบไหว้บูชา เช่นเดียวกับศาสนาอิสลาม

บรรดาศิลปะโบราณวัตถุ โบราณสถานเกี่ยวนี้กับพระพุทธศาสนานั้น พบทหลักฐานว่าเริ่มเกิดมาขึ้นในประเทศอินเดีย⁴⁰ ครั้งพระเจ้าอโศกมหาราช ปีพุทธศักราช 270-311 ซึ่งเป็นรัชกาลที่ 3 ในโภริราชวงศ์ ทรงเลื่อมใสในพระพุทธศาสนาและได้ทรงอุปถัมภ์พระพุทธศาสนาเป็นอันมาก ถึงกับยกพระพุทธศาสนาขึ้นเป็นศาสนาสำหรับประเทศ ได้ทรงสร้างพุทธเจดีย์สถานไว้หลายแห่ง แต่ในประเทศอินเดียสมัยนั้นยังมีข้อห้ามมิให้ทำรูปคนสำหรับ崇拜 คือไม่ทำรูป

³⁸ พระธรรมปีฉก. (2539). สถานการณ์พระพุทธศาสนาและ ไสยาสตร์. หน้า 31-32.

³⁹ กระทรวงศึกษาธิการ กรมวิชาการ. (2541). คู่มือการเรียนการสอนรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา. หน้า 174.

⁴⁰ คงเดช ประพันธ์ทอง. (2529). โบราณคดีประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร. หน้า 61-69. อ้างถึงในชัชวาล ชระบีระคุปต์. (2550). ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีเงินได้จากการจำหน่ายวัตถุมงคล. หน้า 7.

พระพุทธองค์เป็นรูปมนุษย์ แต่จะไปสร้างสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์ต่าง ๆ ขึ้นมาแทนองค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าจริง ๆ เช่น รูปบลังก์และรูปต้นโพธิ์ เพื่อแสดงถึงการตรัสรู้ของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า รูปธรรมจักรและหวานหมอบแสดงถึงการปฐมเทศนาในสวนมฤคทายวัน หรือรูปม้าใต้ร่มฉัตรที่แสดงถึงการเสด็จออกเพื่อการบรรพชา

รูปพระพุทธองค์ที่ทำเป็นรูปมนุษย์เกิดขึ้นภายหลังพุทธศตวรรษที่ 6 เล็กน้อย เป็นฝีมือช่างแคนันธาระ ปัจจุบันอยู่ในเขตประเทศไทยสถานและประเทศไทยสถาน กับที่เป็นฝีมือช่างเมืองมธุรา หลังจากนั้นเพียงเล็กน้อยก็เกิดสกุลช่างขึ้นสกุลหนึ่ง ณ เมืองอมรavadhi ทางภาคใต้ของประเทศอินเดีย นักประชุมบูรณะท่านกล่าวว่า พระพุทธรูปองค์แรกเกิดขึ้นในรัชกาลพระเจ้ากนิษกะ แห่งราชวงศ์กุยามะซึ่งครองราชย์สมบัติระหว่าง ปีพุทธศักราช 622-706 และนับว่าเป็นฝีมือช่างกรีกโรมัน เชื่อกันว่าได้รับอิทธิพลและได้ช่างผู้ประดิษฐ์พระพุทธรูปมาจากการเชี่ยวชาญตอกเหตุที่ได้สร้างพระพุทธรูปขึ้นจนเวลาล่วงเหลียจากพุทธประนิพพานนานนานเช่นนี้ ทำให้ลักษณะพระพุทธรูปมีลักษณะตามความคิดฝัน เพื่อเป็นพุทธานุสติให้บุคคลที่ได้เห็นแล้วรู้สึกถึงพระพุทธเจ้าผู้เป็นเจ้าแห่งพระพุทธศาสนา เพื่อจะได้น้อมใจให้ประพฤติตามคำสั่งสอนของพระพุทธองค์ มิใช่ทำให้เหมือนองค์พระพุทธเจ้า พระพุทธรูปองค์แรกที่สร้างขึ้นเพื่อกราบไหว้บูชา คือ “พระแก่นจันทร์”

ประวัติความเป็นมาของวัตถุมงคล เครื่องราง ของขลังต่าง ๆ ในประเทศไทย เริ่มจาก การเข้ามาเผยแพร่ศาสนาพุทธในพุทธศตวรรษที่ 16 เป็นต้นมา โดยศาสนาพุทธนิกายมหายานเข้ามาทางประเทศกัมพูชา ในสมัยพระเจ้าสุริยวรมันที่ 2 ส่วนนิกายหินยานเข้ามาทางประเทศพม่า จากการศึกษาวัตถุมงคลในยุคแรก ๆ นั้น จะมีเฉพาะพระพุทธรูปเท่านั้น ในประเทศไทยเริ่มการสร้างวัตถุมงคลประเภทเครื่องขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 พระพุทธรูปที่เก่าแก่ที่สุดของประเทศไทย เท่าที่ค้นพบคือ พระพุทธรูปปูนต่ำปางไสยาสน์ บนผนังถ้ำถ้ำเยวู จังหวัดราชบูรี ถูกสร้างขึ้นในสมัยพระเจ้าสุริยวรมันที่ 11-13 ในช่วงยุคต้นของการเผยแพร่องค์ศาสนาพุทธเข้ามายังประเทศไทย ดังนั้นการสร้างวัตถุมงคลในช่วงแรก ๆ ของประเทศไทยจะอยู่ในรูปของพระพุทธรูป เสี้ยงส่วนใหญ่

ดังนั้นพระพุทธรูปจึงเป็นเสมือนรูปจำลองขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า เป็นสัญลักษณ์แห่งความบริสุทธิ์ของพระธรรม เป็นสัญลักษณ์แห่งการหลุดพ้นทุกข์ตามพระอริยะสังฆ์ เป็นศูนย์รวมที่ชี้เดเนี่ยจิตใจของพุทธศาสนิกชนทั่วโลก ให้ชื่อมั่นในพระธรรม คำสอนซึ่งล้วนแต่ทำให้กันเป็นคนดี ปฏิบัติดี ปฏิบัติชอบทั้งสิ้น

2.3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า

ในการศึกษาเกี่ยวกับการจัดสร้างและจำหน่ายวัตถุคงคลนั้น มีความจำเป็นจะต้องทราบถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาสินค้า เนื่องจากในปัจจุบัน “วัตถุคงคล” ถือเป็น “สินค้า” ประเภทหนึ่งและเป็นสินค้าหลักที่ทำรายได้ในธุรกิจพุทธพาณิชย์ หากแต่ปรากฏว่าแนวคิดหรือทฤษฎีในเรื่องการกำหนดราคามีอยู่มากมาย แต่สำหรับการศึกษาในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะขอกล่าวถึงแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญ ๆ ดังนี้⁴¹

2.3.2.1 ทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utilitarianism)

ทฤษฎีอรรถประโยชน์โดยทั่วไปอาจเรียกว่า ประโยชน์นิยม สุขนิยม หรือผลลัพธ์ เป็นปรัชญาเชิงจริยธรรมที่เชื่อว่าสิ่งซึ่งจะดีกว่าเป็นความดีหรือความชั่วอันแท้จริงในโลกนี้อยู่ที่ว่า สิ่งนั้นสร้างความทุกข์หรือความสุขให้เกิดแก่นุษย์ การกระทำใด ๆ ที่จะเรียกได้ว่า ถูกต้องหรือดีงามต้องเป็นการกระทำที่สำเร็จประโยชน์ในการก่อให้เกิดความสุขขึ้นมา ส่วนความสุขก็คือบรรดาความพึงพอใจทั่วมวล ความพึงพอใจนั้นต้องถือว่าเป็นสิ่งที่ดี ดังนั้น สิ่งซึ่งถือว่าเป็นหัวใจของลัทธิอรรถประโยชน์คือ ความสุข (Happiness) และความสุขนี้อาจจึงนำไปสู่การตีความหมายลัทธิอรรถประโยชน์ออกเป็นสองแนวทางสำคัญ ๆ คือ ลัทธิอรรถประโยชน์แบบสุขนิยม (Hedonistic Utilitarianism) ของเบน เชน และลัทธิอรรถประโยชน์เชิงอุดมคติ (Ideal Utilitarianism) ของ约翰 ลัจจัต มิลล์⁴²

สาระสำคัญของหลักอรรถประโยชน์เบน เชน กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการบัญญัติคือ การส่งเสริมหรือสร้างคุณความดีต่อสาธารณะเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ นั่นคือการรากฐานหมายความใช้หลักอรรถประโยชน์ทั่วไป (General Utility) ในการบัญญัติกฎหมาย⁴³ หลักทฤษฎีอรรถประโยชน์ของ เบน เชน เป็นหลักการซึ่งใช้รองรับหรือปฏิเสธการกระทำใด ๆ โดยพิเคราะห์จากแนวโน้มแห่งผลลัพธ์ ซึ่งปรากฏเป็นการเพิ่มหรือลดความสุขของบุคคลผู้มีประโยชน์เกี่ยวข้อง ด้วยกับการกระทำนั้น ๆ เช่น เชน ได้คำนวนความสุข ด้วยการตั้งสมมติฐานเชิงจิตวิทยา วิเคราะห์ถึงธรรมชาติของมนุษย์ว่า ธรรมชาติได้กำหนดให้การกระทำของมนุษย์อยู่ใต้นัยเหนือหัวสูงสุด ส่องด้วยความสุขหรือความพึงพอใจ และหลีกเลี่ยงอย่างไร ซึ่งจากสมมติฐานเชิงประจักษ์เช่นนี้ ทำให้เชื่อต่อไปว่า ความดีหรือความชั่วขึ้นอยู่จากการกระทำการจะวัดได้จากปริมาณของความสุข

⁴¹ ประพจน์ คณาวิทยา. (2541). ประสีพธิภาพและมาตรฐานทางกฎหมายเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาดตามกฎหมายไทยในปัจจุบัน. หน้า 7-19.

⁴² จรัญ โภษวนันท์. (2535). นิติปรัชญา. หน้า 202.

⁴³ รองพล เจริญพันธ์. (2529). นิติปรัชญา. หน้า 100.

หรือความทุกข์ที่เกิดขึ้นอันเป็นผลของการกระทำนั้น ๆ และความช้ำทั้งมวลคือสิ่งที่ก่อให้เกิดความทุกข์ ส่วนความดีทั้งมวลคือ สิ่งที่ได้ผลลัพธ์เป็นความสุข⁴⁴

ดังนั้น ผลกระทบประโภชน์ จึงหมายถึง ระดับความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับเมื่อสามารถนำบัดความต้องการของตนได้ด้วยการบริโภคสินค้าและบริการ ผลกระทบที่ผู้บริโภคจะได้รับจะมากหรือน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของสินค้าและบริการนั้น ๆ ในการนำบัดความต้องการของแต่ละคน

คุณสมบัติของสินค้าและบริการที่ก่อให้เกิดผลกระทบประโภชน์ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

ก. ผลกระทบประโภชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการจะมากหรือน้อยเพียงไรขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้บริโภคแต่ละคน ดังนั้น ในการบริโภคสินค้าและบริการชนิดเดียวกัน ผลกระทบประโภชน์ที่ผู้บริโภคแต่ละคนจะได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการชนิดนั้น ๆ จะไม่เท่ากัน ทั้งนี้ ถ้าผู้บริโภคสองคนบริโภคสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกันในปริมาณเท่ากันและถ้าผู้บริโภคคนแรกได้รับผลกระทบประโภชน์มากกว่าผู้บริโภคคนที่สอง แสดงว่าผู้บริโภคคนแรกมีความพอใจหรือความชอบบริโภคสินค้านิดนั้นมากกว่าผู้บริโภคคนที่สอง

ข. กรณีของผู้บริโภคคนใดคนหนึ่งที่ต้องการบริโภคสินค้าหรือบริการอย่างหนึ่งมากกว่าอย่างหนึ่ง ก็ยอมอธิบายได้ว่า สินค้าที่ขาดดองการบริโภคมากกว่านั้นให้ผลกระทบประโภชน์แก่เขามากกว่าสินค้าอื่นอย่างหนึ่ง

ค. สินค้าและบริการที่ให้ผลกระทบประโภชน์แก่ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องมีคุณประโภชน์ในความหมายทั่วไปก็ได้ ดังนั้นสินค้าประเภทยาเสพติดและสิ่งผิดกฎหมาย เช่น เอโรอิน กัญชา หรือยาบ้า และสินค้าที่เป็นพากอนามัย เช่น อาบน้ำ น้ำยา จึงเป็นสินค้าที่มีผลกระทบประโภชน์แก่กลุ่มที่พอยาเสพติดสินค้าดังกล่าวซึ่งสามารถนำบัดความต้องการของพวกรเขาได้ แม้ว่าทางสุขอนามัยแล้วสินค้าเหล่านี้มีโทษต่อสุขภาพร่างกายก็ตาม แต่ผลกระทบประโภชน์จากการบริโภคสินค้าและบริการ ไม่เกี่ยวข้องกับศีลธรรม กฎหมาย หรือประโภชน์ด้านสุขภาพแต่อย่างใด

สำหรับการวัดผลกระทบประโภชน์นั้น สามารถทำได้ด้วยกัน 2 วิธี คือ

1. การวัดเป็นตัวเลขที่แน่นอน แนวทางการวัดผลกระทบประโภชน์แบบนี้สามารถบอกได้ว่าความพึงพอใจที่มีต่อสินค้าต่าง ๆ มีปริมาณแตกต่างกันเท่าใด โดยเปรียบเทียบในทางตัวเลข ซึ่งการวัดผลกระทบประโภชน์เป็นตัวเลขที่แน่นอนนี้จะกระทำได้ต่อเมื่อเงื่อนไขสองอย่างเป็นความจริง โดยเงื่อนไขแรกสำหรับผู้บริโภคคนใดคนหนึ่ง เราต้องสามารถความพอใจที่มีต่อสินค้าแต่ละอย่างได้ หมายความว่า เราสามารถรวมปริมาณผลกระทบประโภชน์ที่ได้รับจากการบริโภคกันได้

⁴⁴ จรัญ โภษyanan พ. เล่มเดิม. หน้า 209-211.

การบริโภคขนมป่ากิมໄไปเต่าเข้าด้วยกันได้ ทั้งนี้ เพราะอรรถประโภชน์ของสินค้านิดใด ๆ ขึ้นอยู่ กับการบริโภคสินค้านิดนั้นอย่างเดียว ไม่เกี่ยวข้องกับปริมาณการบริโภคสินค้านิดอื่น ๆ จึงไม่ เกิดปัญหาในการจัดอรรถประโภชน์ของสินค้าแต่ละชนิด และในการรวมประโภชน์ของสินค้าต่าง ๆ ส่วนเงื่อนไขที่สอง คือ เราสามารถเปรียบเทียบระดับความพอใจต่อสินค้าของแต่ละคนได้ โดยมี สมมติฐานว่าผู้บริโภคแต่ละคนมีรสนิยมเช่นเดิม ไม่เปลี่ยนแปลง

2. การวัดความพอใจเป็นลำดับมากน้อย โดยวัดลำดับความชอบที่มีต่อสินค้าว่าชอบ อันไหนมากกว่ากัน แต่ไม่วัดว่ามากหรือน้อยกว่ากันเท่าใด เพราะความพอใจเป็นเรื่องของจิตใจของ แต่ละบุคคล ซึ่งไม่อาจวัดออกมาเป็นปริมาณหรือหน่วยที่แน่นอนได้ เพียงแต่รู้ว่าชอบอะไรมากกว่า กันเท่านั้น เช่น ถ้าเรามีสินค้าอยู่ 3 อย่าง คือ กาแฟ ชา โอลดิน ผู้บริโภคสามารถบอกได้ว่าชอบโอลดินมากกว่าชา มากกว่ากาแฟ แต่ไม่สนใจว่าอรรถประโภชน์ที่ได้จากการบริโภคโอลดิน มากกว่าการบริโภคชาเท่าใด และมากกว่าการบริโภคกาแฟเท่าใด⁴⁵

2.3.2.2 หลักการแข่งขันโดยเสรี (Free Competition)

หลักการแข่งขันโดยเสรี หรือระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม ซึ่งบางท่านเรียกอีกชื่อว่า ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม หรือระบบเศรษฐกิจแบบตลาด เป็นระบบเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นมาช้านานแล้ว และเป็นที่นิยมของหลายประเทศทั่วโลกและอเมริกา ลักษณะทั่วไปของการแข่งขันโดยเสรี ได้แก่

ก. กรรมสิทธิ์ทรัพย์สินทุกชนิด มีสิทธิเป็นเจ้าของทรัพย์สินและทรัพยากรต่าง ๆ ตามกฎหมาย บุคคลที่มีกรรมสิทธิ์หรือเป็นเจ้าของทรัพย์สินได้ ย่อมมีสิทธิและเสรีภาพที่จะใช้ หรือแจกจ่ายทรัพย์สินไปในลักษณะใด ๆ ก็ได้ ตราบใดที่การกระทำเช่นนั้นไม่ขัดต่อกฎหมายหรือ ระเบียบแบบแผนตลอดจนศีลธรรมอันดีหรือระบบถึงบุคคลอื่น

ข. เสรีภาพในธุรกิจ (Freedom of Enterprise) ประชาชนมีเสรีภาพในการประกอบอาชีพ หรือเลือกอาชีพตามความถนัดเพื่อที่จะได้รับผลตอบแทนมากที่สุด เอกชนมีอิสระในการเลือกวิธีการผลิต และการที่จะเสนอขายหรือไม่เสนอขายสินค้าที่ตนผลิต หรือมีอยู่แล้วได้ ก็ได้ถ้าการกระทำการใดไม่ทำความเดือดร้อนให้แก่คนส่วนใหญ่

ค. ระบบราคา (Price System) จะเป็นตัวควบคุมในการดำเนินการทุกส่วนของระบบเศรษฐกิจให้เป็นไปโดยถูกต้องตามความต้องการของคนส่วนใหญ่ เช่น ในการแก้ไขปัญหาพื้นฐาน ทางเศรษฐกิจทั่วสามประการ กลไกราคาเป็นตัวกำหนดว่าควรจะผลิตสินค้าอะไร กล่าวคือ ถ้าสินค้าชนิดใดที่มีคนต้องการมากที่สุดที่ผลิตแล้วจะขายได้และได้ราคายี่ห้อสุด ผู้ผลิตก็จะเลือกผลิตสินค้าชนิดนั้น ส่วนที่จะเลือกผลิตด้วยกรรมวิธีใด กลไกราคาที่จะเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ โดย

⁴⁵ บุญเลิศ พงษ์มังคลสาร และจิรพร เอี่ยมศรี. (2532). หลักเศรษฐศาสตร์. หน้า 56-57.

ถือหลักว่า วิธีใดที่ผลิตแล้วเสียต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด ก็ควรจะเลือกให้กรรมวิธีนี้และการที่จะตัดสินใจว่าผู้ที่ให้ราคาดีที่สุดในหมู่ผู้บริโภคก็ควรจะได้รับสินค้านั้นไป กลไกราคาบังช่วยให้การจัดสรรทรัพยากรเป็นไปโดยมีประสิทธิภาพ เช่น ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีการผลิตมากเกินความต้องการของตลาด ทำให้ขายไม่หมด ผู้ขายก็ต้องลดราคางามาให้ขาดทุน ผู้ผลิตบางรายอาจต้องลดปริมาณการผลิตหรือเลิกการผลิต ทำให้ทรัพยากรที่เคยใช้สามารถได้รับการจัดสรรให้ไปผลิตสินค้าอื่นที่ยังมีคนต้องการมาก หรือใช้ผลิตสินค้าโดยผู้ผลิตที่มีประสิทธิภาพดีกว่า ทำให้ระบบเศรษฐกิจดีขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าเมื่อใดสินค้าเกิดขาดตลาด ราคากองสินค้านั้นจะสูงขึ้น ทำให้ผู้ผลิตสินค้าเพิ่มขึ้นเนื่องจากราคาสูงขึ้น ในที่สุดก็จะจัดความขาดแคลนนั้น

๑. การแข่งขัน (Competition) เป็นสิ่งสำคัญในการที่จะป้องกันการแสวงหากำไร เกินควร เนื่องจากว่าทุกคนมีสิทธิและเสรีภาพที่จะเข้าหรือออกจากระบบทตลาด ดังนั้นถ้าเมื่อไหร่ เกิดมีผู้ผลิตรายใด หรือกลุ่มใดคิดจะผูกขาดหรือรวมหัวกันขึ้นราคасินค้าเพื่อหวังกำไรเกินกว่าปกติ ผู้ผลิตรายใหม่ ๆ ก็จะเข้ามาตั้งกิจการเพื่อผลิตแบ่งขัน เพราะเห็นว่าสินค้านั้นขายได้ราคายังคงอยู่สูง แม้จะลดราคาก็ยังคงขายได้ แต่หากหัวกันขึ้น ผู้ผลิตรายใหม่จะไม่สามารถเข้ามาขายได้ ทำให้ผู้ผลิตรายใหม่ ไม่สามารถเข้ามาขายได้ ทำให้ผู้ผลิตรายเดิมสามารถคงกำไรไว้ได้ แต่หากหัวกันขึ้น ผู้ผลิตรายใหม่จะไม่สามารถเข้ามาขายได้ ทำให้ผู้ผลิตรายเดิมสามารถคงกำไรไว้ได้

๒. รัฐไม่เข้าแทรกแซงทางเศรษฐกิจ รัฐมีหน้าที่เพียงรักษาความปลอดภัย ความสงบเรียบร้อย และความยุติธรรมระหว่างหน่วยงานทางเศรษฐกิจ เพื่อให้เอกชนมั่นใจในการทำธุรกิจ ต่าง ๆ⁴⁶

จากหลักการแข่งขันโดยเสรี เราสามารถพิจารณาได้ว่า รัฐบาลจะไม่เข้าไปควบคุมและแทรกแซงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของเอกชน โดยจะปล่อยให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการทางเศรษฐกิจ อย่างอิสระเสรี ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตรายเดียว ผู้ผลิตหลายราย หรือผู้ผลิตรายเดียวที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตหรือผู้บริโภค ปัจจุบันสามารถแสดงความรู้ความสามารถของตนได้อย่างเต็มที่ ทำให้ระบบเศรษฐกิจมีการขยายตัวและเจริญรุ่งเรือง เพราะทุกคนมุ่งทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3.2.3 หลักการผูกขาด (Monopoly)

การผูกขาดตามทฤษฎีเศรษฐกิจลั่วน ๆ หมายถึง “การที่สินค้าชนิดหนึ่งมีบุคคลเดียว หรือบริษัทเดียวเท่านั้นเป็นผู้ผลิต โดยไม่มีคู่แข่ง ซึ่งได้แก่การผูกขาดรายเดียวอย่างสมบูรณ์ (Pure Monopoly)” อย่างไรก็ตามในความเป็นจริงแล้วสภาพเช่นนี้มีน้อยมาก การผูกขาดตามสภาพ

⁴⁶ จรรยา โภสิษฐ์ ไกรนิรมล. (2535). หลักเศรษฐศาสตร์. หน้า 30.

ความเป็นจริงแล้ว จึงหมายรวมถึงสภาพที่สินค้าชนิดหนึ่งมีนายทุนส่วนน้อยควบคุมการผลิต ส่วนใหญ่ ทำให้มีอำนาจควบคุมตลาดได้⁴⁷

ลักษณะของการผูกขาดอย่างสมบูรณ์ (Pure Monopoly) Pure Monopoly หรือ Monopoly มาจากภาษากรีก คำว่า Mono แปลว่าหนึ่ง Polein แปลว่าผู้ขาย ฉะนั้นการผูกขาดจึงเป็น โครงสร้างตลาดซึ่งมีผู้ขายเพียงรายเดียวขายสินค้าอื่นแทนกันได้ยาก ตัวอย่างได้แก่ สินค้าสาธารณูปโภค (Public Utilities) เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา และโทรศัพท์ ดังนั้นผู้ผูกขาดสามารถควบคุมราคาหรือเพิ่มปริมาณขาย หรือเข้าอาจจะจำกัดผลผลิตของเข้า แล้วขึ้นราคางานสินค้าได้ ผู้ผูกขาดจึงเป็นผู้กำหนดราคา (Price Maker) หรือ (Price Searcher) ซึ่งผู้ผูกขาดเชื่อว่าการกระทำของเข้า จะไม่มีผลกระทบต่อผู้อื่น และการกระทำของผู้อื่นย่อมไม่มีผลต่อเข้า

ทั้งนี้ ลักษณะการผูกขาดนั้น หากแบ่งตามโครงสร้างของตลาดว่าด้วยทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์แล้ว สามารถแบ่งได้ดังนี้⁴⁸

1. การผูกขาดรายเดียว (Monopoly) หมายความว่า ทั่วทั้ง โครงสร้างการผลิตหรือการค้า มีผู้ผลิตหรือผู้ค้ารายเดียว ซึ่งสามารถควบคุมความต้องการของตลาดไว้ได้ ตัวอย่างเช่น โรงงานยาสูบ เป็นต้น

2. การผูกขาดสองราย (Duopoly) หมายความว่า ทั่วทั้ง โครงสร้างการผลิตหรือการค้า มีผู้ผลิตหรือผู้ค้าเพียงสองราย เช่น การผูกขาดการผลิตเบียร์ การผูกขาดการผลิตสุราแม่โขง เป็นต้น

3. การผูกขาดน้อยราย (Oligopoly) หมายความว่า ทั่วทั้ง โครงสร้างการผลิตหรือการค้ามีผู้ผลิตหรือผู้ค้าเพียงไม่กี่รายอาจเป็น 3-10 รายเท่านั้น แต่ถ้าทั่ว โครงสร้างของตลาดมีผู้ซื้ออยู่เพียงไม่กี่ราย ซึ่งสามารถควบคุมความต้องการของสินค้าไว้ได้ ตัวอย่างเช่น กลุ่มบริษัทปูนซีเมนต์ กลุ่มบริษัทผู้ผลิตและค้าน้ำมัน กลุ่มบริษัทผู้ผลิตนมขันหวาน เป็นต้น

2.3.2.4 วิธีการขึ้นพื้นฐานในการตั้งราคา (Basic Methods of Setting Price)⁴⁹

ก่อนการศึกษาถึงวิธีการพื้นฐานในการตั้งราคาควรศึกษาถึงวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาด้วย เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจกับการกำหนดราคาสินค้าได้ดีขึ้น โดยวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

⁴⁷ วิภาวดี รักษา. (2521). เศรษฐศาสตร์เพื่อมวลชน. หน้า 330.

⁴⁸ เศรษฐสัมยน. (2524). การผูกขาดเศรษฐกิจไทย. หน้า 14-16.

⁴⁹ การกำหนดราคา. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2557, จาก <http://www.navigator.com/business-management/sales/64-pricing>.

1. วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาโดยพิจารณาด้านกำไร (Profit Oriented Objectives)

วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาโดยพิจารณาด้านกำไรนั้นมายความว่า ใช้กำไรเป็นตัวกำหนด หรือหลักในการพิจารณาว่าราคาวรุ่งรังดับใดเม่งได้ 2 อย่างคือ

1) เพื่อได้ค่าตอบแทนตามเป้าหมาย (Target Return) คือเป็น การตั้งเป้าหมายไว้ ก่อนว่าต้องการกำไรเป็นจำนวนเงินคงที่เท่าไหร อาจคิดเป็นจำนวนเงินหรือคิดเป็นกำไรเป็นร้อยละ เท่าใดจากเงินลงทุน หรือร้อยละรายขาย แล้วจึงคำนวณว่าจะตั้งราคานะ ระดับใดจึงจะได้กำไรตามเป้าหมาย

2) เพื่อได้ผลตอบแทนสูงสุด (Maximize Profit) คือการกำหนดราคเพื่อ ให้ได้กำไรสูงสุดนั้น ในทางเศรษฐศาสตร์จะพิจารณาตั้งราคางวดที่ ต้นทุนเพิ่มต่อหน่วย = รายได้เพิ่มต่อหน่วยคือ (Marginal Cost (MC) = Marginal Revenue (MR))

2. วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาโดยพิจารณาด้านการขาย (Sales Oriented Objectives) แบ่งได้เป็น 3 อย่างคือ

1) เพื่อเพิ่มปริมาณการขาย (Increased Sales) คือการตั้งราคาให้ต่ำ แต่ต้องคำนึง ด้วยว่าจะต้องไม่ต่ำกว่าต้นทุน และควรเป็นราคาน้ำที่ทำให้ขายได้มากที่สุด

2) เพื่อรักษาสัดส่วนของการถือครองตลาด (Maintain Market Share) คือการตั้ง ราคาเพื่อให้กิจการดำเนินต่อไปเรื่อยๆ เพื่อให้ได้กำไรพอ สมควรแต่มียอดการจำหน่ายในสัดส่วน คงที่

3) เพื่อเพิ่มปริมาณการถือครองตลาด (Increased Market Share) คือการตั้งราคา ที่ทำให้ขายส่วนถือครองตลาดให้สูงขึ้น คิดดึงเอาเปอร์เซ็นต์การถือครองตลาดของคู่แข่งขัน มาวิธีการนี้อาจทำได้โดย การลดราคาสินค้าลง หรือที่เรียกว่าการตัดราคา

3. วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาโดยพิจารณาการรักษาเสถียรภาพของราคา (Stabilize Price Objectives) แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ

1) เพื่อรักษาระดับราคาให้คงที่และไม่มีการพัฒนาด้านใดให้ดีขึ้น คงปล่อยให้ กิจการดำเนินไปเรื่อยๆ ไม่เปลี่ยนแปลง และคงขายสินค้าคงที่ตลอดไป อาจมีการเปลี่ยนแปลง บ้างแต่นานๆ ครั้ง

2) เพื่อรักษาระดับราคาให้คงที่ แต่พยายามพัฒนาปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ ให้ดีขึ้น และผู้บริหารจะต้องพยายามแบ่งขันในด้านส่งเสริมการตลาดให้ดีขึ้นด้วย โดยคงราคาไว้ ณ ระดับเดิมเป็นการแบ่งขันโดยใช้วิธีอื่นซึ่งไม่ตัดราคา

สำหรับวิธีการขึ้นพื้นฐานในการตั้งราคา (Basic Methods of Setting Price) ที่เป็นที่นิยมกันโดยทั่วไปสามารถแบ่งได้เป็น 3 วิธีคือ

1. วิธีการตั้งราคาโดยยึดต้นทุนเป็นเกณฑ์ วิธีปฏิบัติมี 2 แบบคือ

1) ตั้งราคาโดยคิดต้นทุนบวกกำไร (ราคารายต่อหน่วย = ต้นทุนทั้งหมด + กำไรที่ต้องการ) จำนวนการผลิต วิธีนี้จะใช้ได้ดีองเมื่อใช้จำนวนผลิตต้องเท่ากับจำนวนจำหน่าย ผู้ขายจึงจะมีกำไรตามที่ต้องการ สำหรับพ่อค้าคนกลาง อาจจะบวกกำไรกับต้นทุนได้หลายลักษณะ เช่น

$$(กำไร)- ราคารายต่อหน่วย = ต้นทุนต่อหน่วย + 10\% \text{ ของราคาราย}$$

$$(กำไร)- ราคารายต่อหน่วย = ต้นทุนต่อหน่วย + 10\% \text{ ของราคากลุ่ม}$$

2) วิธีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

จุดคุ้มทุน (Break-Even Point) เป็นจุดที่แสดงว่าปริมาณ ณ จุดของการผลิตรึ่อการจำหน่าย รายได้รวมจะเท่ากับต้นทุนรวมพอดี สูตร จุดคุ้มทุน = $\frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรต่อหน่วย}}$ ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

2. วิธีการตั้งราคาโดยยึดความต้องการของตลาดเป็นเกณฑ์การพิจารณาตั้งราคา ทั้งนี้สามารถจำแนกได้เป็นลักษณะย่อย ๆ ดังนี้

1) การตั้งราคาในตลาดผู้ขายด้วยตัวเอง

2) การตั้งราคาในตลาดที่มีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์

3) การตั้งราคาในตลาดที่มีการแข่งขันน้อย Razia ระดับราคาที่เหมาะสมของสินค้า

ในตลาดทั้ง 3 ประเภทอาศัยแนวความคิดเดียวกัน คือ ผู้ผลิตต้องพยายามผลิตและขายในปริมาณที่ทำให้เกิดกำไรสูงสุด โดยสรุปได้ว่า ระดับราคาที่เหมาะสมอยู่ที่ปริมาณการผลิตที่ทำให้ต้นทุนเพิ่มเท่ากับรายได้ส่วนเพิ่ม แต่ราคาก็ต่างกัน ตามลักษณะเส้นอุปสงค์ของตลาดแต่ละประเภท

4) การตั้งราคาในตลาดที่มีความแตกต่างกันในด้านความต้องการซึ่งระดับราคาจะแตกต่างตามกรณี เช่น

(1) ลูกค้ามีมากกว่า 1 กลุ่ม และแต่ละกลุ่มมีความต้องการสินค้าแตกต่างกัน กลุ่มใด มีความต้องการและความจำเป็นมาก ราคาก็สูงกว่ากลุ่มอื่น

(2) ลูกค้าแต่ละกลุ่มอยู่ห่างไกลกันทำให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ สำหรับแต่ละกลุ่มเป็นหมายแตกต่างกันไปด้วย

(3) ช่วงเวลาที่ขายสินค้าแตกต่างกัน ระดับราคาสินค้าที่จำหน่ายในแต่ละช่วงเวลาจะไม่เท่ากัน เช่น รถรับส่งสองแฉว เป็นต้น

3. วิธีการตั้งราคาโดยยึดการแบ่งขันเป็นเกณฑ์ การตั้งราคาโดยมุ่งพิจารณาที่การแบ่งขัน เป็นวิธีการที่นักการตลาดเห็นความสำคัญของคู่แบ่งขันมากกว่าความสำคัญของความต้องการของตลาดและต้นทุน ลักษณะ ราคานั้นอาจเกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพื่อเอาชนะคู่แบ่งขัน ระดับราคา ไม่จำเป็นต้องเท่าเทียมกับคู่แบ่งขัน อาจสูงกว่าหรือต่ำกว่าก็ได้ ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนถึงการตั้งราคาในลักษณะนี้ได้แก่

- 1) การกำหนดราคาตามคู่แบ่งขัน
- 2) การกำหนดราคาโดยยึดของประมูล

2.3.3 แนวคิดเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับวัตถุประสงค์⁵⁰

ปัจจุบันการจัดสร้างและจำหน่ายวัตถุประสงค์ต่อประชาชนนับวันจะเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจด้านพุทธพานิชย์ได้นำวิชาการในทางการตลาดและการโฆษณาใช้ในการส่งเสริมการขายวัตถุประสงค์ประเภทต่าง ๆ ซึ่งการกระทำดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคหรือประชาชนที่ซื้อ (เช่า) หาวัตถุประสงค์มาไว้ในความครอบครองตอกย้ำในฐานะที่เลือกเปรียบ เพราะผู้บริโภคไม่ต้องซื้อในฐานะที่ทราบภาวะตลาดและความจริงเกี่ยวกับคุณภาพและราคาของวัตถุประสงค์ประเภทต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องทันท่วงที นอกจากนี้ สินค้าด้านพุทธพานิชย์นั้น ในการบริโภคส่วนใหญ่เกิดจากพื้นฐานของความเชื่อและแรงศรัทธาของเหล่าผู้บริโภคที่ต้องการเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจในยามที่เกิดความทุกข์ จึงทำให้การซื้อขายวัตถุประสงค์สัญญาอยู่ในสถานะ ไม่เท่าเทียมกัน ดังนั้นจึงสมควรให้มีกฎหมายให้ความคุ้มครองผู้บริโภคและจัดให้มีองค์กรของรัฐที่เหมาะสมเพื่อตรวจสอบคุณภาพและประสานงานการปฏิบัติงานของส่วนราชการต่าง ๆ ในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคในการบริโภคสินค้าด้านพุทธพานิชย์

แนวความคิดทางกฎหมายที่นำมาใช้ในการคุ้มครองผู้บริโภค มีดังนี้ (สุวน พุกนิตย์, 2546, หน้า 10-13)

1. การไม่ให้ความสำคัญกับความศักดิ์สิทธิ์ของเจตนา (Autonomy of Will) หรือเสรีภาพในการทำสัญญา ด้วยเหตุที่แนวความคิดทฤษฎีดังกล่าวหมายรวมในสภาพสังคมที่เท่าเทียมกัน ในอำนาจต่อรองและมีระบบการค้าที่แบ่งขันกันค่อนข้างสมบูรณ์ทฤษฎีความรับผิดชอบตามคู่สัญญา (Privity of Contract) ที่เป็นผลลัพธ์ของการมีเสรีภาพในการทำสัญญานั้น ก็หมายรวมกับกรณีที่คู่สัญญาไม่สามารถในการต่อรองเท่า ๆ กัน แต่ในการคุ้มครองผู้บริโภคนั้น โดยเหตุที่ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องบริโภคสินค้าหรือบริการโดยอาศัยความสัมพันธ์ในทางสัญญาเสมอไป เนื่องจากการบริโภคเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติของมนุษย์ ซึ่งมิได้อยู่กับเงื่อนไขในสถานะทางสังคม (Status Quo)

⁵⁰ แนวความคิดเกี่ยวกับความไม่เท่าเทียมกันของมนุษย์. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2557, จาก <http://www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=7477.0>

ความสามารถของบุคคล (Capability) หรือข้อตกลงในทางนิติกรรมสัญญา เพราะฉะนั้น หลักเกณฑ์ หรือทฤษฎีความรับผิดชอบในความเสียหายที่ต้องอาศัยความผูกพันทางสัญญาที่กฎหมายรับรองจึงเป็นอุปสรรคใหญ่หลวงในการคุ้มครองผู้บริโภค ที่มิใช่คู่กรณีในสัญญา ทฤษฎีกฎหมายที่ก่อตั้งสิทธิในการได้รับการเยียวยา ขาดใช้เมื่อมีความเสียหาย เกิดขึ้นจากการบริโภคจึงไม่คำนึงถึงหลักความสัมพันธ์ทางสัญญา (Privity rule) แต่อย่างใด ดังนั้นการกำหนดว่า ผู้บริโภคคือใคร จึงไม่กำหนดโดยอาศัยหลักความสัมพันธ์ทางสัญญา แนวความคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค จึงก่อให้เกิดการปฏิเสธทฤษฎีเสรีภาพในการทำสัญญา และความรับผิดชอบทางคู่กรณีโดยสิ้นเชิง การกำหนดกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคจึงออกแบบมาในรูปของการขยายความรับผิดชอบผู้ขายไปสู่บุคคลอื่น ๆ ที่มิใช่ผู้ซื้อ เช่น ให้รับผิดในความชำรุดบกพร่องของสินค้าที่เกิดอันตรายต่อนุบคคลในครอบครัวของผู้ซื้อ เป็นต้น

2. ทฤษฎีความรับผิดในทางละเมิด ซึ่งใช้บทสันนิษฐานความผิด (Presumption of Fault) หลักความรับผิดในทางละเมิดนี้ มีทฤษฎีความรับผิดที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปอยู่ 2 หลัก คือ ความรับผิดเมื่อมีความผิด กล่าวคือ ผู้กระทำละเมิดจะใจหรือประมาทเลินเล่อ ก่อให้เกิดความเสียหาย และหลักความรับผิดโดยกฎหมายสันนิษฐานว่า มีความผิดแม้มิได้มีการลงใจหรือประมาทเลินเล่อ บางกรณีเป็นการสันนิษฐานเด็ดขาด ไม่มีข้อยกเว้นในการนำสืบหักล้าง (Absolute Liability) หรือ No Fault Liability บางกรณียกเว้นให้มีการนำสืบหักล้างบทสันนิษฐานที่กฎหมายบัญญัติไว้ให้หลักความรับผิดชอบแบบที่สองนี้เรียกโดยทั่วไปว่าความรับผิดเด็ดขาด (Strict Liability) หลักความรับผิดเด็ดขาดได้รับการยอมรับมากขึ้นเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่ความเสียหายเกิดจากผลิตภัณฑ์ที่มีความลับซับซ้อนในการผลิต ผู้ใช้ได้รับความเสียหายไม่อาจพิสูจน์ถึงเหตุแห่งความเสียหายได้ว่าเป็นความผิดพลาดของผู้ใด เหตุผลของการนำเอาทฤษฎีความรับผิดชอบเด็ดขาดในทางละเมิดมาปรับใช้กับคดีที่ฟ้องให้ชดใช้ความเสียหายที่เกิดจากการบริโภคก็ เพราะว่าความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการบริโภคนั้น เป็นเรื่องยากที่จะพิสูจน์ได้ว่าเกิดขึ้นจากความรับผิดของฝ่ายใด ยิ่งกระบวนการในการบริโภค อันประกอบด้วยผู้ผลิต ผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก ผู้บริโภค เป็นกระบวนการที่กว้างยากแก่การพิสูจน์ว่าความบกพร่องเกิดขึ้น ในช่วงใด ขณะใดในกรณีที่การผลิต มีเทคนิกที่ลับซับซ้อน การพิสูจน์ความบกพร่องในการผลิตยังไม่ยุ่งในวิสัยที่ผู้บริโภคจะพิสูจน์ได้ง่ายว่าผู้ผลิตสินค้ากระทำการโดยประมาทเลินเล่อเป็นเหตุให้มีความชำรุด บกพร่องในผลิตภัณฑ์ การกำหนดให้ผู้ผลิตหรือผู้ขายต้องรับผิดโดยปราศจากการกระทำการโดยลงใจหรือประมาทเลินเล่อจึงเป็นการเหมาะสม ทั้งนี้ภายใต้เงื่อนไขว่าผู้ผลิตหรือผู้ที่กฎหมายกำหนดให้ต้องรับผิดนี้อาจพิสูจน์เพื่อพ้นความรับผิดได้ เช่น ผู้บริโภคใช้สินค้าโดยไม่ถูกวิธี ในกรณีที่มีคำอธิบายวิธีใช้หรือคำเตือนแล้ว หรือความเสียหายเกิดจากความประมาทเลินเล่อของผู้บริโภคเองหรือ

ความชำรุดบกพร่อง ไม่ได้อยู่ในขณะที่ผู้บริโภค ซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น หากแต่เกิดความชำรุดบกพร่องขึ้น เพราะการกระทำของบุคคลอื่นซึ่งผู้ผลิตทำجاต้องรับผิดชอบด้วยไม่

แนวความคิดค้านสังคม ในสมัยที่การค้าและเศรษฐกิจของโลกอยู่ในลักษณะจำกัดในวงแคบ ๆ สภาพของสินค้าและบริการยังไม่มีความลับซับซ้อนมากนักกระบวนการผลิตยังเป็นแบบเรียนง่าย ตลาดเป็นลักษณะการแลกเปลี่ยนสินค้าซึ่งกันและกัน (Barter Trade) ไม่มีความจำเป็นที่รัฐจะต้องหาเครื่องมือหรือมาตราการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค เพราะอิทธิพล แนวคิดในระบบการปกครองแบบประชาธิปไตยต้องยุ่นแย้มความอิสระและเสรีภาพในการดำรงชีวิตของคนเท่าที่ยอมกัน ขั้งผลให้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรี (Laissez-Faire) เกิดขึ้นด้วยโดยมีสมมุติฐานว่ามนุษย์ทุกคนมีความสามารถในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการเท่ากัน แต่เมื่อโลกเจริญมากขึ้นทำให้ระบบเศรษฐกิจการค้าขายและการบริการต่าง ๆ มีกระบวนการที่ลับซับซ้อนมากขึ้น เกินกว่าผู้บริโภคโดยทั่วไปจะตามได้ทัน ทำให้ประเทศต่าง ๆ มาพิจารณาถึงความเป็นธรรมในสังคมและเพื่อประโยชน์ของสาธารณชนโดยทั่วไป สิทธิของผู้บริโภคจึงควรที่จะได้รับความคุ้มครอง

2.3.4 แนวคิดการจัดเก็บภาษีวัตถุมงคล

แนวความคิดการจัดเก็บภาษีวัตถุมงคล เครื่องราง ของลังต่าง ๆ นี้มีเฉพาะในประเทศไทย เนื่องจากแม้ในต่างประเทศอื่น ๆ ที่มีการนับถือพระพุทธรูปและยังได้จัดสร้างวัตถุมงคล เครื่องราง และของลังต่าง ๆ ไว้เพื่อให้พุทธศาสนิกชนที่มีความศรัทธาเข้ามุ่ชาเพื่อความเป็นสิริมงคลป้องกันภัยอันตรายต่าง ๆ ที่จะเข้ามาถึง แต่บรรดาประเทศที่นับถือศาสนาพุทธเหล่านั้น ไม่ได้ทำการจัดสร้างวัตถุมงคลต่าง ๆ ในเชิงพาณิชย์แต่อย่างใด ยังคงเป็นเพียงเพื่อทำบุญบำรุงวัดที่ตนเลื่อมใสศรัทธา และเพื่อทำบุญบำรุงศาสนาที่ตนเคารพนุชาระเพียงเท่านั้น

แต่สำหรับในประเทศไทยแล้ว นับแต่มีการจัดสร้างวัตถุมงคล เครื่องราง ของลังขึ้นมาในอดีตนั้นเป็นการสร้างขึ้นเพื่อแจกในวาระสำคัญ ๆ เท่านั้น ไม่ได้สร้างขึ้นเพื่อแสวงหากำไร แต่อย่างใด และรายได้ที่ได้มานั้นส่วนหนึ่งจะใช้ไปทำบุญบำรุงวัดที่ให้สถานที่เป็นที่ประกอบพิธีการสร้างเท่านั้น แต่ในปัจจุบันมีการประกอบพิธีการสร้างเพิ่มมากขึ้น โดยไม่มีการจำกัดเฉพาะการสร้างตามพิธีกรรมตามศาสนา หรือสร้างในวันสำคัญทางศาสนาอีกต่อไปแล้ว ทำให้มีวัตถุมงคล เครื่องราง ของลังเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนสำหรับการเข้ามุ่ชา และเพื่อการค้า ทำให้เกิดรายได้ในส่วนที่ไม่ได้มอบหรือไม่ได้เป็นรายได้ของวัดเพื่อการนำรายได้เหล่านั้นไปทำการทำบุญบำรุงศาสนาตามประเพณี ทั้งนี้ รายได้ส่วนใหญ่ตกอยู่แก่ผู้สร้างและผู้ค้ารายย่อย ส่วนวัดที่ทำพิธีจะได้รับเฉพาะค่าสถานที่เท่านั้น ดังนั้นมีรายได้ตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ผู้ที่มีเงินได้จากการจำหน่ายวัตถุมงคลที่มิใช่วัดจึงมีหน้าที่ในการเสียภาษีตามกฎหมาย

บทที่ 3

หลักกฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมดูแลการจัดสร้างและเช่าบุชาตถุมงคล

การสร้างวัตถุมงคลในศาสนา เป็นส่วนหนึ่งของความเชื่ออันเป็นพิธีกรรมในทางศาสนาซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างมาก จึงทำให้เกิดเป็นธุรกิจพุทธพาณิชย์ขึ้นแต่เนื่องจากในปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายเฉพาะเพื่อควบคุมดูแลการจัดสร้างและการเช่าบุชาตถุมงคล หากแต่มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องหรืออาจนำมาใช้เปรียบเทียบเพื่อเป็นแนวทางในการบัญญัติกฎหมายเฉพาะเรื่องได้เท่านั้น ดังนั้นในส่วนนี้จึงจะทำการศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและการเช่าบุชาตถุมงคล และรวมถึงกฎหมายที่จะสามารถนำมาเปรียบเทียบและนำมาปรับใช้กับกรณีดังกล่าววนี้ได้ ดังนี้

3.1 หลักกฎหมายเกี่ยวกับการจัดสร้างวัตถุมงคล

ในปัจจุบันการจัดสร้างวัตถุมงคลได้กลายมาเป็นธุรกิจทางศาสนา หรือที่มักนิยมเรียกว่า “พุทธพาณิชย์” การจัดสร้างมิได้เกิดขึ้นมาเฉพาะวงการสงฆ์เท่านั้น máravaś ไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคล ก็นิยมลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ แต่อย่างไรก็ตามการจัดสร้างวัตถุมงคลก็มีความเกี่ยวข้องกับกฎหมายที่เกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพ ดังนั้นในส่วนนี้จึงมีความจำเป็นต้องศึกษากฎหมายรัฐธรรมนูญซึ่งเป็นกฎหมายที่บัญญัติถึงสิทธิและหน้าที่ และจำเป็นต้องทำการศึกษาพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ รวมถึงกฎหมายที่ออกตามพระราชบัญญัติฉบับนี้เนื่องจากเป็นกฎหมายที่มีความเกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา

3.1.1 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550

เนื่องจากรัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศไทย ซึ่งเป็นกฎหมายที่บัญญัติถึงสิทธิและหน้าที่ของประชาชนชาวไทยทุกคน รวมถึงในส่วนที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ภายใต้รัฐธรรมนูญก็ได้บัญญัติถึงสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการเลือกนับถือศาสนาและยังให้สิทธิเสรีภาพในการปฏิบัติการต่าง ๆ ตามความเชื่อทางศาสนาที่ไม่เป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน ทั้งนี้โดยได้บัญญัติไว้เป็นลายลักษณ์อักษรไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มาตรา 37 ซึ่งบัญญัติไว้ว่า

“บุคคลย่อมมีสิทธิเสรีภาพบริบูรณ์ในการนับถือศาสนา นิเกียงของศาสนาหรือลัทธินิยม ในทางศาสนา หรือลัทธินิยมในทางศาสนา และย่อมมีเสรีภาพในการปฏิบัติตามศาสนาธรรม ศาสนาบัญญัติหรือปฏิบัติพิธีกรรมตามความเชื่อถือของตน เมื่อไม่เป็นปฏิปักษ์ต่อหน้าที่ของพลเมือง และไม่เป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

ในการใช้สิทธิเสรีภาพตามวาระคนนี้ บุคคลย่อมได้รับความคุ้มครองมิให้รัฐกระทำการใด ๆ อันเป็นการรองสิทธิหรือเสียประโยชน์อันควร มีควรได้ เพราะเหตุที่ถือศาสนา นิเกียงของศาสนา ลัทธินิยมในทางศาสนาหรือปฏิบัติตามศาสนาธรรม ศาสนาบัญญัติ หรือปฏิบัติพิธีกรรม ตามความเชื่อถือแตกต่างจากบุคคลอื่น”

จากบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ ในมาตรา 37 ข้างต้นนี้ ได้ให้การประกันสิทธิเสรีภาพ ขั้นพื้นฐานของประชาชน เกี่ยวกับการปฏิบัติพิธีกรรมตามความเชื่อถือของตนไว้ ดังนั้น การสร้าง วัฒนธรรม ซึ่งเกิดจากแนวความเชื่อของมนุษย์และเป็นพิธีกรรมในทางศาสนาที่สร้างสรรค์ขึ้นมา เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจจึงสามารถกระทำได้ ทราบได้จากการสร้างวัฒนธรรมไม่เป็นปฏิปักษ์ต่อหน้าที่ของพลเมืองและไม่เป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

แต่อย่างไรก็ตาม การจำกัดและความคุ้มการสร้างวัฒนธรรมโดยเกิดมีขึ้นสำหรับโอกาสหรือบางเรื่องที่มีความสำคัญต่อศาสนา นิเกียงหรือลัทธินี้ ๆ เพื่อให้เกิดคุณค่าในด้วยวัฒนธรรมและให้เกิดความนิยมเลื่อมใสในหมู่ประชาชน รวมถึงเพื่อยับยั้งการกระทำความผิดทางอาญา ยังเป็นสิ่งที่สามารถกระทำได้โดยไม่ขัดกับหลักการและความเชื่อทางศาสนา นิเกียงหรือลัทธิต่าง ๆ แต่สำหรับบทบัญญัติตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักร ไทยนี้ได้บัญญัติไว้เพียงสิทธิเสรีภาพในการปฏิบัติพิธีกรรมตามความเชื่อของประชาชนไว้เท่านั้น มิได้มีบทบัญญัติที่กล่าวคือการควบคุมการจัดสร้าง และจัดทำหน่วยวัฒนธรรมแต่อย่างไร

3.1.2 พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505

พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 ถือเป็นกฎหมายที่เกี่ยวกับพุทธศาสนาเพียงฉบับเดียวที่มีอยู่ในระบบกฎหมายไทยในปัจจุบัน และด้วยเหตุที่วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาโดยถือว่าเป็น “วัฒนาทางศาสนา” และการศึกษาในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาปัญหาในการควบคุมการจัดสร้างและเข้าบูชาวัฒนธรรมตามกฎหมายเกี่ยวกับพุทธศาสนาของไทย ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องนำพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 รวมถึงกฎหมายเบื้องและข้อบังคับต่าง ๆ ที่ออกโดยอาศัยพระราชบัญญัติฉบับนี้มาศึกษาในส่วนนี้ เพื่อนำมาประกอบการพิจารณา เกี่ยวกับปัญหาในการจัดสร้างและเข้าบูชาวัฒนธรรมต่อไป

ทั้งนี้ พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 มีเนื้อหาสำคัญทั้งหมด 8 หมวด ดังนี้
 หมวด 1 สมเด็จพระสังฆราช
 เป็นการกำหนดวิธีการสถาปนาสมเด็จพระสังฆราช พระราชอำนาจในการบัญชาการ
 คณะสงฆ์ รวมถึงกรณีที่สมเด็จพระสังฆราชพ้นจากตำแหน่ง

หมวด 2 มหาเถรสมาคม

เป็นการกำหนดหน่วยงานหรือองค์กรที่มีหน้าที่ในการควบคุมดูแลเหล่าสงฆ์ การจัดตั้ง
 คณะกรรมการมหาเถรสมาคม คุณสมบัติของคณะกรรมการฯ และอำนาจหน้าที่ของมหาเถรสมาคม
 โดยมหาเถรสมาคมมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการปกครองคณะสงฆ์ กำหนดการบรรพชาสามเณร
 ควบคุมและส่งเสริมการศึกษาศาสนา การศึกษาสังเคราะห์ การรักษาหลักพระธรรมวินัย
 ของพระพุทธศาสนา และปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่น
 ตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 15 ตรี¹

หมวด 3 การปกครองคณะสงฆ์

เป็นการกำหนดให้คณะสงฆ์ทั่วประเทศต้องอยู่ภายใต้การปกครองของมหาเถรสมาคม
 ซึ่งบัญญัติไว้ในมาตรา 20² รวมถึงยังกำหนดให้มีการปกครองคณะสงฆ์ในส่วนภูมิภาคและกำหนด
 พระภิกษุผู้มีอำนาจปกครองตามส่วนภูมิภาค

หมวด 4 นิคหนรัมและการสละสมณเพศ

เป็นการกำหนดถึงเหตุที่พระภิกษุนิคหนรัม เช่น การล่วงละเมิดพระธรรมวินัยและ
 มีคำวินิจฉัยถึงที่สุดให้รับนิคหนรัมให้สึกตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 26 และยังเป็นหมวดที่บัญญัติ
 ถึงกรณีที่พระภิกษุต้องสละสมณเพศ เช่น กรณีที่ต้องบำเพ็ญกาลีถึงที่สุดของศาลให้เป็นนุคคล
 ล้มละลายในบทบัญญัติในมาตรา 28 หรือต้องด้วยกรณีได้กรณีหนึ่งที่บัญญัติไว้ในมาตรา 27

¹ พระราชบัญญัติคณะสงฆะ พ.ศ. 2505 มาตรา 15 ตรี บัญญัติว่า

“(1) ปกครองคณะสงฆ์ให้เป็นไปโดยเรียบร้อยดีงาม

(2) ปกครองและกำหนดการบรรพชาสามเณร

(3) ควบคุมและส่งเสริมการศาสนาศึกษา การศึกษาสังเคราะห์ การเผยแพร่ การสาธารณูปการ และ
 การสาธารณสงเคราะห์ของคณะสงฆ์

(4) รักษาหลักพระธรรมวินัยของพระพุทธศาสนา

(5) ปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่น...”

² พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 มาตรา 20 บัญญัติว่า

“คณะสงฆ์ต้องอยู่ภายใต้การปกครองของมหาเถรสมาคม

การจัดระเบียบการปกครองคณะสงฆ์ให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎหมายมหาเถรสมาคม”

มาตรา 27 เมื่อพระภิกษุปฏิโดยต้องด้วยกรณีข้อใดข้อหนึ่ง ดังต่อไปนี้³

(1) ต้องคำวินิจฉัยตามมาตรา 25 ให้รับนิคกรรมไม่ถึงให้สึก แต่ไม่ยอมรับนิคกรรมนั้น

(2) ประพฤติล่วงละเมิดพระธรรมวินัยเป็นอาชิม

(3) ไม่สังกัดอยู่ในวัดใดวัดหนึ่ง

(4) ไม่มีวัดเป็นที่อยู่เป็นหลักแหล่ง

ให้พระภิกษุนั้นสละสมณเพศตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎหมาย เครื่องหมายความว่า 5 วัด

เป็นการกำหนดเกี่ยวกับลักษณะของวัด กล่าวคือกำหนดให้วัดมีฐานะเป็นนิติบุคคล และมีเจ้าอาวาสเป็นผู้แทนของวัด กำหนดการสร้าง การตั้ง การรวม การขยาย การยุบเลิกวัด และทรัพย์สินของวัด หน้าที่ของเจ้าอาวาส การแต่งตั้งเจ้าอาวาส รวมถึงการโอนกรรมสิทธิ์ที่วัด ที่ธรณีสงฆ์

หมวด 6 ศาสนาสมบัติ

เป็นการกำหนดประเภทของศาสนาสมบัติ การดูแลรักษาและการจัดการศาสนาสมบัติ ทางพระพุทธศาสนา

หมวด 7 บทกำหนดโทษ และหมวด 8 เป็นต่อไปนี้

นอกจากบทบัญญัติในพระราชบัญญัติคณะสังฆ พ.ศ. 2505 ที่ได้นำเสนอมาข้างต้น มหาเถรสมาคมยังมีอำนาจตรากฎหมายเดร共同体 ออกข้อบังคับ วางระเบียบ ออกคำสั่ง มีมติหรือออกประกาศได้ ได้โดยไม่ขัดหรือแย้งกับกฎหมายและพระธรรมวินัย ซึ่งสามารถใช้บังคับได้⁴

3.1.2.1 นิติมหาเถรสมาคม เกี่ยวกับเรื่อง “พุทธพาณิชย์”⁴

เนื่องจากธุรกิจวัตถุมงคล ได้แพร่หลายเป็นอย่างมากในปัจจุบันเป็นเหตุให้ทางเจ้าหน้าที่ ของรัฐเกิดแนวความคิดที่จะเข้าทำการควบคุม เพื่อแก้ไขสภาพปัญหาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยงานของตน โดยตรง ทำให้มีวันที่ 28 ธันวาคม 2536 มีการจัดการประชุมคณะกรรมการธุรกิจการ ศาสนาและศิลปวัฒนธรรม เกี่ยวกับเรื่อง “พุทธพาณิชย์” ที่ห้องประชุมคณะกรรมการธุรกิจการ ศาสนาสภาก្មោះแทนรายกฎ ติกรัฐสภា โดยผลการประชุมกรรมศาสนาก็ประมวลความคิดเห็นที่จะ กำหนดมาตรการเพื่อควบคุมการสร้าง การโฆษณา การจำหน่ายเกี่ยวกับวัตถุมงคล รวมทั้งสิ้น 8 ข้อ ดังนี้

³ พระราชบัญญัติคณะสังฆ พ.ศ. 2505 มาตรา 15 ตรี.

⁴ ยิ่งเทพ จันทร์ยี. (2538). มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจัดสร้าง การโฆษณา และการเก็บ รักษา วัตถุมงคลในพุทธศาสนา. หน้า 53-54.

(1) การห้ามสร้างวัดคุณงค์กระทำไม่ได้ แต่การจัดสร้างจะต้องขออนุญาตตาม
ตามลำดับขั้น จนถึงเจ้าคณะใหญ่เขตพะคณะสงฆ์

(2) การสร้างวัดคุณงค์จะต้องควบคุม นับแต่การผลิต การโฆษณา การจำหน่ายและ
การใช้จ่ายเงินให้เป็นไปตามวัดคุณประสงค์

(3) การอนุญาตสร้างวัดคุณงค์ จะต้องบอกเหตุผลวัดคุณประสงค์การนำเงินไปใช้จ่าย

(4) การโฆษณาทางสื่อมวลชนทุกชนิด ควรห้ามโฆษณาอวดอ้างปฏิหาริย์เกินความ

จริง

(5) ให้มีการประชาสัมพันธ์ให้เฉพาะเนื้อหาของวัดคุณงค์ หลักการ เหตุผลและ
วัดคุณประสงค์ว่าจะนำรายได้ไปทำอะไร ตลอดจนสถานที่จัดสร้างและจำหน่าย

(6) ห้ามสร้างวัดคุณงค์ที่ไม่ใช่สัญลักษณ์ทางพุทธศาสนาหรือมีรูปแบบที่ไม่สมควร

(7) ควรออกประกาศ ระมียน หรือกฎหมายว่าด้วยการสร้างวัดคุณงค์เพื่อควบคุมการ
ผลิต จำหน่ายและการปลอมแปลง โดยให้ควบคุมได้ทั้งคณะสงฆ์และมราวาส

(8) หมายเหตุการทางกฎหมายดำเนินการกับผู้ที่จัดวางวัดคุณงค์ไว้ในที่อันไม่สมควร
ทั้งนี้ คณะกรรมการพิธีกรรมฯ มีมติให้กรมศาสนาดำเนินการตามข้อสรุปทั้ง 8 ข้อ ที่เสนอ ให้
เป็นรูปธรรมต่อไป และจะได้ประชุมพิจารณาหารมาตราการที่สามารถควบคุมได้โดยทั่วไปทั้ง
พระสงฆ์และประชาชน ซึ่งถึงแม้ว่าการประชุมดังกล่าวจะนี้จะมีการจัดประชุมกันมาแล้วตั้งแต่ปี
พ.ศ. 2536 แต่ในปัจจุบันยังไม่ได้มีการดำเนินการตามมติของคณะกรรมการพิธีกรรมศาสนากล
ศิลปวัฒนธรรม เกี่ยวกับเรื่อง “พุทธพารามิชัย” ตามมติดังกล่าวแต่อย่างใด

3.1.2.2 อดีมahaเเครสมากม เรื่องการโฆษณาพระพุทธรูป/พระเครื่องและวัดคุณงค์ใน
สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อลิ้งพิมพ์ และสื่อวิทยุโทรทัศน์⁵

ในการประชุมมหาเถรสมาคม ครั้งที่ 7/2543 เมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2547 เลขานุการ
มหาเถรสมาคมเสนอว่า ในคราวประชุมเรื่อง “การโฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์ ลิ้งพิมพ์และในสื่อ
วิทยุโทรทัศน์” ครั้งที่ 1/2547 เมื่อวันพุธที่ 3 มีนาคม 2547 ณ ห้องประชุม 301 ตึกบัญชาการ ชั้น 3
ทำเนียบรัฐบาล ที่ประชุมได้ประรถถึงการโฆษณาและการเรียกไร่ที่อวดอ้างสรรพคุณเกินสภาพ
ที่น่าจะเป็นการชวนเชื้อและใช้สื่อเพื่อแสวงหาประโยชน์ส่วนตนมากกว่าจะเป็นประโยชน์ส่วนรวม
ดังนี้

⁵ มหาเถรสมาคม. (ม.ป.ป.). “มติมหาเถรสมาคม.” สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2556, จาก

1. การโฆษณาสรุปคุณพระบูชาและวัตถุมงคล โดยอ้างแหล่งที่มาของวัสดุที่นำมาสร้างพระบูชาและวัตถุมงคล จำนวนพระบูชาและวัตถุมงคลที่นำมาจำหน่ายหรือแลกเปลี่ยนหรือมอบเป็นของที่ระลึก โดยไม่รู้จักหมวด ตลอดถึงอ้างอิทธิฤทธิ์ปฏิหาริษัติ ฯ อาจเข้าข่ายการโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งมิหน่ำเมมต่อการอวดอุติมุสธรรม และเข้าลักษณะเบี่ยงเบนหลักพระศาสนา คือ ประยศติ ปฏิบัติและปฏิเวช ได้

2. การใช้สื่อต่าง ๆ ใน การเรียกโดยไม่คำนึงถึงหลักธรรมคำสั่งสอนที่แท้จริงของพระพุทธศาสนา มุ่งแต่ประโยชน์ส่วนตนหรือกลุ่มนบุคคล มากกว่าการเผยแพร่พระพุทธศาสนา

3. การนำเอาพระพุทธรูปหรือสัญลักษณ์ทางพระพุทธศาสนา มาวางบริเวณทางเท้า หรือข้างถนน ที่คนเดินผ่านไปมา ควรที่จะมีกฎหมายหรือกฎหมายเบี่ยงห้ามและกำหนดให้มีการปฏิบัติที่ชัดเจน

ในการนี้ที่ประชุมได้สรุปเป็นคิให้สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติดำเนินการ ดังนี้

1. นำสารการประชุมเสนอคณะกรรมการเพื่อทราบ

2. ขอให้หน่วยงานคณะกรรมการป้องกันและลงโทษพระสังฆมารชิกการผู้ฝ่าฝืนคำสั่ง นิติ หรือประกาศของมหาเถรสมาคมเรื่อง ควบคุมการเรียกโดย การอวดอ้างคุณวิเศษ การทำเสน่ห์ ยาเฟ朵 โดยให้อีกบัดดอย่างเคร่งครัด

3. หากผู้จัดทำพระบูชาหรือวัตถุมงคลเป็นคุณภาพ ขอให้พระสังฆมารชิกการช่วยกัน สอดส่องดูแล แจ้งเจ้าหน้าที่ฝ่ายบ้านเมืองดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

4. ขอให้มีมาตรการควบคุมการเผยแพร่หรือโฆษณา การจัดสร้างพระบูชาหรือวัตถุ มงคลทางสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อวิทยุโทรทัศน์

5. กำหนดให้มีการควบคุมพระภิกษุที่จัดทำรายการธรรมะตามสถานีวิทยุต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด เพื่อให้มีการเผยแพร่พุทธธรรมอย่างถูกต้องชัดเจน

ที่ประชุมพิจารณาแล้วลงมติว่า ให้สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติรวบรวมคำสั่ง มหาเถรสมาคม และประกาศของคณะสงฆ์ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าว แจ้งเจ้าคณะจังหวัด ทุกจังหวัด เพื่อแจ้งวัดในเขตปกครองทราบและปฏิบัติอย่างเคร่งครัดต่อไป

3.2 หลักกฎหมายเกี่ยวกับการเข้ามุชารัตถุมงคล

ถึงแม้ว่าการ โอนกรรมสิทธิ์ของวัตถุมงคลจะใช้คำว่า “เข้ามุชา” ก็ตาม การใช้คำในลักษณะเช่นนี้ก็เป็นเพียงลักษณะของการประดิษฐ์อีกคำเพื่อบ่งถึงลักษณะสิ่งที่กระทำอภินิหารและเป็นการให้เกียติพระพุทธศาสนาเท่านั้น ทั้งนี้ ลักษณะของการ “เข้ามุชารัตถุมงคล” ก็เป็นลักษณะของการ “ซื้อขายวัตถุมงคล” นั่นเอง ดังนั้นการศึกษาในส่วนนี้จึงเป็นการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขาย การกำหนดราคา การกระทำการความผิดทางอาญา และการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

3.2.1 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

ในส่วนของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์นั้น มีกฎหมายที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้คือ เรื่องของการซื้อขาย และหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขาย เช่น เรื่องนิติกรรมสัญญาและกล่าวอีกนิด เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาเกี่ยวกับการซื้อขายวัตถุมงคล ดังนี้

มาตรา 453 อันว่าซื้อขายนั้น คือสัญญาซึ่งบุคคลฝ่ายหนึ่ง เรียกว่าผู้ขาย โอนกรรมสิทธิ์ แห่งทรัพย์สินให้แก่บุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง เรียกว่าผู้ซื้อ และผู้ซื้อตกลงว่าจะใช้ราคาราห์มันนั้น ให้แก่ผู้ขาย

มาตรา 157 การแสดงเจตนาโดยสำคัญผิดในคุณสมบัติของบุคคลหรือทรัพย์สิน เป็นโมฆะ

ความสำคัญผิดตามวาระหนึ่ง ต้องเป็นความสำคัญผิดในคุณสมบัติซึ่งตามปกติถือว่า เป็นสาระสำคัญ ซึ่งหากมิได้มีความสำคัญผิดดังกล่าวการอันเป็นโมฆะนั้นคงจะมิได้กระทำขึ้น

มาตรา 159 การแสดงเจตนาเพราภูกกล้ออโนลเป็นโมฆะ

การภูกกล้ออโนลที่จะเป็นโมฆะตามวาระหนึ่ง จะต้องถึงขนาดซึ่งถ้ามิได้มีกล้ออโนล ดังกล่าว การอันเป็นโมฆะนั้นคงจะมิได้กระทำขึ้น

ถ้าคู่กรณีฝ่ายหนึ่งแสดงเจตนาเพราภูกกล้ออโนล โดยบุคคลภายนอกการแสดงเจตนา นั้นจะเป็นโมฆะต่อเมื่อคู่กรณีอีกฝ่ายหนึ่งได้รู้หรือควรจะได้รู้ถึงกล้ออโนลนั้น

มาตรา 161 ถ้ากล้ออโนลเป็นแต่เพียงเหตุจุงใจให้คู่กรณีฝ่ายหนึ่งยอมรับข้อกำหนด อันหนักยิ่งกว่าที่คู่กรณีฝ่ายนั้นจะยอมรับโดยปกติ คู่กรณีฝ่ายนั้นจะบอกล้างการนั้นหาได้ไม่ แต่ขอบที่จะเรียกเอาค่าสิน ใหม่ทดแทนเพื่อความเสียหายอันเกิดจากกล้ออโนลนั้นได้

ในส่วนของกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและการเข้ามุชา วัตถุมงคลคือ ในส่วนของเรื่องการซื้อขาย ซึ่งมีส่วนที่เกี่ยวโยงและใช้หลักเกณฑ์ทั่วไปในเรื่อง ของนิติกรรมสัญญา โดยเป็นความตกลงอันก่อให้เกิดหนี้ผูกพันกันระหว่างคู่สัญญาในการปฏิบัติ ตามสัญญาซื้อขาย หรือที่โดยทั่วไปเรียกว่า “การเข้ามุชารัตถุมงคล” ทั้งนี้หากนำข้อเท็จจริงในการ

เข้ามาร่วมกับการประชุมที่เกี่ยวกับหลักการทั่วไปในการซื้อขาย หรือนิติกรรมสัญญาแล้ว คู่สัญญาต้องมีความสามารถตามกฎหมาย มีการแสดงเจตนาที่ไม่ได้เกิดจากความสำคัญผิด กลั่นอ่อนล่อน บ่มบูรณาภิเษก

โดยทั่วไปแล้วตั้งแต่เดือนถึงปีจุน การเข้ามาร่วมกับการซื้อขายวัตถุมูลค่า ถือว่าเป็นการทำนิติกรรมที่สามารถกระทำได้ตามกฎหมาย ไม่มีวัตถุประสงค์ที่ขัดกับเจตนาของผู้ซื้อขาย ตามกฎหมาย เช่น คำพิพากษาฎีกาที่ 138/2534 ศาลฎีกาวิพากษาว่า การซื้อขายพระพุทธรูปอันเป็นสังหาริมทรัพย์ยอมสมบูรณ์ต่อเมื่อผู้ขายส่งมอบทรัพย์สินที่ขายให้แก่ผู้ซื้อและผู้ซื้อตกลงว่าจะใช้ราคารัฐธรรมนูญให้แก่ผู้ขายไม่จำต้องทำเป็นหนังสือหรือมีหลักฐานเป็นหนังสือ⁶

อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นที่สำคัญและยังไม่เคยปรากฏเป็นแนวคำพิพากษาฎีกา แต่อย่างใด กล่าวคือ ประเด็นการขายวัตถุมูลค่าลือนนี้ จะถือว่าเป็นการแสดงเจตนาโดยสำคัญผิดในคุณสมบัติของทรัพย์ซึ่งตามปกติถือว่าเป็นสาระสำคัญของนิติกรรม หรือเป็นการแสดงเจตนาเพราบุกกลั่นอ่อนล่อนถึงขนาด ซึ่งเป็นเหตุให้นิติกรรมการซื้อขายวัตถุมูลค่าตกเป็นโมฆะตามมาตรา 157 และมาตรา 159 หรือไม่

ทั้งนี้ ประเด็นในการวินิจฉัยความแตกต่างระหว่างการแสดงเจตนาโดยสำคัญผิดกับการแสดงเจตนาเพราบุกกลั่นอ่อนล่อนถึงขนาด เพื่อการบอกด้วยนิติกรรมที่เป็นโมฆะให้มีผลเป็นการเลิกสัญญาซื้อขายตามที่กฎหมายกำหนด ก็มีลักษณะคล้ายคลึงกับประดิษฐ์ปัญหาในคดีอาญา กล่าวคือ ไม่สามารถพิสูจน์เจตนาของคู่สัญญาฝ่ายผู้ขายได้ และไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าวัตถุมูลค่าที่ซื้อขายกันนั้นเป็นของจริงหรือของปลอม อย่างไรก็ต้องอาศัยรับฟังพยานบุคคลเกี่ยวกับเรื่องวัตถุมูลค่าไว้ในคำพิพากษาฎีกาที่ 72/2517 โดยศาลฎีกาวิวินิจฉัยไว้ในเรื่องของการยึดใช้คงรูป ในคดีนี้โจทก์ขอให้จำเลยคืนพระเครื่องสมเด็จพุฒาจารย์ (โต พรมรงษ์) วัดระฆังโภมิตราราม หรือให้จำเลยใช้ราคา 50,000 บาท จำเลยให้การตั้งประเด็นข้อต่อสู้ไว้ข้อหนึ่งว่า ราคาพระเครื่องไม่เกิน 500 บาท แต่ไม่มีประเด็นเรื่องพระเครื่องของคืนที่เป็นของแท้หรือไม่ ศาลฎีกาวินิจฉัยว่าราคาพระสมเดือนน้อยที่ความพอใจของผู้เช่าและผู้ให้เช่า นายอธีร สุนทรสนาน พยานโจทก์ให้การว่าพระของโจทก์เป็นของเก่าและหายาก จึงพิพากษาให้จำเลยใช้ราคาแก่โจทก์เต็มตามที่ฝ่าย

อย่างไรก็ตาม จากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น การใช้มาตรการในทางแพ่งเกี่ยวกับการซื้อขายวัตถุมูลค่านั้น แทนจะไม่สามารถให้ความคุ้มครองผู้บริโภคได้เลย เนื่องจากยังคงมีปัญหาเกี่ยวกับการพิสูจน์ข้อเท็จจริงไม่ว่าจะเป็นเรื่องเจตนาของผู้ขาย หรือความแท้จริงในตัววัตถุมูลค่า ซึ่งแนวทางที่ใช้ปฏิบัติกันอยู่ในวงการค้าวัตถุมูลค่าในปัจจุบันนี้ โดยทั่วไปแล้วทางผู้ซื้อจะเป็นฝ่ายที่มีความรู้เกี่ยวกับวัตถุมูลค่าน้อยกว่าทางผู้ขายหรือผู้จำหน่าย และส่วนใหญ่แล้วเหตุผลในการ

⁶ ปรีชา สุมาวงศ์. (2527). กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วย ซื้อขาย และเปลี่ยน ให้. หน้า 1.

เลือกซึ่งอวัตถุมุงคลของผู้บริโภคนั้นเกิดจากความเชื่อถือในตัวผู้ขาย โดยผู้ขายมักให้การรับประกันด้วยว่าจะหรือลายลักษณ์อักษรว่าหากวัตถุมุงคลที่ซื้อไปไม่ใช่ของแท้ ผู้ขายยินยอมรับคืนวัตถุมุงคลนั้น แล้วคืนเงินให้แก่ผู้ซื้อ แต่ในความเป็นจริงแล้ว เป็นการยากที่ผู้ซื้อจะสามารถพิสูจน์ยืนยันกับผู้ขายได้ว่าวัตถุมุงคลที่ตนซื้อมาไม่ใช่ของปลอม ดังนั้น ทราบได้ที่การซื้อขายวัตถุมุงคลยังอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อถือ ความศรัทธาในตัวบุคคลไม่ว่าจะเป็นผู้สร้าง หรือผู้จำหน่าย ก็จะทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ขาดความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับวัตถุมุงคลลูกหลอกเป็นจำนวนมาก

3.2.2 ประมวลกฎหมายอาญา

สำหรับประมวลกฎหมายอาญาจะมีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับวัตถุมุงคลในสองกรณี ด้วยกัน คือ ในฐานความผิดเกี่ยวกับศาสนา ในส่วนการคุ้มครองวัตถุอันเป็นที่崇拜ในศาสนาและส่วนที่สองคือ ในความผิดฐานล้อโกง รวมถึงการหลอกหลวงในทางการค้า ซึ่งจะนำมาศึกษาต่อไป ดังนี้

1. ฐานความผิดเกี่ยวกับศาสนา เรื่องการคุ้มครองวัตถุอันเป็นที่崇拜ในศาสนา

ความผิดดังกล่าวถูกบัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 206 บัญญัติไว้ว่า

“ผู้ใดกระทำการด้วยประการใด ๆ แก้วัตถุหรือสถานอันเป็นที่崇拜ในทางศาสนาของหมู่ชนใด อันเป็นการเหยียบหมายศาสนานั้น ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่นั่งปิงจึงเจ็ดปีหรือปรับตั้งแต่สองพันบาทถึงหนึ่งหมื่นสี่พันบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ”

จากบทบัญญัติข้างต้นนี้ จะเห็นว่ากฎหมายอาญาได้ให้ความสำคัญต่อสิ่งที่กระทบกระเทือนความรู้สึกของผู้นับถือศาสนาต่าง ๆ ไว้พอสมควร ซึ่งการกระทำบางอย่าง เช่น การนำเอาวัตถุมุงคลมากองขยะกันตามพื้นถนนก็อาจจะอยู่ในข่ายความผิดตามมาตรา 206 นี้ด้วย แต่เนื่องด้วยบทบัญญัติดังกล่าวไม่มีตราโทษค่อนข้างสูง ดังนั้นแนวทางปฏิบัติของศาลในการวินิจฉัยลงโทษผู้กระทำความผิดตามมาตรานี้จึงถูกกำหนดไว้เฉพาะการกระทำที่มีลักษณะและพฤติกรรมที่ค่อนข้างร้ายแรงจริง ๆ จนถูกยกเป็นบรรทัดฐาน ในทางปฏิบัติจึงไม่มีการนำบทบัญญัตินี้มาใช้ในการควบคุมเรื่องที่มีลักษณะหรือพฤติกรรมเป็นเรื่องเล็กน้อย ยกตัวอย่างเช่น คำพิพากษายাচีก้าที่ 736/2505 ศาลอธิการได้วินิจฉัยว่า “จำเลยขณะเป็นพระภิกษุได้ร่วมประเวณีกับหญิงในกฎหมายเดียวกัน เวลาจังหวัดเพชรบุรี มีกฎหมายของพระภิกษุใกล้เคียงอยู่หลายหลัง และมีพระพุทธรูปพระชายอยู่บนเจดีย์ จึงเป็นสถานที่ที่ประชาชนควรพนับถือนั้น เห็นได้ว่าเป็นการไม่สมควรอย่างยิ่ง แต่จะถือว่าเป็นการเหยียดหมายศาสนาตามความในประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 206 ยังไม่ถูกต้อง”⁷

⁷ คำพิพากษายाचีก้าที่ 736/2505.

ดังนั้น จากแนวทางการวินิจฉัยของศาลฎีกาข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นว่าบัญญัติตาม มาตรา 206 ไม่สามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติไม่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ เช่น การตั้งวง จำหน่ายในสถานที่ที่ไม่เหมาะสม อาทิเช่น ตามพื้น ตามถนน เป็นต้น ซึ่งหากต้องการควบคุม การปฏิบัติที่ไม่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ทางศาสนา ก็ควรบัญญัติหรือกำหนดมาตรการทางกฎหมาย ที่มีลักษณะเป็นการเฉพาะขึ้นมาควบคุมดูแลในกรณีดังกล่าว

2. ความผิดฐานน้อโกงและหลอกหลวงทางการค้า

ความผิดฐานน้อโกงและหลอกหลวงทางการค้า มีบัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายอาญา ดังนี้

มาตรา 271 บัญญัติว่า “ผู้ใดขายของโดยหลอกหลวงด้วยประการใด ๆ ให้ผู้ซื้อหลงเชื่อ ในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพหรือปริมาณแห่งของนั้นอันเป็นเท็จ ถ้ากระทำการดังนี้ไม่เป็น ความผิดฐานน้อโกง ต้องระวังโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกพันบาท หรือทั้งจำ ทั้งปรับ”

มาตรา 341 บัญญัติว่า “ผู้ใดโดยทุจริต หลอกหลวงผู้อื่นด้วยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จ หรือปกปิดข้อความจริงซึ่งควรบอกให้แจ้ง และ โดยการหลอกหลวงดังว่านั้นได้ไปซึ่งทรัพย์สินจาก ผู้ถูกหลอกหลวงหรือบุคคลที่สาม หรือทำให้ผู้ถูกหลอกหลวงหรือบุคคลที่สาม ทำ ถอน หรือทำลาย เอกสารสิทธิ์ ผู้นั้นกระทำการความผิดฐานน้อโกง ต้องระวังโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกิน หกพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

มาตรา 343 บัญญัติว่า “ถ้ากระทำการทำความผิดตามมาตรา 341 ได้กระทำด้วยการแสดง ข้อความอันเป็นเท็จต่อประชาชน หรือด้วยการปกปิดความจริงซึ่งควรบอกให้แจ้งแก่ประชาชน ผู้กระทำการดังว่างานโดยทุจริต หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

บทบัญญัติในเรื่องความผิดเกี่ยวกับการค้า ในประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 271 เป็นการกระทำที่ว่าด้วยเรื่อง การขายสัมภารัมทรัพย์โดยการหลอกหลวงผู้อื่น (ผู้ซื้อ) ให้หลงเชื่อใน แหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพหรือปริมาณของของนั้น ซึ่งไม่ตรงกับความเป็นจริงในขณะทำการขาย สินค้านั้น ๆ ให้แก่ผู้ซื้อ โดยที่การกระทำการดังกล่าวไม่ถึงกับเป็นความผิดฐานน้อโกง จาก บทบัญญัติดังกล่าวนี้เมื่อพิจารณาแล้ว เป็นกฎหมายที่ตรงกับกรณีการหลอกหลวงเพื่อการจำหน่าย วัตถุประสงค์คอมให้กับผู้บริโภคได้มากที่สุด ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์ถึงเจตนาของผู้กระทำความผิดที่ตั้งใจจะหลอกลวงให้หลงเชื่อ โดยกฎหมายมิได้จำกัด ว่าของนั้นจะเป็นเครื่องอุปโภคหรือบริโภค ซึ่งการหลอกหลวงดังกล่าวนี้ อาจเป็นการกระทำด้วย วาจาหรือด้วยการแสดงออกอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นหลอกหลวง เช่น มีการ โฆษณาจำหน่ายพระเครื่องรุ่นหนึ่ง โดยโฆษณาว่าผ่านพิธีปลุกเสกจากพระเกจิอาจารย์ชื่อดังท่านหนึ่ง

แต่ความจริงแล้วพระเครื่องดังกล่าวไม่ได้มีการปลูกเสกจากเกจิอาจารย์ชื่อดังที่ได้โฆษณาไว้ ดังนั้นจากการโฆษณาดังกล่าวเป็นผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่าใจผิดในแหล่งที่มาของวัตถุมงคลได้

อย่างไรก็ตาม บทบัญญัติตามมาตรา 271 เป็นบทบัญญัติที่มีโทษเบากว่าความผิดฐานน้อโงและจะเป็นความผิดฐานนี้ต่อเมื่อการกระทำการใดไม่ถึงกับเป็นความผิดฐานน้อโงเท่านั้น ซึ่งหมายความรวมถึงในข้อพยาามด้วย โดยความผิดฐานนี้ สามารถใช้บังคับในเรื่องการหลอกลวงขายวัตถุมงคลได้ในหลายกรณี ซึ่งเป็นกรณีที่การกระทำการของผู้จำหน่ายวัตถุมงคล มีลักษณะเป็นการหลอกลวงเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพหรือคุณภาพ ของวัตถุมงคล เช่นการขายของปลอม การหลอกลวงเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ในการจัดสร้าง หลอกลวงเกี่ยวกับสถานที่ที่ขุดพบอาชญากรรมวัตถุมงคล เป็นต้น แต่ปัญหาสำคัญในทางปฏิบัติ อยู่ที่ความยากลำบากในการพิสูจน์ข้อเท็จต่าง ๆ เกี่ยวกับตัววัตถุมงคลและการพิสูจน์องค์ประกอบทางด้านจิตใจหรือเจตนาตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 59⁸ รวมทั้งความรู้สึกของผู้ขายในแหล่งกำเนิด สภาพ หรือคุณภาพของวัตถุมงคลที่นำมาจำหน่ายนั้นด้วย ดังนั้น จึงไม่ปรากฏว่าเคยมีการดำเนินคดีกับผู้ต้องหาหรือจำเลยสำหรับการกระทำการใดทางการค้าวัตถุมงคลตามบทบัญญัตินี้

สำหรับความผิดฐานน้อโงตามมาตรา 341 ซึ่งเป็นการกระทำการใดโดยการหลอกลวงผู้อื่นด้วยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จ หรือปกปิดข้อความจริงซึ่งควรบอกให้แจ้ง และโดยผลของการหลอกลวงดังกล่าวผู้กระทำได้ไปชั่งทรัพย์สินของผู้ถูกหลอกลวงไปโดยทุจริต ส่วนมาตรา 343 เป็นความผิดฐานน้อโงประชาน โดยเป็นการหลอกลวงประชานโดยทั่วไป ซึ่งเป็นบทลงโทษหนัก สำหรับในส่วนนี้จะพิจารณาเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการหลอกลวงในการจำหน่ายวัตถุมงคลเท่านั้น

คำว่า “หลอกลวง”⁹ ตามมาตรา 341 ประมวลกฎหมายอาญา หมายความว่า ทำให้เข้าใจผิด โดยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จหรือปกปิดข้อความจริงที่ควรบอกให้แจ้ง ทั้งนี้ การหลอกลวงด้วยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จ หมายถึงข้อเท็จจริงที่ไม่ตรงกับความจริง ความเท็จ

⁸ ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 59 บัญญัติว่า

“บุคคลจะต้องรับผิดในทางอาญาที่ต่อเมื่อได้กระทำโดยเจตนา เว้นแต่จะได้กระทำโดยประมาท ในกรณีที่กฎหมายบัญญัติให้ต้องรับผิดเมื่อได้กระทำโดยประมาท หรือเว้นแต่ในกรณีที่กฎหมายบัญญัติไว้โดยแจ้งชัดให้ต้องรับผิดแม่ได้กระทำโดยไม่เจตนา

หารระหว่างทำโดยเจตนา ได้แก่การกระทำโดยรู้สำนึกในการกระทำและในขณะเดียวกันผู้กระทำประสงค์ต่อผล หรือยอมเลือกเห็นผลของการกระทำนั้น

ถ้าผู้กระทำมิได้รู้ข้อเท็จจริงอันเป็นองค์ประกอบของความผิด จะถือว่าผู้กระทำประสงค์ต่อผล หรือยอมเลือกเห็นผลของการกระทำนั้นมิได้...”

⁹ หยุด แสงอุทัย. (2515). กฎหมายอาญาภาค 2-3. หน้า 496-512.

นั้นต้องเป็นความเท็จในเรื่องที่เกิดขึ้นแล้ว หรือกำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน เห็นได้ชัดเจนขณะที่แสดงข้อความนั้นออกมาน่า ส่วนการหลอกหลวงด้วยการปกปิดข้อความจริงซึ่งควรบอกให้แจ้งนั้นเกิดขึ้นต่อเมื่อผู้กระทำมีหน้าที่แจ้งให้ทราบโดยหน้าที่ตามกฎหมาย ตามสัญญาหรือหน้าที่ที่เกิดขึ้นจากการกระทำการรั่งก่อน ๆ ของตน ซึ่งอาจทำให้บุคคลอื่นสำคัญผิด และหน้าที่ที่เกิดจากความสุจริตและไว้วางใจต่อ กันและกัน โดยเกิดจากความสัมพันธ์ของคู่กรณีในด้านต่าง ๆ เช่น ทางด้านการค้า เป็นต้น ส่วนคำว่าประชาชน หมายถึงบุคคลทั่ว ๆ ไป (Public) เช่น แสดงข้อความเท็จหลอกหลวงบุคคลทั่ว ๆ ไปทางหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

ในการปฏิการหลอกหลวงเพื่อจำหน่ายวัตถุမงคลนั้น ก็มีปัญหาในการบังคับใช้กฎหมาย อาญาในความผิดฐานฉ้อโกง ซึ่งมีปัญหาในลักษณะเดียวกันกับความผิดทางการค้าที่ได้กล่าวมาแล้ว ข้างต้น กล่าวคือ ไม่สามารถพิสูจน์เจตนาในการแสดงข้อความอันเป็นเท็จ ได้ว่ามีการหลอกหลวงจริง หรือไม่ โดยในทางปฏิบัติมีการแจ้งความร้องทุกข์กับพนักงานสอบสวนอยู่บ้าง แต่เมื่อผู้ถูกกล่าวหาขึ้นบันว่าการจำหน่ายวัตถุมงคลของตนนั้นตนมิได้มีเจตนาหลอกหลวง ผู้ถูกกล่าวหา ก็ไม่ทราบว่าเป็นของปลอมเข่นกัน เช่นนี้คดีที่มีการร้องทุกข์กันส่วนใหญ่ ก็จะเป็นการขาดเจตนาในการกระทำความผิด

อย่างไรก็ตาม ได้มีคำพิพากษาฎีกาซึ่งศาลฎีกาได้พิพากษางลงโทษจำเลยในความผิดฐานฉ้อโกง และฉ้อโกงประชาชนชน จากการจำหน่ายวัตถุมงคล ดังนี้

คำพิพากษาฎีกาที่ 2516/2534 ผู้เสียหาย 4 คน ได้ทราบว่าที่วัด พ. มีเครื่องพระซึ่งเป็นของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีให้เช่าบูชา โดยจำเลยที่ 1 ซึ่งเป็นพระภิกษุอยู่ที่วัดดังกล่าว เป็นผู้นำออกให้เช่า ผู้เสียหายทั้งสี่จึงไปเช่าพระเครื่องจากจำเลยที่ 1 โดยจำเลยที่ 1 รับรองว่าพระเครื่องดังกล่าว เป็นพระเครื่องที่ได้มาจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งความจริงสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ไม่เคยทรงจัดสร้างพระเครื่องดังกล่าว และไม่เคยทรงพระราชนทรัพย์แก่จำเลยที่ 1 เพื่อให้จำหน่ายแก่ประชาชนโดยทั่วไป แต่ไม่ปรากฏว่าจำเลยที่ 1 ได้โฆษณาให้ประชาชนทั่วไปทราบถึงการให้เช่าพระเครื่อง หากเป็นเรื่องที่ผู้เสียหายทั้งสี่ทราบข่าวมาเองแล้วมาติดต่อขอเช่าพระเครื่องจากจำเลยที่ 1 การกระทำของจำเลยที่ 1 จึงไม่เป็นความผิดฐานฉ้อโกงประชาชน คงเป็นความผิดฐานฉ้อโกงตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 341 เท่านั้น¹⁰

ทั้งนี้ อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า โดยภาพรวมแล้วลักษณะของการกระทำความผิดเกี่ยวกับการค้าวัตถุมงคลนั้น สามารถแยกลักษณะของวิธีการกระทำความผิดได้เป็น 2 กรณี คือ กรณีแรก เป็นการหลอกหลวงจำหน่ายวัตถุมงคลที่เป็นของปลอม กรณีที่ 2 เป็นการหลอกหลวงจำหน่าย

¹⁰ คำพิพากษาฎีกาที่ 2516/2534.

วัตถุประสงค์ที่เป็นของแท้ก่อร่างกายข้อเท็จจริงเกี่ยวกับพิธีการจัดสร้าง ตัวผู้สร้าง สถานที่สร้าง หรืออายุของวัตถุประสงค์ไปจากความเป็นจริง ซึ่งในกรณีการจำหน่ายวัตถุประสงค์ปลอมหรือหลอกลวงในเรื่องที่ผู้ซื้อถือเป็นเรื่องสำคัญสำหรับการตัดสินใจในการซื้อ เช่น เกี่ยวกับตัวพระสมม์ หรือเกจิอาจารย์ที่ทำการจัดสร้าง หรือแม้กระทั่งตัวมวลสารที่นำมาจัดทำวัตถุประสงค์ เป็นต้น น่าจะเป็นความผิดฐานฉ้อโกง หรือฉ้อโกงประชาชน ตามมาตรา 341 หรือ 343 แล้วแต่กรณี แต่หากการหลอกลวง เป็นการหลอกลวงเกี่ยวกับรายละเอียดอื่น ๆ ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในตัววัตถุประสงค์เพิ่มมากขึ้น หรือทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อวัตถุประสงค์ในราคางูงขึ้นกว่าราคาที่ควรซื้อ เช่น การหลอกลวงเกี่ยวกับพิธีการจัดสร้าง หรือจังหวัดที่บุคลากรวัตถุประสงค์ ในการนี้น่าจะเป็นการกระทำความผิดเกี่ยวกับการค้า เพราะพฤติกรรมในการกระทำความผิดไม่ถึงกับเป็นการกระทำความผิดฐานฉ้อโกง

อย่างไรก็ตาม กฎหมายอาญาในส่วนนี้ไม่สามารถใช้บังคับได้ในหลายกรณี เนื่องจาก ข้อจำกัดในการพิสูจน์เจตนาผู้กระทำความผิดในการหลอกลวงผู้เสียหาย ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ข้างต้น อีกทั้งในการพิสูจน์เจตนาในการกระทำความผิดยังคงเป็นหน้าที่ของฝ่ายโจทก์หรือผู้เสียหายตามที่กฎหมายบัญญัติ จึงทำให้การดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ เป็นไปได้ยากสำหรับการนำเสนอฐานความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา มาปรับใช้

3.2.3 หลักกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค สามารถนำมาปรับใช้ในกรณี ปัญหาการจัดสร้างและจำหน่ายวัตถุประสงค์ ได้หลายกรณีด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นกรณีปัญหาเกี่ยวกับการจัดสร้างวัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ที่ทำการจัดสร้าง ได้มาตรฐานตามที่ผู้สร้าง ได้กล่าวอ้างหรือไม่ ปัญหาสคุหรือมวลสารที่นำมาจัดสร้างตรงตามแบบที่กำหนดหรือไม่ รวมถึงปัญหาในการโฆษณา เพื่อจำหน่ายวัตถุประสงค์ด้วย การศึกษาในส่วนนี้จึงเป็นการศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค โดยเน้นไปที่การโฆษณา

3.2.3.1 การพิจารณาบทนิยาม และสิทธิของผู้บริโภค

เนื่องจาก หากพิจารณาบทนิยามตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (ฉบับแก้ไข พ.ศ. 2541) ในมาตรา 3 เกี่ยวกับคำว่า “สินค้า” ซึ่งตามพระราชบัญญัตินี้ “สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้เพื่อขาย ซึ่งในปัจจุบันนี้การจัดสร้างวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่มีขึ้น เพื่อจำหน่ายหรือขาย มิได้จัดสร้างขึ้นเพื่อแจกจ่ายแก่ประชาชนเหมือนเช่นในอดีต ดังนั้น การจัดสร้างวัตถุประสงค์ขึ้นเพื่อจำหน่าย วัตถุประสงค์ดังกล่าวจึงถือเป็น “สินค้า” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (ฉบับแก้ไข พ.ศ. 2541)

ส่วนคำว่า “ขาย” ตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัตินี้ ก็ได้บัญญัติคำนิยามไว้ว่า “หมายความรวมถึง ให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือจดหาให้ไม่ว่าด้วยประการใด ๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น ตลอดจนการเสนอหรือการซักชวนเพื่อการดังกล่าวด้วย” ซึ่งในการจำหน่ายวัตถุมุงคลนั้น โดยประเพณีแล้วจะเรียกว่า การให้เช่าบูชาวัตถุมุงคล แต่เมื่อพิจารณาถึง พฤติกรรมดังกล่าวแล้วการให้เช่าบูชาวัตถุมุงคลก็คือ การขายหรือจำหน่ายวัตถุมุงคลโดย มีค่าตอบแทนนั้นเอง ดังนั้นการจัดสร้างและจำหน่ายวัตถุมุงคลจึงสามารถนำมาตราการทางกฎหมาย ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (ฉบับแก้ไข พ.ศ. 2541) มาปรับใช้กับกรณี ของวัตถุมุงคลได้ เพื่อการคุ้มครองผู้ซื้อหรือผู้บริโภคสินค้าประเภทวัตถุมุงคล

สำหรับสิทธิของผู้บริโภคนั้น ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (ฉบับแก้ไข พ.ศ. 2541) ก็ได้บัญญัติไว้ตามมาตรา 4 ดังนี้

มาตรา 4 ผู้บริโภค มีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้

(1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำบรรนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

(2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ

(3) สิทธิที่จะได้รับความปลดปล่อยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

(3 ทว.) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา

(4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายว่าด้วยการนั้น ๆ หรือพระราชบัญญัตินี้บัญญัติไว้

จากบทบัญญัติข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นว่าผู้ซื้อวัตถุมุงคล หรือผู้บริโภควัตถุมุงคล มีสิทธิ ทั้งสี่ข้อตามที่กฎหมายกำหนด กล่าวคือ ผู้บริโภค มีสิทธิในการรับรู้ข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับ วัตถุมุงคลที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพ มาตรฐานในการจัดสร้าง ราคาสินค้า ที่แน่นอน รวมถึงมีสิทธิในการเลือกวัตถุมุงคลและ ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญาซื้อขาย วัตถุมุงคล

3.2.3.2 มาตรการควบคุมการโฆษณา

อีกรสึหนึ่ง ซึ่งถือว่าเป็นกรณีปัญหาที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก สำหรับปัญหา การจัดสร้างและจำหน่ายวัตถุมุงคลในปัจจุบัน คือ ปัญหาการโฆษณาเพื่อจำหน่ายวัตถุมุงคล ซึ่งใน ปัจจุบันมีการใช้สื่อในด้านต่าง ๆ เพื่อทำการโฆษณาไม่ว่าจะเป็น สื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อ โทรทัศน์ สื่อทางวิทยุ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ ตามบทบัญญัติของพระราชบัญญัติคุ้มครอง ผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (ฉบับแก้ไข พ.ศ. 2541) ได้มีการบัญญัติเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเพื่อ

คุ้มครองผู้บริโภคไว้ในส่วนที่ 1 เรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณา ซึ่งมีลักษณะหมายที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและจำหน่ายวัตถุคงคลดังนี้

มาตรา 22 การโฆษณาจะต้องไม่ใช้ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ไม่ว่าข้อความดังกล่าวตนจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่ถูกต้อง

(3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำการผิดกฎหมาย หรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเดื่อความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎหมายระหว่างประเทศ

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (1)

มาตรา 27 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืนมาตรา 22 มาตรา 23 มาตรา 24(1) หรือมาตรา 25 ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเมื่ออำนาจออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังต่อไปนี้

(1) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการโฆษณา

(2) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ประกายในการโฆษณา

(3) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามวิธีการนั้นในการโฆษณา

(4) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด

ในการออกคำสั่งตาม (4) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตใจในการกระทำการของผู้กระทำการโฆษณา

มาตรา 28 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโภชนาມเหตุอันควรสงสัยว่าข้อความใดที่ใช้ในการโภชนาเป็นเท็จหรือเกินความจริงตามมาตรา 22 วรรคสอง (1) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโภชนามีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้กระทำการโภชนาพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงได้

ในกรณีที่ผู้กระทำการโภชนาอ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโภชนา ถ้าผู้กระทำการโภชนาไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อความที่ใช้ในการโภชนาเป็นความจริงตามที่กล่าวอ้าง ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโภชนามีอำนาจออกคำสั่งได้ตามมาตรา 27 ได้ และให้ถือว่าผู้กระทำการโภชนาวุ่นหรือควรได้รู้ว่าข้อความนั้นเป็นความเท็จ

เมื่อพิจารณาบทบัญญัติตามมาตรา 22 ข้างต้นแล้ว สามารถนำมาปรับใช้กับกรณีการควบคุมการโภชนาจำหน่ายวัตถุมุก肚ใจ กล่าวคือ ในการโภชนาจำหน่ายวัตถุมุก肚ใจนั้น เนื้อหาในการโภชนาต้องเป็นข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับตัววัตถุมุก肚ใจที่ถูกต้อง เช่น มวลสารที่นำมาผลิต สถานที่จัดสร้าง พระหรือเจ้าของเจ้าของที่เขาร่วมพิธีปลุกเสก เป็นต้น ทั้งนี้ข้อมูลเหล่านี้ต้องเป็นข้อเท็จจริงที่ถูกต้องไม่มีการแอบอ้างหรือปูรุ่งแต่งแต่อ่ายไร ส่วนการโภชนาอุดอางพุทธคุณ หรือปฏิหาริย์ต่าง ๆ เช่น ยิงไม่เข้า แทงไม่เข้า ใส่แล้วหายจากโรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ เป็นต้น ข้อความเหล่านี้อาจถือว่าเป็นข้อความที่ “ไม่เป็นธรรมแก่ผู้บูริโภค” ตามบทบัญญัติตามมาตรา 22 นี้ ดังนี้ การโภชนาที่อุดอางอิทธิฤทธิ์ ปฏิหาริย์หรือพุทธคุณที่เกินไปจากหลักคำสอนของศาสนาต่าง ๆ จึงถือเป็นการโภชนาที่ต้องห้ามตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บูริโภค พ.ศ. 2522 และคณะกรรมการว่าด้วยการโภชนามีอำนาจในการตรวจสอบ และสั่งให้มีการแก้โภชนาดังกล่าวได้ตามบทบัญญัติตามมาตรา 27 และมาตรา 28

3.2.3.3 หน่วยงานที่มีหน้าที่คุ้มครอง

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บูริโภค พ.ศ. 2522 (ฉบับแก้ไข พ.ศ. 2541) ได้บัญญัติถึงหน่วยงานที่มีหน้าที่คุ้มครองผู้บูริโภค ให้การบริโภคระหว่างผู้ประกอบกิจกรรมกับผู้บูริโภคเป็นไปตามกฎหมายฉบับนี้ไว้ใน หมวดที่ 1 เรื่องคณะกรรมการคุ้มครองผู้บูริโภค โดยมีหลักกฎหมายที่สำคัญดังนี้

มาตรา 9 ให้มีคณะกรรมการคุ้มครองผู้บูริโภค เป็นประธานกรรมการ เลขาธิการนายกรัฐมนตรี ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงมหาดไทย ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม ปลัดกระทรวงคมนาคม เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา และผู้ทรงคุณวุฒิอิกิไม่เกินแปดคนซึ่งคณะกรรมการรัฐมนตรีแต่งตั้ง เป็นกรรมการ และเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บูริโภค เป็นกรรมการและเลขานุการ

มาตรา 10 คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่ดังต่อไปนี้

- (1) พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหาย อันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ
- (2) ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่อาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคตามมาตรา 36
- (3) แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหาย หรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค ในการนี้จะระบุชื่อสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้
- (4) ให้คำปรึกษาและแนะนำแก่คณะกรรมการเฉพาะเรื่องและพิจารณาวินิจฉัย การอุทธรณ์คำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง
- (5) วางแผนเบี่ยงเบากับการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง และคณะกรรมการ
- (6) สอนส่องเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ ส่วนราชการ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ ให้ปฏิบัติการตามอำนาจหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ให้ดำเนินคดีในความผิดเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค
- (7) ดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคที่คณะกรรมการเห็นสมควรหรือ มีผู้ร้องขอตามมาตรา 39
- (8) รับรองสมาคมและมูลนิธิตามมาตรา 40
- (9) เสนอความเห็นต่อคณะกรรมการรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค และพิจารณาในความเห็นในเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามที่ คณะกรรมการรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีมอบหมาย
- (10) ปฏิบัติการอื่นได้ตามที่กฎหมายกำหนด ไว้ให้เป็นอำนาจและหน้าที่ ของคณะกรรมการ

ในการปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรานี้ คณะกรรมการอาจมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้ปฏิบัติการหรือเตรียมข้อเสนอฯยังคณะกรรมการเพื่อ พิจารณาดำเนินการต่อไปได้

มาตรา 11 ให้กรรมการซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้ง อยู่ในตำแหน่งคราวละสามปี กรรมการที่พ้น จากตำแหน่งอาจได้รับแต่งตั้งอีกได้

3.2.4 หลักกฎหมายเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า

ในการบริโภคvatคุณงคลนั้น นอกจากเรื่องคุณภาพ มาตรฐาน รวมถึงพิธีการปลูกเสก ที่ถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคvatคุณงคลแล้ว ในส่วนของราคาของvatคุณงคล ก็มีความสำคัญสำคัญในการเลือกบริโภคของผู้บริโภค เช่นกัน ซึ่งในการกำหนดราคาของvatคุณงคล นั้นขึ้นอยู่กับกระแสความนิยมในตัวvatคุณงคลนั้น ๆ และความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ (เชียนพระ) ในวงการvatคุณงคล โดยราคาจะยิ่งสูงมากขึ้นเมื่อvatคุณงคลรุ่นนั้นเป็นที่นิยมมากในวงการการค้า vatคุณงคล โดยเฉพาะหากเป็นvatคุณงคลโบราณ หรือเป็นvatคุณงคลที่ปลูกเสกและจัดสร้างจากพระ หรือเกจิอาจารย์ชื่อดัง นอกจากนี้ธุรกิจการเข้ามาร่วมvatคุณงคลในปัจจุบันยังมีพฤติกรรมการปั่นราคา vatคุณงคลเกิดขึ้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายหลายฉบับ และเป็นการเอา เปรียบผู้บริโภคและมีผลกระทบต่อชื่อเสียงของพุทธศาสนา ดังนั้นในส่วนนี้จะทำการศึกษา ถึงมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า และมีบทบาทในการควบคุมการปั่นราคา สินค้า ซึ่งอาจจะนำมาปรับใช้กับปัญหาการปั่นราคา vatคุณงคลต่อไปได้

การศึกษาในส่วนนี้เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจกฎหมายเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า อย่างเป็นระบบ จึงจะนำเสนอแยกออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

3.2.4.1 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกำหนดราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542

พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 เป็นกฎหมายที่มุ่งควบคุม สินค้าทั้งด้านราคาและปริมาณสินค้า โดยการที่รัฐเข้ามาแทรกแซง และกำหนดนโยบายตลอดจน เงื่อนไขสำหรับสินค้าที่มีรายชื่ออยู่ในรายการสินค้าควบคุม ตามประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วย ราคาสินค้าและบริการ

โดยสามารถใช้อำนาจเข้าแทรกแซงกลไกตลาด ด้วยการกำหนดมาตรการต่าง ๆ ตามที่ บทบัญญัติให้อำนาจไว้ในการควบคุมสินค้าและบริการ ได้ทุกชนิด เนื่องด้วยไม่มีบทบัญญัติระบุ ยกเว้นสินค้าหรือบริการชนิดใดมิให้ตอกย้ำภายใต้พระราชบัญญัติฉบับนี้ แต่เนื่องจากเจตนาณณ์ ในการตรากฎหมายนี้ ก็เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเต็อคร้อนจากการสินค้าที่มีความ ผันผวนในตลาดเมื่อ globalization ไม่เป็นไปตามปกติ

ทั้งนี้ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 ได้บัญญัติไว้ทั้งหมด 4 หมวดด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็น หมวดว่าด้วยคณะกรรมการว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ สำนักงาน คณะกรรมการว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ การกำหนดราคาสินค้าและบริการและเบ็ดเตล็ด

เพื่อให้การศึกษาเกี่ยวกับพระราชบัญญัติฉบับนี้มีความเข้าใจดียิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้อง กล่าวถึงคำนิยามที่สำคัญ ๆ อันนำไปสู่หลักกฎหมายที่จะทำการศึกษาดังต่อไปนี้¹¹

¹¹ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มาตรา 4.

“ธุรกิจ” หมายความว่า กิจการในทางการเกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การบริการหรือกิจการอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน

“สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่อาจใช้ในการอุปโภคหรือบริโภค รวมทั้งเอกสารแสดงสิทธิในสิ่งของ

“จำหน่าย” หมายความว่า ขาย และเปลี่ยน ให้ แจกจ่าย โอนสิทธิการครอบครองสินค้า ให้แก่บุคคลอื่น หรือให้บริการ

“ราคา” หมายความรวมถึง ค่าตอบแทนสำหรับการจำหน่ายด้วย

จากคำนิยามข้างต้นเกี่ยวกับสินค้านั้น หมายความถึง สิ่งของที่อาจใช้ในการอุปโภค หรือบริโภคและเอกสารสิทธิในสิ่งของแล้ว ยังมีความหมายรวมถึงบริการด้วย นั่นน้ำเงินขายบริการเป็นประเพณีทางการค้าก็เป็นสินค้าตามนัยคำนิยามข้างต้นด้วย เช่น รถเมล์ รถไฟ เครื่องบิน เป็นต้น

ราคасินค้า หมายถึง ราคасินค้าที่ทำการซื้อขายสินค้านั้นในท้องตลาดโดยทั่วไปที่จ่ายเป็นตัวเงิน หรือสิ่งของย่างอื่นที่สามารถคำนวณเป็นราคางานได้ และราคซึ่งหมายความรวมถึง ค่าบริการที่ได้ให้เป็นค่าตอบแทนในการใช้บริการด้วย เช่น ค่าโดยสารรถเมล์ รถไฟ เครื่องบิน เป็นต้น นอกจากนี้หากผู้จำหน่ายสินค้าดังราคาสูง เอเยรี่ยนประชาชนผู้บริโภคมากเกินไปโดยไม่เป็นธรรมแล้ว คณะกรรมการสามารถกำหนดราคายสินค้านั้น ๆ ให้ผู้จำหน่ายปฏิบัติตามได้โดยอาศัยอำนาจตามมาตรา 24 และมาตรา 25 โดยกำหนดให้สินค้าเป็นสินค้าควบคุมและการกำหนดราคายสินค้าตามที่บัญญัติดังกล่าวไว้ให้อำนาจ

เอกสารสิทธิในสิ่งของ หมายถึง เอกสารที่แสดงว่าเป็นผู้มีกรรมสิทธิ์หรือสิทธิครอบครองในสินค้านั้น ๆ เพราะบางกรณีการซื้อขายอาจจะไม่มีการส่งมอบตัวสินค้า แต่อาจกระทำการซื้อขายโดยสักหลังส่งมอบเอกสารแสดงสิทธิในสิ่งของที่ซื้อขายแล้วให้ผู้ซื้อนำไปรับของเจ้าของ เช่น ใบรับของคลังสินค้า ใบประทวนสินค้า ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เป็นต้น

สิ่งของที่อาจใช้ในการอุปโภคหรือบริโภค เช่น นม น้ำมันพืช ยาสีฟัน ผงซักฟอก หลอดไฟฟ้า เป็นต้น

“ผู้จำหน่าย” หมายถึง บุคคลดังต่อไปนี้

- 1) ผู้ขาย
- 2) ผู้ແຄເປ່ີຍນ
- 3) ຜູ້ໂອນສິຫຼືຫຼືອກາຮົກອະນຸມັດສິນຄ້າໃຫ້ແກ່ບຸກຄລອື່ນ
- 4) ຜູ້ນຳສິນຄ້າເຂົ້າມາໃນຮາຈອາພາຈັກ

5) ผู้ส่งสินค้าออกนอกราชอาณาจักร

6) ผู้ผลิต

7) ผู้ซื้อสินค้ามาเพื่อผลิตหรือจำหน่าย

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการกลางกำหนดราคาสินค้าและบริการ หรือ คณะกรรมการส่วนจังหวัดว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ

ในการณ์ที่มีปัญหาในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ เช่น ราคาสินค้าสูงเกินไป ราคาสินค้าผันผวน ไม่คงที่ในตลาดเมื่อ梧 ใจตลาดไม่เป็นไปตามปกติ กฏหมายได้ให้อำนาจแก่ คณะกรรมการกลางกำหนดราคาสินค้าและบริการ โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการรัฐมนตรีมีอำนาจที่จะประกาศให้สินค้าใดเป็นสินค้าควบคุม หากเห็นว่าราคาสินค้าเหล่านั้นขึ้นหรือลงผิดปกติ ทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมขึ้น และเป็นสินค้าที่เข้าหลักเกณฑ์ในการพิจารณาสินค้าควบคุมของคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ตามบทบัญญัติในหมวดที่ 3 การกำหนดราคา สินค้าและบริการ มาตรา 24 ซึ่งบัญญัติว่า

“เพื่อป้องกันการกำหนดราคازื้อ ราคาจำหน่ายหรือการกำหนดเงื่อนไขและวิธีปฏิบัติ ทางการค้าอันไม่เป็นธรรม กฎ ด้วยความเห็นชอบของคณะกรรมการรัฐมนตรี มีอำนาจประกาศกำหนดให้สินค้าหรือบริการควบคุมได้”

จากบทบัญญัติดังกล่าวกฏหมายได้วางมาตรการในการป้องกันการกำหนดราคازื้อ ราคายา หรือการกำหนดเงื่อนไข และวิธีปฏิบัติทางการค้าอันไม่เป็นธรรมไว้ โดยการที่กฏหมายกำหนดให้อำนาจแก่คณะกรรมการกลางที่จะใช้ดุลพินิจในการพิจารณาว่าสินค้าใดบ้างสมควรกำหนดเป็นสินค้าควบคุม ทั้งนี้จะกระทำโดยการเสนอคณะกรรมการรัฐมนตรีเพื่อขอความเห็นชอบและจากเจตนารมณ์ในการประกาศให้เป็นสินค้าควบคุมกีเพื่อให้คณะกรรมการกลางหรือคณะกรรมการส่วนจังหวัดได้ใช้อำนาจตามมาตรา 25 ควบคุมสินค้าได้ต่อไปตามมาตรการที่เห็นว่าสมควรและเหมาะสม

นอกจากนี้ ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการใด ๆ โดยจงใจที่จะทำให้ราคาสินค้าต่ำ เกินสมควรหรือสูงเกินสมควร หรือทำให้เกิดความปั่นป่วนซึ่งราคากองสินค้า เพื่อเป็นการคุ้มครอง ผู้บริโภค และควบคุมการกระทำการอันไม่สุจริตของผู้ประกอบธุรกิจที่ต้องการแสดงผลประโยชน์ หรือกำไรงอกน้ำ นบทบัญญัติในหมวดที่ 3 การกำหนดราคาสินค้าและบริการ มาตรา 29¹²

¹² พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มาตรา 29 บัญญัติว่า

“ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการใด ๆ โดยจงใจที่จะทำให้ราคาน้ำต่ำเกินสมควรหรือสูงเกินสมควร หรือทำให้เกิดความปั่นป่วนซึ่งราคากองสินค้าหรือบริการใด

“ได้กำหนดห้ามให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการดังกล่าว โดยกฎหมายมิได้จำกัดว่าธุรกิจที่ห้ามกระทำการดังกล่าวต้องเป็นธุรกิจ หรือสินค้าควบคุม เนื่องจากกฎหมายต้องการควบคุมการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจทุกประเภทให้มีการแบ่งขันอย่างเป็นธรรม

ทั้งนี้ นอกจากมาตรา 29 บัญญัติห้ามให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการใด ๆ โดยจงใจที่จะทำให้ราคасินค้าต่ำเกินสมควรหรือสูงเกินสมควร หรือทำให้เกิดความปั่นปวนซึ่งราคาของสินค้าแล้ว พระราชนบัญญัตินบบันนี้ขึ้นได้กำหนดโทษสำหรับผู้ประกอบธุรกิจที่ฝ่าฝืนข้อห้ามดังกล่าวไว้ด้วย ในหมวด 5 บทกำหนดโทษ มาตรา 41¹³

3.2.4.2 มาตรการกำหนดสินค้าหรือบริการให้เป็นสินค้าหรือบริการควบคุม

เมื่อคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคасินค้าและบริการ หรือเรียกโดยย่อว่า กกร. ด้วยความเห็นชอบของคณะกรรมการรัฐมนตรีพิจารณาเห็นว่า สินค้าหรือบริการกำหนดราคาก๊อช ราคาจำหน่าย หรือกำหนดเงื่อนไขและวิธีปฏิบัติทางการค้าอันไม่เป็นธรรม จะประการให้สินค้าหรือบริการนั้นเป็นสินค้าหรือบริการควบคุม จะเห็นได้ว่ากฎหมายมีเจตนาหมายในการคุ้มครองและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้จำหน่าย หรือผู้บริโภค หากคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคасินค้าและบริการเห็นสมควรจะกำหนดควบคุมสินค้าหรือบริการใด ก็สามารถกระทำได้โดยเสนอต่อกคณะกรรมการรัฐมนตรีเพื่อขอความเห็นชอบ แล้วประกาศเป็นสินค้าหรือบริการควบคุมและหลังจากนั้นจะกำหนดมาตรการควบคุมด้านราคาก๊อชด้านปริมาณ เช่น การกำหนดราคากำหนด สูงสุด การตรึงราคาก๊อชหรือราคากำหนด ให้มีการแจ้งราคาและห้ามเปลี่ยนแปลงราคาวันแต่ละวัน ได้รับอนุญาต ให้ปิดป้ายแสดงราคา เป็นต้น

แต่การที่จะกำหนดให้สินค้าหรือบริการใดเป็นสินค้าหรือบริการควบคุมนั้น คณะกรรมการกลางว่าด้วยราคасินค้าและบริการได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้¹⁴

1. เป็นสินค้าที่จำเป็นแก่การของชีพ

คณะกรรมการอาจกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่ถือว่าเป็นการทำให้ราคาก๊อชเกินสมควรหรือสูงเกินสมควร หรือทำให้ปั่นปวนซึ่งราคาของสินค้าหรือบริการใดก็ได้ หลักเกณฑ์และวิธีการดังกล่าวให้ประการในราชกิจจานุเบนกhy.”

¹³ พระราชนบัญญัติว่าด้วยราคасินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มาตรา 29 บัญญัติว่า

“ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 29 มาตรา 30 หรือมาตรา 31 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินเจ็ดปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนสี่หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ.”

¹⁴ อาคม เติมพิทยาไพสิฐ. (2553). การกำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคасินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 (ในรายงานการประชุมคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ. หน้า 21-22. 19 เมษายน 2553 ณ ห้องประชุมอาคารศาสนสถาน กรมทหารราษฎร์ 11 รัชดาภรณ์ แขวงหัวดกรุงเทพมหานคร).

2. เป็นสินค้าที่ใช้เป็นปัจจัยการผลิตต่อเนื่อง
3. โครงสร้างตลาดมีผู้ผลิตและผู้ขายน้อยราย และสภาพตลาดไม่มีการแข่งขันกันเท่าที่ควร
4. เป็นสินค้าที่มีเทคนิคการผลิตและการลงทุนสูง หรือระบบควบวงจร ส่งผลให้ผู้ผลิตรายใหม่เข้าสู่ตลาดได้ค่อนข้างยาก
5. เป็นสินค้าที่มีความเคลื่อนไหวด้านราคาก่อนครึ่งหรือขึ้นผิดปกติและมีปริมาณขาดแคลนในบางครึ่ง
6. เป็นสินค้าที่มีความเชื่อมโยง และได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาในตลาดโลกมาก

ปัจจุบันได้มีประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ เรื่องการกำหนดสินค้าและบริการควบคุม ปี 2556 ด้วยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 9(1) และมาตรา 24 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 32 มาตรา 33 มาตรา 34 มาตรา 41 และมาตรา 43 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย คณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการด้วยความเห็นชอบของคณะกรรมการ จึงออกประกาศให้สินค้าและบริการ ดังต่อไปนี้เป็นสินค้าและบริการควบคุม

- (1) กระดาษชำระ กระดาษเช็ดหน้า
- (2) กระดาษทากลูกฟูก กระดาษเหนียว
- (3) กระดาษพิมพ์และเขียน
- (4) กระเทียม
- (5) ก๊าซปีโตรเลียมเหลว
- (6) ข้าวเปลือก ข้าวสาร
- (7) ข้าวโพด
- (8) ไข่ไก่
- (9) ครีมเทียมขันหวาน นมขัน นมคีนรูป นมแปลงไขมัน
- (10) เครื่องซั่งวัดอัตราส่วนร้อยละของแป้งในหัวมัน
- (11) เครื่องตรวจสอบคุณภาพข้าว
- (12) เครื่องแบบนักเรียน
- (13) เครื่องวัดความชื้นข้าว

- (14) เครื่องสูบนำ้
- (15) นมผง นมสด
- (16) นำ้ตาลทราย
- (17) นำ้มัน และ ไขมันที่ได้จากพืชหรือสัตว์ทั้งที่บริโภคได้หรือไม่ได้
- (18) นำ้มันเชื้อเพลิง
- (19) แบบตเตอรี่รถยนต์
- (20) ปุ๋ย
- (21) ปุ๋นซีเมนต์
- (22) แป้งสาลี
- (23) ผงซักฟอก
- (24) ผลปาล์มน้ำมัน
- (25) ผ้าอนามัย
- (26) มันสำปะหลัง และผลิตภัณฑ์
- (27) เม็ดพลาสติก
- (28) ยางรถจักรยานยนต์ ยางรถยนต์
- (29) ยาป้องกันหรือกำจัดศัตรูพืชหรือโรคพืช
- (30) ยารักษาโรค
- (31) เยื่อกระดาษ
- (32) รถเกี๊ยวข้าว
- (33) รถจักรยานยนต์ รถยนต์นั่ง รถยนต์บรรทุก
- (34) รถไถนา
- (35) สายไฟฟ้า
- (36) หุ่นยนต์ เนื้อสุกร
- (37) หัวอาหารสัตว์ อาหารสัตว์
- (38) เหล็ก โครงสร้างรูปพรรณ เหล็กแผ่น เหล็กเส้น
- (39) อาหารกึ่งสำเร็จรูปบรรจุภาชนะพนัก
- (40) อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
- (41) การให้สิทธิในการเผยแพร่องค์ความลับสิทธิ์เพื่อการค้า
- (42) บริการทางการเกษตร
- (43) บริการรับฝากสินค้าหรือบริการให้เช่าสถานที่เก็บสินค้า

เมื่อพิจารณาสินค้าและบริการที่ถูกควบคุมดังกล่าวข้างต้นแล้ว จะพบว่าต้องเป็นสินค้า อุปโภคบริโภคที่จำเป็นในการครองชีพ คือสินค้าที่เป็นปัจจัยพื้นฐานทั้ง 4 ได้แก่ อาหาร ยา ที่อยู่อาศัย เครื่องผู้穿 รวมถึงสินค้าที่อำนวยความสะดวกด้วย

3.2.4.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคасินค้า

การบังคับใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยราคасินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มีหน่วยงานที่มีหน้าที่และมีอำนาจในการคุ้มครองผู้บริโภค ให้เป็นไปตามบทบัญญัติในพระราชบัญญัติฉบับนี้ไว้ ได้แก่ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ คณะกรรมการว่าด้วยราคасินค้าและบริการ สำนักงานคณะกรรมการว่าด้วยราคасินค้าและบริการ และพนักงานเจ้าหน้าที่ โดยบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้ ดังนี้¹⁵

ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เป็นผู้ดูแลและรับผิดชอบเกี่ยวกับการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ นอกเหนือจากนั้นรัฐมนตรี ยังมีอำนาจในการแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้¹⁶ ซึ่งจะต้องแต่งตั้งจากข้าราชการเท่านั้น¹⁶

มาตรา 7 ให้มีคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคасินค้าและบริการเรียกโดยย่อว่า “กกร.” ประกอบด้วยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นประธานกรรมการ ปลัดกระทรวงพาณิชย์และเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเป็นรองประธานกรรมการ และผู้ทรงคุณวุฒิไม่น้อยกว่าสี่คน แต่ไม่เกินแปดคนซึ่งคณะกรรมการต้องแต่งตั้งโดยต้องแต่งตั้งจากผู้ทรงคุณวุฒิภาคเอกชนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งเป็นกรรมการ และให้เลขานุการเป็นกรรมการและเลขานุการ

ให้ กกร. ทำหน้าที่คณะกรรมการส่วนจังหวัดว่าด้วยราคасินค้าและบริการสำหรับกรุงเทพมหานครด้วย

มาตรา 8 ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งจะได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการต้องไม่เป็นข้าราชการการเมือง ผู้ดำรงตำแหน่งในทางการเมือง กรรมการหรือผู้ดำรงตำแหน่งที่รับผิดชอบในการบริหารพระองค์การเมือง

สำหรับ อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการกลางว่าด้วยสินค้าและบริการ หรือ “กกร.” มีทั้งหมด 11 ข้อ ตามที่ได้บัญญัติไว้ในมาตรา 9 ดังนี้

มาตรา 9 ให้ กกร. มีอำนาจหน้าที่ในทุกท้องที่ทั่วราชอาณาจักร ดังต่อไปนี้

- (1) ประกาศกำหนดให้สินค้าหรือบริการใดเป็นสินค้าหรือบริการควบคุมตามมาตรา 24
- (2) กำหนดมาตรการที่ใช้สำหรับสินค้าหรือบริการควบคุมตามมาตรา 25
- (3) สั่งให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุมแจ้งข้อเท็จจริงตามมาตรา 26

¹⁵ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคасินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มาตรา 6.

¹⁶ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคасินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มาตรา 4.

- (4) ให้ความเห็นชอบประกาศที่ออกตามมาตรา 27
- (5) กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการแสดงราคางานค้าหรือบริการตามมาตรา 28
- (6) กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่ถือว่าเป็นการทำให้ราคายังเกินสมควร หรือสูงเกินสมควร หรือทำให้เกิดความปั่นป่วนซึ่งราคาของสินค้าหรือบริการตามมาตรา 29 วรรคสอง
- (7) กำหนดระเบียบว่าด้วยการจ่ายเงินสินบนและเงินรางวัลตามมาตรา 33
- (8) เข้ากำกับดูแลและสั่งการเท่าที่จำเป็นเพื่อให้การผลิต หรือการจำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุมมีเพียงพอแก่ความต้องการของประชาชน ในการนี้ กกร. อาจมอบหมายให้ กจธ. เลขาธิการ หรือพนักงานเจ้าหน้าที่กระทำการแทนได้
- (9) พิจารณาเรื่องที่มีการร้องเรียนว่าได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหาย เนื่องจากการกระทำอันมีผลกระทบกระทื่นต่อราคากลาง
- (10) เชิญบุคคลใดบุคคลหนึ่งมาให้ข้อเท็จจริง คำอธิบาย คำแนะนำ หรือความเห็น
- (11) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของ กกร.

3.2.5 ประกาศคณะกรรมการองค์การเพื่อการปฏิรูประบบสถาบันการเงิน

ประกาศคณะกรรมการองค์การเพื่อการปฏิรูประบบสถาบันการเงิน เป็นประกาศที่ออกโดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 16(3) แห่งพระราชกำหนดการปฏิรูประบบสถาบันการเงิน พ.ศ. 2540 แต่สำหรับประกาศที่มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ คือ ประกาศคณะกรรมการองค์การเพื่อการปฏิรูประบบสถาบันการเงิน เรื่อง หลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการ ขายทรัพย์สินประเภท ศิลปวัตถุ วัตถุมงคล เหรียญ ชนบัตร และวัตถุมีค่าของสถาบันการเงินที่ไม่อาจแก้ไขหรือฟื้นฟูได้ จำนวน 56 ราย ซึ่งการศึกษาในส่วนนี้จะทำการศึกษาเฉพาะคำนิยามของ “วัตถุมงคล” การจำหน่ายวัตถุมงคลของสถาบันการเงิน ไม่ว่าจะเป็นหลักเกณฑ์การจำหน่าย และราคาจำหน่าย ดังนี้

ประกาศคณะกรรมการองค์การเพื่อการปฏิรูประบบสถาบันการเงิน เรื่อง หลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการขายทรัพย์สินประเภท ศิลปวัตถุ วัตถุมงคล เหรียญ ชนบัตร และวัตถุมีค่าของสถาบันการเงินที่ไม่อาจแก้ไขหรือฟื้นฟูได้ จำนวน 56 ราย

ข้อ 1 นิยามในประกาศนี้...

“วัตถุมงคล” หมายความว่า วัตถุที่เป็นสิ่งเคราะห์และสักการะของบุคคล...

ข้อ 2 หลักเกณฑ์

การขายทรัพย์สินประเภทศิลปวัตถุ วัตถุมงคล เหรียญ ชนบัตร และวัตถุมีค่าของสถาบันการเงินจะกระทำได้โดยวิธีเปิดประมูลโดยเปิดเผย หรือแบ่งขันราคา และให้ ปรส. ได้รับค่าธรรมเนียมในอัตราเร้อยละ 1 ของราคากำไรได้

สถาบันการเงินที่จะขายทรัพย์สิน ต้องประกาศลงหนังสือพิมพ์อย่างน้อย 1 ฉบับ เพื่อแจ้งวัน เวลา สถานที่และวิธีประมูลก่อนวันประมูลก่อนวันประมูลภายในระยะเวลาตามสมควร

ประธานกรรมการตามมาตรา 30 ต้องพิจารณาให้ความเห็นชอบรายการทรัพย์สินและ ราคาของทรัพย์และราคาภัณฑ์ของทรัพย์สินที่จะทำการประมูลหรือแบ่งขันราคาก่อนทำการประมูล

ข้อ 3.3 ราคากำไรที่ประมูลขายจะต้องไม่ต่ำกว่าราคากลาง

ตามประกาศดังกล่าวที่ได้กล่าวมาข้างต้น อาจสรุปได้ว่า ในกรณีที่สถาบันการเงิน มีความประสงค์ในการจำหน่ายทรัพย์ตามที่ประกาศกำหนดได้ ไม่ว่าจะเป็น ศิลปวัตถุ วัตถุมงคล เหรียญ ชนบัตร และวัตถุมีค่าของสถาบันการเงิน สถาบันการเงินจะต้องปฏิบัติตามประกาศฉบับนี้

สำหรับ “วัตถุมงคล” ถูกให้ความหมายจากประกาศฉบับนี้ว่าหมายความว่า วัตถุที่เป็น สิ่งเครื่องและสักการะของบุคคล ดังนั้น ตามประกาศฉบับนี้ “วัตถุมงคล” จึงมิได้หมายความเฉพาะ พระเครื่องหรือพระพิมพ์เท่านั้น ยังหมายความรวมถึงวัตถุทางศาสนาพุทธศาสนาเดียว ที่เป็นที่崇拜และสักการะของบุคคลด้วย อีกทั้งยังมิได้จำกัดเฉพาะวัตถุทางศาสนาพุทธศาสนาเดียว ล้วนการจำหน่ายวัตถุมงคล ของสถาบันการเงินจะทำได้ก็ต่อเมื่อเปิดประมูลโดยเปิดเผย หรือแบ่งขันราคา และให้ “ปรส.” (องค์การเพื่อการปฏิรูประบบสถาบันการเงิน) ได้รับค่าธรรมเนียมในอัตราเร้อยละ 1 ของราคากำไรได้ และสถาบันการเงินที่จะจัดจำหน่ายวัตถุมงคลต้องประกาศลงหนังสือพิมพ์อย่างน้อย 1 ฉบับ เพื่อ แจ้งวัน เวลา สถานที่และวิธีประมูลก่อนวันประมูลก่อนวันประมูลภายในระยะเวลาตามสมควร ตามที่กำหนดไว้ในข้อ 2 ส่วนราคากำไรที่จะจำหน่ายวัตถุมงคล จะต้องเป็นราคากำไรที่ประมูลขายที่ไม่ต่ำกว่า ราคากลางที่สถาบันการเงินได้กำหนดราคากำไรไว้ (ข้อ 3.3)

3.3 หลักกฎหมายเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้จากการนำวัตถุมงคลออกให้เช่าบุญชา

เนื่องจากในการจัดสร้างและเช่าบุญชาวัตถุมงคลนั้น ทำให้เกิดรายได้แก่ผู้ให้เช่าบุญชาวัตถุ มงคลไม่ว่าจะเป็น วัด พระ หรือแม้กระทั่งบุคคลทั่ว ๆ ไปที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการเช่าบุญชาวัตถุมงคล ดังนั้น เมื่อเกิดรายได้ หรือเงินได้ ผู้เป็นเจ้าของเงินได้นั้น ๆ จึงมีหน้าที่ต้องเสียภาษีตามกฎหมาย นอกเสียจากว่ากฎหมายยกเว้นมิให้ต้องเสียภาษีจากเงินได้นั้น การศึกษาในส่วนนี้จึงเป็นการศึกษา ถึงมาตรการทางภาษีที่นำมาปรับใช้กับการจำหน่ายวัตถุมงคล

เมื่อมีเงิน ได้จะต้องใช้เกณฑ์ใดในการเสียภาษี ย่อมแล้วแต่ว่าผู้มีเงินได้เป็นผู้ใด กรณีผู้มีเงินได้เป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาต้องใช้เกณฑ์เงินสด (Cash Basic) ในการเสียภาษี แต่ถ้าผู้มีเงินได้เป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลต้องใช้เกณฑ์สิทธิ (Accrual Basic) ในการเสียภาษี เว้นแต่ขอรับสิทธิการจ่ายอนุมัติให้ใช้เกณฑ์อื่น¹⁷

3.3.1 ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นภาษีที่จัดเก็บจากเงินได้พึงประเมินของบุคคลธรรมดาตามบทบัญญัติ มาตรา 39 แห่งประมวลรัษฎากร หมายถึง เงินได้อันเข้าลักษณะพึงเสียภาษีในหมวดนี้ เงินได้ที่กล่าวนี้ให้หมายความรวมตลอดถึงทรัพย์สิน หรือประโยชน์อย่างอื่นที่ได้รับ ซึ่งอาจคิดคำนวณได้เป็นเงิน เงินค่าภาษีอากรที่ผู้จ่ายเงินหรือผู้อื่นออกแทนให้สำหรับเงินได้ประเภทต่าง ๆ ตามมาตรา 40 และเครดิตภาษีตามมาตรา 47 ทวิ ด้วย

ทั้งนี้ ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ได้แก่

- (1) บุคคลธรรมดา
- (2) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่ไม่ใช่นิติบุคคล
- (3) ผู้ถึงความตายในระหว่างปีภาษี
- (4) กองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง

สำหรับอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา มี 2 อัตรา คือ

(1) อัตราทั่วหน้า (Progressive Rate) คือ กรณีที่ต้องเสียภาษีในอัตราที่กำหนดไว้ในบัญชีอัตราภาษีเงินได้ท้ายหมวด 3 ลักษณะ 2 แห่งประมวลรัษฎากร ตามมาตรา 48 แห่งประมวลรัษฎากร ซึ่งสรุปได้ดังนี้

¹⁷ ชัยสิทธิ์ ตราษุธรรม และคุณยลักษณ์ ตราษุธรรม. (2554). ประมวลรัษฎากร(ฉบับมีกำหนดใช้บังคับและกำหนดพากษาศาลฎีกายื่น). หน้า 53.

ตารางที่ 3.1 บัญชีอัตราภาษีเงินได้ท้ายหมวด 3 ลักษณะ 2 แห่งประมวลรัษฎากร

เงินได้สุทธิตั้งแต่	ช่วงเงินได้สุทธิแต่ละขั้น	อัตราภาษีร้อยละ	ภาษีแต่ละขั้นของเงินได้สุทธิ	ภาษีสะสมสูงสุดของขั้น
0-150,000	150,000	5 (ยกเว้น)	-	-
150,000-500,000	350,000	10	40,000	40,000
500,000-1,000,000	500,000	20	100,000	140,000
1,000,000-4,000,000	3,000,000	30	900,000	1,040,000
4,000,001 ขึ้นไป		37		

ที่มา: ประมวลรัษฎากร

(2) อัตราคงที่ (Flat Rate หรือ Singer Rate) คือ กรณีเงินได้ที่ได้รับมิใช่เงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40(1) ซึ่งเป็นเงินได้จากการซื้อขายแล้วจะต้องเสียภาษีในอัตราคงที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 0.5 ของเงินได้พึงประเมิน ถ้าหากผู้มีเงินได้นั้นมีเงินได้ตั้งแต่ 60,000 บาท ขึ้นไป

วิธีการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดามี 2 วิธี ตามมาตรา 48 คือ

(1) วิธีการตามมาตรา 48(1) คือ การนำเงินได้พึงประเมินที่ไม่ได้รับการยกเว้นหักด้วยค่าใช้จ่ายตามมาตรา 42 ทวี ถึง มาตรา 46 หักด้วยค่าลดหย่อนตามมาตรา 47 จะได้เงินได้สุทธิเพื่อจะเอาไปคำนวณภาษีตามอัตราภาษีก้าวหน้า

(2) วิธีการตามมาตรา 48(2) คือ ถ้าหากผู้มีเงินได้นั้นมีเงินได้ตั้งแต่ 60,000 บาท ขึ้นไปให้นำเงินได้ที่ได้รับที่มิใช่เงินได้พึงประเมินตาม มาตรา 40(1) แล้วจะต้องเสียภาษีในอัตราคงที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 0.5 ของเงินได้พึงประเมิน

เงินได้พึงประเมินที่ต้องนำมาคำนวณเสียภาษีสำหรับเงินได้บุคคลธรรมดาก่อนออกเป็น 8 ประเภท ตามลักษณะของการได้เงินมา ดังนี้¹⁸

ประเภทที่ 1 เงินได้เนื่องจากการซื้อขาย ไม่ว่าจะเป็น

1. เงินเดือน ค่าจ้าง เปี้ยเลี้ยง เปี้ยหวัด บำเหน็จบำนาญ
2. เงินค่าเช่าบ้านที่ได้รับจากนายจ้าง
3. เงินที่คำนวณได้จากมูลค่าของการได้อยู่บ้าน ซึ่งนายจ้างให้อัญโญโดยไม่เสียค่าเช่า

¹⁸ ประมวลรัษฎากร มาตรา 40.

ประเภทที่ 2 เงินได้เนื่องจากหน้าที่หรือตำแหน่งหน้าที่ที่ทำ หรือจากการรับทำงานให้ไม่ว่าจะเป็น

1. ค่าธรรมเนียม ค่านายหน้า ค่าส่วนลด
2. เงินอุดหนุนในงานที่ทำ เปี้ยประชุม บำเหน็จ โบนัส
3. เงินค่าเช่าบ้านที่ได้รับเนื่องจากหน้าที่หรือตำแหน่งงานที่ทำหรือจากการรับทำงานให้
4. เงินที่คำนวณได้จากมูลค่าขององค์การ ได้อยู่บ้าน ที่ผู้จ่ายเงินได้ให้อยู่โดยไม่เสียค่าเช่า
5. เงินได้ที่ผู้จ่ายเงินได้จ่ายชำระหนี้ได ๆ บรรดาที่ได้นีองจากหน้าที่หรือตำแหน่งงานที่ทำหรือจากการรับทำงานให้นั้น ไม่ว่าหน้าที่หรือตำแหน่งงานหรืองานที่รับทำให้นั้นจะเป็นการประจำหรือชั่วคราว เป็นต้น

ประเภทที่ 3 เงินได้จากค่ากฎหมาย ค่าแห่งลิขสิทธิ์หรือสิทธิอ้างอื่น เงินปีหรือเงินได้ที่มีลักษณะเป็นรายปีอันได้มาจากพินัยกรรม นิติกรรมอื่น หรือคำพิพากษาของศาล

ประเภทที่ 4 ได้แก่

1. ดอกเบี้ยพันธบัตร ดอกเบี้ยเงินฝาก ดอกเบี้ยหุ้นกู้ ดอกเบี้ยตัวเงิน ดอกเบี้ยเงินกู้ยืม ไม่ว่าจะมีหลักประกันหรือไม่
2. เงินปันผล เงินส่วนแบ่งของกำไร หรือประโยชน์อื่นใดที่ได้จากการบริษัท หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล กองทุนรวม หรือสถาบันการเงินที่มีกฎหมายไทยให้จัดตั้งขึ้นโดยเฉพาะสำหรับให้กู้ยืม
3. เงินโบนัสที่จ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น หรือผู้ที่เป็นหุ้นส่วนนิติบุคคล
4. เงินลดทุนของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลควบเข้ากัน หรือรับช่วงไว้ร่วมกัน
5. เงินเพิ่มทุนของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลซึ่งตั้งจากกำไรที่ได้มาหรือรับช่วงกันไว้ร่วมกัน
6. ผลประโยชน์ที่ได้จากการที่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลควบเข้ากันหรือรับช่วงกันหรือเลิกกัน ซึ่งต่อมาเป็นเงินได้เกินกว่าเงินทุน เป็นต้น

ประเภทที่ 5 เงินหรือประโยชน์อ้างอื่นที่ได้มาเนื่องจาก

1. การให้เช่าทรัพย์สิน
2. การผิดสัญญาเช่าซื้อทรัพย์สิน
3. การผิดสัญญาซื้อขายเงินผ่อน ซึ่งผู้ขายได้รับคืนทรัพย์สินที่ขายนั้นคืนโดยไม่ต้องคืนเงินหรือประโยชน์ที่ได้รับไว้แล้ว

ประเภทที่ 6 เงินได้จากการวิชาชีพอิสระ คือ วิชาภูมาย การประกอบโรคศิลปะ วิศวกรรม สถาปัตยกรรม การบัญชี เป็นต้น

ประเภทที่ 7 เงินได้จากการรับเหมาที่ต้องลงทุนด้วยการจัดหาสัมภาระในส่วนสำคัญ นอกจากเครื่องมือ

ประเภทที่ 8 เงินได้จากการขายยาสั่งห้ามทรัพย์ หรือการอื่น ๆ นอกจากที่ระบุไว้ในประเภทที่ 1-7

เมื่อพิจารณาถึงรายได้หรือเงินได้ที่ได้มาจากการจำหน่ายวัตถุมงคลในกรณีที่ บุคคล ธรรมดานะเป็นผู้มีเงินได้ เงินได้จากการจำหน่ายวัตถุมงคลนี้จะเป็นเงินได้ประเภทที่ 8 หรือเป็นเงินได้จากการพานิชย์ซึ่งลูกนับญัตติไว้ในมาตรา 40(8) ประมวลรัษฎากร

3.3.2 ภาษีเงินได้นิติบุคคล

ผู้มีหน้าที่ต้องเสียภาษีนิติบุคคล ได้แก่

- (1) ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล
- (2) ห้างหุ้นส่วนจำกัด
- (3) บริษัทจำกัด
- (4) บริษัทมหาชน์จำกัด

(5) กิจการซึ่งดำเนินการเป็นทางการค้า หรือทำกำไรโดยรัฐบาลต่างประเทศ องค์กร ของรัฐบาลต่างประเทศหรือนิติบุคคลอื่นที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศ

(6) กิจการร่วมค้า ซึ่งได้แก่กิจการที่ดำเนินการร่วมกันเป็นทางค้าหรือทำกำไรระหว่าง บริษัทกับบริษัท บริษัทกับห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือระหว่างบริษัทและหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับบุคคลธรรมดากัน คณะบุคคลที่มิใช่นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือนิติบุคโลอื่น

(7) มูลนิธิหรือสมาคมที่ประกอบกิจการซึ่งมีรายได้แต่ไม่รวมถึงมูลนิธิหรือสมาคม ที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดตามมาตรา 47(7)(ข)

(8) นิติบุคคลที่อธิบดีกำหนดโดยอนุมัติรัฐมนตรี และประกาศในราชกิจจานุเบกษา โดยมีฐานภาษีเงินได้นิติบุคคล คือ กำไรสุทธิ (รายได้หักด้วยรายจ่ายทั้งหมดของ นิติบุคคล) ซึ่งคำนวณได้จากการหักออกกิจการหรือเนื่องจากกิจการที่กระทำในรอบระยะเวลาบัญชี หักด้วยรายจ่ายตามเงื่อนไขที่ได้ระบุไว้ในประมวลรัษฎากร¹⁹ ทั้งนี้ มีอัตราภาษีคงที่ กล่าวคือ ร้อยละ 27 เว้นแต่จะได้รับการส่งเสริมให้เสียภาษีในอัตราที่ต่ำลง เช่น การได้รับการส่งเสริมโดย การเป็นกิจการขนาดย่อม (SMEs) เป็นต้น

¹⁹ ประมวลรัษฎากร มาตรา 65.

3.3.3 เครดิตภาษี

เครดิตภาษี เป็นมาตรการที่เกิดขึ้นมาเพื่อขัด หรือบรรเทาการจัดเก็บภาษีซ้ำซ้อนของเงินปันผล ซึ่งการจัดเก็บภาษีซ้ำซ้อนจากเงินปันผลถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดเก็บภาษีซ้ำซ้อนในเชิงเศรษฐกิจ ทั้งนี้ หมายถึงกรณีที่ประเทศไทยนำร่องนำร่องนี้ทำการจัดเก็บภาษีจากฐานเดียวกันมากกว่าหนึ่งครั้ง ซึ่งในกรณีนี้ เงินปันผลที่เป็นฐานภาษีเงินได้ของบุคคลธรรมดา เคยเป็นส่วนหนึ่งของกำไรสุทธิซึ่งได้เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลไปแล้ว จึงมีผลทำให้เงินปันผลต้องเสียภาษีซ้ำซ้อนกันถึงสองครั้ง

ตามประมวลรัษฎากร เงินปันผลหรือเงินส่วนแบ่งของกำไรที่ได้รับจากบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย และผู้มีเงินได้มีภาระคำนวณอยู่ในประเทศไทยหรือเป็นผู้อยู่ในประเทศไทย ผู้ถือหุ้นที่ได้รับเงินได้ดังกล่าวจะได้รับเครดิตในการคำนวณภาษี โดยให้นำอัตราภาษีเงินได้ดังกล่าวนั้น ได้ผลลัพธ์เท่าไหร่ ให้扣ณด้วยจำนวนเงินปันผลหรือส่วนแบ่งของกำไรที่ได้รับ และในขณะเดียวกันจะต้องนำเครดิตภาษีนี้บวกกลับเข้ากับเงินปันผลหรือส่วนแบ่งของกำไรที่ได้รับเป็นเงินได้เพิ่มประเมินที่ต้องคำนวณภาษี²⁰

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงมาตรการทางภาษี ประกอบกับธุรกิจการจำหน่ายวัตถุคงคลแล้ว นั้น การจัดทำและจำหน่ายเริ่มมาจากกระบวนการกระทำของหลายกลุ่มด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นจากวัดจากพระภิกษุสงฆ์ที่กระทำการจัดสร้างวัดถุคงคลโดยมิได้เกี่ยวข้องกับวัด เกจิอาจารย์ต่าง ๆ ที่เป็นเพียงมราวาส ห้างร้าน บริษัท หรือหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น ดังนั้นการจัดเก็บภาษีจากการจำหน่ายวัตถุคงคลจึงมีความหลากหลาย โดยมีทั้งเงินได้ของบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล

แต่อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่วัดเป็นผู้จัดสร้างและจำหน่ายวัตถุคงคลเอง เงินได้จากการจำหน่ายวัตถุคงคลของวัดจะได้รับการยกเว้นไม่ต้องเสียภาษี ถึงแม่ตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 บัญญัติให้วัดที่ได้รับพระราชทานวิสุทโขคามสีมา และสำนักสงฆ์ มีฐานะเป็นนิติบุคคล และให้เจ้าอาวาสเป็นผู้แทนของวัดในกิจการทั่วไป²¹ ก็ตาม แต่จากความหมายของคำว่า “บริษัท หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล” ตามมาตรา 39 ประมวลรัษฎากรนั้น กรณีนิติบุคคลที่จะมีหน้าที่เสียภาษีย่อมไม่หมายความรวมถึง “วัด” ในพระราชบัญญัติ มาตรา 31 นี้ ออกจากวัตถุมิใช่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลตามประมวลรัษฎากร

ทั้งนี้ ในเรื่องความเป็นนิติบุคคลของวัด กรมสรรพากรได้มีคำวินิจฉัยไว้ใน หนังสือ สรรพกรที่ กค 0706/512 ลงวันที่ 20 มกราคม 2548 เรื่องภาษีเงินได้ภาษีธุรกิจเฉพาะและอากรแสตมป์ กรณีโอนกรรมสิทธิ์ที่กรณีสงฆ์ โดยได้วินิจฉัยว่า หากข้อเท็จจริงปรากฏว่าวัดได้

²⁰ ประมวลรัษฎากร มาตรา 47 ทว.

²¹ พระราชบัญญัติ คณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 มาตรา 31.

จัดตั้งขึ้นตามมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติ คณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติ คณะสงฆ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 วัดมีฐานะเป็นนิติบุคคล เมื่อวัดโอนกรรมสิทธิ์ที่ธารণีสังฆ์ให้แก่กระทรวง ก. โดยกรม ข. ได้รับค่าผาดิกรรมเป็นการตอบแทน มีภาระภาษีดังนี้

1. ภาษีเงินได้นิติบุคคล วัดไม่เข้าลักษณะเป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ตามนิยามในมาตรา 39 แห่งประมวลรัชฎากร วัดจึงไม่มีหน้าที่ต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล เมื่อกระทรวง ก. โดยกรม ข. จ่ายเงินค่าผาดิกรรมให้แก้วัดตามมาตรา 34 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติ คณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 และได้กระทำโดยพระราชบัญญัติโอนกรรมสิทธิ์ที่ธารণีสังฆ์วัดให้แก่กระทรวง ก. พ.ศ. 2546 ผู้จ่ายเงินจึงไม่มีหน้าที่ต้องคำนวณหักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่าย ในขณะที่มีการจัดทำเบียนสิทธิ์และนิติกรรม ตามมาตรา 69 ตรี แห่งประมวลรัชฎากร

ทั้งนี้ สำหรับผู้มีเงินได้จากการจำหน่ายวัตถุมงคลอื่น ๆ จะต้องเสียภาษีจากเงินได้ ดังกล่าวหรือไม่อ่างไร ผู้เบียนจะนำไปวิเคราะห์ในบทที่ 4 ต่อไป

3.4 บทสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและการเข้ามูชาตวัตถุมงคล

3.4.1 ผู้ให้สัมภาษณ์ นักวิชาการทางด้านวัตถุมงคล

วันที่สัมภาษณ์ 26 พฤศจิกายน 2556

คำถาม การจัดสร้างวัตถุมงคลมีบุคคลใดเกี่ยวข้องกับการจัดสร้างวัตถุมงคล บ้างอย่างไร

คำตอบ ดังเดิมพระสงฆ์เป็นคนสร้างวัตถุมงคลเองแล้วแจกฟรีเท่านั้น เพื่อให้คนนำไปเป็นกำลังใจเวลาเมี๊ยบญาหรือเวลาไปส่งครรภ์ หรือไม่ก็อาจจะแยกให้ในฐานะเป็นที่ระลึกในฐานะที่เขาไปแบกอธิบูป ปูน ราย มาก่อนสร้างวัด วัดก็เกรงใจไม่รู้จะให้อะไรดี ก็เลยให้พระเป็นเครื่องตอบแทน ดังนั้น เมื่อก่อนพระสงฆ์จะเป็นผู้สร้างเอง แต่ต่อมาภายหลังมีจำนวนคนเยอะขึ้นพระสงฆ์สร้างเองคนเดียวไม่ไหว บรรดาสรอบ ๆ วัด เช่น กรรมการวัด บรรดาทายก จึงเข้ามาช่วย โดยอาจจะเข้ามาช่วยบ้านดิน อาจจะมาช่วยปูมหรือหามวัสดุ ทำให้เริ่มมีคน 2 กลุ่มนี้เป็นหลักที่ช่วยสร้างพระ โดยพระจะเป็นผู้ปลูกเศกเอง ปัจจุบันมีเรื่องของพุทธพานิชย์เข้ามา มีคนเริ่มเข้ามาทำกำไรกับการเข้ามูชาพระเครื่อง เพราะมีต้นทุนราคาถูก กลุ่มน้ำยาทุนที่มีเงิน มีช่าง มีอะไหล่ต่าง ๆ ก็จะเริ่มเข้ามาไปหาวัดที่มีหลวงปู่ดัง ๆ และก็ขออนุญาตท่านสร้างขึ้นมา โดยนายทุนจะออกทุนแล้วหลวงปู่ปลูกเศก และเงินที่ได้จากการทำพิธี จากการเข้ามูชา ก็จะแบ่งให้วัดส่วนหนึ่ง แล้วนายทุนก็เอาไปลงส่วนหนึ่ง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นส่วนของนายทุน วัดไม่ค่อยได้เท่าไหร่

**คำาณ มีมาตรการหรือกฎหมายที่เข้ามาควบคุมการจัดสร้างวัตถุมงคลในปัจจุบัน
หรือไม่**

คำาณ กฎหมายจริง ๆ ไม่ค่อยมีชัด ๆ เท่าไหร่ ส่วนกฏของมหาเถรสมาคมเป็นการกำหนดตามพระวินัยและเป็นการบัญญัติอย่างคราว ๆ ไม่มีการกำหนดเรื่องแนวทางการจัดสร้างอย่างชัดเจน เช่น จัดสร้างได้เท่าไหร่ จัดสร้างไม่เกินกี่องค์ เพราะจะนั่นนั้นมันจึงควบคุมค่อนข้างยาก เพราะมันเป็นความเชื่อส่วนบุคคลด้วย หากว่ามีศรัทธาแล้วจะไปห้ามก็จะลำบาก ปัจจุบันการสร้างจึงเป็นการตกลงกันระหว่างนายทุนกับผู้สร้าง

คำาณ การจัดสร้างวัตถุมงคลมีกระบวนการจัดสร้างอย่างไร

คำาณ ถ้าเป็นกรณีที่พระ sangha เป็นผู้สร้างเอง จะไม่มีเรื่องผลกำไรเกี่ยวข้องตรงส่วนนี้จึงไม่มีปัญหาอะไร กรรมการวัดเห็นหลวงพ่อคำาก็จะเข้ามาช่วยเหลืออำนวยความสะดวกในทุก ๆ ขั้นตอน แต่ในกรณีที่นายทุนจะจัดสร้างวัตถุมงคล นายทุนจะมาติดต่อกับกรรมการวัดหรือเข้ามาติดต่อกับหลวงพ่อโดยตรง แต่ถ้าเป็นนายทุนมืออาชีพจริง ๆ ส่วนใหญ่ก็จะมาติดต่อกับกรรมการวัด โดยให้เหตุผลว่าจะมาช่วยสร้างวัด โบสถ์ โดยการที่เขาจะสร้างหรือยูออกจำหน่ายโดยเขามักจะมีใบสัญญามาให้ว่า จะจัดสร้างหรือยูรูปแบบไหนคราว ๆ แล้วอย่างน้อยก็จะมีรูปหรือยูมาให้ดู ซึ่งเป็นเพียงสัญญาระหว่างเอกชนกับเอกชนเท่านั้น เป็นเพียงข้อบอกให้เรารู้ว่าจะสร้างหรือยูลักษณะอย่างไร จะสร้างเป็นเนื้อทองคำกี่องค์ เนื้อเงินกี่องค์ ให้เงินทำบุญเท่าไหร่ เสร็จแล้วเงินที่ให้จากการทำบุญ ได้มามาแล้วจะแบ่งให้ด้วยเท่าไหร่ ตัวนายทุนเท่าไหร่ อันนี้คือสัญญาแบบสมบูรณ์นั่น ซึ่งถ้าเป็นแบบนี้ก็จะไม่ค่อยมาปัญหา กัน ถ้าเกิดว่าทางวัดตกลงนายทุนก็สร้างแต่ถ้าไม่ตกลงเขา ก็ไม่อ่า แต่เดี๋ยวนี้จะมีนายทุนในกลุ่มที่แบบเข้าไปทางพระตรั ฯ แล้วก็พูดปากเปล่าว่าจะมาช่วยหลวงพ่อสร้างหรือบูรณะรากีจะนำพระที่สร้างมาเสร็จแล้วมาหาหลวงพ่อให้หลวงพ่อปลูกเศกให้ บางครั้งหลวงพ่อ ก็ไม่ปลูกเศกให้ ก็จะขอถ่ายรูปเพื่อทำให้เห็นว่ามีการปลูกเศกแล้ว ทั้ง ๆ ที่จริงไม่มีการปลูกเศก เมื่อตน กับที่สมัยก่อนสร้างจตุคราม นำรถบรรทุกเป็นสิบ ๆ คันถอยเข้าไปในวัด แล้วก็ไปบอกว่าจตุครามเนี่ยมีการปลูกเศกแล้ว ทั้ง ๆ ที่ไม่มีการทำอะไรเลย อันนี้ก็จะเป็นปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับทางวัด ก็คือ ปลูกเศกแล้วหรือ หรือบูรณะรากัน ก็มาทำสัญญาปากเปล่าโดยไม่มีการทำสัญญากันจริง ๆ ก็มี หรือยังมีบางกรณีมีการยัดไส้กันทำสัญญาสร้าง 1,000 องค์ แต่ถึงเวลาปลูกเศกยัดไส้มาอีก 500 องค์ หรือเก็บไว้ที่โรงงานตัวเองอีก 1,000 องค์ แค่นี้ก็จบ โดยไม่มีการตรวจสอบพระอาทิตย์การไว้ใจซึ่งกันและกัน ภายหลังมีการแก้ไขโดยวิธีการตอก Code อันไหนไม่ตอกก็สงสัยไว้ก่อนว่าปคอมไว้ก่อน สรุปแล้วในปัจจุบันการจัดสร้างวัตถุมงคลในคร ฯ ก็สามารถจัดสร้างได้ ถ้ามีทุน ถ้ามีช่าง แต่จริง ๆ มีทุนอย่างเดียว ก็ได้ เพราะทุกอย่างมันจ้างได้อยู่แล้ว ไม่มีกฎหมายใดเข้ามาควบคุม

คำถาม ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับราคาวัตถุคงคล

คำตอบ กือ ราคาวัตถุคงคล ก้มองว่ามันคือ การซื้อขายความพอใจ เมื่อมันกับการซื้อขายของเก่า กือ วัตถุคงคลถือเป็นสินทรัพย์ที่แบบว่า ถ้าดูโดยเนื้อหาของมัน ๆ เป็นแค่ผง มันเป็นแค่ดิน แค่เหล็ก แต่มันสามารถทำราคาได้เป็น 10 ล้าน จากความเชื่อของผู้สร้างว่ามันคือสมเด็จโต หลวงปู่ทวด อะ ไroy่างนี้ มันจึงกลายเป็นสินทรัพย์มหาศาล ซึ่งในสมัยนี้คนเก็บประมาณกว่าหก เฟระราคามิ่งค่าอย่างขึ้นอย่างเดียว

คำถาม ปัจจุบันการกำหนดราคาวัตถุคงคลใช้วิธีการกำหนดราคาย่างไร

คำตอบ กือ การกำหนดราคากำมี 2 กลุ่ม กือ ถ้าเป็นตัวเบื้องต้นกือราคาวัตถุ กือวัดเป็นผู้กำหนดราคา โดยวัดจะคำนวณจากต้นทุน กำไร สมมติถ้าวัดสร้างเหริญ 1,000 เหริญ ต้นทุน เหริญละ 10 บาท ดังนั้น สร้าง 1,000 เหริญ ต้นทุนกือจะเท่ากับ 10,000 บาท แต่เวลาจำหน่าย อาจจำหน่ายในราคاهะริญละ 100 บาท เพื่อให้มีกำไรเหลือสำหรับการทำบุญ แต่ถ้าในกรณีที่พระเข้าไปสู่ชั้นธรรมพระเครื่องแล้ว พระนี้เวลาขายตั้งราคาขายจะตั้งกันโดยกระแสความนิยมในตัว วัตถุคงคลด้วยส่วนหนึ่ง ถ้ารุ่นใหม่คันนุชาเบอะ ก็จะยิ่งขึ้นราคายไปเบอะ มันกือจะขึ้นไปตามสภาพตลาด และในส่วนความคิดเห็นของเชียนพระกือมีผลอย่างมากในการกำหนดราคาวัตถุคงคล เช่นเดิมพระสมเด็จเคยให้ราคายื่งคงค่า 1 ล้าน วันหนึ่งมีเชียนคนหนึ่งมาบอกว่าล้านจะซื้อล้านสอง เพราะฉะนั้น ราคายังขึ้นเป็นล้านสองทันที จะไม่มีใครขาย 1 ล้านแล้ว มันกือจะขึ้นไปเรื่อย ๆ ยิ่งมีคนให้ราคากลางเพดานการซื้อก็จะยิ่งขึ้นตามไปด้วย อันนี้กือจะเป็นการกำหนดราคาวัตถุคงคล เช่นเดิมพระสมเด็จ เนื่องจากค่า พระครุ เชียนใหญ่ ๆ กือจะเป็นผู้กำหนดราคาก็ต้องเป็นพระที่ไม่แพงมากกลุ่มเล็ก ๆ เช่นเหริญต่าง ๆ การกำหนดราคากือจะเป็นการกำหนดราคากลาง ของตลาด ว่ามีคนมาซื้อเท่าไหร่ อย่างเช่นตอนนี้ เหริญของหลวงพ่อคูณ ราคา 5,000 บาท ต่อมามีคนไปรุกค่าว่ามา แล้วภายในหลังมีการบอกเล่าต่อกันมาว่า ได้แคนวนเหริญหลวงพ่อคูณเลยไม่เป็นไร ราคากือเลยพุ่งขึ้นมาเป็นองค์ละหมื่น พอมีคนจ่าย 1 หมื่นคราหนึ่ง 5,000 กือจะไม่มีคนขายละ มันจึงกำหนดราคายไปตามประสบการณ์ ไปตามคำล้ำเลือ อันนี้คือแบบปกติ แต่ถ้าแบบไม่ปกติ กือจะมีพวกเชียนบางกลุ่มรวมตัวกันปั่นราคา อันนี้คือปั่นห้าใหญ่ เพราะว่าถ้าเป็นคนวงในหรือคนพ่อรุ่นรื่องกือจะไม่ซื้อตาม แต่ถ้าเกิดเป็นคนภายนอกจะไม่รู้ อย่างที่มีปัญหามากกือ พระกิ่งป่าวเรศ 2 ซึ่งออกปี 30 ของสมเด็จพระญาณฯ ที่มีปัญหากือถือ พวกเชียนจะมีกลุ่มหนึ่งที่ไปมอง ๆ พระไว้แล้ว กือจะไปเก็บประมาณจำนวนมากตั้งแต่สมัยราคากลูกองค์ละไม่กี่ร้อยบาท ซึ่งพวกนี้เขามีสื่ออยู่ในมือ อยู่แล้ว เขา กือจะเชียนปั่นราคาว่าพระอันนั้นมีปฏิหาริย์อย่างนั้น หายาก พอมีคนอ่านก้อยาก ได้ไปหาซื้อห้างอกกือไม่ได้ เพราะเขาเก็บไว้หมดแล้วเลยต้องไปซื้อกับพวกนี้ ซึ่งพวกนี้กือสามารถปรับราคา

ให้สูงขึ้น ได้อีก เพราะไปซื้อจากที่อื่นไม่ได้แล้ว เพราะไม่มี แล้วถ้ามีคนสักคนยอมจ่ายราคา หมื่นหนึ่ง ครัวนี้ก็จะไม่มีรายรับขาด ก็อยู่แล้ว ราคาก็จะยิ่งบาน ๆ ขึ้นไป ดังนั้นในปัจจุบัน ไม่มีราคากลาง การกำหนดราคาเกิดขึ้นจากความพอใจ

คำถาม ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาวัตถุมงคลในปัจจุบัน

คำตอบ ปัญหาหลัก ๆ ของการโฆษณาวัตถุมงคลคือ 1. พวากเชียนพวgn ไม่มีความรู้เกี่ยวกับพุทธศาสนาเท่าไหร่ 2. คือ เขาใช้การตลาดพระเครื่อง ที่คือ ถ้าคนที่มีความรู้เกี่ยวกับพระเครื่องจริง ๆ จะไม่ดูโฆษณาพวgn ซึ่งอาจโฆษณาด้วยรูปบ้าง ประวัติบ้าง คือ ถ้ากลุ่มคน บริโภคชั้นสูงขึ้นไปหน่อยก็จะอ่านประวัติ อย่างผิดจะเช่นพระพมก็จะดูประวัติว่าพระที่จัดสร้างนั้น คือใคร เป็นลูกศิษย์ใคร และก็จะตามไปดูที่วัด แต่บางคนเขาไม่สนใจสิ่งพวgn มาก็คงว่าพระองค์นี้ ห้อยแล้วโฉดดี จะมีผู้หญิงมารัก อายุนี้ซึ่งมันเป็นกลุ่ม ๆ หนึ่ง ทำให้มีอ่านแล้วเชื่อ ก็จะเชื่อ ๆ ดังนั้น การโฆษณาเมื่อผลประโยชน์ที่สุดเลย ส่วนคำว่า อาดอุตริ คือ การแสดงว่าตนมีปฏิหาริย์ทั้งที่ตน ไม่มี ซึ่งที่นี่เราไม่รู้ว่าหลวงพ่อ มีหรือเปล่า จริง ๆ หลวงพ่อท่านก็จะไม่ค่อยพูด คนที่มาเขียน ส่วนใหญ่เป็นมารา婆 และส่วนใหญ่เป็นการเขียนไปเองทั้งนั้น จริง ๆ ตัวที่น่าจะควบคุมมากที่สุด ก็คือโฆษณา เพราะมันจะทำให้คนหลง

3.4.2 ผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้จัดสร้างวัตถุมงคล

วันที่สัมภาษณ์ 13 ธันวาคม 2556

คำถาม ปัจจุบันการจัดสร้างวัตถุมงคลมีการกำหนด ระบุ หรือจำกัดตัวบุคคลผู้มีสิทธิ ในการจัดสร้างวัตถุมงคลหรือไม่ อย่างไร

คำตอบ วัตถุมงคลเป็นความเชื่อและความศรัทธาของประชาชน ที่มีต่อพระพุทธศาสนา และศรัทธาต่อผู้สร้างวัตถุมงคลนั้น ๆ เป็นสำคัญ สืบทอดกันมาในทุกยุคทุกสมัย ไม่เสื่อมคลาย ซึ่งเป็นความเชื่อทางจิตใจ โดยเฉพาะปวงชนชาไทยที่นับถือพระพุทธศาสนาเกิดมา ลีมตาคูโลก กับพวตถุมงคลที่มีอยู่ตามบ้าน หรือสวน ใส่คล้องคอไม่ว่าเด็ก หรือผู้ใหญ่ ไม่ว่าผู้หญิง หรือผู้ชาย แม้แต่ตัวผู้เฒ่าเฒ่า ใจ 9 เดือน ก็มีวัตถุมงคลใส่คล้องคอแล้ว ซึ่งเป็นพระพิจารพิมพ์ เม็ดข้าวเม่า เนื้อชินเงินพร้อมเหลี่ยมทองคำ ซึ่งคุณยายมอบให้ไว้คุ้มครอง ป้องกันภัยตราชัย และ โรคภัยไข้เจ็บ ปรากฏจากภาพถ่ายที่คุณแม่ได้ถ่ายไว้เมื่อ พม อายุ ได้ 9 เดือนเศษ หากคุณยายของพม มีชีวิตอยู่ถึงปัจจุบัน อายุท่านมากกว่า 100 ปี ล่วงมาแล้ว แสดงให้เห็นว่าความเชื่อมั่นและศรัทธาต่อ วัตถุมงคล มีมาตั้งแต่บรรพบุรุษของพม สืบทอดมาลึกลับ จนถึงปัจจุบัน

การจัดสร้างวัตถุมงคลในอดีต หลวงปู่ ครูบา หลวงพ่อ หรือเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียง ปฏิบัติ ปฏิบัติชอบเป็นผู้จัดสร้างวัตถุมงคลของตนเอง เพื่อแจกให้แก่ลูกศิษย์ ชาวบ้านหรือ ประชาชนที่ไปสักการะกราบไหว้บูชา หรือทำบุญเนื่องในโอกาสต่าง ๆ โดยไม่มีการเช่าหานบูชาและ

ไม่ได้กำหนดราคา หรือมูลค่าของวัตถุมุงคลนั้น ๆ เพราะสร้างขึ้นด้วยความครรภ์ และวัสดุหายได้ในธรรมชาติ เช่น ดิน ไม้ พัง หรือโลหะ ด้วยเหตุในสมัยก่อนมักมีโ Rodrภัย ใช้เจ็บ หรือถูกสัตว์ป่าทำร้าย และภัยสังคม ด้วยความเชื่อจึงใช้วัตถุมุงคล มีไว้เพื่อปกป้องภัยนตรายใด ๆ จากโ Rodrภัย และสัตว์ทำร้าย จากภัยสังคม รวมทั้งเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ แต่โดยหลักแล้วการจัดสร้างพระเครื่องหรือวัตถุมุงคล ก็ด้วยเจตนาแทนองค์พระพุทธ เพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนา ซึ่งในอดีตมักจะสร้างในจำนวน 84,000 องค์ ตามพระธรรมขันธ์

ปัจจุบันการจัดสร้างวัตถุมุงคลไม่มีการกำหนด ระบุหรือจำกัดด้วยบุคคลผู้มีสิทธิในการจัดสร้างวัตถุมุงคลแต่ประการใด นอกจากหลวงปู่ ครูบา หลวงพ่อหรือเกจิอาจารย์ดัง ๆ เป็นผู้จัดสร้างวัตถุมุงคลของตนเองแล้ว ลูกศิษย์ หรือประชาชนผู้ศรัทธาต่อตัวหลวงปู่ หลวงพ่ออาจขออนุญาตจัดสร้างวัตถุมุงคลนั้น ๆ ได้ การจัดสร้างวัตถุมุงคลส่วนมากมีเจตนาเพื่อหารายได้เป็นทุนทรัพย์ในการก่อสร้างถาวรวัตถุ เช่น โบสถ์ วิหาร ศาลาการเปรียญ โดยการให้ทำบุญหรือบริจาคเงินในการสร้างถาวรวัตถุหรือสถาารณะกุศล แล้วมอบวัตถุมุงคลให้ไว้เป็นที่ระลึกดังจะเห็นได้จากวัตถุมุงคลที่จัดสร้างเป็นเหรียญโลหะ ด้านหลังของเหรียญมักจะมีข้อความว่าให้ไว้เป็นที่ระลึก เป็นต้น

การจัดสร้างวัตถุมุงคลมีปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้องในการจัดสร้างมากขึ้น ในปัจจุบันเป็นการจัดสร้างเพื่อให้เช่าบูชาและเพื่อการสะสม มากกว่าการสร้างเพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนาอย่างเช่นในอดีต ที่มีเจตนาสร้างวัตถุมุงคล เพื่อมอบให้โดยไม่ได้กำหนดราคา หรือมูลค่าของวัตถุมุงคลนั้น ๆ ไว้เลย เพราะการซื้อขายพระเครื่องหรือวัตถุมุงคลในอดีตถือว่าเป็นบาป จึงหลีกเลี่ยงโดยใช้คำว่า “เช่า” แทนใช้คำว่า “ซื้อขาย” จนถึงปัจจุบัน

คำถาม การจัดสร้างวัตถุมุงคลมีขั้นตอนการจัดสร้างอย่างไร

คำตอบ การจัดสร้างวัตถุมุงคลในสมัยก่อนไม่มีขั้นตอนอะไรยุ่งยากมากนัก วัสดุในการจัดสร้างก็หาได้ตามธรรมชาติ เช่นเนื้อดิน เนื้อชิน เนื้อผง เนื้อโลหะ เนื้อไม้ หรือเนื้อว่าน เป็นต้น โดยนำมาแกะ ปั้น หล่อ หรือพิมพ์ และเย็บอักษะลงไป อย่างกรณีสร้างวัตถุมุงคลที่เป็นเนื้อดิน เริ่มต้นด้วยการออกแบบ และแกะแม่พิมพ์ จนสวยงามเสร็จสมบูรณ์แล้ว จึงนำมวลสารผสมกับเนื้อดินนำมากดลงในแม่พิมพ์ จากนั้นก็ถอดออกจากแม่พิมพ์ ผิงลมจนแห้งสนิทแล้วนำไปเผาไฟเพื่อให้เกิดความคงทน เช่นพระนางพญา กรุวัดด่านงพญา จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งสร้างมาแล้วไม่น้อยกว่า 400 ปี หรือพระรอด กรุวัดมหาวัน จังหวัดลำพูน ซึ่งก่อสร้างมาแล้วไม่น้อยกว่า 1,200 ปี ล้วนสร้างมาจากเนื้อดิน โดยนำมวลสาร (ผสมสูตรของผู้สร้างแต่ละท่าน) กดลงในแม่พิมพ์ แล้วนำไปเผาไฟจะเห็นได้จากองค์พระจะมีสันที่แตกต่างกันออกไป เช่น สีดำ สีแดง สีน้ำตาล สีเขียว ฯลฯ ซึ่งเกิดจากมวลสารที่ผสมกับเนื้อดิน ผ่านการเผาไฟด้วยความร้อนในอุณหภูมิ

ที่แตกต่างกัน ทำให้เนื้อดินสุกไม่เท่ากัน ในอุณหภูมิที่แตกต่างกัน สีสันขององค์พระจึงเป็นไปตาม อุณหภูมิความร้อนที่แตกต่างกันตามธรรมชาติ

ขั้นตอนการจัดสร้างวัตถุมงคลในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นเนื้อดิน เนื้อผง หรือเนื้อโลหะ ไม่ว่าจะสร้างเป็นรูปหล่อ หรือเรียบๆ เริ่มต้นด้วยการออกแบบ ทำแม่พิมพ์ จากนั้นก็นำวัสดุ เช่นเนื้อดิน หรือเนื้อผง นำมาคลึงในแม่พิมพ์ จึงเกิดเป็นรูปลักษณะของพระพิมพ์นั้น ตามลักษณะ ของแม่พิมพ์ที่แกะไว้ หากเป็นเนื้อดินส่วนมากจะนำไปเผา เพื่อให้เกิดความคงทนถาวรสั่งที่กล่าวไว้ แล้วข้างต้น หากเป็นเนื้อผงเมื่อนำมาคลึงในแม่พิมพ์แล้วก็นำไปสีลงบนแห้งสนิท ส่วนที่ เป็นเนื้อโลหะก็จะนำส่วนผสมโลหะตามที่ต้องการ ไปหลอมด้วยความร้อนในอุณหภูมิสูงกว่า 1,000 องศา ชั่วโมงไป เพื่อให้โลหะหลอมผสมรวมเป็นเนื้อเดียวกัน และนำมาเทลงในแบบ พิมพ์ที่เตรียมไว้ เรียกขั้นตอนนี้ว่า พิธีเททองหล่อ หากเป็นวัตถุมงคลประเภทหล่อโบราณ ช่างก็จะไม่ขาดแต่งได้ เพื่อให้ได้สภาพเดิม ๆ

นอกจากนั้นยังมีการสร้างวัตถุมงคลด้วยกรรมวิธีการปั๊มด้วยเครื่องจักร ไม่ว่าจะปั๊ม เป็นรูปเหมือนลอยองค์ หรือปั๊มเป็นเรียบๆ ซึ่งมีกรรมวิธีไม่ยุ่งยาก สามารถสร้างวัตถุมงคลได้เป็น จำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว มีความสวยงามสามารถดูรายละเอียดได้มากขึ้น มีการตอกโถด เพื่อป้องกันการปลอมแปลงหรือตอกหมายเลขกำกับ เพื่อกำหนดจำนวนสร้างที่แน่นอน ถึงอย่างไร ก็ตาม เมื่อวัตถุมงคลนั้น ๆ มีมูลค่าหรือมีราคาสูงขึ้น หรือมีความต้องการของนักสะสมมากขึ้น ก็จะเกิดการปลอมแปลงวัตถุมงคลนั้น ๆ เนื่องจากสามารถซื้อขายได้ มีมูลค่าหรือมีราคา จึงเป็น ช่องทางของผู้หลอกประโภช์จากการปลอมวัตถุมงคล ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก ขณะนี้ผู้ซื้อขาย หรือเช่าบูชาตัววัตถุมงคลจึงควรต้องศึกษาตัววัตถุมงคลนั้นให้ดี ๆ โดยสอบถามผู้ซื้อ หรือเชียนพระที่มี ความชำนาญและรู้จริงในวัตถุมงคลนั้น ๆ และที่สำคัญต้องเป็นบุคคลที่เราไว้ใจได้

ขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญของการจัดสร้างวัตถุมงคล คือ พิธีพุทธากิเบก หรือการปลูกเสกพระเครื่อง หรือวัตถุมงคล เพราะพระทุกองค์ที่สร้างขึ้นต้องผ่านการปลูกเสก จากพระผู้สร้าง ไม่ว่าจะเป็นการปลูกเสกหมู่ ปลูกเสกเดียว หรืออธิฐานจิตด้วยการอันเชิญพระ รัตนตรัยมาบรรจุ โดยการบริกรรมพระคาถา และใช้พลังแห่งอำนาจจิตอันบริสุทธิ์ของหลวงพ่อ หลวงปู่ ครูบา ที่มีมานาคากล้า ปฏิบัติ ปฏิบัติชอบ สำเร็จมรณคพล โดยการเจริญภาวนา อธิษฐานจิต ประจุพุทธานุภาพส่งไปยังพระเครื่อง หรือวัตถุมงคลที่สร้างขึ้น ทำให้พระเครื่องหรือวัตถุมงคล ที่ผ่านการปลูกเสกเปี่ยมไปด้วยพระพุทธคุณ เพื่อปกป้อง คุ้มครองผู้นำไปสักการะบูชา าราธนา คล้องก้อง ซึ่งพระเครื่องจะศักดิ์สิทธิ์ หากผู้นั้naranaด้วยความศรัทธาและประกอบคุณงามความดี จะทำให้พระพุทธคุณจะบังเกิดความศักดิ์สิทธิ์ สัมฤทธิ์ผลสมประณานาทุกประการ

คำถาม ปัจจุบันการกำหนดราคาวัตถุคงคลมีวิธีการกำหนดราคายังไง และมีมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการกำหนดราคาวัตถุคงคลหรือไม่

คำตอบ วัตถุคงคลในสมัยก่อนไม่มีการกำหนดราคازื้อขาย เช่น หรือน้ำชา แต่เมื่อวันเวลาผ่านไป และด้วยประสบการณ์ของผู้ครอบครอง จะด้วยเหตุบังเอิญหรือไม่ก็ตาม เสริมด้วยเรื่องเล่าอิทธิฤทธิ์ปัจ្ហิหารី ผู้ได้รับรู้เกิดความเชื่อและศรัทธา จึงเกิดการเสาะแสวงหา เมื่อมีผู้ต้องการ มักมีผู้เสนอราคาเป็นค่าตอบแทนให้สูงขึ้นเรื่อยๆ จนพอใจแก่ผู้ครอบครองพระเครื่อง และวัตถุคงคลนั้น จึงเป็นขั้นตอนและวิวัฒนาการไปสู่การซื้อขาย พระเครื่องบางองค์ราคาสูง เป็นแสน เป็นล้าน หรือที่เรียกวันจนติดปากว่าพุทธพาณิชย์ แต่ความจริงแล้วหากใช้เป็นเช่นนั้นไม่ เพราะราคาของวัตถุคงคลเกิดจากความเชื่อ และความศรัทธา ต่อวัตถุคงคลหรือพระองค์นั้น ดังนั้นจะพุดว่าเป็นการกำหนดราคาวัตถุคงคล ก็ไม่น่าจะใช่เสียที่เดียว เพราะมูลค่าหรือราคา เป็นความพึงพอใจระหว่างผู้ศรัทธา และความต้องการของผู้นั้นเป็นหลัก ซึ่งมาตรการทางกฎหมาย ที่จะนำความคุ้มโดยตรงจึงไม่มี เหตุที่เป็นเช่นนั้นเนื่องจากไม่สามารถกำหนดเป็นราคาน้ำเงิน ตามตัวได้ เพราะเหตุที่ได้เคยบอกไปแล้วว่ามูลค่าและราคาก็ที่ความต้องการ ด้วยความเชื่อมั่นและศรัทธา รวมทั้งความพึงพอใจของผู้ต้องการและผู้ครอบครองวัตถุคงคลเป็นหลัก ในการกำหนด ราคายังคงเหลือไว้เพียงวัตถุคงคลนั้นๆ

คำถาม การโฆษณาวัตถุคงคลมีมาตรฐานในการโฆษณาหรือไม่ อย่างไร และมีหน่วยงานใดเข้ามาควบคุมการโฆษณาบ้าง

คำตอบ เรื่องมาตรฐานการโฆษณาวัตถุคงคล พุดกันตรงๆ ก็ตอบได้ยากมาก เพราะเรื่องของวัตถุคงคลอย่างที่เคยได้พูดไว้ตั้งแต่แรกแล้วว่าเป็นเรื่องของความเชื่อ และความศรัทธา ซึ่งไม่มีมาตรฐานกับการได้ขึ้นอยู่กับวิจารณญาณของผู้บริโภคและประชาชนที่จะต้องศึกษาให้ถ่องแท้ ก่อนจะเข้ามารู้จักวัตถุคงคลนั้นๆ ซึ่งพระพุทธเจ้าก็ได้ทรงสอนไว้ให้เชื่อย่างมีสติ อย่าโลภ ปัจจุบันมีหนังสือเกี่ยวกับการพระเครื่องมีให้ศึกษามากมาย ไม่ว่าจะเป็นตำราหลักหรือนิตยสาร เกี่ยวกับพระเครื่อง หรือวัตถุคงคลซึ่งมีมากมาย แม้จะมีการโฆษณาภายนอกเป็นรูปธรรม แต่ถ้าหากได้ใช้วิจารณญาณในการพิจารณาถึงการโฆษณาชวนเชื่อในอิทธิฤทธิ์ปัจ្ហิหารី รวมทั้งมูลค่าหรือ ราคาของวัตถุคงคล หากจะตามถึงมาตรฐานการโฆษณาแล้ว เห็นว่า ประชาชนสามารถตัดสินใจได้เอง ส่วนหน่วยงานที่จะเข้ามาควบคุมการโฆษณาวัตถุคงคลโดยตรงยังไม่มี คงมีแต่สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ซึ่งดูแลในภาพรวมเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้า ไม่ใช่วัตถุคงคล พูดง่ายๆ ก็คือยังไม่มีกฎหมายโดยตรงมาใช้บังคับเกี่ยวกับการโฆษณาวัตถุคงคล และยังไม่มีหน่วยงานของรัฐใดๆ เข้ามาควบคุมการโฆษณาวัตถุคงคลอย่างแท้จริง

คำานวณปัจจุบันมีหน่วยงานใดบ้างที่เข้ามาควบคุมดูแลการจัดสร้างและการเช่าบูชา วัตถุมงคลบ้าง

คำตอบ การควบคุมดูแลการจัดสร้างวัตถุมงคล ปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานใด ๆ ของรัฐฯ เข้ามาควบคุม คงมีแต่การสร้างวัตถุมงคลที่เป็นรูปจำลองของพระรูปสำคัญคู่บ้านคู่เมือง ซึ่งกรรมศิลปกรขึ้นทะเบียนไว้หรือเป็นผู้รับผิดชอบดูแล รวมทั้งสถานที่ตั้งของพระพุทธรูปสำคัญนั้น ๆ หากผู้ใดหรือหน่วยงานใดจะจัดสร้างหรือจำลองแบบ เป็นวัตถุมงคลก็ต้องขออนุญาตตามระเบียบของทางราชการหรือหน่วยงานที่ควบคุมกำกับดูแล เช่นพระแก้วมรกต พระสากล เทวทิราช เป็นต้น หากบุคคลใด หรือหน่วยงานใดจะจัดสร้างหรือจำลองแบบก็ต้องขออนุญาตให้ถูกต้อง ซึ่งอาจจะถือได้ว่าเป็นการควบคุมดูแลการจัดสร้างวัตถุมงคลเป็นการเฉพาะราย ที่มีหน่วยงานราชการเข้ามาควบคุมดูแลการจัดสร้างวัตถุมงคล ส่วนการเช่าบูชาวัตถุมงคลปัจจุบัน ไม่มีหน่วยงานใดของรัฐฯเข้ามาควบคุมดูแลการเช่าบูชาวัตถุมงคลแต่อย่างใด เนื่องจากคงเป็นไปได้ยาก เพราะการเช่าหัววัตถุมงคลเป็นความเชื่อและความศรัทธา การกำหนดราคายุ่งที่ความพึงพอใจของผู้ต้องการและของผู้ครอบครองเป็นหลัก เนื่องจากเป็นเรื่องทางจิตใจ จึงกำหนดราคายตัวไม่ได้ถูกต้องซึ่งต้องการแม้จะแพงสักเพียงใดก็จะซื้อหาหรือเช่าบูชา ปัจจุบันวัตถุมงคลบางชิ้นซื้อหากันมากกว่า 10 ล้านบาท เพราะว่าผู้ซื้อพอใจ ไม่มีไตรรงค์กับให้ซื้อ ที่ซื้อเพราะมีความศรัทธาและมีฐานะทางการเงินที่ร่ำรวย นักธุรกิจ นักการเมือง ซึ่งมีฐานะทางสังคม จึงจะเช่าหรือซื้อหาวัตถุมงคลในราคามหาศาล ดังกล่าวได้

3.4.3 ผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้บริโภควัตถุมงคล

วันที่สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2556

คำานวณฐานะที่ท่านบริโภควัตถุมงคล ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับราคาวัตถุ มงคลในปัจจุบัน

คำตอบ ราคาที่กำหนดในปัจจุบัน มีความเหมาะสมกับสภาพตลาดในปัจจุบัน เนื่องจากมีผู้บริโภคที่ต้องการจำนวนมาก ไม่ว่าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะหากเป็นลูกค้าต่างประเทศ ราคาของวัตถุมงคลก็จะมีมูลค่าที่สูงขึ้นมากกว่าราคาตลาดในประเทศ แต่ทั้งนี้ การกำหนดราคาวัตถุมงคลในปัจจุบัน หากเป็นพระรุ่นเก่า หรือพระที่เป็นที่นิยมของวงการ จะพบว่า ราคาเช่าหางจะขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ซื้อและผู้ขายเป็นหลัก จึงไม่มีการกำหนดราคา กลางตามตลาด

คำถาม ท่านทราบหรือไม่ว่า ในปัจจุบันการกำหนดราคาวัตถุคงคลมีวิธีการกำหนดราคาอย่างไร

คำตอบ สำหรับราคาวัตถุคงคลนั้น ทราบเฉพาะวัตถุคงคลที่ทางพมมีความสนใจเท่านั้น ซึ่งจากการบริโภค ทำให้ทราบว่า ราคาวัตถุคงคลจะขึ้นอยู่กับ

- 1) ความสวยงาม สมบูรณ์ของวัตถุคงคล
- 2) พิมพ์ทรง และความนิยมของวงการ
- 3) เนื้อของพระ เช่น หากเป็นเนื้อพิเศษ แบบเนื้อทองคำ เนื้อเงิน เนื้อนวะโลหะ เนื้อนาก ซึ่งจะพบว่ามีการสร้างน้อย ก็จะมีราคาซื้อขายที่แพงมากขึ้น
- 4) การมีใบประกาศรางวัล หรือการมีใบประกันความแท้ ที่ออกโดยสถาบันที่ได้รับ การยอมรับว่า เป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านวัตถุคงคลนั้น ๆ
- 5) ราคานี้ขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายเป็นใคร เป็นผู้เชี่ยวชาญสายตรงในวัตถุคงคลหรือไม่

คำถาม การโฆษณาวัตถุคงคลในปัจจุบันมีผลในการตัดสินใจเลือกบริโภควัตถุคงคล ของท่านหรือไม่ อย่างไร

คำตอบ การโฆษณา มีผลส่วนหนึ่งกับการตัดสินใจ แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับความสนใจและ การชื่นชอบในวัตถุคงคลนั้น ๆ การโฆษณาเป็นเพียงแรงจูงใจให้เข้าไปศึกษาข้อมูลก่อนการ ตัดสินใจบริโภควัตถุคงคลนั้น ๆ มากกว่าการส่งผลให้เชื่อถือในวัตถุคงคลนั้น ๆ โดยตรงแล้ว บริโภควัตถุคงคลนั้น ๆ เลย โดยที่ยังไม่มีการศึกษาถึงข้อมูลการจัดสร้างวัตถุคงคลนั้น ๆ

คำถาม ท่านคิดว่า การโฆษณาวัตถุคงคลตามสื่อต่าง ๆ ในปัจจุบันเหมาะสมหรือไม่

คำตอบ สื่อโฆษณาในปัจจุบันพบว่า มีทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นทางนิตยสาร หนังสือพิมพ์ ในประเทศ (โนชาร์) ที่มีแจกจ่าย หรือการขึ้นป้ายโฆษณา เป็นต้นอีกทั้งมีการโฆษณา ในสื่อทางโทรทัศน์และสื่อทางอินเตอร์เน็ต และวิทยุอีกด้วย ในการโฆษณาวัตถุคงคลบางประเภท อาจมีการโฆษณาถึงพุทธคุณของวัตถุคงคล ประสบการณ์ของผู้บริโภควัตถุคงคลนั้น ๆ เพื่อชวน เชื้อให้ผู้บริโภคตัดสินใจเข้าบาริโภควัตถุคงคลนั้น ๆ ซึ่งในบางครั้งจะพบว่า เป็นเพียงข้อมูลที่ หลอกลวง ไม่แท้จริงและเป็นการให้ข้อมูลที่ผิด ๆ ดังนั้น การโฆษณาในปัจจุบันจึงยังขาดความ เหมาะสม และมีลักษณะเป็นการโฆษณาชวนเชื่อที่เกินจริง

คำถาม การโฆษณาวัตถุคงคลที่เหมาะสมตามความคิดเห็นของท่านควรมีลักษณะ อย่างไร

คำตอบ การโฆษณาวัตถุคงคลที่เหมาะสม ควรเป็นไปในทางการให้ข้อมูลการจัดสร้าง มากกว่าการให้ข้อมูลด้านการชวนเชื้อในด้านพุทธคุณ และในบางครั้ง การโฆษณาอาจมีการระบุว่า มีการนำเงินที่ได้ไปใช้ในด้านสาธารณกุศล แต่ไม่สามารถตรวจสอบได้ การโฆษณาในส่วนนี้จึง

ควรระบุให้ชัดเจนว่า เงินในส่วนนี้นำไปทำบุญ หรือใช้เพื่อการสาธารณกุศล ณ ที่ใด เพื่อเป็นประโยชน์ในการตรวจสอบการโอมยานว่ามีการนำไปใช้จริงหรือไม่ เท่าใด ซึ่งในปัจจุบันพบว่า การโอมยานในส่วนนี้ที่ไม่สามารถตรวจสอบได้เลย



บทที่ 4

ปัญหาและวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมดูแล การจัดสร้างและเข้าบูชาวัตถุมงคล

เนื่องจากในปัจจุบันการจัดสร้างและเข้าบูชาวัตถุมงคล ได้รับการนิยมเป็นอย่างมาก จนกลายเป็น “ธุรกิจพุทธพาณิชย์” ซึ่งการบริโภควัตถุมงคลเกิดขึ้นมาจากการความเชื่อและความศรัทธา ความคาดหวังที่จะดำเนินชีวิตไปในทิศทางที่ดีขึ้น ความคาดหวังว่าจะพ้นจากความทุกข์ที่ผู้บริโภค กำลังเผชิญ การทำธุรกิจพุทธพาณิชย์นี้จึงเป็นการทำธุรกิจโดยอาศัยความเชื่อและความศรัทธาร่วมถึงความทุกข์ของผู้บริโภค ซึ่งในอดีตธุรกิจประเภทนี้ไม่เคยปรากฏขึ้นมาก่อนในสังคมไทยและต่างประเทศ จึงทำให้ในปัจจุบันไม่มีมาตรการใดที่มีบทบาทในการควบคุมธุรกิจประเภทนี้เป็นการเฉพาะ มาตรการควบคุมที่มีอยู่ในปัจจุบันก็เป็นเพียงมาตรการทางกฎหมายหลักทั่ว ๆ ไปเท่านั้น ดังนั้น จึงส่งผลให้เกิดปัญหาในการควบคุมการจัดสร้างและเข้าบูชาวัตถุมงคลขึ้นมาหลายประการ ในบทนี้จึงเป็นการศึกษาปัญหาและวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมดูแลการจัดสร้างและการเข้าบูชาวัตถุมงคล ดังนี้

4.1 ปัญหาผู้มีสิทธิในการจัดสร้างวัตถุมงคล

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับวัตถุมงคล และผู้จัดสร้างวัตถุมงคล พบร่วมกันว่าในการจัดสร้างวัตถุมงคลนั้น ในอดีต หลวงปู่ ครูบา หลวงพ่อหรือเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียง ปฏิบัติได้ปฏิบัติชอบเป็นผู้จัดสร้างวัตถุมงคลของตนเอง เพื่อแจกให้แก่ลูกศิษย์ ชาวบ้านหรือประชาชนที่ไปสักการะกราบไหว้บูชา หรือทำบุญเนื่องในโอกาสต่าง ๆ หรือผู้มีจิตอาสาช่วยงานวัด โดยไม่มีการเข้าบูชา แต่ต่อมากายหลังมีจำนวนคนเยอะขึ้นพระสงฆ์สร้างองค์เดียวไม่ไหว มวลรวมต้องวัด เช่น กรรมการวัด บรรพบุรุษ จึงเข้ามาช่วย โดยอาจจะเข้ามาช่วยบันทึก อาจจะมาช่วยปืนหรือหามวลสาร ทำให้เริ่มมีคน 2 กลุ่มนี้เป็นหลักที่ช่วยสร้างวัตถุมงคล โดยพระจะเป็นผู้ปลุกเสกวัตถุมงคลนั้น ๆ เอง แต่ปัจจุบันการจัดสร้างวัตถุมงคล นอกจากหลวงปู่ ครูบา หลวงพ่อหรือเกจิอาจารย์ดัง ๆ เป็นผู้จัดสร้างวัตถุมงคลของตนเองแล้ว ลูกศิษย์ หรือประชาชนผู้ศรัทธาต่อตัวหลวงปู่ หลวงพ่ออาจขออนุญาตจัดสร้างวัตถุมงคลนั้น ๆ ได้ การจัดสร้างวัตถุมงคลในปัจจุบันจึงมีปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้องในการจัดสร้างมากขึ้น เป็นการจัดสร้างเพื่อให้เข้าบูชาและเพื่อการสะสม มากกว่า

การสร้างเพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนาอย่างเช่นในอดีต กล่าวคือ ในปัจจุบันมีเรื่องของพุทธพาณิชย์ เข้ามาเกี่ยวข้องกับการจัดสร้างวัดคุณงคลมากขึ้น มีคนเริ่มเข้ามาหากำไรกับการเช่าบูชาพระเครื่อง หรือวัดคุณงคล เพราะมีต้นทุนราคาถูก กลุ่มนายทุนที่มีเงิน มีช่าง ก็จะเริ่มเข้าหาวัดที่มีหลวงปู่ดัง ๆ แล้วขออนุญาตท่านสร้างวัดคุณงคลขึ้นมา โดยนายทุนจะเป็นผู้ออกแบบ แล้วหลวงปู่เป็นผู้ปลูกเสก แล้วเงินที่ได้จากการทำพิธี จากการเช่าบูชา ก็จะแบ่งให้วัดส่วนหนึ่ง แล้วนายทุนก็เอาไปเอง ส่วนหนึ่ง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นส่วนของนายทุน วัดไม่ค่อยได้เท่าไหร่

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเกี่ยวนามาตราก็หมายแล้ว พบว่า รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้บัญญัติถึงสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการเลือกนับถือศาสนา และยังให้สิทธิเสรีภาพในการปฏิบัติการต่าง ๆ ตามความเชื่อทางศาสนาที่ไม่เป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน ไว้ตามมาตรา 37

เมื่อนามาตรา 37 แห่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยมาวิเคราะห์รวมกับของเท็จจริง ของ “วัดคุณงคล” แล้วพบว่า “วัดคุณงคล” เป็นวัดที่ถูกสร้างขึ้นมาจากความเชื่อ ความศรัทธาและพิธีกรรมทางศาสนา โดยมีความเชื่อเดี่ยมว่า การจัดสร้างวัดคุณงคลถือเป็นการสร้างบุญกุศลเพื่อสืบท่ออาชญาของพระพุทธศาสนา ซึ่งในอดีตมักจะสร้างพระพิมพ์ขึ้นมาจำนวน 84,000 องค์ ตามพระธรรมขันธ์ แล้วนำพระพิมพ์เหล่านั้น ไปฝังไว้ในสถานที่ต่าง ๆ ที่มีความสำคัญทางพระพุทธศาสนา ดังนั้น การจัดสร้างวัดคุณงคล เมื่อพิจารณาตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแล้ว การจัดสร้างวัดคุณงคลจึงสามารถถือทำได้ จัดสร้างได้ ถึงแม่ว่าการจัดสร้างวัดคุณงคลในปัจจุบัน จะเป็นการจัดสร้างขึ้นเพื่อการพาณิชย์ก็ตาม ทั้งนี้ เมื่อการจัดสร้างวัดคุณงคลไม่เป็นปฏิปักษ์ต่อหน้าที่ของพลเมืองและไม่เป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

นอกจากนี้ บทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ มาตรา 37 ยังมิได้จำกัดสิทธิแก่ผู้ใดหนึ่งในการปฏิบัติพิธีกรรมตามความเชื่อถือของตน จึงทำให้การสร้างวัดคุณงคล ซึ่งถือว่าเป็นการปฏิบัติพิธีกรรมตามความเชื่อถือในทางศาสนา ได้รับการอนุญาต ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุใดก็ตาม ที่สามารถจัดสร้างวัดคุณงคลได้ การสร้างวัดคุณงคลจึงไม่ถูกจำกัดแต่เฉพาะผู้จัดสร้างที่เป็นพระสงฆ์ เอกชนที่เป็นพี่น้องราواศึกษาสามารถจัดสร้างวัดคุณงคลขึ้นได้ เพียงแต่เป็นผู้มีทุนในการจัดสร้างก็สามารถจัดสร้างวัดคุณงคลได้ แต่สำหรับกรณีที่เอกชน หรือราواศเป็นผู้จัดสร้าง อาจต้องมีการขออนุญาต หลวงปู่ หลวงปู่ หลวงพ่อ เกจิอาจารย์ต่าง ๆ ในการจัดสร้างเสียก่อน ตามแบบประเพณีนิยมในวงการวัดคุณงคล แต่อย่างไรก็ตาม สำหรับพิธีปลูกเสกอาจต้องขอให้พระสงฆ์หรือเกจิอาจารย์ดังกล่าว ประกอบพิธีให้

ทั้งนี้ ในกรณีที่พระสงฆ์เป็นผู้จัดสร้างวัดคุณงคลนั้น ตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 ในบทบัญญัติของพระราชบัญญัตินั้นไม่มีส่วนใดที่บัญญัติถึงเรื่องการจัดสร้าง

วัตถุประสงค์ไว้ แต่ย่างไรก็ตามมหาเถรสมาคมยังมีอำนาจตรากฎหมายมหาเถรสมาคม ออกข้อบังคับ วางระเบียบ ออกคำสั่ง มีมติหรือออกประกาศใด ๆ ได้ โดยต้องไม่ขัดหรือแย้งกับกฎหมายและพระธรรมวินัย โดยสามารถใช้บังคับกับเหล่าสงฆ์ได้ตามบทบัญญัติในมาตรา 15 ตรี ซึ่งเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2536 มหาเถรสมาคมได้มีมติเรื่อง เกี่ยวกับ “พุทธพาณิชย์” โดยจัดการประชุมที่ห้องประชุมคณะกรรมการธิการสมานชนกันแห่งประเทศไทย ตีกรรชสภาก โดยผลการประชุมกรรมการฯ ได้ประมวลความคิดเห็นที่จะกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมการสร้าง การโฆษณา การจำหน่าย เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ รวมทั้งสิ้น 8 ข้อ ดังนี้

- (1) การห้ามสร้างวัตถุประสงค์ทำไม่ได้ แต่การจัดสร้างจะต้องขออนุญาตตามลำดับขั้น จนถึงเจ้าคณะใหญ่เขตพะคณาสงฆ์
- (2) การสร้างวัตถุประสงค์จะต้องควบคุม นับแต่การผลิต การโฆษณา การจำหน่ายและการใช้จ่ายเงินให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์
- (3) การอนุญาตสร้างวัตถุประสงค์ จะต้องบอกเหตุผลวัตถุประสงค์การนำเงินไปใช้จ่าย
- (4) การโฆษณาทางสื่อมวลชนทุกชนิด ควรห้ามโฆษณาoward อ้างปฎิหาริย์ เกินความจริง
- (5) ให้มีการประชาสัมพันธ์ให้เฉพาะเนื้อหาของวัตถุประสงค์ หลักการ เหตุผลและวัตถุประสงค์ว่าจะนำรายได้ไปทำอะไร ตลอดจนสถานที่จัดสร้างและจำหน่าย
- (6) ห้ามสร้างวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช้สัญลักษณ์ทางพุทธศาสนา หรือมีรูปแบบที่ไม่สมควร
- (7) ควรออกประกาศ ระเบียบ หรือกฎหมายว่าด้วยการสร้างวัตถุประสงค์เพื่อควบคุม การผลิต จำหน่าย และการปลอมแปลง โดยให้ควบคุม ให้ทั้งคณะสงฆ์และมารวा�ส
- (8) หมายเหตุการห้ามก็จะต้องการกับผู้ที่จัดสร้างวัตถุประสงค์ไว้ในที่อันไม่สมควร ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงมติดังกล่าวแล้ว พบร่วมในกรณีที่พระสงฆ์เป็นผู้จัดสร้างวัตถุประสงค์ จะต้องมีการขออนุญาตจัดสร้างวัตถุประสงค์ตามลำดับขั้นจนถึงเจ้าคณะใหญ่ แต่ย่างไรก็ตาม มติดังกล่าวนี้เป็นเพียงการประชุมเพื่อประมวลความคิดเห็นที่จะกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมการสร้าง การโฆษณา การจำหน่ายเกี่ยวกับวัตถุประสงค์เท่านั้น แต่ยังมิได้มีการนามติดกล่าวไว้จัดการ ให้อยู่ในรูปธรรม เนื่องจากในการประชุมครั้งนี้คณะกรรมการฯ มีมติให้กรมศาสนาดำเนินการ ตามข้อสรุปทั้ง 8 ข้อ ที่เสนอ ให้จัดการให้เป็นรูปธรรมต่อไป ทั้งนี้ ถึงแม้ว่าการประชุมดังกล่าวนี้ จะมีการจัดประชุมกันมาแล้วตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 แต่ในปัจจุบันก็ยังไม่มีการดำเนินการตาม มติของคณะกรรมการฯ การศาสนากลไกและศิลปวัฒนธรรม จึงเป็นผลทำให้การจัดสร้างวัตถุประสงค์ ของเหล่าคณะสงฆ์ในปัจจุบันยังไม่มีมาตรฐานใด ๆ เข้ามาควบคุมการจัดสร้างวัตถุประสงค์ เช่นกัน

ดังนั้น จากการศึกษาพบว่าการจัดสร้างวัดถุ่มคลในปัจจุบันยังไม่มีมาตรการหรือกฎหมายใดกำหนด ระบุ หรือจำกัดตัวผู้มีสิทธิในการจัดสร้างวัดถุ่มคล มีเพียงกฎหมายรัฐธรรมนูญเท่านั้น ที่บัญญัติให้สิทธิและอำนาจ ในการจัดสร้างวัดถุ่มคลได้ โดยถือว่า เป็นการปฏิบัติการต่าง ๆ ตามความเชื่อทางศาสนา ตามมาตรา 37 ทั้งนี้ ในกรณีการจัดสร้าง วัดถุ่มคลซึ่งเกิดขึ้นจากการกระทำการของสงฆ์ ตามที่ได้ศึกษามานั้น ผู้วิจัยพบว่ามีมติของมหาเถรสมาคม เรื่อง เกี่ยวกับ “พุทธพานิชย์” ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ซึ่งมติดังกล่าวเป็นเพียง การประชุมเพื่อประมวลความคิดเห็นที่จะกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมการสร้าง การโฆษณา การจำหน่ายเกี่ยวกับวัดถุ่มคลเท่านั้น ไม่ได้ห้ามหรือจำกัดสิทธิในการสร้างวัดถุ่มคลของเหล่าสงฆ์ อีกทั้งตามมติดังกล่าวข้าง ไม่มีความชัดเจนสำหรับวิธีการ หรือมาตรการในการขออนุญาตจัดสร้าง วัดถุ่มคล เพียงแต่เป็นมติที่มีความเห็นให้การจัดสร้างวัดถุ่มคลของเหล่าสงฆ์ ควรมีการ ขออนุญาตตามลำดับขั้นของสงฆ์ เพื่อเป็นการควบคุมการจัดสร้างวัดถุ่มคลของเหล่าสงฆ์ และ ในปัจจุบันยังไม่ได้มีการนำมติดังกล่าวไปทำให้เป็นรูปธรรม ตามมติของคณะกรรมการชิการศาสนา และศิลปวัฒนธรรม นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับวัดถุ่มคลและผู้จัดสร้างวัดถุ่มคลยังพบว่า ในปัจจุบันการจัดสร้างวัดถุ่มคลของเหล่าคณะสงฆ์ไม่มีการขออนุญาตจัดสร้าง จากหน่วยงานใด ๆ ตามมติดังกล่าว ส่วนการจัดสร้างวัดถุ่มคลของชาวรามาทั้งหลายยังไม่มีกฎหมายหรือมาตรการใดเข้ามาควบคุมเช่นกัน จากกรณีดังกล่าวนี้ ทำให้เกิดสภาพปัญหาในการ จัดสร้างวัดถุ่มคลหลายประการ กล่าวคือ เมื่อไม่มีการจำกัดหรือกำหนดตัวผู้มีสิทธิในการจัดสร้าง วัดถุ่มคลทำให้ได้ ก็สามารถจัดสร้างวัดถุ่มคลได้ ด้วยเหตุนี้อาจทำให้มีการจัดสร้างวัดถุ่มคล ด้วยรูปแบบที่ไม่เหมาะสม และเกิดวัดถุ่มคลปломขึ้นมากนัก เกิดการกระทำความผิดทางอาญา และยากแก่การตรวจสอบเนื่องจากไม่มีข้อมูลในการจัดสร้างวัดถุ่มคลที่แน่นอนชัดเจน ตลอดจน การสร้างวัดถุ่มคลไม่เป็นไปตามคุณสมบัติหรือมาตรฐานที่ผู้จัดสร้างได้โฆษณาไว้รวมถึง อาจเป็นเหตุให้การนำรายได้จากการจำหน่ายวัดถุ่มคลสูญนำไปใช้ในกรณีอื่นจากการ ดำเนินการสร้างพระพุทธศาสนา เนื่องจากไม่มีมาตรการตรวจสอบและควบคุมทั้งตัวผู้จัดสร้างและ กระบวนการจัดสร้างวัดถุ่มคลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4.2 ปัญหาการศึกษาความคิดว่า “วัดถุ่มคล” กับคำว่า “สินค้า” ตามกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เหตุผลที่ผู้วิจัยต้องศึกษาและศึกษาความคิดว่า “วัดถุ่มคล” กับคำว่า “สินค้า” ตามกฎหมาย ต่าง ๆ เนื่องจากในปัจจุบัน “วัดถุ่มคล” ถูกนำมาเป็นสินค้าสำหรับธุรกิจพุทธพานิชย์ ดังนั้นการนำกฎหมายใดก็ตาม ที่เกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพธุรกิจมาปรับใช้กับกรณีปัญหาการ จัดสร้างและเช่าบูชาที่วัดถุ่มคลนั้น ต้องได้ความว่า “วัดถุ่มคล” ถือเป็น “สินค้า” ตามกฎหมายต่าง ๆ

ที่เกี่ยวข้องจึงมีความจำเป็นต้องศึกษาและตีความ คำว่า “วัตถุมงคล” กับคำว่า “สินค้า” ตามกฎหมายต่าง ๆ

การจำหน่ายวัตถุมงคลนั้น ได้ปรากฏเป็นกระแสความนิยมในยุคปัจจุบัน ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาไม่ปรากฏธุรกิจการค้าประเภทนี้ขึ้นทั้งในสังคมไทยและในต่างประเทศ โดยในอดีตพระสงฆ์ได้สร้างวัตถุมงคลขึ้นเพื่อแจกจ่ายให้แก่ผู้เป็นลูกศิษย์ลูกหา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นอำนาจต่อรองด้านศีลธรรม และแจกให้แก่ลูกศิษย์ที่ต้องไปอกรอบหรือต้องเดินทางไกลเพื่อเป็นกุศลโดยนัยให้กับลูกศิษย์เหล่านั้นให้ดึงมั่นอยู่ในความดี ประพฤติปฏิบัติตัวอยู่ในศีลในธรรมจะทำสิ่งใดก็ให้ดึงอยู่บนความไม่ประมาท และเพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ดังนั้นในอดีต “วัตถุมงคล” จึงมิได้มีลักษณะเป็นสินค้าที่มีไว้หรือสร้างขึ้นสำหรับการซื้อขายแลกเปลี่ยนหรือหากำไร ทั้งนี้ ตามพจนานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของคำว่า “สินค้า” ว่าหมายถึง สิ่งของที่ซื้อขายกัน เช่น ร้านนี้มีสินค้านานาชนิด

วัตถุมงคลในปัจจุบันสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ประเภทเครื่องหรือพระพิมพ์ และประเภทเครื่องรางของขลัง เช่น ตะกรุด ผ้าขันต์ เหล็กไหล นาฬิกาขันต์ห้าแฉก เป็นต้น ซึ่งวัตถุมงคลแต่ละประเภทจะได้รับความนิยมในการบริโภคแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับกระแสความนิยมและความศรัทธาของผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันหากพิจารณาถึงความหมายของคำว่า “สินค้า” ตามพจนานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 แล้ว “วัตถุมงคล” ถือเป็น “สินค้า” เนื่องจากวัตถุมงคลในปัจจุบันเป็นสิ่งของที่มีการซื้อขายกัน ถึงแม้ว่าการโอนกรรมสิทธิ์จะใช้คำว่า “เช่าบูชา” ก็ตาม การใช้คำในลักษณะเช่นนี้ก็เป็นเพียงลักษณะของการประดิษฐ์ถือยกคำเพื่อบ่งถึงลักษณะสิ่งที่กระทำออกมาเท่านั้น ซึ่งลักษณะของการ “เช่าบูชา” วัตถุมงคล ก็เป็นลักษณะของการ “ซื้อขายวัตถุมงคล” นั่นเอง

ส่วน “วัตถุมงคล” จะเป็น “สินค้า” ตามความหมายของกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและการเช่าบูชาวัตถุมงคลหรือไม่นั้น ในส่วนนี้จะทำการศึกษา ดังนี้

4.2.1 การตีความ “สินค้า” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

บทนิยามตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ที่ให้คำนิยามเกี่ยวกับคำว่า “สินค้า” และ “ขาย” นั้น ได้บัญญัติไว้ในมาตรา 3 ดังนี้

“สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้เพื่อขาย

“ขาย” หมายความรวมถึง ให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือจัดหาให้ไม่ว่าด้วยประการใด ๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น ตลอดจนการเสนอหรือการซักชวนเพื่อการดังกล่าวด้วย

เมื่อพิจารณาบทนิยามดังกล่าวข้างต้นแล้ว “สินค้า” ตามบทนิยามหมายถึง ผลิตภัณฑ์ หรือวัตถุสิ่งของซึ่นได้กีดตามที่มีการผลิตขึ้นหรือมีไว้เพื่อขาย โดยไม่จำกัดจำนวนว่าต้องเป็น การผลิตหรือมีไว้เพื่อขายในปริมาณหรือจำนวนเท่าใด ผลิตภัณฑ์หรือวัตถุสิ่งของเหล่านั้นแม้มีเพียง ชิ้นเดียวก็ถือเป็น “สินค้า” และการขายไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการโอนกรรมสิทธิ์ของสินค้าเท่านั้น ยังหมายความรวมถึง การเช่า การเช่าซื้อ หรือการจัดหาให้ไม่ว่าด้วยประการใด ๆ ทั้งนี้การขายต้อง มีค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น รวมถึงการเสนอหรือการซักซานเพื่อการ “ขาย” ก็ถือว่าเป็นการขายตามพระราชบัญญัตินี้ด้วย

สำหรับ “วัตถุมงคล” ซึ่งในปัจจุบัน การจัดสร้างวัตถุมงคลส่วนใหญ่ที่มีการโฆษณา กันตามสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ หนังสือเฉพาะสำหรับวัตถุมงคล รวมถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ล้วนแล้วแต่มีวัตถุประสงค์ในการจำหน่ายวัตถุมงคล ถึงแม้จะไม่มีการโฆษณาวัตถุมงคล แต่วัตถุ มงคลโดยรวมหรือวัตถุมงคลที่ถูกจัดสร้างจากพระเกจิอาจารย์ชื่อดังก็จะได้รับความนิยมจากนักวัตถุ มงคล ทำให้ต้องมีการซื้อมาไว้ในความครอบครอง ดังนั้น “วัตถุมงคล” จึงถือว่าเป็น “สินค้า” ตามบทนิยามของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ส่งผลให้ผู้ที่ทำการเช่าบูชาหรือซื้อ วัตถุมงคลมาไว้ในความครอบครองทุกประเภทถือได้ว่าเป็นผู้บริโภคและจะได้รับความคุ้มครอง ตามพระราชบัญญัตินี้ ซึ่งกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกฎหมายที่ให้ความคุ้มครองกับ ผู้บริโภค 3 ด้าน กล่าวคือ ความคุ้มและคุ้มครองความปลอดภัยจากสินค้าและบริการความคุ้มและ คุ้มครองการโฆษณาสินค้าและบริการ และความคุ้มและคุ้มครองด้านการติดต่อสื่อสาร

4.2.2 การตีความ “สินค้า” ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542

พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 เป็นกฎหมายที่บัญญัติขึ้นโดย มีวัตถุประสงค์ในการควบคุมราคาสินค้าและบริการที่ใช้และจำเป็นต่อการอุปโภคและบริโภค ของประชาชน ให้อยู่ในราคาน้ำหนาที่เหมาะสมและยุติธรรมทั้งต่อผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ โดยพระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดคำนิยามไว้ในมาตรา 4 ซึ่งบัญญัติไว้ดังนี้

“ธุรกิจ” หมายความว่า กิจการในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การบริหารหรือกิจการอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน

“สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่อาจใช้ในการอุปโภคหรือบริโภค รวมทั้งเอกสาร แสดงสิทธิ์ในสิ่งของ

จากบทนิยาม “สินค้า” ข้างต้น ยังมีคำที่ต้องตีความเพื่อทำให้เข้าใจถึงความหมาย ของคำว่า “สินค้า” ได้ดังนี้ คือคำว่า “อุปโภค” และ “บริโภค” ซึ่งตามบทนิยามในพระราชบัญญัติ ฉบับนี้ไม่ได้บัญญัติความหมายของทั้งสองคำนี้ไว้ อย่างไรก็ตามพจนานุกรมไทยฉบับ ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของทั้งสองคำดังกล่าวไว้ดังนี้

“อุปโภค” [อุปะ โพก, อุบะ โพก] หมายความว่า เ奥มาใช้ให้เกิดประโยชน์ หรือที่奥มาใช้ให้เกิดประโยชน์

“บริโภค” [บอริ โพก] หมายความว่า กิน (ใช้เฉพาะอาการที่ทำให้ล่วงลำคอลงไปสู่กระเพาะ) เช่น บริโภคอาหาร เสพ เช่น บริโภคตาม ใช้สิ่นเปลือง ใช้สอย เช่น บริโภคสมบัติ

ดังนั้น “สินค้า” ตามบทนิยามแห่งพระราชนูญติติบัณฑีเมื่อนำมาพิจารณาประกอบกับ “วัตถุนัมกคล” แล้ว ต้องถือว่า “วัตถุนัมกคล” ถือเป็นสิ่งของที่อาจใช้ในการอุปโภค โดยวัตถุนัมกคลเป็นวัตถุที่ทำให้เกิดประโยชน์และมีคุณค่าทางจิตใจ สามารถสร้างความเชื่อมั่นและเป็นเครื่องขึ้นเหนี่ยวจิตใจของผู้บุกริโภค อีกทั้งการจำหน่ายวัตถุนัมกคลยังถือเป็น “ธุรกิจ” ตามบทนิยามแห่งพระราชนูญติติบัณฑีด้วย เนื่องจากการจำหน่ายวัตถุนัมกคลเป็นกิจการในทางพาณิชยกรรม กล่าวคือ มีการค้าขาย และเปลี่ยนเพื่อให้ได้ค่าตอบแทนสำหรับมูลค่าของวัตถุนัมกคลชิ้นนั้น ๆ แต่อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าวัตถุนัมกคลจะเป็น “สินค้า” ตามพระราชนูญติติบัณฑีว่าด้วยราคасินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 แต่สำหรับการควบคุมราคาวัตถุนัมกคลประเภทต่าง ๆ จะสามารถทำได้แค่ไหน เพียงไร ในส่วนนี้ยังคงต้องพิจารณาถึงหลักการต่าง ๆ ตามที่พระราชนูญติติบัณฑีได้ให้อ่านไว้รวมถึงข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นกับการประกอบธุรกิจเข้ามายังวัตถุนัมกคลในปัจจุบันด้วย ซึ่งในการนี้ ดังกล่าวจะได้ทำการศึกษาในหัวข้อต่อไป

4.3 ปัญหาการปั้นราคาวัตถุนัมกคล

ในอดีตความเชื่อในเรื่องพระเครื่องนั้น พระเครื่องถือเป็นของที่ควรเคารพแบบอนุสาวรีย์ สร้างบรรจุไว้ตามกรุเจดีย์ เพื่อหวังที่จะเป็นอานิสงส์ให้ผู้สร้างรุ่งเรืองในชาติหน้า และจะได้เป็นการสืบทอดพระพุทธศาสนาให้เจริญรุ่งเรืองสืบไป ดังนั้น พระเครื่องในอดีตจึงเป็นพระพิมพ์ที่สร้างบรรจุไว้ในเจดีย์ มิใช่สร้างอย่างพระเครื่องในปัจจุบันที่มีลักษณะออกแบบไปในทางของหลัง ครั้นกาลเวลาล่วงเดยมา ได้เกิดคติเชื่อกันว่าพระพิมพ์มีอำนาจเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สามารถคุ้มครองภัยอันตราย หรืออาจบันดาลให้เกิดลาภยศ ตลอดจนทำให้เกิดเส้นห์ ดังนั้น พระเครื่องจึงเป็นที่สนใจของทุกคน เป็นที่พึงและศรัทธาทางจิตใจ เป็นสัญลักษณ์แห่งความศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งผูกพันกับวิถีชีวิตของคนไทยจนถือเป็นวัฒนธรรมแห่งความเชื่อในอำนาจของพุทธคุณ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของตลาดการค้าพุทธพาณิชย์ที่ผลิตและเดิบโตรเนพะในประเทศไทย ที่สุดที่เดียวในโลก ในปัจจุบันหลาย ๆ คนหันมาเก็บพระแทนเงิน เพลิดเพลินกับการฝ่าดูความงอกเงยของตัวเลขทางบัญชี “ทรัพย์ศิลป์” ตลาดพระได้กลายเป็นตลาดทุนที่มีเงินหมุนสะพัด

มหาศาล¹ จึงทำให้เกิดแรงจูงใจแก่นักลงทุนให้หันมาลงทุนกับธุรกิจดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นทุกขณะ โดยหวังผลกำไรสูงสุดจากการลงทุน จนในที่สุดการเข้ามาร่วมคุณมูลค่าไม่ต่างกับการเล่นหุ้น

ซึ่งในปัจจุบันพบว่า มีพฤติกรรมการปั่นราคาวัตถุมูลค่าเกิดขึ้นในการเข้ามาร่วมคุณมูลค่าโดยนักลงทุนหรือผู้จำหน่ายห่วงผลกำไรสูงสุดในการจำหน่ายหัววัตถุมูลค่า โดยไม่คำนึงถึงวิธีการอันสูตริตที่จะทำให้ได้มาซึ่งผลกำไร และไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้บริโภค

ทั้งนี้ จากการวิจัยภาคสนาม (Field Research) โดยการสัมภาษณ์เจาะลึก (Indepth Interview) บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและการเข้ามาร่วมคุณมูลค่า ผู้วิจัยได้มีโอกาสสัมภาษณ์นักวิชาการทางด้านวัตถุมูลค่าท่านหนึ่ง เกี่ยวกับเรื่อง การกำหนดราคาวัตถุมูลค่า ในปัจจุบันใช้วิธีการกำหนดราคาอย่างไร ซึ่งบทสัมภาษณ์ในหัวข้อนี้ช่วงหนึ่งนักวิชาการฯ ท่านนี้ได้กล่าวว่าถึงพฤติกรรมการปั่นราคายังไงบ้าง น่าสนใจดังนี้ “...การกำหนดราคา ก็จะเป็นการกำหนดราคาตามสภาพคล่องของตลาด ว่ามีคนมาซื้อเท่าไหร่ อย่างเช่นตอนนี้ เหตุการณ์ของหลักทรัพย์หุ้น ราคา 5,000 บาท ต่อมามีคนไปร่ำรวยมาแล้วภายนอกเด่าต่อ กันมาว่า ได้แนวโน้มหุ้นเดียวกันเลยไม่เป็นไร ราคา ก็เลยพุ่งขึ้นมาเป็นองค์รวมหนึ่น พอนมีคนจ่าย 1 หมื่นบาทนี้ 5,000 ก็จะไม่มีคนขายละ มันจึงกำหนดราคาไปตามประสบการณ์ ไปตามคำล้ำเลือ อันนี้คือแบบปกติ แต่ถ้าแบบไม่ปกติ ก็จะมีพวกเซียนบางกลุ่มรวมตัวกันปั่นราคา อันนี้คือปัญหาใหญ่ เพราะว่าถ้าเป็นคนวางแผนหรือคนพอรู้เรื่อง ก็จะไม่ซื้อด้วย แต่ถ้าเกิดเป็นคนภายนอกจะไม่รู้ อย่างที่มีปัญหามากคือ พระกิจป่าวเรศ 2 ซึ่งออกปี 30 ของสมเด็จพระปูชนียาฯ ที่มีปัญหานี้คือ พวกเซียนจะมีกลุ่มนี้ที่ไปมอง ๆ พระไว้ แล้วก็จะไปเก็บพระมาจำนวนมากดังแต่สมัยราชอาณาจักรองค์ละไม่กี่ร้อยบาท ซึ่งพวกนี้เขามีสื่ออยู่ในมืออยู่แล้ว เขา ก็จะเงินปั่นราคา ว่าพระอันนั้นมีปักษิหาริย์อย่างนั้น หาก พอนมีคนอ่าน ก็อยากได้ไปหาซื้อข้างนอก ก็ไม่ได้ เพราะเขาเก็บไว้หมดแล้วเลขต้องไปซื้อกับพวกนี้ ซึ่งพวกนี้ก็สามารถปรับราคาให้สูงขึ้นได้อีก เพราะไปซื้อจากที่อื่นไม่ได้แล้ว เพราะไม่มีแล้วถ้ามีคนสักคนยอมจ่ายราคาหนึ่นหนึ่ง คราวนี้ ก็จะไม่มีใครยอมขายหลักร้อยแล้ว ราคา ก็จะยิ่งบวก ๆ ขึ้นไป”

จากบทสัมภาษณ์ผู้วิจัยพบว่า พฤติกรรมในการปั่นราคายังนั่น มีการร่วมมือกันของผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายหัววัตถุมูลค่า โดยแบ่งหน้าที่กันทำ กล่าวคือ มีส่วนหนึ่งกว้างซื้อหัววัตถุมูลค่า ส่วนหนึ่งทำการโฆษณาและส่วนหนึ่งเป็นผู้ปั่นราคา ซึ่งการกระทำดังกล่าวทำให้เกิดผลกระทบต่อวงการหัววัตถุมูลค่า ผู้บริโภคและพุทธศาสนาอย่างมาก

¹ วิเชียร ฤกษ์ไพศาล. (2554, 28 ธันวาคม). “พระปั่น” ต้องทันก่อน. หนังสือพิมพ์ทั่วสารทรายวัน, 21 (7699). หน้า 31.

อย่างไรก็ตาม หากเราพิจารณาหลักเกณฑ์การตั้งราคาสินค้าตามหลักเศรษฐศาสตร์จะพบว่าวิธีการขึ้นพื้นฐานในการตั้งราคา (Basic Methods of Setting Price) มีวิธีที่นิยมกันอยู่ทั่วไป 3 วิธีคือ วิธีการตั้งราคาโดยยึดต้นทุนเป็นเกณฑ์ วิธีการตั้งราคาโดยยึดความต้องการของตลาดเป็นเกณฑ์ และวิธีการตั้งราคาโดยยึดการแบ่งขั้นเป็นเกณฑ์ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาข้อเท็จจริงในการกำหนดราคารวัตถุคงคลในปัจจุบันเปรียบเทียบกับวิธีการตั้งราคาตามหลักเศรษฐศาสตร์ ข้างต้นแล้ว วิธีการตั้งราคาโดยยึดความต้องการของตลาดเป็นเกณฑ์ เป็นวิธีที่น่าจะตรงกับข้อเท็จจริงในการกำหนดราคารวัตถุคงคลมากที่สุด โดยการตั้งราคาโดยยึดความต้องการของตลาดเป็นเกณฑ์การพิจารณาตั้งราคางานตามแบบแบ่งลักษณะย่อย ๆ ได้อีกหลายลักษณะ โดยลักษณะที่ตรงกับกรณีของวัตถุคงคลนี้คือ การตั้งราคาในตลาดผูกขาด

การผูกขาดตามทฤษฎีเศรษฐกิจล้วน ๆ หมายถึง “การที่สินค้านิดหนึ่งมีนักคิดเดียว หรือบริษัทเดียวเท่านั้นเป็นผู้ผลิต โดยไม่มีคู่แข่ง ซึ่งได้แก่การผูกขาดรายเดียวอย่างสมบูรณ์ (Pure Monopoly)” อย่างไรก็ตามในความเป็นจริงแล้วสภาพเช่นนี้มีน้อยมาก การผูกขาดตามสภาพความเป็นจริงแล้ว จึงหมายความรวมถึง สภาพที่สินค้านิดหนึ่งมีนายทุนส่วนน้อยควบคุมการผลิตส่วนใหญ่ ทำให้มีอำนาจควบคุมตลาดได้

ลักษณะของการผูกขาดอย่างสมบูรณ์ (Pure Monopoly) Pure Monopoly หรือ Monopoly มาจากภาษากรีก คำว่า Mono แปลว่าหนึ่ง Polein แปลว่าผู้ขาย ขณะนี้การผูกขาดจึงเป็นโครงสร้างตลาดซึ่งมีผู้ขายเพียงรายเดียวขายสินค้าอื่นแทนกัน ได้จาก ตัวอย่าง ได้แก่ สินค้าสาธารณูปโภค (Public Utilities) เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา และโทรศัพท์ ดังนั้น ผู้ผูกขาดสามารถควบคุมราคาหรือเพิ่มปริมาณขาย หรือเข้าอาจจะจำกัดผลผลิตของเข้า แล้วขึ้นราคางานได้ ผู้ผูกขาดจึงเป็นผู้กำหนดราคา (Price Maker) หรือ (Price Searcher) ซึ่งผู้ผูกขาดเชื่อว่าการกระทำการจะไม่มีผลกระทบต่อผู้อื่น และการกระทำการของผู้อื่นย่อมไม่มีผลต่อเขา

ดังนั้น หากพิจารณาหลักการตั้งราคาตามหลักเศรษฐศาสตร์ของคืนจะพบว่า พฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายวัตถุคงคลมีลักษณะเป็นการผูกขาดอย่างสมบูรณ์ (Pure Monopoly) เนื่องจากการมีพฤติกรรมการเก็บรวบรวมวัตถุคงคลรุ่นที่กลุ่มผู้ประกอบธุรกิจสนใจและมีการโฆษณาเพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริโภคให้แก่ผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคสนใจต้องการวัตถุคงคล ดังกล่าว ก็ต้องไปเช่าบูชาจากผู้ประกอบธุรกิจเหล่านั้นเท่านั้น เพราะไม่สามารถหาเช่าบูชาจากแหล่งอื่นได้ จึงเป็นเหตุให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถขึ้นราคาวัตถุคงคลนั้น ๆ ได้ตามต้องการ

แต่อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงพฤติกรรมการปั่นราคาวัตถุคงคลของกลุ่มผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายวัตถุคงคลในปัจจุบัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่ามีหลายวิธี² ดังนี้

1. สร้างสถานการณ์ คือ หาทั้งหน้าม้า ไปภาดเช่าซื้อ สมมุติขายกัน 500 กีไปเช่าซัก 700 แล้วบอกให้หามาใหม่ จะเช่าต่อ กระจายหลาย ข่าวปากต่อปาก พอซักพักพากบอกให้หาก็ต้องมาซื้อพระซึ่งทุนอาจ 200-300 บาทจากการเก็บไว้เยอะ ๆ แต่ต้น แต่ซักพักราคาจะหยุดแล้วตกลง

2. ประกาศขายให้สูงกว่าชาวบ้าน ในกรณีผู้ขายต้องมั่นใจว่าจะสร้างไม่นาน พอสมควรขายหาก เช่นสร้าง 2000 องค์ มีซัก 50-100 องค์ก็พอแล้ว โดยประกาศนี้มักจะประกาศกันตามหนังสือขายพระ เพราะจะทำให้คนหลาย ๆ คนเชื่อว่า เขายากันราคานี้ ครมีพระก็ต้องขายราคานี้เหมือนกัน แต่ซักพักก็ขายได้ไม่นาน

3. ให้เพื่อน หมุนเวียนกันเช่า ผลัดซื้อขายอย่างใน อินเตอร์เน็ต พวกไม่รู้อะไรมี สังเกตเห็นจะเชื่อว่าเช่ากันจริง ๆ แล้วจะเช่าตามราคาที่พลัดหมุนเวียนกัน วิธีนี้ก่อนข้างแนบเนียน แต่คนที่เล่นนานจะมองออก เพราะราคาจะกระโดดไปไก่เกินจริง แต่ซักพักก็จบเกม

4. สร้างสถานการณ์ ให้น่าเชื่อว่า ศักดิ์สิทธิ์ ยังไม่เข้า รูปແแปลก ๆ แบบนี้สมัยก่อนใช้กันยะ

5. การปั่นจะกระทำกับพระใหม่ ๆ เพราะประวัติ ยังมีไม่นาน ใส่เข้าไป โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เยอะ ๆ

อย่างไรก็ตาม การปั่นราคายังคงเป็นภัยต่อวงการประวัติศาสตร์ ต้องมีพระเครื่องจำนวนก่อนข้างมาก ถึงจะสามารถปั่นราคายังคงได้ และคนที่ขายพระมักอ้างประสบการณ์ ว่า รู้ว่า ไหนดี เพื่อขายถ้าผู้บริโภคเชื่อ ก็จบเกม โดยหัก

ที่นี่ หากเราพิจารณาถึงบทัญญاتิของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ในส่วนของเรื่อง การซื้อขาย ซึ่งมีส่วนที่เกี่ยวโยงกับกรณีการเช่าบูชาวัตถุคงคลได้ โดยใช้หลักเกณฑ์ทั่วไปในเรื่องของนิติธรรมและสัญญา โดยเป็นความตกลงอันก่อให้เกิดหนี้ผูกพันกันระหว่างคู่สัญญาในการปฏิบัติตามสัญญาซื้อขาย หรือที่โดยทั่วไปเรียกว่า “การเช่าบูชาวัตถุคงคล” หากนำข้อเท็จจริงในการเช่าบูชาวัตถุคงคลมาเปรียบเทียบกับหลักการทั่วไปในเรื่อง การซื้อขาย หรือนิติธรรมสัญญาแล้ว คู่สัญญาต้องมีความสามารถตามกฎหมาย มีการแสดงเจตนาที่มิได้เกิดจากความสำคัญผิด กลั้นน้อด ข่มขู่หรือเจตนาลวง โดยทั่วไปแล้วต้องมีดีจนถึงปัจจุบัน การเช่าบูชาหรือการซื้อขายวัตถุคงคล

² อิทธิปัญหาริย์พระเครื่อง. หลักการปั่นราคายังคง. สืบคันเมื่อ 29 มกราคม 2557, จาก <http://www.itti-patihan.com/index.php>

ถือว่าเป็นการทำนิติกรรมที่สามารถกระทำได้ตามกฎหมาย เนื่องจากไม่มีวัตถุประสงค์ที่ขัดกับเจตนาณ์ของกฎหมาย

แต่เมื่อพิจารณาวิธีการปั่นราคาวัตถุมงคลข้างต้นผู้วิจัยมีความเห็นว่า ในกรณีที่ผู้บริโภคทำสัญญาซื้อขายวัตถุมงคลเนื่องจากการปั่นราคางานผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายวัตถุมงคล สัญญาดังกล่าวจะตกเป็นโมฆะเนื่องจากมีการแสดงเจตนาที่บกพร่องของคู่สัญญาหรือเป็นการแสดงเจตนาโดยวิปริต กล่าวคือ การแสดงเจตนาเข้าบูชาวัตถุมงคลของผู้บริโภคนั้นเกิดจากกระบวนการในการก่อเจตนาถูกรบกวนทำให้บิดเบือนไปจากที่ควรจะเป็น แต่เป็นกรณีที่เจตนาที่เกิดขึ้นเป็นการแสดงเจตนาที่ตรงกับเจตนาภายใน เพียงแต่เจตนาภายในนี้เกิดขึ้นในลักษณะที่ผิดปกติ เพราะมีเหตุการณ์มาแทรกแซงทำให้กระบวนการสร้างเจตนาแปรปรวนไป ทำให้เจตนานั้นไม่ปกติ ไม่อยู่ในลู่ทางที่ควรจะเป็น ความผิดปกติหรือความบกพร่องเกิดขึ้นในขั้นตอนของการก่อเจตนาภายใน เพราะมีการทำกลั่นอ่อนล จำกผู้ประกอบธุรกิจตามลักษณะพฤติกรรมที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้บริโภคถูกกลั่นอ่อนลดลงกล่าวจึงตัดสินใจหรือก่อเจตนาภายในไปตามที่มีการปั่นราคาวัตถุมงคลนั้น ๆ

ดังนั้น ผู้บริโภคที่เข้าทำสัญญาเข้าบูชาวัตถุมงคลจากผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายวัตถุมงคล โดยที่การบริโภคนั้นเกิดจากการปั่นราคาวัตถุมงคลของผู้ประกอบธุรกิจนั้น ๆ สัญญาดังกล่าวจะเป็นโมฆะตามบทบัญญัติในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 159³ แต่อย่างไรก็ตาม การใช้มาตรการทางแพ่งเกี่ยวกับการเข้าบูชาหรือซื้อขายวัตถุมงคลนั้น แทนจะไม่สามารถให้ความคุ้มครองผู้บริโภคได้เลย เนื่องจากยังคงมีปัญหาเกี่ยวกับการพิสูจน์ข้อเท็จจริงไม่ว่าจะเป็นเรื่องเจตนาของผู้จำหน่าย หรือข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุมงคล ซึ่งข้อเท็จจริงที่ไม่สามารถปฏิเสธได้ในวงการวัตถุมงคลคือ ผู้จำหน่ายมักจะมีความรู้และความชำนาญกว่าผู้เข้าบูชาหรือผู้ซื้อเสมอ

สำหรับประมวลกฎหมายอาญา เมื่อพิจารณาแล้วพบว่ามีส่วนที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับกรณีการปั่นราคาวัตถุมงคล 2 กรณีด้วยกัน คือ ในความผิดฐานหลอกหลวงในทางการค้าและความผิดฐานฉ้อโกง กล่าวคือ

กรณีความผิดฐานหลอกหลวงในทางการค้า ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 271
บัญญัติว่า

³ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 159 บัญญัติว่า

“การแสดงเจตนาแพ่ระบุกกลั่นอ่อนลเป็นโมฆะ

การถูกกลั่นอ่อนลที่จะเป็นโมฆะตามวรรคหนึ่ง จะต้องถึงขนาดซึ่งถ้ามิได้มีกลั่นอ่อนลดลงกล่าว การอันเป็นโมฆะนั้นคงจะมิได้กระทำขึ้น.”

“ผู้โดยทั่วไปของโดยหลอกหลวงด้วยประการใด ๆ ให้ผู้ซื้อหลงเชื่อในแหล่งกำเนิด สภาพคุณภาพหรือปริมาณแห่งของน้ำอันเป็นเท็จ ถ้าการกระทำนั้นไม่เป็นความผิดฐานน้อโงต้องระวังโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 271 เป็นการกระทำที่ว่าด้วยเรื่อง การขายสัมภาริมทรัพย์โดยการหลอกหลวงผู้อื่น (ผู้ซื้อ) ให้หลงเชื่อในแหล่งกำเนิด สภาพคุณภาพหรือปริมาณของของน้ำซึ่งไม่ตรงกับความเป็นจริงในขณะทำการขายสินค้านั้น ๆ ให้แก่ผู้ซื้อ โดยที่การกระทำดังกล่าวขึ้นไม่ถึงกับเป็นความผิดฐานน้อโง จากบทบัญญัติดังกล่าวนี้เมื่อพิจารณาแล้ว เป็นกฎหมายที่ทรงกับกรณีการหลอกหลวงเพื่อการจำหน่ายวัตถุมุ่งคลบคลอนให้กับผู้บริโภคได้มากที่สุด รวมถึงกรณีที่ผู้ขายต้องการปั้นราคาวัตถุมุ่งคลอให้สูงขึ้นจากราคาเดิมจึงทำการโฆษณาแหล่งกำเนิดวัตถุมุ่งคลที่ไม่เป็นความจริงด้วย ทั้งนี้เมื่อวิเคราะห์ถึงเจตนารามณ์ของกฎหมายมาตรานี้ จะเห็นได้ว่าเป็นบทบัญญัติที่มุ่งเอาผิดกับผู้ขายที่หลอกหลวงผู้อื่นให้หลงเชื่อ โดยกฎหมายได้จำกัดว่าของนั้นจะเป็นเครื่องอุปโภคหรือบริโภค ซึ่งการหลอกหลวงดังกล่าวนี้ อาจเป็นการกระทำด้วยวาจาหรือด้วยการแสดงกริยาการแสดงออกอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นหลอกหลวง เช่น มีการโฆษณาจำหน่ายพระเครื่องรุ่นหนึ่ง โดยโฆษณาว่าผ่านพิธีปลูกเสกจากพระเกจิอาจารย์ชื่อดังท่านหนึ่ง แต่ความจริงแล้วพระเครื่องดังกล่าวไม่ได้มีการปลูกเสกจากพระเกจิอาจารย์ชื่อดังที่ได้โฆษณาไว้ ดังนั้นจากการโฆษณาดังกล่าวเป็นผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิดที่มาของวัตถุมุ่งคลได้

กรณีความผิดฐานน้อโงตามมาตรา 341 ซึ่งเป็นการกระทำความผิดโดยการหลอกหลวงผู้อื่นด้วยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จ หรือปกปิดข้อความจริงซึ่งควรบอกให้แจ้งและโดยผลของการหลอกหลวงดังกล่าวผู้กระทำได้ไปใช้ทรัพย์สินของผู้ถูกหลอกหลวงไปโดยทุจริต ส่วนมาตรา 343 เป็นความผิดฐานน้อโงประชาชน โดยเป็นการหลอกหลวงประชาชนโดยทั่วไปซึ่งเป็นบทลงโทษหนัก สำหรับในส่วนนี้จะพิจารณาเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการหลอกหลวงในการจำหน่ายวัตถุมุ่งคลเท่านั้น

คำว่า “หลอกหลวง”⁴ ตามมาตรา 341 ประมวลกฎหมายอาญา หมายความว่า ทำให้เข้าใจผิด โดยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จหรือปกปิดข้อความจริงที่ควรบอกให้แจ้ง ทั้งนี้การหลอกหลวงด้วยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จ หมายถึงข้อเท็จจริงที่ไม่ตรงกับความจริง ความเท็จนั้นด้องเป็นความเท็จในเรื่องที่เกิดขึ้นแล้ว หรือกำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน เห็นได้ชัดเจนขณะที่แสดงข้อความนั้นออกมาน่า สำหรับการหลอกหลวงด้วยการปกปิดข้อความจริงซึ่งควรบอกให้แจ้งนั้นเกิดขึ้นต่อเมื่อผู้กระทำมีหน้าที่แจ้งให้ทราบโดยหน้าที่ตามกฎหมาย ตามสัญญา หรือหน้าที่ที่เกิดขึ้นจากการกระทำ

⁴ ทบุค แสงอุทัย. เล่มเดิม. หน้า 496-512.

กรังก่อน ๆ ของตน ซึ่งอาจทำให้บุคคลอื่นสำคัญผิด และหน้าที่ที่เกิดจากความสุจริตและไว้วางใจต่อกันและกัน โดยเกิดจากความสัมพันธ์ของคู่กรณีในด้านต่าง ๆ เช่น ทางด้านการค้า เป็นต้น

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการปั่นราคาวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าวแล้วพบว่ามีการกระทำที่เป็นลักษณะ “หลอกลวง” เช่น การโฆษณาสรรพคุณ อิทธิปาฏิหาริย์หรืออวดอ้างพุทธคุณของวัตถุประสงค์ที่เป็นการเท็จหรือสร้างสถานการณ์เข้ามายังกันระหว่างเพื่อนมนุษย์กันเช่น ผลัดซื้อขายอย่างในอินเตอร์เน็ต ทั้ง ๆ ที่ความจริงแล้วไม่มีการเข้ามายังกันจริง ๆ เพื่อเป็นการซักจุ่งใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในวัตถุประสงค์ดังกล่าว โดยหลงเชื่อตามโฆษณาที่ผู้ประกอบธุรกิจสร้างขึ้น จึงได้ทำการซื้อวัตถุประสงค์นั้น ทั้งนี้หากเป็นการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ที่เผยแพร่สู่สาธารณะชนก็จะเป็นความผิดฐานหล้อโกงประชาชน ตามมาตรา 343 ประมวลกฎหมายอาญา

แต่อย่างไรก็ตาม การบังคับใช้กฎหมายอาญาในความผิดฐานหล้อโกง และหลอกลวงทางการค้ามีปัญหาสำคัญในทางปฏิบัติ อยู่ที่ความยากลำบากในการเรื่องการพิสูจน์ข้อเท็จต่าง ๆ เกี่ยวกับตัววัตถุประสงค์ และการพิสูจน์องค์ประกอบทางด้านจิตใจหรือเจตนา ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 59⁵ รวมทั้งความรู้สึกของผู้ขายในแหล่งกำเนิด สภาพ หรือคุณภาพ ของวัตถุประสงค์ที่นำมาจำหน่ายนั้นด้วย ดังนั้นจึงไม่ปรากฏว่าเคยมีการดำเนินคดีกับผู้ต้องหาหรือจำเลยสำหรับการกระทำการผิดทางการค้า ส่วนความผิดฐานหล้อโกงนั้น ในทางปฏิบัติมีการแจ้งความร้องทุกข์กับพนักงานสอบสวนอยู่บ้าง แต่เมื่อผู้ถูกกล่าวหาขึ้นยืนว่าการจำหน่ายวัตถุประสงค์ของตนนั้นตนไม่ได้มีเจตนาหลอกลวง ผู้ถูกกล่าวหาที่ไม่ทราบว่าเป็นของปลอมเช่นกัน เช่นนี้คดีที่มีการร้องทุกข์กันส่วนใหญ่ก็จะเป็นการขาดเจตนาในการกระทำการผิด

นอกจากนี้ในเรื่องการกำหนดราคาสินค้าตามกฎหมายได้มี พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 เป็นกฎหมายที่มุ่งควบคุมสินค้าทั้งด้านราคาและปริมาณสินค้า

⁵ ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 59 บัญญัติว่า

“บุคคลจะต้องรับผิดในทางอาญาที่ต่อเมื่อได้กระทำโดยเจตนา เว้นแต่จะได้กระทำโดยประมาท ในกรณีที่กฎหมายบัญญัติให้ต้องรับผิดเมื่อได้กระทำโดยประมาท หรือเว้นแต่ในกรณีที่กฎหมายบัญญัติไว้โดยแจ้งชัดให้ต้องรับผิดแม้ได้กระทำโดยไม่เจตนา

การกระทำโดยเจตนา ได้แก่การกระทำโดยรู้สำนึกในการกระทำและในขณะเดียวกันผู้กระทำประสงค์ต่อผล หรือยอมเลิ่งเห็นผลของการกระทำนั้น

ถ้าผู้กระทำมิได้รู้ข้อเท็จจริงอันเป็นองค์ประกอบของความผิด จะถือว่าผู้กระทำประสงค์ต่อผล หรือยอมเลิ่งเห็นผลของการกระทำนั้นมิได้...”

โดยการที่รัฐจะเข้ามาแทรกแซง และกำหนดนโยบายตลอดจนเงื่อนไขสำหรับสินค้าที่มีรายชื่ออยู่ในรายการสินค้าควบคุม ตามประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ

สำหรับวัตถุ群คงนั้น ถือเป็น “สินค้า” ตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ เช่นกัน ตามที่ได้ วิเคราะห์ไว้ในข้อ 4.2 ข้างต้น แต่อย่างไรก็ตาม “สินค้า” ที่รัฐหรือหน่วยงานตามพระราชบัญญัติ ฉบับนี้จะเข้าไปแทรกแซง ได้จะต้องเป็น “สินค้าควบคุม” เท่านั้น โดยกฎหมายกำหนดให้อำนาจ แก่คณะกรรมการกลางที่จะใช้ดุลพินิจในการพิจารณาว่าสินค้าใดบ้างสมควรกำหนดเป็นสินค้า ควบคุม ทั้งนี้จะกระทำโดยการเสนอคณะกรรมการต่อเพื่อขอความเห็นชอบ และจากเจตนาณ์ในการ ประกาศให้เป็นสินค้าควบคุมก็เพื่อให้คณะกรรมการกลางหรือคณะกรรมการส่วนจังหวัดได้ใช้ อำนาจตามมาตรา 25 ควบคุมสินค้าได้ต่อไปตามมาตรการที่เห็นว่าสมควรและเหมาะสม

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาสินค้าประเภทวัตถุ群คงแล้ว ถึงแม้โครงสร้างตลาดของวัตถุ群คง จะมีผู้ผลิตและผู้ขายน้อยราย และสภาพตลาดไม่มีการแข่งขันกันเท่าที่ควร รวมถึงเป็นสินค้าที่มี ความเคลื่อนไหวด้านราคาน้อยครั้งหรือขึ้นผิดปกติและมีปริมาณขาดแคลนในบางครั้งแต่วัตถุ群คง มิได้เป็นสินค้าที่จำเป็นแก่การของชีพ วัตถุ群คงจึงไม่สามารถเป็น “สินค้าควบคุม” ได้ วัตถุ群คง มีลักษณะเป็นเพียง “สินค้าฟุ่มเฟือย” และมีผลทำให้รัฐไม่สามารถเข้าไปแทรกแซงควบคุม การกำหนดราคาของวัตถุ群คงได้

แต่อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการใด ๆ โดยจงใจที่จะทำให้ราคา สินค้าต่ำเกินสมควรหรือสูงเกินสมควร หรือทำให้เกิดความปั่นปวนซึ่งราคาของสินค้า เพื่อเป็น การคุ้มครองผู้บริโภคและควบคุมการกระทำการอันไม่สุจริตของผู้ประกอบธุรกิจที่ต้องการแสวงหา ผลประโยชน์หรือกำไรเกินควร บทบัญญัติในพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มาตราที่ 3 การกำหนดราคาสินค้าและบริการ มาตรา 29⁶ ได้กำหนดห้ามให้ผู้ประกอบ ธุรกิจดำเนินการดังกล่าว โดยกฎหมายมิได้จำกัดว่าธุรกิจที่ห้ามกระทำการดังกล่าวต้องเป็นธุรกิจ หรือสินค้าควบคุม เนื่องจากกฎหมายต้องการควบคุมการกระทำการของผู้ประกอบธุรกิจทุกประเภท ให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม

⁶ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มาตรา 29 บัญญัติว่า

“ห้ามให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการใด ๆ โดยจงใจที่จะทำให้ราคาต่ำเกินสมควรหรือสูงเกิน สมควรหรือทำให้เกิดความปั่นปวนซึ่งราคาของสินค้าหรือบริการใด

คณะกรรมการอาจกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่ถือว่าเป็นการทำให้ราคาต่ำเกินสมควรหรือ สูงเกินสมควร หรือทำให้ปั่นปวนซึ่งราคาของสินค้าหรือบริการใดก็ได้ หลักเกณฑ์และวิธีการดังกล่าวให้ประกาศ ในราชกิจจานุเบกษา.”

ทั้งนี้ เมื่อได้พิจารณาถึงกระบวนการหรือพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายวัตถุคงคลในการปั้นราคาวัตถุคงคลแล้ว พบว่าเป็นการดำเนินการโดยจงใจทำให้ราคาวัตถุคงคลสูงเกินสมควร เมื่อพิจารณาถึงราคาวัตถุคงคลก่อนที่จะเข้าสู่ตลาดวัตถุคงคล จากราคาหลักทรัพย์บาท เมื่อเข้าสู่กระบวนการปั้นราคา ๆ จะขึ้นไปเป็นหลักพันบาท ลึ่งแม่ว่าการซื้อขายวัตถุคงคลจะเป็นการซื้อขายตามความพึงพอใจก็ตาม แต่ก็ควรเป็นการซื้อขายอันเกิดจากพฤติกรรมที่สุจริตด้วยกันทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

ดังนั้นพฤติกรรมของผู้ประกอบกิจการจำหน่ายวัตถุคงคลในการปั้นราคาวัตถุคงคลจึงเข้าหลักเกณฑ์ ตามมาตรา 29 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาน้ำมันค้าและบริการ พ.ศ. 2542 ตามที่ผู้วิจัยทำการศึกษาข้างต้น นอกเหนือนี้ นอกจำกัดมาตรา 29 บัญญัติห้ามให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการใด ๆ โดยจงใจที่จะทำให้ราคาน้ำมันค้าต่ำเกินสมควรหรือสูงเกินสมควรหรือทำให้เกิดความปั่นป่วนซึ่งราคากองสินค้าแล้ว พระราชบัญญัตินี้ยังได้กำหนดโทษสำหรับผู้ประกอบธุรกิจที่ฝ่าฝืนข้อห้ามดังกล่าวไว้ด้วยในหมวด 5 บทกำหนดโทษ มาตรา 41⁷ ด้วย

แต่อย่างไรก็ตาม การนำพระราชบัญญัติว่าด้วยการกำหนดราคาน้ำมันค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มาใช้กับกรณีปัญหาการปั้นราคาวัตถุคงคลยังไม่เคยปรากฏเป็นแนวคิดพิพากษากฎิกาแต่อย่างใด แต่ตามมาตรา 29 วรรคสอง นี้ บัญญัติว่า “คณะกรรมการอาจกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่ถือว่าเป็นการทำให้ราคาน้ำมันค้าต่ำเกินสมควรหรือสูงเกินสมควร หรือทำให้ปั่นป่วนซึ่งราคากองสินค้าหรือบริการใดก็ได้ หลักเกณฑ์และวิธีการดังกล่าวให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา” ดังนั้น ในกรณีคณะกรรมการฯ สามารถใช้อำนาจตามมาตรา 29 วรรคสองนี้กำหนดพฤติกรรมการปั้นราคาวัตถุคงคลเป็นวิธีการต้องห้ามตาม มาตรา 29 นี้ได้

4.4 ปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณาเข่านูชาวัตถุคงคล

ด้วยการโฆษณา คือ การให้ข้อมูล ข่าวสาร และเป็นการสื่อสารสูงไปผู้บริโภคผ่านสื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ เพื่อจูงใจหรือโน้มน้าวใจให้กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย มีพฤติกรรมคล้อยตามเนื้อหาข่าวสารที่โฆษณา อันอื่ออานวยให้มีการซื้อหรือใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ ตลอดจนชักนำให้ปฏิบัติตามแนวความคิดต่าง ๆ ทั้งนี้ การจำหน่ายวัตถุคงคลในปัจจุบันได้อาศัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นทางหนังสือพิมพ์ นิตยสารสำหรับวัตถุคงคล

⁷ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาน้ำมันค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มาตรา 29 บัญญัติว่า

“ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 29 มาตรา 30 หรือมาตรา 31 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินเจ็ดปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนสี่หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

โดยเฉพาะ ทาง โทรทัศน์ ทางทีวีดาวเทียม ติดป้าย โฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ และตามสื่อ อิเล็กทรอนิกส์

ที่นี่ จากการศึกษาพบว่าปัญหาสำหรับการโฆษณาเพื่อจำหน่ายวัตถุมงคล คือ มีการโฆษณาโดยมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม โดยสื่อโฆษณาในลักษณะเน้นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ม่องไม่เห็น อาศัยอ้างสรรพคุณเกินสภาพที่น่าจะเป็น รวมถึงอ้างอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ต่าง ๆ ซึ่งทำให้ผู้เสพ ข้อมูลนั้น ๆ เกิดความงมงาย และ ไม่เน้นการปฏิบัติตามหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนา โดยสามารถยกตัวอย่างการโฆษณาวัตถุมงคลที่ไม่เหมาะสม ที่สามารถพบได้ตามสื่อต่าง ๆ ได้ ดังนี้ เช่น

ก. การโฆษณาโดยแบ่งออกหรือชวนให้เข้าใจไปในทางที่อุดอุตติรัมนุสสธรรม อวดอ้างคุณวิเศษ ปลูกฝังให้ละเลยการเคารพยึดถือหลักการสำคัญทางพระพุทธศาสนาที่เน้น การประพฤติ ปฏิบัติ โดยส่งเสริมให้ขอพรหรืออearnажา คลบบันดาล หรืออ้างอภินิหารสิ่งที่ไม่ สามารถพิสูจน์ได้ เช่น โฆษณาทางช่องเคเบิลทีวีช่องหนึ่งชื่อ “โอมมหาราช” ของอาจารย์หนู กันภัย ซึ่งมีเนื้อหาในโฆษณาตอนหนึ่งว่า “นาพิกาียนต์ ๕ แฉว ครรช์แรกของโลกแห่งกาลเวลา นาพิกา มหามงคล ยันต์มหาศักดิ์สิทธิ์” เดินไปกับความร่ำรวย ประวัติการณ์ครรช์แรกของโลกแห่งกาลเวลาที่ ประวัติศาสตร์ต้องจารึก นาพิกาียนต์ ๕ แฉว สีทอง รุ่น ๑ ปลุกเสกโดย อ.หนู กันภัย มูลค่า 2,500 บาทช้าหมด นาพิกาียนต์ ๕ แฉว เดินไปกับความร่ำรวย รายได้สร้างหลวงปู่ทวดที่สูงที่สุด” หรือ ในอดีตมีการโฆษณาของ “พระอาจารย์เนรรเอ จอมขังเวทย์ วัดหนองระกำ สาระบุรี วัตถุมงคลของ ท่านขอท้าพิสูจน์ ของมีค่าไม่ระยายพิว” ซึ่งลงโฆษณาในนิตยสารนักลงพระในช่วงปี 2537 ทุกฉบับ

ข. การแอบอ้างนามของพระภิกษุที่มีชื่อเดียง ซึ่งเป็นที่นิยมนับถือของประชาชนว่า คือผู้ปลุกเสกอธิฐานจิตวัตถุมงคลที่โฆษณาทั้งที่ความจริงแล้วไม่มีการกระทำดังกล่าว เช่น “หรือปุญหลวงปู่แพ้ว รุ่นบูชาครู 88 ปี 2554 เนื้อปลอกกระสุนปืน อธิฐานจิต โดยหลวงปู่แพ้ว สร้างโดยพลตำรวจไทยสันต์ เจียมอ่อน พปช.ก 7 ราคา 1,000 บาท...” ต่อมามีเมื่อไได้เปิดให้ ประชาชนสั่งจองไปแล้วระยะหนึ่ง ทางวัดประชาราษฎร์บำรุง หรือวัดรามนัน ต.รามพิกุล อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม ได้ติดป้ายประกาศที่วัด ว่าวัดไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดสร้าง วัตถุมงคลครั้งนี้ เป็นผลทำให้เกิดความโกลาหลประชาชนแห่เข้าคืนในของที่วัด

ก. การโฆษณาให้เกิดความเชื่อว่าได้คืนพบพระกรุหรือพระเก่าอายุหลายสิบหลายร้อย ปี ทั้งที่ไม่เป็นความจริง เช่น การลงโฆษณาในนิตยสารเชียงพะรัชวปี 2536 ของวัดแหงษ์รัตนาราม บางกอกใหญ่ กรุงเทพ “ผู้บริจาก 10,000 บาท จะได้รับพระพงสุพรรณ กรุวัดพระชาตุ จังหวัด สุพรรณบุรี ซึ่งเปิดกรุเมื่อปี พ.ศ. 2504” ซึ่งตามความเป็นจริงเมื่อช่วงปีดังกล่าว ไม่มีการเปิดกรุหรือ

พบพระพิมพ์ที่วัดพระธาตุแต่ย่างได มีผลทำให้ในช่วงเวลาที่ลงโฆษณาพระเครื่องผงสุพรรณของแท้สามารถนำออกให้เช่า (ขาย) ได้ไม่ต่ำกว่าองค์ละ 100,000 บาท โดยมีการรับซื้อห้างหมดไม่ว่าจะมีจำนวนเท่าใดก็ตาม

ทั้งนี้ ในกรณีการโฆษณาวัตถุมงคลของพระสังฆาธิการ (พระสังฆาธิการตามกฎหมายแห่งประเทศไทย) พระภิกษุผู้ดำรงตำแหน่งปักครองคณะสงฆ์ เช่น เจ้าคณะใหญ่ เจ้าคณะภาค รองเจ้าคณะภาค เจ้าคณะจังหวัด รองเจ้าคณะจังหวัด เป็นต้น) ได้มีมติห้ามนำมาตรฐานคุณภาพในสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และในสื่อวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งเป็นมติที่ออกมาโดยอาศัยอำนาจตามมาตรา 15 ตว แห่งพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 โดยมติดังกล่าวเกิดขึ้นจากการประชุมที่ประภากลีงการโฆษณาและการเรียกไรท์อวดอ้างสรรพคุณเกินสภาพที่น่าจะเป็นการชวนเชื่อ และใช้สื่อเพื่อแสวงหาประโยชน์ส่วนตนมากว่าจะเป็นประโยชน์ส่วนรวม ดังนี้

1. การโฆษณาสรรพคุณพระบูชาและวัตถุมงคล โดยอ้างแหล่งที่มาของวัสดุที่นำมาสร้างพระบูชาและวัตถุมงคล จำนวนพระบูชาและวัตถุมงคลที่นำมาจำหน่ายหรือเลกเปลี่ยนหรือมอบเป็นของที่ระลึก โดยไม่รู้จักหมด ตลอดถึงอ้างอิทธิฤทธิ์ปฏิหาริษัติ ฯ อาจเข้าข่ายการโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งหมื่นเหมือนกับการอวดอุติมานุสสธรรม และเข้าลักษณะเมืองเบนหลักพระสังฆธรรม คือ ปริยัติ ปฏิบัติ และปฏิเวช ได้

2. การใช้สื่อต่าง ๆ ในการเรียกไร โดยไม่คำนึงถึงหลักธรรมคำสั่งสอนที่แท้จริงของพระพุทธศาสนา มุ่งแต่ประโยชน์ส่วนตนหรือกลุ่มนบุคคล มากกว่าการเผยแพร่พระพุทธศาสนา

3. การนำเสนอพระพุทธรูปหรือสัญลักษณ์ทางพระพุทธศาสนา นางวนบริเวณทางเท้า หรือข้างถนน ที่คนเดินผ่านไปมา ควรที่จะมีกฎหมายหรือกฎหมายเบี่ยงห้ามและกำหนดให้มีการปฏิบัติที่ชัดเจน

ซึ่งในการนี้ที่ประชุมได้สรุปเป็นมติให้สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติดำเนินการจำนวน 5 ข้อด้วยกัน แต่มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ คือ

ข้อ 3. หากผู้จัดทำพระบูชาหรือวัตถุมงคลเป็นคฤหัสส์ ขอให้พระสังฆาธิการช่วยกันสอดส่องคุ้มครองเจ้าหน้าที่ฝ่ายบ้านเมืองดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

ข้อ 4. ขอให้มีมาตรการควบคุมการเผยแพร่หรือโฆษณา การจัดสร้างพระบูชาหรือวัตถุมงคลทางสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อวิทยุโทรทัศน์ หลังจากได้ทำการศึกษาอย่างละเอียดพบว่าในปัจจุบันมหा�ธรรมสมาคมยังไม่มีมาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณา

ตามมติดังกล่าวแต่อย่างใด ดังนั้นการควบคุมการโฆษณาวัตถุคงคลจึงเป็นการควบคุมการโฆษณาภายในหลังที่เกิดการโฆษณาขึ้นแล้ว ส่วนมาตรการตรวจสอบการโฆษณาอ่อนน้อมใจโฆษณาเผยแพร่สู่สาธารณะชนนั้น ยังไม่มีมาตรการใด ๆ เข้ามาควบคุม อีกทั้งการควบคุมการโฆษณาตามติดังกล่าวยังเป็นการควบคุมเฉพาะพะระสังฆาริ-การเท่านั้น ไม่ครอบคลุมถึงกรณีการโฆษณาที่เกิดขึ้นจากมวลร่าวส ซึ่งการโฆษณาจำหน่ายวัตถุคงคลในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นการกระทำของมวลร่าวส และถึงแม้ว่าที่ประชุมได้มีข้อสรุปตามข้อ 3 ของมติดังกล่าว ในกรณีที่ผู้จัดทำพระบูชาหรือวัตถุคงคลเป็นคุณหัสส์ ขอให้พะระสังฆาริการช่วยกันสอดส่องคุณและแจ้งเจ้าหน้าที่ฝ่ายบ้านเมืองดำเนินการตามกฎหมายต่อไปก็ตาม ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันแล้วพบว่า ลำพังการควบคุมดูแลรวมถึงการบริหารจัดการกันภายในคณะสงฆ์ยังไม่สามารถทำกันได้ทั่วถึง เนื่องจากบุคลากรทางพระพุทธศาสนามีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้น จึงเป็นกรณีที่เป็นไปได้ยากมาก สำหรับการให้พะระสังฆาริการช่วยกันสอดส่องคุณและการกระทำใด ๆ ของมวลร่าวส

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษากฎหมายอื่นนอกจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา พบว่ามีกฎหมายที่ยังสามารถนำมาปรับใช้เพื่อแก้ปัญหาการโฆษณาวัตถุคงคล ได้อีกกล่าวคือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เนื่องจากวัตถุคงคลถือว่าเป็น “สินค้า” ตามบทนิยามของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ในมาตรา 3 ดังที่ได้วิเคราะห์ไว้แล้วในหัวข้อที่ 4.2.1

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้มีหนังสือ ด่วนที่สุด ที่ นร 0302/1438 ลงวันที่ 28 มกราคม 2551 ถึงสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ความว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้รับหนังสือร้องเรียนจากประชาชนจำนวนมากแจ้งว่า ได้พบการโฆษณาวัตถุคงคลใช้ชื่อว่า “พระสมเด็จเนื้อหัว” ทางหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด นิตยสาร คุณภาพดีก ป้ายประกาศริมถนน สื่อโฆษณาบริเวณหน้าที่ทำการ ไปรษณีย์ ธนาคาร ออมสิน ธนาคารกรุงไทย ธนาคารทหารไทย และธนาคารกรุงหลวงไทย จดหมายแจ้งข่าว จากมูลนิธิอัญมณีราชนุสรณ์ที่ส่งถึงประชาชนตามบ้านพักและป้ายโฆษณาขนาดใหญ่บนทาง ยกระดับจตุรทิศ ในช่วงระหว่างวันที่ 10-12 ธันวาคม 2550 โดยใช้ข้อความโฆษณาว่า “สร้างจาก ดอกไม้พระราชาทานพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ผสมผงพุทธคุณ และว่านมงคลกว่าหมื่นชนิด ของวัดทั่วพระราชอาณาจักร พระเครื่อง ปลุกเสก 770 องศา ภูพุทธากิเบก ณ วัดระฆังโอมสิตาราม พระเกจิอาจารย์ 76 จังหวัด สมโภช 5 กว่า พระอารามหลวง เป็นการสร้างพระสมเด็จเนื้อหัว 5 สี ครั้งแรกของชาวไทย

1. สีขาวเนื้อวัตถุระฆัง สมโภชใหญ่ภาคกลาง เป็นของชาวกรุงเทพและภาคกลาง
2. สีเหลืองในหลวง สมโภชใหญ่เมืองเหนือ เป็นของชาวล้านนาภาคเหนือ

3. สีเขียวพระแก้ว สมโภชใหญ่ริมโขง เป็นของชาวภาคอีสาน
4. สีชมพูพิพิพย์ สมโภชใหญ่ภาคตะวันออก เป็นของชาวภาคตะวันออก
5. สีน้ำทะเล สมโภชใหญ่ปักษ์ใต้ เป็นของชาวภาคใต้ ฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน

ที่ระลึกการสร้างอุโบสถสองกษัตริย์ ร่วมถวายเป็นพระราชกุศล แด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 8 และพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9” และมีภาพประกอบการโถมนาเป็นพระเครื่องบูชาเนื้อผงหลาวยสี “ด้านหน้าเป็นพระพุทธชรุป ด้านหลังมีรอยตราลักษณะคล้ายพระมหาลงกุฎ”

การที่ผู้สร้างใช้ชื่อว่า “พระสมเด็จเหนือหัว” และมีตราลงกุฎมาประทับบนองค์พระซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับ “ตราพระมหาพิชัยลงกุฎ” ทำให้ประชาชนเข้าใจผิดว่าการจัดสร้างพระดังกล่าวเกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์และสำนักพระราชวัง จึงขอให้พิจารณาดำเนินการตรวจสอบ และจากการตรวจสอบข้อเท็จจริงปรากฏว่า การนำตราลงกุฎมาใช้ประทับด้านหลังพระสมเด็จเหนือหัวนั้น เป็นแนวความคิดของบริษัท ไคอมอนด์ จำกัด โดยนายสิทธิกร บุญลิม ซึ่งบริษัท ไคอมอนด์ จำกัดฯ และนายสิทธิกร เป็นผู้กระทำการ โถมนาพระสมเด็จเหนือหัวทั้งหมดรวมทั้งเป็นผู้จัดกิจกรรมให้เช่าบูชาพระ โดยใช้ข้อความโถมนาที่ทำให้ประชาชนเข้าใจว่าการสร้างพระดังกล่าวเกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์ และเป็นการจัดสร้างพระเพื่อให้ประชาชนที่เช่าบูชาได้ถวายความจงรักภักดีต่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในพระราชโสดาสำคัญที่พระองค์มีพระชนมายุครบ 80 พรรษาเนื่องจากใช้ชื่อพระว่า “สมเด็จเหนือหัว” ที่มีความหมายทำให้ประชาชนเข้าใจได้ว่าหมายถึงพระมหากษัตริย์ และนำรอยตราที่มีลักษณะคล้ายพระมหาลงกุฎ ใช้ประกอบด้านหลังองค์พระ การกระทำดังกล่าวเป็นการกล่าวอ้างสถาบันพระมหากษัตริย์ เพื่อประโยชน์ในการของตน โดยมิได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาต อีกเป็นการมิบังควรอย่างยิ่ง อันอาจเป็นการหมิ่นต่อพระบรมเดชานุภาพ

ในการนี้ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขอหารือข้อกฎหมายต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคว่ากรณีตามข้อเท็จจริงข้างต้นเข้าลักษณะตามบทบัญญัติตามมาตรา 22 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 อยู่ในอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโถมนาโดยไม่ขัดต่อบทบัญญัติ มาตรา 21 แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าวหรือไม่

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (คณะที่ 11) ได้พิจารณาข้อหารือดังกล่าว ปรากฏข้อเท็จจริงเพิ่มเติมว่า เหตุที่ต้องหารือมานี้เนื่องจากในการประชุมคณะกรรมการติดตามสอดส่องและวินิจฉัยการโถมนา มีอนุกรรมการฯบางฝ่าย เห็นว่า สมควรส่งเรื่องให้มหาเถรสมาคม เป็นผู้พิจารณา เพราะอยู่ในอำนาจหน้าที่ของมหาเถรสมาคมตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์

พ.ศ. 2505 จึงมีประเด็นต้องพิจารณาว่าพระราชบัญญัติคณะสงข์ฯ ถือเป็นกฎหมายที่บัญญัติเรื่องดังกล่าวไว้โดยเฉพาะตามมาตรา 21 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 หรือไม่

ทั้งนี้ เมื่อคณะกรรมการกฤษฎีกาได้พิจารณาพระราชบัญญัติคณะสงข์แล้ว พบว่า ไม่บบทบัญญัติใดกล่าวถึงการโฆษณาวัตถุนงคลไว้โดยเฉพาะ คงมีแต่ติดหาตรวจสอบความเรื่องการโฆษณาพระพุทธรูป พระเครื่องและวัตถุนงคลในหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุโทรทัศน์ เพื่อการควบคุมการโฆษณาพระบูชาและวัตถุนงคลของพระภิกษุสงข์ แต่ข้อเท็จจริงตามเอกสาร และคำชี้แจงว่า การโฆษณา “สมเด็จพระเนห៍อห្ស” เป็นการกระทำของคุหัสส์ทั้งหมดโดยมิได้เกี่ยวข้องกับพระภิกษุแต่อย่างใด พระราชบัญญัติคณะสงข์ฯ และมตินหาตรวจสอบดังกล่าว จึงไม่อาจใช้บังคับ อีกทั้งในปัจจุบันยังไม่มีบบทบัญญัติกฎหมายอื่นใดบัญญัติกีယากับการโฆษณา วัตถุนงคลของคุหัสส์ไว้โดยเฉพาะ จึงเห็นว่า เป็นอำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา โดยตรงที่จะวินิจฉัยว่าการโฆษณาดังกล่าวเข้าลักษณะฝ่าฝืนกฎหมายหรือไม่

ต่อมาคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาวินิจฉัยว่าการกระทำการของนายสิทธิกร บุญจิม และพวกเป็นความผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 จึงยื่นเรื่องให้สำนักงานอัยการสูงสุดพิจารณาและดำเนินการต่อไป เมื่อสำนักงานอัยการสูงสุดพิจารณากรณีตามข้อเท็จจริงดังกล่าวแล้ว อัยการเจ้าของสำนวนมีความเห็นควรสั่งฟ้องและทำการยื่นฟ้องนายสิทธิกร บุญจิม กับพวกเป็นการกระทำการหายนะต่อสาธารณะ ภายหลังศาลอาญาได้รับคำฟ้องจากสำนักงานอัยการสูงสุดและมีคำพิพากยานเป็นคดีหมายเลขคดีเลขที่ อ.1185/2553⁸ โดยศาลอาญา มีคำพิพากษาว่า จำเลยทั้งสองมีความผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 22 วรรคสอง (5) มาตรา 47 วรรคหนึ่ง มาตรา 48 มาตรา 59 พระราชบัญญัติเครื่องหมายราชการ มาตรา 6-8 และประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 341 มาตรา 343 วรรคแรก ประกอบมาตรา 83 การกระทำการใดเป็นความผิดหายนะต่อสาธารณะ ซึ่งเป็นบทที่มีโทษหนักที่สุดตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 91 ฐานนี้อ โงกประชาชนและฐานโฆษณา โดยใช้ข้อความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค และก่อให้เกิดความเสียใจพิจในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ของสินค้า เป็นการกระทำการเดียว ผิดต่อกฎหมายหายนะ ลงโทษฐานนี้อ โงกประชาชน ซึ่งเป็นบทที่มีโทษหนักที่สุดตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 90 จำเลยที่ 1 จำคุก 4 ปี จำเลยที่ 2 ปรับ 10,000 บาท ฐานใช้หรือเลียนเครื่องหมายราชการ จำเลยที่ 1 จำคุก 1 ปี จำเลยที่ 2 ปรับ 2,000 บาท รวมสองกระทงจำเลยที่ 1 จำคุก 5 ปี จำเลยที่ 2 ปรับ 12,000 บาท หากจำเลยที่ 2 ไม่ชำระค่าปรับให้จัดการตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 29 ให้จำเลยทั้งสองร่วมกันคืนหรือใช้ราคารหรพ์ให้ผู้เสียหาย จำนวน 921 คน

⁸ คันทราราชมนูกดี. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2556, จาก <http://www.crimec.coj.go.th/>

ตามจำนวนที่ผู้เสียหายแต่ละคนเช่าบัญชาพระสมเด็จเนื้อหัวไปจากจำเลยทั้งสอง รวมเป็นเงินไม่เกิน 4,055,916 บาท ตามที่โจทก์ขอ

ดังนั้น จากการศึกษาข้างต้นการโழยนาเพื่อให้เช่าบัญชา (จำหน่าย) วัตถุมงคลจึงตอกย้ำได้บังคับแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เกี่ยวกับการโழยนา แต่อย่างไรก็ตามจะต้องเป็นกรณีที่การโழยนาเพื่อให้เช่าบัญชาวัตถุมงคลเกิดขึ้นจากการกระทำการของคุหสัสดหรือมาราดาเท่านั้น ส่วนการโழยนาที่เกิดจากการกระทำการของพระภิกษุตอกย้ำได้บังคับของคณะกรรมการศาสนา ซึ่งออกมาโดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505

ทั้งนี้ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติเกี่ยวกับการโழยนาไว้ในส่วนที่ 1 เรื่อง การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโழยนา ซึ่งมีหลักกฎหมายที่สำคัญและสามารถนำมาปรับใช้กับกรณีการควบคุมการโழยนาวัตถุมงคลของเอกชนทั่วไปได้ ดังนี้

มาตรา 22 การโழยนาจะต้องไม่ใช้ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบการจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ตาม

(3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำการผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎหมายระหว่างประเทศ

ข้อความที่ใช้ในการโழยนาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโழยนาตาม (1)

ทั้งนี้ หากพิจารณาหลักกฎหมายตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 22 พบว่าหลักสำคัญสำหรับการโழยนาคือ การโழยนาจะต้องไม่ใช้ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมส่วนรวม ไม่ว่าข้อความ

ดังกล่าวจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

อย่างไรก็ตาม หากนำบทัญญัติตามมาตรา 22 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ข้างต้นพิจารณาประกอบกับข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการโฆษณาวัตถุประสงค์ที่เกิดขึ้นตามสื่อต่าง ๆ ก็จะพบข้อความที่อาจถือว่าเป็นข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคจากการโฆษณา วัตถุประสงค์ในหลายกรณี ดังนี้

ก. กรณีการโฆษณาวัตถุประสงค์โดยบ่งบอกหรือชวนให้เข้าใจไปในทางที่誤อุตริมนุสธรรม อาทิ อ้างคุณวิเศษ เช่น โฆษณาทางช่องเคเบิลทีวีช่องหนึ่งชื่อ “โอมหารวย” ของ อาจารย์หนูกันภัย ซึ่งมีเนื้อหาในโฆษณาว่าตอนหนึ่งว่า “นาพิกาขันต์ 5 และ ครั้งแรกของโลก แห่งกาลเวลา นาพิกานามวงศ์ ยั่นมหาศักดิ์สิทธิ์ เดินไปกับความร่ำรวย ประวัติการณ์ครั้งแรกของโลกแห่งกาลเวลาที่ประวัติศาสตร์ต้องจารึก นาพิกาขันต์ 5 และ สีทอง รุ่น 1 ปลุกเสกโดย อ.หนู กันภัย มูลค่า 2,500 บาทช้าหมด นาพิกาขันต์ 5 และ เดินไปกับความร่ำรวย รายได้สร้างหลวงปู่ทวด ที่สูงที่สุด” การโฆษณาดังกล่าวเนื่องจากถือว่าเป็นข้อความที่เกินความจริง ในส่วนของเนื้อหาที่ว่า “เดินไปกับความร่ำรวย” ซึ่งเนื้อหานี้อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าใส่นาพิกาขันต์ 5 และแล้วจะทำให้ร่ำรวย ทั้งนี้ การที่คนจะร่ำรวยต้องรู้จักทำงานหากิน รู้จักเก็บออมและรู้จักการใช้เงิน การใส่นาพิกาเพียงอย่างเดียวโดยไม่ทำงานหากิน ไม่สามารถทำให้กรร่ำรวยได้ ดังนี้โฆษณาที่มีข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือกรณีการโฆษณาในอดีตของเเฟรนไชส์ได้มีการโฆษณาว่า “พระอาจารย์เเฟรนไชส์ จอมมังเวทย์ วัดหนองระกำ สารบุรี วัตถุประสงค์ของท่านขอท้าพิสูจน์ของมีค่าไม่ระยายผิว” ซึ่งในกรณีเช่นนี้อาจถือได้ว่าเป็นข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมาย กล่าวคือเป็นข้อความที่ทำให้คนมากระทำการต่อเนื่องตัวร่างกายผู้ที่มีวัตถุประสงค์ดังกล่าว ซึ่งการกระทำการอันตรายด้วยของมีค่าต่อเนื่องตัวร่างกายผู้อื่นย่อมเป็นการกระทำความผิดทางอาญา ดังนั้น จึงเป็นการโฆษณาที่มีข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคเช่นกัน

ข. กรณีการแอบอ้างนามของพระภิกษุที่มีชื่อเสียง ซึ่งเป็นที่นิยมนับถือของประชาชน ว่าคือผู้ปลุกเสกอธิษฐานจิตวัตถุประสงค์ที่โฆษณาทั้งที่ความจริงแล้วไม่มีการกระทำดังกล่าวหรือ การแอบอ้างบุคคลที่มีความสำคัญและมีชื่อเสียงของประเทศว่าเป็นประธานในการจัดสร้าง หรือเป็นเจ้าของโครงการในการจัดสร้าง ซึ่งการโฆษณาในลักษณะนี้เป็นการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค เนื่องจากมีข้อความอันเป็นเท็จ และก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ของสินค้า

ค. กรณีการโழณาให้เกิดความเชื่อว่าได้คันพับพระกรุหรือพระเก่าอายุหลายสิบ
หลายร้อยปีทั้งที่ไม่เป็นความจริง การโழณาในลักษณะนี้ถือว่าเป็นการโழนาที่มีข้อความเท็จ
ซึ่งเป็นข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค อีกทั้งยังก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ
คุณภาพ ของสินค้า ซึ่งนอกจากจะเป็นความผิดตามมาตรา 22 แห่งพระราชบัญญัตินี้แล้ว
ยังเป็นความผิดตามมาตรา 47 ด้วย

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาสภาพปัจจุบัน ผู้ศึกษาพบว่า
การโழนาเพื่อจำหน่ายวัตถุมงคลในปัจจุบัน ผู้โழนามักจะเน้นข้อความที่เกี่ยวกับพุทธคุณ
ของวัตถุมงคล โดยอาศัยความเลื่อมใสศรัทธา และความทุกข์ความกังวลใจของผู้บริโภคมาเป็น^{จุดขาย}
จุดขายวัตถุมงคลมากกว่าการยึดหลักธรรมคำสั่งสอนทางพระพุทธศาสนา เพื่อเป็นการขัด格ลาจิจิ
ของพุทธศาสนา และทำนุบำรุงรักษาพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของชาติ อย่างไรก็ตาม
ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายที่สามารถควบคุมและเอาผิดกับการโழนาวัตถุมงคลที่ไม่เหมาะสม และ
ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคได้ก็ตาม แต่การโழนาวัตถุมงคลในปัจจุบัน ก็ยังคงมีการโழนาเพื่อ^{จำหน่าย}
จำหน่ายวัตถุมงคลที่มีข้อความที่ไม่เหมาะสม และไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคตามสื่อต่าง ๆ อย่าง
ต่อเนื่อง ยังในปัจจุบันเทคโนโลยีทางด้านการสื่อสารทำได้สะดวกมากขึ้นทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์
และอินเตอร์เน็ต ประชาชนสามารถเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างไม่จำกัด การโழนาเพื่อจำหน่ายวัตถุ
มงคลก็เพิ่มมากขึ้นและสะดวกขึ้น แต่การควบคุมหรือการสร้างแนวทางการโழนา เพื่อจำหน่าย
วัตถุมงคลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ยังไม่เกิดขึ้น และถึงแม้ว่าการโழนาในส่วนของพระภิกษุนี้
จะมีมติของมหาเถรสมาคมควบคุมการโழนาวัตถุมงคลเป็นการเฉพาะ แต่ด้วยเทคโนโลยีใน
ปัจจุบันทำให้การโழนาກ้าวหน้าขึ้นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการโழนาตามสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่ง
ตามมติมหาเถรสมาคมดังกล่าวไม่ครอบคลุมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมและ
เข้าถึงได้อย่างง่ายได้ในปัจจุบัน อีกทั้งบุคลากรทางศาสนายังมีอยู่อย่างจำกัด ไม่เพียงพอสำหรับการ
ตรวจสอบ ควบคุมดูแล และบริหารงานของฝ่ายศาสนา ดังนั้นสภาพปัจจุบันสำหรับการโழนาวัตถุ
มงคลที่แท้จริง คือ ไม่มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการควบคุม และตรวจสอบการโழนา หรือ
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเช่าบูชา (จำหน่าย) วัตถุมงคลเข้าไปดูแลควบคุม รวมถึงไม่มีการ
ตรวจสอบการโழนาให้เช่าบูชาวัตถุมงคล ดังนั้นการควบคุม ตรวจสอบการโழนาของหน่วยงาน
ที่มีอำนาจหน้าที่ ซึ่งเป็นอำนาจหน้าที่ตามบทบัญญัติของกฎหมายทั่ว ๆ ไป มักจะเกิดขึ้นภายหลัง
จากที่ผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากการโழนาแล้ว และหลายครั้งที่ผู้บริโภคได้รับความเสียหาย
จากการโழนาแล้ว แต่ไม่มีการดำเนินการเอาผิดกับผู้โழนา จึงทำให้มีการโழนาจำหน่ายวัตถุ
มงคลในลักษณะที่มีข้อความไม่เหมาะสม และไม่เป็นธรรม ต่อผู้บริโภค ตามสื่อต่าง ๆ อย่างมาก many
และนับวันยิ่งจะมีการโழนาในลักษณะที่ไม่เหมาะสมไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น

4.5 ปัญหาเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีเงินได้จากการนำวัตถุมุงคลออกให้เช่าบูชา (จำหน่าย)

การเช่าบูชาวัตถุมุงคลย่อมทำให้เกิดรายได้ขึ้น ซึ่งถือเป็นเงินได้ตามประมวลรัษฎากร และเมื่อเกิดเงินได้ขึ้นผู้มีเงินได้ย่อมมีหน้าที่ในการเสียภาษีจากเงินได้นั้น โดยเงินได้จากการจำหน่ายวัตถุมุงคลจะต้องใช้เกณฑ์ใดในการเสียภาษี ย่อมขึ้นอยู่กับข้อเท็จจริงที่ว่าผู้มีเงินได้จากการจำหน่ายวัตถุมุงคลเป็นผู้ใด เนื่องจากการจำหน่ายวัตถุมุงคลนั้นจากการศึกษาและวิเคราะห์ ปัญหาเกี่ยวกับสิทธิในการจัดสร้าง พบว่าไม่มีกฎหมายจำกัดสิทธิผู้ใดไว้ ดังนั้นการจัดสร้างวัตถุมุงคลผู้ใดก็สามารถจัดสร้างและจำหน่ายได้แม้จะเป็นเพียงมาราคาสีตาม

ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้มีเงินได้จากการจำหน่ายวัตถุมุงคลเป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เช่น บุคคลธรรมดา ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่ไม่ใช่นิติบุคคล ต้องใช้เกณฑ์เงินสด (Cash Basic) ในการเสียภาษี โดยภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นภาษีที่จัดเก็บจากเงินได้พึงประเมินของบุคคลธรรมดาตามบทบัญญัติ มาตรา 39 แห่งประมวลรัษฎากร ซึ่งเงินได้พึงประเมินที่ต้องนำมาระบุเสียภาษีสำหรับเงินได้บุคคลธรรมดาแบ่งออกเป็น 8 ประเภท ตามลักษณะของการได้เงินมา แต่สำหรับเงินได้จากการจำหน่ายวัตถุมุงคลนั้น ถือเป็นเงินได้จากธุรกิจการพาณิชย์ ซึ่งเป็นเงินได้ตามมาตรา 40 (8) แห่งประมวลรัษฎากร

สำหรับ ผู้มีเงินได้จากการจำหน่ายวัตถุมุงคลเป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้นิติบุคคล เช่น ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด บริษัทมหาชน์จำกัด และกิจการซึ่งดำเนินการเป็นทางการค้า หรือหากำไรโดยรัฐบาลต่างประเทศ องค์กรของรัฐบาลต่างประเทศ หรือนิติบุคคลอื่นที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศ ต้องใช้เกณฑ์สิทธิ (Accrual Basic) ในการเสียภาษี โดยมีฐานภาษีเงินได้นิติบุคคล คือ กำไรสุทธิ (รายได้หักด้วยรายจ่ายทั้งหมดของนิติบุคคล) ซึ่งคำนวณได้จากรายได้จากการหรือเนื่องจากกิจการที่กระทำในรอบระยะเวลาบัญชีหักด้วยรายจ่ายตามเงื่อนไขที่ได้ระบุไว้ในประมวลรัษฎากร โดยมีอัตราภาษีคงที่ ๕๐% ตามมาตรา 27

แต่อย่างไรก็ตามหากพิจารณาข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ผู้ที่จัดสร้างและจำหน่ายวัตถุมุงคลส่วนใหญ่จะเป็นวัด คณะบุคคล บุคคล รวมถึงห้างร้านต่าง ๆ หน่วยงานของรัฐซึ่งไม่มีฐานะเป็นนิติบุคคลตามประมวลรัษฎากรเป็นผู้จัดสร้างและจำหน่ายวัตถุมุงคลเสียมากกว่า ดังนั้นการจัดเก็บภาษีจากเงินได้ในการจำหน่ายวัตถุมุงคลจึงจะเน้นไปที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ทั้งนี้ ในกรณีที่วัดเป็นผู้จัดสร้างและจำหน่ายวัตถุมุงคลเอง เงินได้จากการจำหน่ายวัตถุมุงคลของวัดจะได้รับการยกเว้นไม่ต้องเสียภาษี ถึงแม้ตามพระราชบัญญัติจะลงบก. 2505 บัญญัติให้วัดที่ได้รับพระราชทานวิสุทโข สำนักสงฆ์ มีฐานะเป็นนิติบุคคลและให้เจ้าอาวาสเป็นผู้แทนของวัดในกิจการทั่วไปก็ตาม แต่จากความหมายของคำว่า “บริษัทหรือห้าง

หุ้นส่วนนิติบุคคล” ตามมาตรา 39 ประมวลรัษฎากรนั้น กรณีนิติบุคคลที่จะมีหน้าที่เสียภาษี ย่อมไม่หมายความรวมถึง “วัด” ในพระพุทธศาสนา เนื่องจากวัดมิใช่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลตามประมวลรัษฎากร โดยกรมสรรพากรได้มีคำวินิจฉัยไว้ใน หนังสือสรรพกรที่ กก 0706/512 ลงวันที่ 20 มกราคม 2548 เรื่องภาษีเงินได้ ภาษีธุรกิจเฉพาะ และอากรแสตมป์ กรณีโอนกรรมสิทธิ์ที่ธรภสผ. โดยได้วินิจฉัยว่าหากข้อเท็จจริงปรากฏว่าวัดได้จัดตั้งขึ้นตามมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติ คณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติ คณะสงฆ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 วัดมีฐานะเป็นนิติบุคคล เมื่อวัดโอนกรรมสิทธิ์ที่ธรภสผ.ให้แก่กระทรวง ก. โดยกรม บ. ได้รับค่าพาดิกรรมเป็นการตอบแทน มีการภาษีดังนี้

1. ภาษีเงินได้นิติบุคคล วัดไม่เข้าลักษณะเป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ตามนิยามในมาตรา 39 แห่งประมวลรัษฎากร วัดจึงไม่มีหน้าที่ต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล เมื่อกระทรวง ก. โดยกรม บ. จ่ายเงินค่าพาดิกรรมให้แก่วัดตามมาตรา 34 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติ คณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 และได้กระทำโดยพระราชบัญญิกาโอนกรรมสิทธิ์ที่ธรภสผ.วัดให้แก่กระทรวง ก. พ.ศ. 2546 ผู้จ่ายเงินจึงไม่มีหน้าที่ต้องคำนวณหักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่าย ในขณะที่มีการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม ตามมาตรา 69 ตรี แห่งประมวลรัษฎากร

จากการที่วัดไม่ต้องเสียภาษีเมื่อวัดมีเงินได้ จึงส่งผลให้การจัดสร้างวัดถุมงคล ในปัจจุบันมีมาตรฐานอาศัยวัดในการจัดสร้างวัดถุมงคลโดยวิธีการต่าง ๆ เช่น นายทุนหรือนักธุรกิจมักจะเสนออินให้วัดเพื่อเป็นต้นทุนในการผลิตวัดถุมงคล และตกลงกับวัดว่าจะบริจาคเงิน อีกส่วนหนึ่งเพื่อสนับสนุนดำเนินบูรณะวัด แต่ขอให้วัดถุมงคลที่วัดสร้างขึ้นให้เป็นของนายทุนแล้ว จึงนำวัดถุมงคลดังกล่าวออกจำหน่ายให้กับประชาชนทั่วไปภายหลัง หรือออกชนทำการจัดสร้าง วัดถุมงคลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว หลังจากนั้นก็มาขอให้พระเกจิอาจารย์ทำพิธีปลูกเสกวัดถุมงคลให้ และเมื่อมีการจำหน่ายก็จะทำการโฆษณาว่าเป็นวัดถุมงคลจากวัดและฝ่ายการปลูกเสกจาก พระเกจิอาจารย์ท่านนั้น เป็นต้น โดยวิธีการเหล่านี้ทำให้เงินได้จากการจำหน่ายวัดถุมงคลซึ่งมิได้เป็นเงินได้หรือรายได้ของวัด แต่เป็นเงินได้ของนายทุน นักธุรกิจ หรือออกชน ที่ควรต้องเสียภาษีไม่ได้เสียภาษี

นอกจากนี้ยังมีกรณีของการจำหน่ายพระเครื่องหรือพระพิมพ์ที่เป็นรุ่นดังและ เป็นที่นิยมกันมากในวงการพระเครื่อง ทำให้พระเครื่องหรือพระพิมพ์รุ่นนั้น ๆ มีราคาสูงมากและ ราคาไม่คงที่ เมื่อมีการจำหน่ายจะทำให้เกิดรายได้จำนวนมหาศาลแก่ผู้จำหน่าย โดยการจำหน่าย ในลักษณะนี้มักจะไม่ใช่การจำหน่ายในตลาดพระเครื่องทำให้เงินได้จากการจำหน่ายวัดถุมงคล ในลักษณะนี้ไม่มีการเสียภาษีเช่นกัน

ดังได้กล่าวมาแล้วจากข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นทำให้เกิดปัญหาในการจัดเก็บภาษีจากเงินได้ในการเช่าบุชาตคุณงคลหลายประการ ได้แก่

1) ปัญหาในการลดลงเลี้ยงภาษี อายุที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นในกรณีที่วัดเป็นผู้จำหน่ายวัตถุคงคล วัดไม่ต้องเสียภาษีเนื่องจากวัสดุไม่ได้เป็นนิติบุคคลตามประมวลรัษฎากร จึงทำให้นายทุน นักธุรกิจทั้งหลายที่ต้องการหารายได้และกำไรมากจากการเช่าบุชาตคุณงคล ใช้ช่องว่างนี้เป็นช่องทางนี้ในการลดลงเลี้ยงไม่เสียภาษี ซึ่งปัญหานี้ในข้อนี้การตรวจสอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีก็มีส่วนสำคัญในการแก้ปัญหานี้ได้ แต่ขั้นตอนที่สำคัญที่ทำให้ขั้นตอนนี้ทำได้ยากคือ ขั้นตอนในการตรวจสอบเนื่องจาก การจัดสร้างและเช่าบุชาตคุณงคลไม่มีหน่วยงานของรัฐเข้ามามีความคุณเป็นการเฉพาะ และการจัดสร้างและเช่าบุชาตคุณงคลของนราวาสไม่มีข้อบังคับหรือมาตราการใดให้ต้องขออนุญาตหน่วยงานใดเสียก่อน การจัดสร้างและเช่าบุชาตคุณงคลจึงสามารถทำได้อย่างอิสระ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีจึงไม่มีฐานข้อมูลใด ๆ เลยที่เกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและการเช่าบุชาตคุณงคล จึงส่งผลให้หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการจัดเก็บภาษีไม่สามารถจัดเก็บภาษีจากการเช่าบุชาตคุณงคลได้

2) ปัญหาเกี่ยวกับการคำนวณเงินได้จากการจำหน่ายวัตถุคงคล เนื่องจากราคาวัตถุคงคลในปัจจุบัน ไม่มีมาตรฐานทางกฎหมายในการกำหนดหรือควบคุมราคา โดยการกำหนดราคา เป็นการกำหนดราคางานความเห็นของผู้เชี่ยวชาญในวงการวัตถุคงคล ประกอบกับกระแสความนิยมจากผู้บริโภค ยิ่งวัตถุคงคลมีกระแสความนิยมจากผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้นเท่าไร ราคาวัตถุคงคล ก็จะยิ่งมีราคาสูง จึงทำให้ราคาวัตถุคงคลมีความผันผวนไม่หยุดนิ่ง นอกจากนี้จากการศึกษาบันทึกว่า หากนำวัตถุคงคลรุ่นเดียวกันไปจำหน่ายในสถานที่ต่างกัน ราคาก็จะ廉價 ในแต่ละที่ก็จะมีราคาแตกต่างกันด้วย ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ ณ เวลาที่มีการเช่าบุชาตคุณงคลกัน เจ้าหน้าที่ของรัฐจึงไม่สามารถคำนวณเงินได้ที่แท้จริงจากการเช่าบุชาตคุณงคลได้

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาสภาพปัญหาในเรื่องการจัดเก็บภาษีจากเงินได้ในการจำหน่ายวัตถุคงคลแล้ว พบว่าหากต้องการแก้ไขปัญหาในส่วนนี้ ต้องมีการควบคุมการจัดสร้างวัตถุคงคลจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องเสียก่อน การควบคุมนั้นอาจเป็นการควบคุมการขออนุญาต ทั้งการจัดสร้างและการเช่าบุชา ซึ่งการขออนุญาตความมีรายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบวัตถุคงคล ที่ขออนุญาตจัดสร้าง จำนวน สถานที่จัดสร้าง ราคาที่จะทำการเช่าบุชา ซึ่งผู้จัดสร้างและผู้จำหน่าย เป็นต้น การควบคุมในลักษณะนี้จะมีผลดีทั้งต่อผู้บริโภค ผู้จัดสร้าง ผู้จำหน่าย และหน่วยงานของรัฐในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย

4.6 ปัญหาเกี่ยวกับหน่วยงานที่มีหน้าที่ควบคุมดูแลการจัดสร้างและเข้าบูรณาการวัตถุนิยมคล

จากสภาพปัญหาหลายประการที่ได้ศึกษาและวิเคราะห์มาแล้วข้างต้น ผู้ศึกษาพบว่า ปัญหาในการจัดสร้างและเข้าบูรณาการวัตถุนิยมคลเป็นสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นมาเนื่องจากการประกอบธุรกิจการค้าวัตถุนิยมคล ซึ่งเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ในสังคมไทย และเป็นปัญหาที่มีลักษณะ เป็นการเฉพาะ โดยการเผยแพร่วัตถุนิยมคลเพื่อจุดประสงค์ทางการค้าในปัจจุบันได้ทวีความรุนแรงมากขึ้นทุกขณะ ทำให้ภาพพจน์ของศาสนาพุทธอันเป็นศาสนาประจำชาติไทย ซึ่งเน้นการปฏิบัติตามหลักธรรมคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าเกิดความเสื่อมเสีย ในขณะเดียวกันมาตรการทางกฎหมายที่มีอยู่ก็ไม่สามารถใช้แก้ไขสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นได้ทุกส่วน เนื่องจากปัญหาหลาย ๆ ส่วนที่เกิดขึ้น เป็นเหตุการณ์ใหม่ ซึ่งมีลักษณะของปัญหาเป็นการเฉพาะตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ด้วยเหตุนี้จึง เป็นเหตุให้ทางกรมศาสนาและมหาเถรสมาคมเกิดแนวความคิด ต้องการควบคุมกิจกรรมทางพุทธพานิชย์ เพื่อแก้ไขสภาพปัญหาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของตน โดยตรง ทำให้มีเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2536 มีการจัดการประชุมคณะกรรมการบริการศาสนาและศิลปวัฒนธรรม เกี่ยวกับเรื่อง “พุทธพานิชย์” ที่ห้องประชุมคณะกรรมการบริการศาสนาและศิลปวัฒนธรรม ตึกรัฐสภา โดยผลการประชุมกรรมศาสนากำลังได้ประมวลความคิดเห็นที่จะกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมการสร้างการโฆษณา การจำหน่ายเกี่ยวกับวัตถุนิยมคล รวมทั้งลิ๊น 8 ข้อ ดังนี้

- (1) การห้ามสร้างวัตถุนิยมคลกระทำไม่ได้ แต่การจัดสร้างจะต้องขออนุญาตตามลำดับขึ้น จนถึงเจ้าของให้กลับมาลงโทษค่าเสียหาย
- (2) การสร้างวัตถุนิยมคลจะต้องควบคุม นับแต่การผลิต การโฆษณา การจำหน่ายและการใช้จ่ายเงิน ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์
- (3) การอนุญาตสร้างวัตถุนิยมคล จะต้องบอกเหตุผลวัตถุประสงค์การนำเงินไปใช้จ่าย
- (4) การโฆษณาทางสื่อมวลชนทุกชนิด ควรห้ามโฆษณาอวดอ้างป้ายห้ามห้าม หรือห้ามโฆษณา เกินความจริง
- (5) ให้มีการประชาสัมพันธ์ให้เฉพาะเนื้อหาของวัตถุนิยมคล หลักการ เหตุผลและวัตถุประสงค์ว่าจะนำรายได้ไปทำอะไร ตลอดจนสถานที่จัดสร้างและจำหน่าย
- (6) ห้ามสร้างวัตถุนิยมคลที่ไม่ใช่สัญลักษณ์ทางพุทธศาสนา หรือมีรูปแบบที่ไม่สมควร
- (7) ควรออกประกาศ ระเบียบ หรือกฎหมายว่าด้วยการสร้างวัตถุนิยมคลเพื่อควบคุม การผลิต จำหน่าย และการปลอมแปลง โดยให้ควบคุม ได้ทั้งค่าเสียหายและมารยาท
- (8) หมายเหตุ การห้ามการทางกฎหมายดำเนินการกับผู้ที่จัดสร้างวัตถุนิยมคลไว้ในที่อันไม่สมควร ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ มีมติให้กรมศาสนาดำเนินการตามข้อสรุปทั้ง 8 ข้อ ที่เสนอให้เป็นรูปธรรมต่อไป และจะได้ประชุมพิจารณาหารือมาตรการที่สามารถจะควบคุมได้โดยทั่วไป

ทั้งพระสงฆ์และประชาชน แต่อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าการประชุมดังกล่าวนี้จะมีการจัดประชุมกันมาแล้วตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 แต่ในปัจจุบันยังไม่ได้มีการดำเนินการตามมติของคณะกรรมการชิการศาสนาและศิลปวัฒนธรรมในเรื่องดังกล่าวแต่อย่างใด

ตามมติดังกล่าวข้างต้นมติที่ออกมาโดยอาศัยอำนาจของพระราชบัญญัติคณะสังฆ พ.ศ. 2505 ทำให้มติดังกล่าวสามารถนำไปบังคับใช้กับพระภิกษุได้ตามเนื้อหาในมติดังกล่าว แต่ไม่สามารถนำไปบังคับใช้กับเอกชนทั่วไปที่เป็นฆราวาสได้ ดังนั้นในการจัดสร้างวัดถุมงคล หากเป็นการจัดสร้างโดยฆราวาส ๆ ก็ไม่ต้องทำการขออนุญาตจัดสร้างวัดถุมงคลจากหน่วยงานใด แต่หากพิจารณาถึงมาตรฐานเดรสมากมดังกล่าวถึงแม้จะกำหนดให้พระภิกษุที่มีความประสงค์จะจัดสร้างวัดถุมงคลต้องขออนุญาตตามกำหนดขึ้น จนถึงเจ้าคณะใหญ่เนพะคณะสังฆเสียก่อน แต่ตามมตินี้ เป็นเพียงการหารือเพื่อร่วมรวมความคิดเห็นภายในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดแนวทางการควบคุมธุรกิจพุทธพาณิชย์เท่านั้น ซึ่งในปัจจุบันยังไม่ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์หรือวิธีการขออนุญาตให้เป็นรูปธรรมตามมติดังกล่าวแต่อย่างใด ดังนั้น ปัจจุบันการจัดสร้างวัดถุมงคลของเหล่าพระภิกษุสังฆจึงยังไม่มีมาตรการใด ๆ เข้ามายกเว้น

ดังนั้น จากการศึกษาพบว่า ในปัจจุบันการควบคุมดูแลการจัดสร้างและเข้ามายังวัดถุมงคลจึงไม่มีหน่วยงานของรัฐหน่วยงานใดดูแลควบคุมเป็นการเฉพาะ การควบคุมดูแลจึงเป็นการควบคุมดูแลภายใต้บังคับกฎหมายของกฎหมายทั่ว ๆ ไปที่เกี่ยวของกับการจัดสร้างและจำหน่ายวัดถุมงคลเป็นเรื่อง ๆ ไปเท่านั้น เช่น เรื่องการโไมยณาจาน่ามายวัดถุมงคลของเหล่าฆราวาส ตกอยู่ภายใต้บังคับแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ว่าด้วยการโไมยณา โดยมีคณะกรรมการว่าด้วยการโไมยณาเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบให้การโไมยนาต่าง ๆ เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ส่วนกรณีที่การโไมยณาเกิดจากการกระทำการของพระภิกษุสังฆ ได้มีมติมหาเถรสมาคม ครั้งที่ 7/2547 เมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2547 เรื่อง “การโไมยนาพระพุทธรูป/พระเครื่อง และวัดถุมงคลในสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และในสื่อวิทยุโทรทัศน์” เป็นมติที่ใช้ในการควบคุมการโไมยนาวัดถุมงคล

หรือในการนิการทำสัญญาซื้อขายวัดถุมงคล การทำสัญญาเกี้ยเป็นเพียงสัญญาซื้อขายสั่งหาริมทรัพย์ธรรมดा ซึ่งจะตอกย้ำภายใต้บังคับของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ว่าด้วยการซื้อขาย และสัญญา เมื่อเกิดความเสียหายขึ้นโดยเป็นความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการทำสัญญาซื้อขายตามหลักเสรีภาพในการทำสัญญา (Freedom of Contract) ในกรณีนี้จะถือว่าเป็นการกระทำระหว่างเอกชนกับเอกชน เมื่อมีความเสียหายเกิดขึ้นเอกชนสามารถฟ้องร้องเอกชนอีกฝ่ายหนึ่งให้รับผิดตามสัญญาซื้อขายที่ได้ทำขึ้นระหว่างกัน โดยรัฐจะไม่เข้ามายังกิจกรรมนี้ ซึ่งใน

กรณีนี้ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อขายวัตถุมงคลจะอยู่ในความครอบครองของผู้จำหน่าย ดังนั้น การฟ้องคดีจึงมีปัญหาเกี่ยวกับการพิสูจน์ข้อเท็จจริง หรือพิสูจน์พยานหลักฐาน

แต่อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีปัญหาที่เกี่ยวกับการจัดสร้างและการเช่าบูชาไว้วัตถุมงคลที่ยังไม่มีมาตรการใด ๆ เข้ามาควบคุม เช่น เรื่องราคาวัตถุมงคล ตามที่ได้วิเคราะห์มาแล้วในข้อ 4.3 เนื่องจากวัตถุมงคลเป็นสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย รัฐจึงไม่สามารถเข้ามาแทรกแซงเพื่อกำหนดราคาของวัตถุมงคลได้หรือในกรณีที่มีมาตรการในการควบคุม แต่เนื่องจากปัญหาในด้านการควบคุมการจัดสร้างวัตถุมงคล รวมถึงผลกระทบเกี่ยวกับปัญหาในการกำหนดราคาวัตถุมงคล เป็นเหตุให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีจากเงินได้ในการนำวัตถุมงคลออกให้เช่าบูชา เนื่องจากมาตรการในการจัดเก็บภาษีที่มีอยู่ไม่สามารถนำมาใช้ได้

จากสภาพปัญหาที่ทำการศึกษามาในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ทำให้พบว่าปัญหาเกี่ยวกับการจัดสร้างและเช่าบูชาไว้วัตถุมงคลทางพุทธศาสนา มีลักษณะของสภาพปัญหาเป็นการเฉพาะและเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานหลายหน่วยงานทั้งทางภาครัฐ และภาคเอกชน กฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันจึงไม่สามารถแก้ไขสภาพปัญหาทั้งหมดที่เกิดขึ้นอย่างองค์รวมได้ ดังนั้น การกำหนดมาตรการในการควบคุมดูแลการจัดสร้างและการเช่าบูชาไว้วัตถุมงคล เป็นการเฉพาะรวมถึงการกำหนดหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งให้มีหน้าที่ในการควบคุมดูแลการจัดสร้างและเช่าบูชาไว้วัตถุมงคลจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นและสมควรกระทำเป็นอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาสภาพปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้บูชา โภค และ darm ไไวซึ่งพระพุทธศาสนาให้เจริญก้าวหน้าต่อไป

4.7 วิเคราะห์บทสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและการเช่าบูชาไว้วัตถุมงคล

การสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและการเช่าบูชาไว้วัตถุมงคลนี้ เป็นการวิจัยภาคสนาม (Field Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) เกี่ยวกับปัญหาการจัดสร้างและการเช่าบูชาไว้วัตถุมงคลซึ่งเป็นปัญหาที่สำคัญของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมารวบรวมและวิเคราะห์ให้เป็นระบบเพื่อทำการศึกษาหาข้อสรุปและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการแก้ปัญหาของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ดังนี้

4.7.1 ประเด็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดสร้างวัดถุ mongคลในปัจจุบัน

ในประเด็นนี้ได้ทำการสัมภาษณ์ตัวแทนจากสองกลุ่มด้วยกันคือ ตัวแทนจากนักวิชาการทางด้านวัดถุ mongคล และตัวแทนจากผู้จัดสร้างวัดถุ mongคล โดยตัวแทนจากทั้งสองกลุ่มได้ให้ความเห็นในประเด็นนี้ ดังนี้

นักวิชาการทางด้านวัดถุ mongคล

มองว่า “ดั้งเดิมพระสงฆ์เป็นคนสร้างวัดถุ mongคลเองแล้วแยกฟรีเท่านั้น เพื่อให้คนนำไปเป็นกำลังใจเวลาไม่ปัญหาหรือเวลาไปส่งกรรม หรือไม่ก็อาจจะแยกให้ในฐานะเป็นที่ระลึกในฐานะที่เขาไปแบกอธิปูน ราย มาช่วยสร้างวัด วัดก็เกรงใจไม่รู้จะให้อะไรดี ก็เลยให้พระเป็นเครื่องตอบแทน ดังนั้น เมื่อก่อนพระสงฆ์จะเป็นผู้สร้างเอง แต่ต่อมาภายหลังมีจำนวนคนเยอะขึ้นพระสงฆ์สร้างเองคนเดียวไม่ไหว ชาวสารอบ ๆ วัด เช่น กรรมการวัด บรรพบุรุษ จึงเข้ามาช่วย โดยอาจจะเข้ามาช่วยบนคิน อาจจะมาช่วยปืนหรือหามาลสาร ทำให้เริ่มนิคัน 2 กลุ่มนี้เป็นหลักที่ช่วยสร้างพระโดยพระจะเป็นผู้ปลูกเสกเอง ปัจจุบันมีเรื่องของพุทธพานิชย์เข้ามา มีคันเริ่มเข้ามาหากำไรกับการเข้ามาช่วยพระเครื่อง เพราะมีต้นทุนราคาถูก กลุ่มนายนุ่นที่มีเงิน มีช่าง มีอะไรต่าง ๆ ก็จะเริ่มเข้ามา “ไปหาวัดที่มีหลวงปู่ดัง ๆ แล้วก็ขออนุญาตท่านสร้างขึ้นมา โดยนายทุนจะออกทุน แล้วหลวงปู่ปลูกเสกแล้วเงินที่ได้จากการทำพิธี จากการเข้ามาช่วย ก็จะแบ่งให้วัดส่วนหนึ่งแล้วนายทุนก็เอ้าไปเองส่วนหนึ่งซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นส่วนของนายทุน วัดไม่ค่อยได้เท่าไหร่”

ผู้จัดสร้างวัดถุ mongคล

มองว่า “การจัดสร้างวัดถุ mongคลในอดีต หลวงปู่ ครูนา หลวงพ่อหรือเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียง ปฏิบัติคิด ปฏิบัติชอบเป็นผู้จัดสร้างวัดถุ mongคลของตนเอง เพื่อแจกให้แก่ลูกศิษย์ ชาวบ้าน หรือประชาชนที่ไปสักการะกรรมไห้วัฐา หรือทำบุญเนื่องในโอกาสต่าง ๆ โดยไม่มีการเช่าหานบุญและไม่ได้กำหนดราคา หรือมูลค่าของวัดถุ mongคลนั้น ๆ เพราะสร้างขึ้นด้วยความศรัทธา และวัสดุ หาได้ในธรรมชาติ เช่น ดิน ไม้ พง หรือโลหะ ด้วยเหตุในสมัยก่อนมักมีโรคภัยไข้เจ็บ หรือถูกสัตว์ป่าทำร้าย และภัยสงคราม ด้วยความเชื่อจึงใช้วัดถุ mongคล มีไว้เพื่อปกป้องภัยตรายใด ๆ จากโรคภัยและสัตว์ทำร้าย จากภัยสงคราม รวมทั้งเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ แต่โดยหลักแล้วการจัดสร้างพระเครื่องหรือวัดถุ mongคล ก็ด้วยเจตนาแทนองค์พระพุทธรูป เพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนา ซึ่งในอดีตมักจะสร้างในจำนวน 84,000 องค์ ตามพระธรรมขันธ์

ปัจจุบันการจัดสร้างวัดถุ mongคลไม่มีการกำหนด ระบุหรือจำกัดตัวบุคคลผู้มีสิทธิในการจัดสร้างวัดถุ mongคลแต่ประการใด นอกจากหลวงปู่ ครูนา หลวงพ่อหรือเกจิอาจารย์ดัง ๆ เป็นผู้จัดสร้างวัดถุ mongคลของตนเองแล้ว ลูกศิษย์ หรือประชาชนผู้ศรัทธาต่อตัวหลวงปู่ หลวงพ่อ อาจขออนุญาตจัดสร้างวัดถุ mongคลนั้น ๆ ได้ ในการจัดสร้างวัดถุ mongคลส่วนมากมีเจตนาเพื่อหารายได้เป็น

ทุนทรัพย์ในการก่อสร้างสาธารณูปโภค เช่น โนบสต์ วิหาร ศาลาการเปรียญ โดยการให้ทำบุญ หรือบริจาคเงินในการสร้างสาธารณูปโภคหรือสาธารณูปโภค แล้วมอบวัตถุมงคลให้ไว้เป็นที่ระลึก ดังจะเห็นได้จากวัตถุมงคลที่จัดสร้างเป็นเครื่องหมายโลหะ ด้านหลังของเครื่องหมายมักจะมีข้อความว่าให้ไว้เป็นที่ระลึก เป็นต้น”

จากการสัมภาษณ์นักวิชาการทางด้านวัตถุมงคล และผู้จัดสร้างวัตถุมงคล ในประเด็นนี้ ทำให้ทราบว่าในปัจจุบันการจัดสร้างวัตถุมงคลมีผู้เกี่ยวข้องกับการจัดทั้งที่เป็นพระภิกษุสงฆ์ และมาราوات หลักเกณฑ์สำคัญในการจัดสร้างวัตถุมงคลคือ ทุนในการจัดสร้าง ดังนั้นหากผู้ใดมีทุนในการจัดสร้างก็สามารถทำการจัดสร้างวัตถุมงคลได้ ในกรณีที่เป็นมาราواتอาจต้องขออนุญาตพระภิกษุสงฆ์เจ้าของวัตถุมงคลดังกล่าวเสียก่อน และในปัจจุบันก็ยังไม่มีมาตรการใด ๆ ที่จำกัดหรือระบุตัวผู้มีสิทธิในการจัดสร้างวัตถุมงคล จึงทำให้ปัจจุบันโครงการที่สามารถจัดสร้างวัตถุมงคลได้

4.7.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาวัตถุมงคล

สำหรับราคาวัตถุมงคลนั้น ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ตัวแทนจากสามกลุ่มด้วยกัน คือ กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มผู้จัดสร้าง และกลุ่มผู้บริโภควัตถุมงคล ดังนี้

นักวิชาการ

มองว่า ราคาวัตถุมงคล คือ การซื้อขายความพอใจ เมื่อมีอนันต์การซื้อขายของเก่า คือ วัตถุมงคลคือเป็นสินทรัพย์ที่สามารถทำราคาได้เป็น 10 ล้าน จากความเชื่อของผู้สร้างว่ามันคือสมเด็จโต หลวงปู่ทวด มันจึงกลายเป็นสินทรัพย์มหาศาล ซึ่งในสมัยนี้คนเก็บประมาณกว่าท่องเพราจะไม่ค่อยลงขึ้นอย่างเดียว

ผู้จัดสร้างวัตถุมงคล

มองว่า ราคาวัตถุมงคลเกิดจากความเชื่อ และความศรัทธา ต่อวัตถุมงคลหรือพระองค์นั้น มูลค่าหรือราคาเป็นความพึงพอใจระหว่างผู้ศรัทธา และความต้องการของผู้นั้นเป็นหลัก จึงไม่สามารถกำหนดเป็นราคาที่แน่นอนตายตัวได้

ตัวแทนผู้บริโภควัตถุมงคล กล่าวถึง ราคาวัตถุมงคลว่า “ราคานี้กำหนดในปัจจุบัน มีความเหมาะสมกับสภาพตลาดในปัจจุบัน เนื่องจากมีผู้บริโภคที่ต้องการจำนวนมาก ไม่ว่าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะหากเป็นลูกค้าต่างประเทศ ราคาของวัตถุมงคลก็จะมีมูลค่าที่สูงขึ้นมากกว่าราคากลางในประเทศ แต่ทั้งนี้ การกำหนดราคาวัตถุมงคลในปัจจุบัน หากเป็นพระรุ่นเก่า หรือพระที่เป็นที่นิยมของการ จะพบว่า ราคานี้จะสูงกว่าความพึงพอใจของผู้ซื้อและผู้ขายเป็นหลัก จึงไม่มีการกำหนดราคากลางตายตัว”

ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์ตัวแทนห้องสมุดกลุ่มนี้ในเรื่องราคาวัตถุคงคล ผู้วิจัยพบว่า ราคาของการเช่าบุญชาติวัตถุคงคลเป็นการเช่าบุญชาติตามความพึงพอใจของคู่สัญญาทั้งสองฝ่าย ประกอบกับความเชื่อ ความศรัทธาในตัวผู้ปลูกเสกหรือผู้จัดสร้าง ราคาของวัตถุคงคลจึงมีราคาขึ้นลงไม่แน่นอน

4.7.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาวัตถุคงคลในปัจจุบัน

ในประเด็นเรื่องการโฆษณาที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ตัวแทนจากสามกลุ่มเช่นกัน กล่าวคือ กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มผู้จัดสร้าง และกลุ่มผู้บริโภควัตถุคงคล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มนักวิชาการ

มองว่า “ปัญหาหลัก ๆ ของการโฆษณาวัตถุคงคลคือ 1. พากເຊີຍພວກນີ້ໄມ່ມີຄວາມຮູ້ເກີຍກັບພຸທະສາສາທິ່ງໄຫ້ 2. ຄື່ອ ເບາໃຊ້ກາຣຕາດພະເຄົ່ອງ ກີ່ຄື່ອ ຊ້າຄນທີ່ມີຄວາມຮູ້ເກີຍກັບພະເຄົ່ອງຈິງ ຈະໄມ່ດູໂມຍນາພວກນີ້ ຊຶ່ງອາໂມຍນາດ້ວຍຮູ້ປັບປຸງ ປະວັດບ້າງ ຄື່ອ ຊ້າກລຸ່ມຄນບຣິໂກຄໜັງສູງຂຶ້ນໄປໜ່ອຍກີ່ຈະອ່ານປະວັດ ອ່າງຜມຈະເຫຼົ່າພະຜມກີ່ຈະດູປະວັດວ່າພຣະທີ່ຈັດສ້າງນັ້ນ ຄື່ອໄກ ເປັນລູກສີຍິ່ງໄກ ແລ້ວກີ່ຈະຕາມໄປຄູທີ່ວັດ ແຕ່ນັກນາມເມື່ອສັນໃຈສິ່ງພວກນີ້ ເບາກີ່ລົງວ່າພຣະອົກນີ້ ທີ່ອີຍແລ້ວໂຫຼດ ຈະມີຜູ້ຮູ້ມາຮັກ ອ່າງນີ້ຊື່ມັນເປັນລຸ່ມ ທີ່ນີ້ ທຳໄຫ້ເມື່ອອ່ານແລ້ວເຊື່ອກີ່ຈະຊື້ອ ດັ່ງນັ້ນ การໂມຍນາມີຜລຍະທີ່ສຸດເລຍ ສ່ວນຄໍາວ່າ ອວດອຸຕີ ຄື່ອ ກາຣແສດງວ່າດັນມີປາຢີທາຮີຍທີ່ທີ່ຕົນໄມ້ ມີຊື່ທີ່ນີ້ເຮົາໄມ້ຮູ້ວ່າຫລວງພ້ອມຫຼືເປົ່າ ຈິງ ທີ່ຫລວງພ້ອທ່ານກີ່ຈະໄມ່ຄ່ອຍພຸດ ດັນທີ່ມາເຂີຍສ່ວນໄຫຍ່ ເປັນໝາວາສ ແລະສ່ວນໃຫຍ່ເປັນການເຂີຍໄປເອງທັງນັ້ນ ຈິງ ທີ່ຕົວທີ່ນ່າຈະຄວບຄຸມນາກທີ່ສຸດ ກີ່ຄື່ອ ໂມຍນາ ເພຣະມັນຈະທຳໄຫ້ຄົນຫລູງ”

กลุ่มผู้บริโภควัตถุคงคล

มองว่า “ກາຣໂມຍນາມີຜລສ່ວນໜຶ່ງກັບກາຣຕັດສິນໃຈ ແຕ່ທັງນີ້ເຂົ້າໃນຍຸ້ກັບຄວາມສັນໃຈແລະກາຮື່ອນໃນວັດຖຸນັ້ນ ກາຣໂມຍນາເປັນເພີຍແຮງຈຸງໃຈໃຫ້ເຂົ້າໄປສຶກຍາຂໍ້ອມຸລກ່ອນກາຣຕັດສິນໃຈບຣິໂກຄວັດຖຸນັ້ນ ນາກກວ່າກາຣສ່າງຜລໄຫ້ເຊື່ອກີ່ໃນວັດຖຸນັ້ນ ໂດຍຕຽງ ແລ້ວບຣິໂກຄວັດຖຸນັ້ນ ໄລຍ ໂດຍທີ່ຍັງໄມ້ມີກາຣສຶກຍາລົງຂອງມຸລກາຮັດສ້າງວັດຖຸນັ້ນ ຈິງ”

ແຕ່ສໍາຫັນກາຣໂມຍນາວັດຖຸນັ້ນຄວາມສ່ອງຕ່າງໃນປັບປຸງ ຜູ້ບຣິໂກຄ ມອງວ່າ “ສ່ອໂມຍນາໃນປັບປຸງພົບວ່າ ມີທີ່ສ່ອສິ່ງພິມພົບ ໄນວ່າຈະເປັນທາງນິຕຍສາຮ ຮັນກັນສ່ອພິມພົບໃນປະກາດ (ໄບໜ້ວຍ) ທີ່ມີແຈກຈ່າຍຫຼືອກຈື້ນີ້ປ່າຍໂມຍນາ ເປັນດັ່ງ ອີກທີ່ມີກາຣໂມຍນາໃນສ່ອທາງໂທຣທັກນີ້ແລະສ່ອທາງອິນເຕອຣິເນືດ ແລະວິທີຫຼຸກຄ້ວຍ ໃນກາຣໂມຍນາວັດຖຸນັ້ນປະເທດ ຈາກມີກາຣໂມຍນາລົງພຸທະຄູນຂອງວັດຖຸນັ້ນ ປະສບກາຣຜົນຂອງຜູ້ບຣິໂກຄວັດຖຸນັ້ນ ເພື່ອຫຼວມເຊື່ອໃຫ້ຜູ້ບຣິໂກຄຕັດສິນໃຈເຂົ້າໃນບຣິໂກຄວັດຖຸນັ້ນ ທີ່ນີ້ໃນບ້ານກັງຈະພົບວ່າເປັນເພີຍຂໍ້ອມຸລທີ່ຫລັກລວງ ໄນແທ້ຈິງແລະເປັນກາຣໃຫ້ຂໍ້ອມຸລທີ່ຜົດ ດັ່ງນັ້ນ ກາຣໂມຍນາໃນປັບປຸງ ຈຶ່ງຢັດຄວາມເໝາະສົມ ແລະມີລັກຍະເປັນກາຣໂມຍນາຫວານເຊື່ອທີ່ເກີນຈິງ”

ส่วนแนวทางการโฆษณาที่เหมาะสมสำหรับการโฆษณาวัตถุประสงค์นั้น ผู้บริโภค มีความคิดเห็นว่า “การโฆษณาวัตถุประสงค์ที่เหมาะสม ควรเป็นไปในทางการให้ข้อมูลการจัดสร้าง มากกว่า การให้ข้อมูลด้านการช่วยเหลือในด้านพุทธคุณ และในบางครั้ง การโฆษณาอาจมีการระบุว่ามีการนำเงินที่ได้ไปใช้ในด้านสาธารณกุศล แต่ไม่สามารถตรวจสอบได้ การโฆษณาในส่วนนี้จึงควรระบุให้ชัดเจนว่า เงินในส่วนนี้นำไปทำบุญ หรือใช้เพื่อการสาธารณกุศล ณ ที่ใด เพื่อเป็นประโยชน์ในการตรวจสอบการโฆษณาว่ามีการนำไปใช้จริงหรือไม่ หากได้ ซึ่งในปัจจุบันพบว่า การโฆษณาในส่วนนี้ที่ไม่สามารถตรวจสอบได้เลย”

สำหรับ กลุ่มผู้จัดสร้าง ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ถึงมาตรฐานในการโฆษณาวัตถุประสงค์ว่า ในปัจจุบันมีมาตรฐานอย่างไร โดยผู้จัดสร้างได้กล่าวว่า

“เรื่องมาตรฐานการโฆษณาวัตถุประสงค์ พุดกันตรง ๆ ก็ตอบได้ยากมาก เพราะเรื่องของวัตถุประสงค์อย่างที่เคยได้พูดไว้ตั้งแต่แรกแล้วว่า เป็นเรื่องของความเชื่อ และความศรัทธา ซึ่งไม่มีใครบังคับใครได้ ขึ้นอยู่กับวิจารณญาณของผู้บริโภคและประชาชนที่จะต้องศึกษาให้ถ่องแท้ก่อนจะเช่าบูชา วัตถุประสงค์นั้น ๆ ซึ่งพระพุทธเจ้าได้ทรงสอนไว้ให้เชื่อย่อ่ายมีสติ อ่านโลก ปัจจุบันมีหนังสือเกี่ยวกับวงการพระเครื่องมีให้ศึกษามากมาย ไม่ว่าจะเป็นตำราหลักหรือนิตยสารเกี่ยวกับพระเครื่อง หรือวัตถุประสงค์ซึ่งมีมากมาย แม้จะมีการโฆษณาเกินจริง แต่ถ้าหากได้ใช้วิจารณญาณในการพิจารณาถึงการโฆษณาชวนเชื้อในอิทธิฤทธิ์ ปฏิเสธ รวมทั้งมูลค่าหรือราคาของวัตถุประสงค์ หากจะถามถึงมาตรฐานการโฆษณาแล้ว เห็นว่า ประชาชนสามารถตัดสินใจได้เอง ส่วนหน่วยงานที่จะเข้ามาควบคุมการโฆษณาวัตถุประสงค์โดยตรงยังไม่มี คงมีแต่สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ซึ่งดูแลในภาพรวมเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้า ไม่ใช้วัตถุประสงค์ พูดง่าย ๆ ก็คือยังไม่มีกฎหมายโดยตรงมาใช้บังคับเกี่ยวกับการโฆษณาวัตถุประสงค์ และยังไม่มีหน่วยงานของรัฐใด ๆ เข้ามาควบคุม การโฆษณาวัตถุประสงค์อย่างแท้จริง”

ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์ข้างต้นสามารถวิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณาวัตถุประสงค์ ในปัจจุบันว่า การโฆษณาวัตถุประสงค์ในปัจจุบันถือเป็นปัญหาใหญ่ เพราะทำให้ผู้บริโภคเกิดความหลงและผู้โฆษณาไม่มีความรู้จริงเกี่ยวกับเรื่องทางพุทธศาสนาและทำการโฆษณาให้เป็นเรื่องของการตลาดหรือการทำธุรกิจ (กลุ่มนักวิชาการ) โดยการโฆษณาวัตถุประสงค์ในปัจจุบันมีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์และด้าน กล่าวคือหนังสือพะ ซึ่งการโฆษณาวัตถุประสงค์บางประเภท อาจมีการโฆษณาถึงพุทธคุณของวัตถุประสงค์ ประสบการณ์ของผู้บริโภคต่ำ เพื่อช่วยเหลือให้ผู้บริโภคตัดสินใจเข้าบูชา วัตถุประสงค์นั้น ๆ ซึ่งในบางครั้งจะพบว่า ข้อมูลที่ใช้ในการโฆษณาเป็นเพียงข้อมูลที่หลอกลวง ไม่แท้จริง หรือเป็นข้อมูลผิด ๆ ดังนั้น การโฆษณาในปัจจุบัน จึงยังขาดความเหมาะสม และมีลักษณะเป็นการโฆษณาชวนเชื้อที่เกินจริง (ผู้บริโภค) และการ

โภชนาวัตถุคงคลในปัจจุบันยังไม่มีมาตรฐานในการบริโภค อีกทั้งการดูแลควบคุมยังไม่มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับทางพุทธศาสนาเข้ามาร่วมดูแลอย่างจริงจัง การควบคุมเป็นการควบคุมตามหลักกฎหมายทั่ว ๆ ไป



บทที่ 5

บทสรุป และข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุป

วัดถูมงคลในพระพุทธศาสนาเกิดมีขึ้นมาเพื่อวัดถูประสงค์ในการสืบทอดพระพุทธศาสนา และเพื่อเป็นวัดถูเชิงสัญลักษณ์ในการเป็นเครื่องยืนหนึ่ยวิจิตใจของพุทธศาสนาในชน โดยการจัดสร้างวัดถูมงคลขึ้นในอดีตนั้น มักจะทำการจัดสร้างพระพิมพ์จำนวน 86,000 องค์ ตามพระธรรมขันธ์ของพระพุทธเจ้า แล้วนำพระพิมพ์ดังกล่าวพร้อมแม่พิมพ์ไปบรรจุไว้ใต้ฐานเจดีย์ โบสถ์ รวมถึงสถานที่ที่มีความสำคัญทางพระพุทธศาสนา นอกจากนี้จะเป็นการสร้างวัดถูมงคลในรูปแบบต่าง ๆ จากพระเกจิอาจารย์ หรือเกจิอาจารย์ที่เป็นมารา婆 โดยการจัดสร้างวัดถูมงคลนั้นจะจัดสร้างในจำนวนไม่นักเพื่อนำไปมอบให้แก่เหล่าลูกศิษย์ทั้งหลายที่ต้องอกรอบ หรือต้องออกเดินทางไกล โดยมีความเชื่อว่าวัดถูมงคลนั้น จะช่วยให้แคล้วคลาดจากภัยอันตรายทั้งปวง แต่สำหรับการจัดสร้างวัดถูมงคลในปัจจุบันมีวัดถูประสงค์เปลี่ยนแปลงไป การจัดสร้างวัดถูมงคลมีการจัดสร้างขึ้นเพื่อทำการค้ามากขึ้น วัดถูมงคลถูกนำมาเป็นสินค้าชนิดหนึ่งในทางศาสนาหรือที่นิยมเรียกว่า “พุทธพาณิชย์” ซึ่งการทำธุรกิจประเภทนี้เป็นการทำธุรกิจโดยอาศัยความเชื่อ ความศรัทธา และความอ่อนแอกทางด้านจิตใจของผู้บริโภค และด้วยกระแสความนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ส่งผลให้ธุรกิจการเช่าบูชาวัดถูมงคลเพื่องฟูเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ ธุรกิจประเภทนี้เป็นธุรกิจที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในสังคมไทยและต่างประเทศ และยังเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะตัว เป็นเหตุให้ในปัจจุบันมาตรการห้ามกฎหมายได้ ๆ ที่มีอยู่ไม่สามารถควบคุมและสร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภคในธุรกิจพุทธพาณิชย์ประเภท “เช่าบูชาวัดถูมงคล” ได้ เนื่องจาก การศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น พบว่าการควบคุมการจัดสร้างและการเช่าบูชาวัดถูมงคลตามพระพุทธศาสนาเกิดปัญหาหลายประการ เช่น ปัญหาการกำหนดตัวผู้มีสิทธิในการจัดสร้าง ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านการโฆษณา ปัญหาด้านหน่วยงานหรือองค์กรที่จะเข้ามาควบคุมดูแลการจัดสร้างและเช่าบูชาวัดถูมงคล เป็นต้น ด้วยเหตุนี้จึงเป็นกลไกสำคัญให้บรรดา นายทุน นักธุรกิจ แห่งลงทุนกับธุรกิจพุทธพาณิชย์ เนื่องจากหวังผลประโยชน์และผลกำไรสูงสุดจากการทำธุรกิจประเภทนี้

ทั้งนี้ จากการที่ผู้วิจัยได้นำเสนอบทวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาในการควบคุมการจัดสร้าง และการเข้าบัญชาવัดถุมงคลตามกฎหมายที่เกี่ยวกับพุทธศาสนาของประเทศไทยนั้น สามารถสรุปประเด็นปัญหาโดยสังเขปได้ ดังนี้

5.1.1 ปัญหาผู้มีสิทธิในการจัดสร้างวัดถุมงคล

การจัดสร้างวัดถุมงคลนั้น ถือเป็นการสร้างวัดถูกตามความเชื่อทางศาสนา ทั้งนี้ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มาตรา 37 ได้บัญญัติถึงสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการเลือกนับถือศาสนา และสามารถปฏิบัติการได้ฯ ตามความเชื่อทางศาสนาได้หากไม่เป็นการกระทำที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน ดังนั้นการจัดสร้างวัดถุมงคลทางพระพุทธศาสนานั้น ผู้ที่นับถือศาสนาพุทธทุกคนจึงสามารถจัดสร้างวัดถุมงคลได้โดยไม่จำกัดว่าจะเป็นพระภิกษุสงฆ์หรือเป็นพี่น้องราواส

ทั้งนี้ ในกรณีที่พระสงฆ์เป็นผู้จัดสร้างวัดถุมงคลนั้น ตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 ในบทบัญญัติของพระราชบัญญัตินี้ไม่มีส่วนใดที่บัญญัติถึงเรื่องการจัดสร้างวัดถุมงคลไว้ แต่อย่างไรก็ตามหากเฝารามากมั่นอ่านจากกฎหมายเฝารามา ออกข้อบังคับ วางระเบียบ ออกคำสั่ง มีมติหรือออกประกาศได้ฯ ได้ โดยต้องไม่ขัดหรือแย้งกับกฎหมายและพระธรรมวินัย โดยสามารถใช้บังคับกับเหล่าสงฆ์ได้ตามบทบัญญัติในมาตรา 15 ตรี ซึ่งเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2536 มหาเถรสมาคมได้มีมติเรื่อง เกี่ยวกับ “พุทธพานิชย์” ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงมติ ดังกล่าวแล้ว พบว่าในกรณีที่พระสงฆ์เป็นผู้จัดสร้างวัดถุมงคลจะต้องมีการขออนุญาตจัดสร้างวัดถุมงคลตามลำดับขั้นจนถึงเจ้าคณะใหญ่ แต่อย่างไรก็ตาม มติดังกล่าววนี้เป็นเพียงการประชุม เพื่อประมวลความคิดเห็นที่จะกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมการสร้าง การโฆษณา การจำหน่าย เกี่ยวกับวัดถุมงคลเท่านั้น แต่ยังไม่ได้มีการนำมติดังกล่าวไปจัดการให้อยู่ในรูปธรรม เนื่องจากในการประชุมครั้งนี้คณะกรรมการพิจารณา มีมติให้กรรมศานาดำเนินการตามข้อสรุปทั้ง 8 ข้อ ที่เสนอให้จัดการให้เป็นรูปธรรมต่อไป ทั้งนี้ ถึงแม้ว่าการประชุมดังกล่าววนี้จะมีการจัดประชุมกันมาแล้วตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 แต่ในปัจจุบันก็ยังไม่มีการดำเนินการตามติข้องคณะกรรมการพิจารณาศานาและศิลปวัฒนธรรม จึงเป็นผลทำให้การจัดสร้างวัดถุมงคลของเหล่าคณะสงฆ์ในปัจจุบันยังไม่มีมาตรการใดฯ เข้ามาควบคุมการจัดสร้างวัดถุมงคล เช่นกัน

ดังนั้น จากการศึกษาพบว่า การจัดสร้างวัดถุมงคลจึงไม่มีมาตรการหรือกฎหมายใดฯ จำกัด ระบุ ตัวบุคคลผู้มีสิทธิในการจัดสร้างวัดถุมงคล ปัจจุบันมีเพียงรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มาตรา 37 เท่านั้นที่ให้สิทธิในการจัดสร้างวัดถุมงคลไว้ในฐานะที่วัดถุมงคลถือเป็นการปฏิบัติการได้ฯ ตามความเชื่อทางศาสนา ซึ่งจากกรณีดังกล่าววนี้ส่งผลให้เกิดสภาพปัญหาที่เกิดจากการไม่มีมาตรการควบคุมการจัดสร้างวัดถุมงคลหลายประการ กล่าวคือ เมื่อไม่มี

การจำกัดหรือกำหนดตัวผู้มีสิทธิในการจัดสร้างวัตถุมงคล ทำให้ครูฯ ที่สามารถจัดสร้างวัตถุมงคลได้ด้วยเหตุนี้อาจทำให้มีการจัดสร้างวัตถุมงคลด้วยรูปแบบที่ไม่เหมาะสม เกิดวัตถุมงคลปลอม เกิดการกระทำความผิดทางอาญา และยากแก่การตรวจสอบเนื่องจากไม่มีข้อมูลในการจัดสร้างวัตถุมงคลที่ชัดเจน ตลอดจนการสร้างวัตถุมงคลไม่เป็นไปตามคุณสมบัติหรือมาตรฐานที่ผู้จัดสร้างได้โฆษณาไว้ รวมถึงอาจเป็นเหตุให้การนำรายได้จากการจำหน่ายวัตถุมงคลลูกน้ำไปใช้ในกรณีอื่นนอกจากการทำบุญบำรุงพระพุทธศาสนา เนื่องจากไม่มีการตรวจสอบและควบคุมทั้งตัวผู้จัดสร้างและกระบวนการจัดสร้างวัตถุมงคลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

5.1.2 ปัญหาการตีความคำว่า “วัตถุมงคล” กับคำว่า “สินค้า” ตามกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เหตุผลที่ผู้วิจัยต้องศึกษาและตีความคำว่า “วัตถุมงคล” กับคำว่า “สินค้า” ตามกฎหมายต่าง ๆ เนื่องจากในปัจจุบัน “วัตถุมงคล” ลูกน้ำมาเป็นสินค้าทางพุทธศาสนา ดังนั้นการนำกฎหมายได้กีดกันที่เกี่ยวกับการควบคุมดูแลธุรกิจมาปรับใช้กับกรณีปัญหาการจัดสร้างและเข้าบูชาวัตถุมงคลนั้น ต้องได้ความว่า “วัตถุมงคล” ถือเป็น “สินค้า” ตามกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำพระราชบัญญัติ 2 ฉบับที่มีความเกี่ยวข้องกับการควบคุมธุรกิจ และการคุ้มครองผู้บริโภคมาพิจารณา ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 ซึ่งจากการศึกษาพบว่า

1. ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 “วัตถุมงคล” ถือเป็น “สินค้า” ตามพระราชบัญญัตินี้ เนื่องจาก ตามบทนิยามในมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัตินี้ให้ความหมายคำว่า “สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้เพื่อขาย เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับ “วัตถุมงคล” ตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น วัตถุมงคลถือเป็นสิ่งของที่ปัจจุบันมีการผลิตเพื่อนำออกให้เข้าบูชา หรือมีไว้เพื่อเข้าบูชา ซึ่ง “การเข้าบูชา” ก็คือ การขายหรือจำหน่ายนั่นเอง ดังนั้น “วัตถุมงคล” จึงเป็น “สินค้า” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

2. ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 คำว่า “สินค้า” ถูกบัญญัติบทนิยามไว้ตามมาตรา 4 ของพระราชบัญญัตินี้ ซึ่งตามพระราชบัญญัตินี้ “สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่อาจใช้ในการอุปโภคหรือบริโภค รวมทั้งเอกสารแสดงสิทธิในสิ่งของ ทั้งนี้ เมื่อนำมาหมายดังกล่าวมาพิจารณาประกอบกับ “วัตถุมงคล” แล้วต้องถือว่า “วัตถุมงคล” ถือเป็นสิ่งของที่อาจใช้ในการอุปโภค โดยวัตถุมงคลเป็นวัตถุที่ทำให้เกิดประโยชน์ และมีคุณค่าทางจิตใจ สามารถสร้างความเชื่อมั่นและเป็นเครื่องยืนหนึ่งจิตใจของผู้บริโภค ดังนั้น “วัตถุมงคล” จึงถือว่าเป็น “สินค้า” ตามพระราชบัญญัตินี้

แต่อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่า “วัตถุมงคล” จะถือเป็น “สินค้า” ตามกฎหมายต่าง ๆ ตามที่ได้ทำการศึกษา แต่การนำบทบัญญัติของกฎหมายนั้น ๆ มาบังคับใช้กับปัญหาในการควบคุม

การจัดสร้างและการเข้าบูชาวัตถุมงคลได้มากแค่ไหนเพียงไรยังคงต้องทำการศึกษารายละเอียดของบทบัญญัตินี้ ๆ ด้วย เนื่องจากในบางกรณี “วัตถุมงคล” อาจเป็น “สินค้า” ตามกฎหมายนั้น ๆ ก็จริง แต่ด้วยข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ของกฎหมายนั้นอาจไม่มีวัตถุประสงค์ในการควบคุมธุรกิจประเภทนี้

5.1.3 ปัญหาการปั่นราคารวัตถุมงคล

ในปัจจุบันพบว่าการเข้าบูชาวัตถุมงคลนั้น มีพฤติกรรมการปั่นราคารวัตถุมงคลเกิดขึ้น โดยการปั่นราคารวัตถุมงคลที่พับในปัจจุบันมีหลายวิธี เช่น การใช้สื่อต่าง ๆ ในการโฆษณา โดยเป็นการโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณ อิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ อวดอ้างพุทธคุณ เพื่อสร้างกระแสความนิยมในวัตถุมงคลชิ้นนี้ ๆ โดยข้อมูลที่นำมาโฆษณาอาจเป็นการโฆษณาเกินความจริงหรือไม่มีข้อมูลความจริงอยู่เลย ซึ่งเป็นกรณีที่ยากแก่การพิสูจน์ หรือกรณีสร้างหน้าม้าไปเข้าบูชาวัตถุมงคลรุ่นนั้น ๆ ที่นักลงทุนได้ทำการกักตุนไว้แล้ว โดยมีการเสนอราคาเข้าบูชาสูงกว่าราคาปกติหลายเท่าตัว แล้วปล่อยข่าวการเข้าบูชาดังกล่าว ประกอบกับจัดให้มีการโฆษณาวัตถุมงคลรุ่นดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เมื่อเกิดกระแสความนิยมและเกิดความต้องการวัตถุมงคลรุ่นดังกล่าวแล้ว ผู้บริโภคไม่สามารถหาเข้าบูชาจากนักลงทุนที่เป็นผู้ปั่นราคา ทำให้ผู้ปั่นราคามารถจำหน่ายวัตถุมงคลรุ่นนั้นในราคาสูงตามที่ต้องการได้

ทั้งนี้ หากเราพิจารณาเงินบทบัญญัติของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ในส่วนของเรื่อง การซื้อขาย ซึ่งมีส่วนที่เกี่ยวโยงกับกรณีการเข้าบูชาวัตถุมงคลได้ โดยใช้หลักเกณฑ์ทั่วไปในเรื่องของนิติกรรมและสัญญา โดยเป็นความตกลงอันก่อให้เกิดหนี้ผูกพันกันระหว่างคู่สัญญาในการปฏิบัติตามสัญญาซื้อขาย หรือที่โดยทั่วไปเรียกว่า “การเข้าบูชาวัตถุมงคล”

แต่เมื่อพิจารณาวิธีการปั่นราคารวัตถุมงคลผู้วิจัยมีความเห็นว่า สัญญาซื้อขายวัตถุมงคลเนื่องจากการปั่นราคากลางๆ ของผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายวัตถุมงคล สัญญาดังกล่าวตกเป็นโน้มถี่ยะเนื่องจากมีการแสดงเจตนาที่เบิกพร่องของคู่สัญญา หรือเป็นการแสดงเจตนาโดยวิปริต ก่อให้เกิดการแสดงเจตนาเข้าบูชาวัตถุมงคลของผู้บริโภคนั้นเกิดจากกระบวนการในการก่อเจตนาถือรูปแบบ ทำให้บิดเบือนไปจากที่ควรจะเป็น แต่เป็นกรณีที่เจตนาที่เกิดขึ้นเป็นการแสดงเจตนาที่ตั้งกับเจตนาภายใน เพียงแต่เจตนาภายในนี้เกิดขึ้นในลักษณะที่ผิดปกติ เพราะมีเหตุการณ์มาระบกแจ้งทำให้กระบวนการสร้างเจตนาแปรปรวนไป ทำให้เจตนานั้นไม่ปกติ ไม่อยู่ในลู่ทางที่ควรจะเป็น ความผิดปกติหรือความบกพร่องเกิดขึ้นในขั้นตอนของการก่อเจตนาภายใน เพราะมีการทำกลฉ้อฉล จากผู้ประกอบธุรกิจตามลักษณะพุทธิกรรมที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้บริโภคถูกกลฉ้อฉล ดังกล่าวจึงตัดสินใจหรือก่อเจตนาภายในไปตามที่มีการปั่นราคารวัตถุมงคลนั้น ๆ ดังนั้นผู้บริโภค

ที่เข้าทำสัญญาเข้ามาร่วมคลจากผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายวัสดุคงคล โดยที่การบริโภคนี้เกิดจากการปั่นราคาวัสดุคงคลของผู้ประกอบธุรกิจนั้น ๆ สัญญาดังกล่าวเป็นโมฆะตามบทบัญญัติในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 159¹ แต่อย่างไรก็ตาม การใช้มาตรการทางแพ่งเกี่ยวกับการเข้ามาร่วมหรือซื้อขายวัสดุคงคลนั้น แทนจะไม่สามารถให้ความคุ้มครองผู้บริโภคได้เลย เนื่องจากยังคงมีปัญหาเกี่ยวกับการพิสูจน์ข้อเท็จจริง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเจตนาของผู้จำหน่าย หรือข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุคงคล ซึ่งข้อเท็จจริงที่ไม่สามารถปฏิเสชได้ในวงการวัสดุคงคลคือ ผู้จำหน่ายมักจะมีความรู้และความชำนาญกว่าผู้เข้ามาร่วมหรือผู้ซื้อเสมอ

นอกจากประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์แล้วลักษณะการปั่นราคาวัสดุคงคลยังมีลักษณะเป็นการกระทำความผิดตามประมวลกฎหมายอาญาได้ 2 กรณีด้วยกัน คือ ในความผิดฐานหลอกหลวงในทางการค้า และความผิดฐานฉ้อโกง แต่อย่างไรก็ตาม การบังคับใช้กฎหมายอาญาในความผิดฐานฉ้อโกง และหลอกหลวงทางการค้ามีปัญหาสำคัญในทางปฏิบัติ อยู่ที่ความยากลำบากในเรื่องการพิสูจน์ข้อเท็จต่าง ๆ เกี่ยวกับตัววัสดุคงคล และการพิสูจน์องค์ประกอบทางด้านจิตใจหรือเจตนา ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 59² รวมทั้งความรู้จริงของผู้ขายในแหล่งกำเนิดสภาพ หรือคุณภาพ ของวัสดุคงคลที่นำมาจำหน่ายนั้นด้วย ดังนั้น จึงไม่ปรากฏว่าเคยมีการดำเนินคดีกับผู้ด้องหากหรือจำเลยสำหรับการกระทำความผิดทางการค้า ส่วนความผิดฐานฉ้อโกงนั้น ในทางปฏิบัติมีการแจ้งความร้องทุกข์กับพนักงานสอบสวนอยู่บ้าง แต่เมื่อผู้ถูกกล่าวหา�ืนยันว่าการจำหน่ายวัสดุคงคลของตนนั้นไม่ได้มีเจตนาหลอกหลวง ผู้ถูกกล่าวหาที่ไม่ทราบว่าเป็นของปลอม เช่นกัน เช่นนี้คดีที่มีการร้องทุกข์กันส่วนใหญ่ ก็จะเป็นการขาดเจตนาในการกระทำความผิด

¹ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 159 บัญญัติว่า

“การแสดงเจตนาเพรากุกคลฉ้อopl เป็นโมฆะ

การถูกกล่าวฉ้อopl ที่จะเป็นโมฆะตามวรรคหนึ่ง จะต้องถึงขนาดซึ่งถ้ามิได้มีก่อนฉ้อopl ตั้งก่อน การอันเป็นโมฆะนั้นคงจะมิได้กระทำขึ้น.”

² ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 59 บัญญัติว่า

“บุคคลจะต้องรับผิดในทางอาญาที่ต่อเมื่อได้กระทำโดยเจตนา เว้นแต่จะได้กระทำโดยประมาท ในกรณีที่กฎหมายบัญญัติให้ต้องรับผิดเมื่อได้กระทำโดยประมาท หรือเว้นแต่ในกรณีที่กฎหมายบัญญัติไว้โดยแจ้งชัดให้ต้องรับผิดแม่ได้กระทำโดยไม่เจตนา

หารระหว่างทำโดยเจตนา ได้แก่การกระทำโดยรู้สำนึกในการกระทำและในขณะเดียวกันผู้กระทำประสงค์ต่อผล หรือยอมเลือกเห็นผลของการกระทำนั้น

ถ้าผู้กระทำมิได้รู้ข้อเท็จจริงอันเป็นองค์ประกอบของความผิด จะถือว่าผู้กระทำประสงค์ต่อผล หรือยอมเลือกเห็นผลของการกระทำนั้นมิได้...”

นอกจากนี้ ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการใด ๆ โดยจงใจที่จะทำให้ราคасินค้าต่ำเกินสมควรหรือสูงเกินสมควร หรือทำให้เกิดความปั่นป่วนซึ่งราคาของสินค้า เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค และควบคุมการกระทำอันไม่สุจริตของผู้ประกอบธุรกิจที่ต้องการแสวงหาผลประโยชน์ หรือกำไรเกินควร บทบัญญัติในพระราชบัญญัติว่าด้วยราคасินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 หมวดที่ 3 การกำหนดราคасินค้าและบริการ มาตรา 29³ ได้กำหนดห้ามให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการดังกล่าว โดยกฎหมายมิได้จำกัดว่าธุรกิจที่ห้ามกระทำการดังกล่าวต้องเป็นธุรกิจ หรือสินค้าควบคุมเนื่องจากกฎหมายต้องการควบคุมการกระทำการของผู้ประกอบธุรกิจทุกประเภทให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม

เมื่อได้พิจารณาถึงกระบวนการหรือพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจกำหนดห้ามโดยวัตถุประสงค์ในการปั่นราคาวัตถุประสงค์แล้ว พบว่าเป็นการดำเนินการโดยจงใจทำให้ราคาวัตถุประสงค์สูงเกินสมควร เมื่อพิจารณาถึงราคาวัตถุประสงค์ก่อนที่จะเข้าสู่ตลาดวัตถุประสงค์ จากราคาหลักทรัพย์บาทเมื่อเข้าสู่กระบวนการปั่นราคา ๆ จะขึ้นไปเป็นหลักพันบาท ดังนั้น พฤติกรรมของผู้ประกอบกิจการกำหนดห้ามโดยวัตถุประสงค์ในการปั่นราคาวัตถุประสงค์ดังกล่าว จึงเข้าหลักเกณฑ์ ตามมาตรา 29 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยราคасินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 นอกจากนี้ พระราชบัญญัตินี้บัน្តังได้กำหนดโทษสำหรับผู้ประกอบธุรกิจที่ฝ่าฝืนข้อห้ามดังกล่าวไว้ด้วยในหมวด 5 บทกำหนดโทษ มาตรา 41⁴ ด้วย

แต่อย่างไรก็ตาม การนำพระราชบัญญัติว่าด้วยการกำหนดราคасินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มาตรा 29 มาใช้กับกรณีปั่นราคาวัตถุประสงค์ยังไม่เคยปรากฏเป็นแนวคิดพิพากษาฎีกาแต่อย่างใด แต่ตามมาตรา 29 วรรคสอง นี้ บัญญัติว่า “คณะกรรมการอาจกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่ถือว่าเป็นการทำให้ราคาน้ำหนัก เกินสมควรหรือสูงเกินสมควร หรือทำให้เกิดความปั่นป่วนซึ่งราคาของสินค้าหรือบริการใดก็ได้ หลักเกณฑ์และวิธีการดังกล่าวให้ประกาศ

³ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคасินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มาตรา 29 บัญญัติว่า

“ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการใด ๆ โดยจงใจที่จะทำให้ราคาน้ำหนัก เกินสมควรหรือสูงเกินสมควร หรือทำให้เกิดความปั่นป่วนซึ่งราคาของสินค้าหรือบริการใด

คณะกรรมการอาจกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่ถือว่าเป็นการทำให้ราคาน้ำหนัก เกินสมควรหรือสูงเกินสมควร หรือทำให้ปั่นป่วนซึ่งราคาของสินค้าหรือบริการใดก็ได้ หลักเกณฑ์และวิธีการดังกล่าวให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา.”

⁴ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคасินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มาตรา 29 บัญญัติว่า

“ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 29 มาตรา 30 หรือมาตรา 31 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินเจ็ดปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนสี่หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ.”

ในราชกิจจานุเบกษา” ดังนั้น ในกรณีนี้คณะกรรมการฯ สามารถใช้อำนาจตามมาตรา 29 วรรคสอง นี้กำหนดพฤติกรรมการปั่นราคาวัตถุมุงคลเป็นวิธีการต้องห้ามตาม มาตรา 29 นี้ได้

5.1.4 ปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณาเข้ามุ่งช่วยเหลือวัตถุมุงคล

ในปัจจุบันการนำวัตถุมุงคลออกให้ผู้บริโภคเข้ามุ่งช่วยเหลือได้อย่างสื่อโฆษณาทุกประเภท เพื่อเป็นเครื่องจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและกระตุ้นให้เกิดการบริโภควัตถุมุงคลมากขึ้น ซึ่งผู้จัดสร้างมักจะใช้ข้อความในการโฆษณาวัตถุมุงคล โดยเน้นข้อความที่เป็นการอวดอ้างอิทธิฤทธิ์ ปฏิหาริย์ต่าง ๆ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มองไม่เห็น อวดอ้างสรรพคุณเกินสภาพที่น่าจะเป็น

ซึ่งในกรณีที่เป็นการโฆษณาวัตถุมุงคลของพระภิกษุ จากการศึกษาพบว่า มีมติมหาเถรสมาคม ครั้งที่ 7/2547 เรื่อง “การโฆษณาพระพุทธรูป/พระเครื่องและวัตถุมุงคลในสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และในสื่อวิทยุโทรทัศน์” ซึ่งเป็นบทบัญญัติความคุณการ โฆษณาวัตถุมุงคลของพระภิกษุสงฆ์

นอกจากนี้ จากการศึกษาผู้วิจัยยังพบว่าพระราชนบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เรื่อง การโฆษณา สามารถนำมาปรับใช้เพื่อควบคุมการโฆษณาวัตถุมุงคลได้ เนื่องจากวัตถุมุงคลถือ ว่าเป็น “สินค้า” ตามบทนิยามของพระราชนบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ในมาตรา 3 ดังที่ได้สรุปไว้ในหัวข้อที่ 5.1.2 นอกจากนี้ยังได้มีคำวินิจฉัยของคณะกรรมการกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ที่ 208/2551 เรื่องความรับผิด ก็ยังได้มีคำวินิจฉัยของคณะกรรมการกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ที่ 208/2551 เรื่องความรับผิด ก็ยังได้มีคำวินิจฉัยของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้มีความเห็นว่า การโฆษณา “สมเด็จเหนือหัว” เป็นการกระทำของคุณหัวสต์ทั้งหมดโดยมิได้เกี่ยวข้องกับพระภิกษุสงฆ์แต่อย่างใด พระราชนบัญญัติคุณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 และมติมหาเถรสมาคมจึงไม่อาจใช้บังคับได้ อีกทั้งในปัจจุบันยังไม่มีบทบัญญัติกฎหมายอื่นใดบัญญัติเกี่ยวกับการโฆษณาวัตถุมุงคล ของคุณหัวสต์ได้โดยเฉพาะ จึงเห็นว่า เป็นอำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาโดยตรงที่จะ วินิจฉัยว่าการโฆษณาดังกล่าวเข้าลักษณะฝ่าฝืนกฎหมายหรือไม่ ต่อมาคณะกรรมการว่าด้วยการ โฆษณาวินิจฉัยว่าการกระทำการกระทำการของนายสิทธิกร บุญจิมและพวงเป็นความผิดตามพระราชบัญญัติ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 จึงยื่นเรื่องให้สำนักงานอัยการสูงสุดพิจารณา เมื่อสำนักงานอัยการ สูงสุดพิจารณาแล้วมีความเห็นควรสั่งฟ้องและยื่นฟ้องนายสิทธิกร บุญจิมกับพวง ต่อศาลอาญา ภายหลังศาลอาญาได้รับคำฟ้องจากสำนักงานอัยการสูงสุดและมีคำพิพากษาเป็นคดีหมายเลขคดีแดงที่ อ.1185/2553 โดยศาลอาญาได้มีคำพิพากษาว่า จำเลยทั้งสองมีความผิดตามพระราชบัญญัติ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 22 วรรคสอง (5), 47 วรรคหนึ่ง, 48, 59 พระราชนบัญญัติ เครื่องหมายราชการ มาตรา 6, 7, 8 และประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 341, 343 วรรคแรก ประกอบ มาตรา 83

ดังนั้น จากการศึกษาข้างต้นการโழยณาเพื่อให้เช่าบูชา(จำหน่าย)วัตถุมงคลจึงตกลอยู่ภายใต้บังคับแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เกี่ยวกับการโழยณา แต่อย่างไรก็ตามจะต้องเป็นกรณีที่การโழยณาเพื่อให้เช่าบูชาวัตถุมงคลเกิดขึ้นจากการกระทำการของคุหสัตหรีออมรavaสเท่านั้น ส่วนการโழยนาที่เกิดจากการกระทำการของพระภิกษุตกอยู่ภายในได้บังคับของมติมหาเถรสมาคมซึ่งออกมาโดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า ถึงแม้ว่าการโழยนาวัตถุมงคลในปัจจุบันจะมีกฎหมายที่สามารถควบคุมและเอาผิดกับการโழยนาวัตถุมงคลที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคได้ก็ตาม แต่ในสภาพสังคมไทยในปัจจุบันก็ยังคงมีการโழยนาเพื่อจำหน่ายวัตถุมงคลที่มีข้อความที่ไม่เหมาะสม ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคตามสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีทางด้านการสื่อสารทำได้สะดวกมากขึ้นทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ และอินเตอร์เน็ต ประชาชนสามารถเสพข่าวสารได้อย่างไม่จำกัด การโழยนาเพื่อจำหน่ายวัตถุมงคลที่เพิ่มมากขึ้นและสะดวกขึ้น แต่การควบคุมหรือสร้างแนวทางการโழยนาเพื่อจำหน่ายวัตถุมงคลก็ยังไม่มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปควบคุมแต่อย่างใด ในส่วนของการควบคุมการโழยนาวัตถุมงคลที่เกิดจากพระภิกษุนั้นถึงแม้จะมีมติมหาเถรสมาคมควบคุมเป็นการเฉพาะ แต่ด้วยเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้การโழยนา ก้าวหน้าขึ้นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการโழยนาตามสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งตามมติมหาเถรสมาคม ดังกล่าวไม่ครอบคลุมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงได้อย่างง่ายได้ในปัจจุบัน อีกทั้งบุคลากรทางศาสนาซึ่งมีอยู่อย่างจำกัด ไม่เพียงพอสำหรับการตรวจสอบ ควบคุมดูแล การบริหารงานของฝ่ายศาสนา ดังนั้น สภาพปัจจุบันสำหรับการโழยนาวัตถุมงคลที่แท้จริงคือ ไม่มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมและตรวจสอบการโழยนา หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเช่าบูชา (จำหน่าย) วัตถุมงคลเข้าไปดูแลควบคุม ตรวจสอบการโழยนาวัตถุมงคล การควบคุมตรวจสอบโழยนาของหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่จะเกิดขึ้นภายหลังจากที่ผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากโழยนาแล้ว และหลายครั้งที่ผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากการโழยนาแต่ไม่มีการดำเนินการเอาผิดกับผู้โழยนา จึงทำให้การโழยนาวัตถุมงคลในปัจจุบันยังคงเป็นโழยนาที่มีข้อความไม่เหมาะสม และไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

5.1.5 ปัญหาเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีเงินได้จากการนำวัตถุมงคลออกให้เช่าบูชา (จำหน่าย)

การเช่าบูชาวัตถุมงคลย่อมทำให้เกิดรายได้ขึ้น ซึ่งถือเป็นเงินได้ตามประมวลกฎหมาย และเมื่อเกิดเงินได้ขึ้นผู้มีเงินได้ย่อมมีหน้าที่ในการเสียภาษีจากเงินได้นั้น แต่จากการศึกษาพบว่า การจัดเก็บภาษีจากเงินได้ในการเช่าบูชาวัตถุมงคลมีปัญหาในการจัดเก็บภาษี ดังนี้

1. เกิดปัญหาในการหลบเลี่ยงภาษี เนื่องจาก จากการศึกษาพบว่า ในกรณีที่วัดจัดให้ เช่นช่าวัตถุคงคล รายได้จากการเช่าบุชาดังกล่าวจะไม่ต้องนำไปเสียภาษี เนื่องจากวัสดุใช้บริษัท หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลตามประมวลรัษฎากร ตามคำวินิจฉัยของกรมสรรพากรในหนังสือ สรรพากรที่ กค 0706/512 ลงวันที่ 20 มกราคม 2548 เรื่องภาษีเงินได้ ภาษีธุรกิจเฉพาะและการ แสดงปี กรณีโอนกรรมสิทธิ์ที่ธารณีสงฆ์ ด้วยเหตุนี้ทำให้นายทุน นักธุรกิจทึ้งหลายที่ต้องการหา รายได้และกำไรงจากการเช่าบุชาวัตถุคงคลใช้ช่องว่างนี้เป็นช่องทางนี้ในการหลบเลี่ยงไม่เสียภาษี

2. ปัญหาเกี่ยวกับการคำนวณเงินได้จากการจำหน่ายวัตถุคงคล เนื่องจากราคาวัตถุ คงคลในปัจจุบันไม่มีมาตรฐานในการกำหนดหรือควบคุมราคา โดยการกำหนดราคา เป็นการกำหนดราคากลางความเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการวัดคงคล ประกอบกับกระแสความ นิยมจากผู้บริโภค ยิ่งวัตถุคงคลมีกระแสความนิยมจากผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้นเท่าไหร่ราคาวัตถุคงคล ก็จะยิ่งมีราคาสูง จึงทำให้ราคาวัตถุคงคลมีความผันผวนไม่หยุดนิ่ง นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่า หากนำวัตถุคงคลรุ่นเดียวกันไปจำหน่ายในสถานที่ต่างกัน ราคาน้ำยาที่จำหน่ายในแต่ละที่จะมีราคา แตกต่างกันด้วย ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ ณ เวลาที่มีการเช่าบุชาวัตถุคงคลกันเจ้าหน้าที่ของรัฐ จึงไม่สามารถคำนวณเงินได้ที่แท้จริงจากการเช่าบุชาวัตถุคงคลได้

ดังนั้นจากสภาพปัญหาข้างต้นจึงทำให้หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการจัดเก็บภาษี ไม่สามารถเก็บภาษีจากเงินได้จากการจำหน่ายวัตถุคงคลได้

5.1.6 ปัญหาเกี่ยวกับหน่วยงานที่มีหน้าที่ควบคุมดูแลการจัดสร้างและเช่าบุชาวัตถุคงคล

การควบคุมดูแลการจัดสร้างและการเช่าบุชาวัตถุคงคลในปัจจุบันเป็นการควบคุมดูแล ตามมาตรการทางกฎหมายทั่ว ๆ ไปเท่านั้น ดังนั้น หน่วยงานที่เข้ามาควบคุมดูแลและแก้ไขปัญหา ในการจัดสร้างและการเช่าบุชาวัตถุคงคลจึงเป็นหน่วยงานภายใต้บทบัญญัติของกฎหมายทั่ว ๆ ไป แต่จากการศึกษาพบว่า ปัญหาการจัดสร้างและการเช่าบุชาวัตถุคงคลเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นใหม่ เนื่องจากในอดีตไม่มีการทำธุรกิจพุทธศาสนิชย์ จึงทำให้ปัญหามีลักษณะเป็นการเฉพาะและเป็น ธุรกิจที่เกิดขึ้นเฉพาะในสังคมไทยเท่านั้น ด้วยเหตุนี้จึงเป็นเหตุให้ส่งผลกระทบต่อหน่วยงานหลาย หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงพุทธศาสนา ดังนั้น การควบคุมดูแลปัญหาการจัดสร้าง และเช่าบุชาวัตถุคงคลตามกฎหมายทั่ว ๆ ไป และหน่วยงานตามกฎหมายทั่ว ๆ ไป จึงไม่สามารถ แก้ไขปัญหาในการควบคุมการจัดสร้างและเช่าบุชาวัตถุคงคลอย่างองค์รวมได้

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาในการควบคุมการจัดสร้างและการเข้ามายังวัตถุมงคล ตามกฎหมายที่เกี่ยวกับพุทธศาสนาของประเทศไทย พบว่ากฎหมายที่มีอยู่ไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการจัดสร้างและการเข้ามายังวัตถุมงคลทางพระพุทธศาสนาอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากปัญหาดังกล่าวเกิดจากการทำธุรกิจพุทธพาณิชย์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในประเทศไทย และไม่สามารถนำมาตรการหรือหลักกฎหมายต่างประเทศมาเปรียบเทียบได้ อีกทั้ง ยังเป็นปัญหาที่มีลักษณะเป็นการเฉพาะ เพราะมีผลกระทบกับหลายฝ่าย ไม่ว่าเป็นฝ่ายเอกชน รัฐ และต่อพระพุทธศาสนา ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้มีการแก้ไขปัญหาในการจัดสร้างและการเข้ามายังวัตถุมงคล ดังนี้

ผู้วิจัยเห็นควรให้มีการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดสร้างและการเข้ามายังวัตถุมงคลทางพระพุทธศาสนาให้การบังคับใช้มีความชัดเจนและมีประสิทธิภาพ โดยการตรากฎหมายออกมายในลักษณะเป็นกฎหมายทั่วไป จากราชบัญญัติ ไม่ใช่กฎหมายที่ต้องใช้การตราโดยรัฐสภา ซึ่งสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม เนื่องจากการจัดสร้างและการเข้ามายังวัตถุมงคลทางพระพุทธศาสนา เป็นเรื่องที่มีผลกระทบกับศาสนา และวัฒนธรรมมากที่สุด นอกจากนี้ควรแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ให้สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ทั้งนี้ กฎหมายทั่วไปจะต้องมีผลบังคับใช้กับทั้งพระภิกษุสงฆ์ และฆราวาส ซึ่งควรเมบันญัติ ดังนี้

1) กำหนดบทนิยามของคำว่า “วัตถุมงคล” ให้หมายความว่า ประดิษฐ์กรรมทั้งหลายที่ทำเป็นรูปเคารพแทนองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า หรือพระลงกรณ์ หรือสัญลักษณ์อื่นๆ ในพระพุทธศาสนา

2) กำหนดมาตรการควบคุมการจัดสร้างวัตถุมงคล โดยผู้วิจัยเห็นสมควรให้มีการขออนุญาตจัดสร้างวัตถุมงคลทั้งพระภิกษุ ฆราวาส รวมถึงการร่วมมือกันจัดสร้างวัตถุมงคลของทั้งสองฝ่าย และฆราวาสด้วย โดยการขออนุญาตนั้นหน่วยงานที่มีอำนาจในการควบคุมการจัดสร้างต้องกำหนดรายละเอียดและเอกสารที่ต้องยื่นต่อเจ้าหน้าที่ในการขออนุญาตจัดสร้างวัตถุมงคล เช่น ข้อมูลล้วนตัวของผู้ขออนุญาต รูปแบบหรือตัวอย่างวัตถุมงคลที่จะจัดสร้าง ต้นทุนการจัดสร้าง วัตถุประสงค์ในการจัดสร้าง แบบประเมินราคาวัตถุมงคลสำหรับการเข้ามายัง ใบสัญญาการขออนุญาตจัดสร้างในกรณีที่มีฆราวาสจัดสร้าง เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยยังเห็นสมควรให้มีการกำหนดข้อห้าม หรือกำหนดลักษณะวัตถุมงคลที่ไม่เหมาะสมและห้ามทำการจัดสร้างไว้ด้วย เช่น วัตถุมงคลที่มีรูปแบบอนาจาร มีภาพเปลือยของชายหญิง หรือเป็นลักษณะเหมือนหรือคล้ายอวัยวะเพศ เป็นต้น และผู้วิจัยขอเสนอให้การเข้า

บูชาวัตถุมงคลทุกรังสึ ต้องมีการออกใบรับรองวัตถุมงคลให้แก่ผู้บูชา หรือ โภค เพื่อเป็นการประกันว่า เป็นวัตถุมงคลของแท้ และเป็นหลักฐานในการเช่าบูชา วัตถุมงคลด้วย

3) กำหนดมาตรฐานความคุณการโฆษณา วัตถุมงคล ซึ่งผู้วิจัยเห็นควรให้มีการกำหนด รูปแบบหรือมาตรฐานสำหรับการโฆษณา วัตถุมงคล โดยผู้วิจัยขอเสนอให้การโฆษณา วัตถุมงคล ควรโฆษณาได้เพียง ประวัติความเป็นมาของผู้จัดสร้างหรือผู้ทำพิธีปลูกเสก วัตถุมวลสารที่ใช้ในการจัดสร้าง สถานที่จัดสร้างและเช่าบูชา จำนวนที่จะจัดสร้าง และราคาในการนำออกให้เช่าบูชา

และควรกำหนดให้ผู้จัดสร้างนำโฆษณามาให้เจ้าหน้าที่ทำการตรวจสอบโฆษณา ก่อนนำโฆษณาออกเผยแพร่ต่อสาธารณะชน

4) กำหนดหน่วยงานเฉพาะที่มีหน้าที่ในการควบคุมการจัดสร้างและการเช่าบูชา วัตถุ มงคลให้เป็นไปตามกฎหมายฉบับนี้ ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นควรให้กรมการศาสนาเป็นประธานในการ จัดการตามประกาศหรือกฎหมายฉบับนี้ และเห็นควรให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการ เพื่อ ควบคุมดูแลการบริหารงานตามกฎหมายฉบับนี้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมการศาสนา มหาเถรสมาคม คณะกรรมการคุ้มครองผู้บูชา โภค กรมสรรพากร ฝ่ายปกครอง และเอกชนต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา เช่น สมาคมพระเครื่องแห่งประเทศไทย เป็นต้น

5) กำหนดบทลงโทษในกรณีที่มีการกระทำที่ฝ่าฝืนต่อประกาศหรือกฎหมาย ฉบับนี้อย่างจัดเจน และเป็นรูปธรรม

สำหรับประเด็น “การปั้นราคา วัตถุมงคล” นั้น จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า พฤติกรรมของ ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายวัตถุมงคลเข้าลักษณะอันเป็นการต้องห้ามตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคา สินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มาตรา 29 แต่เนื่องจากพฤติกรรมการปั้นราคา วัตถุมงคล ให้มีราคา สูงขึ้นนี้ยังไม่เคยปรากฏคำพิพากษากฎิตามมาตราดังกล่าว แต่อย่างไรก็ตาม มาตรา 29 วรรคสอง บัญญัติว่า “คณะกรรมการอาจกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่ถือว่าเป็นการทำให้ราคาต่ำเกินสมควร หรือสูงเกินสมควร หรือทำให้ปั่นปวนซึ่งราคาของสินค้าหรือบริการใดก็ได้ หลักเกณฑ์และวิธีการ ดังกล่าวให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา” ผู้วิจัยจึงขอเสนอให้คณะกรรมการ ใช้อำนาจตามมาตรา 29 วรรคสองนี้กำหนดพฤติกรรมการปั้นราคา วัตถุมงคลเป็นวิธีการต้องห้ามตาม มาตรา 29 เพื่อเป็น การคุ้มครองผู้บูชา โภค และพุทธศาสนาต่อไป

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังเห็นควรให้นำข้อเสนอแนะดังกล่าวข้างต้น ในบางประการ ไปใช้ใน การควบคุมบัญชีทรัพย์สินของสมาชิกรัฐสภา คณะกรรมการตราชการระดับสูง ในกรณีการซื้อขาย ทรัพย์สินก่อนและหลังจากเข้ารับตำแหน่ง รวมทั้ง นำไปใช้ในกฎหมายปราบปรามการฟอกเงิน อีกด้วย

แต่อย่างไรก็ตาม ในประเด็นเรื่อง “ปัญหาในการจัดเก็บภาษีจากเงินได้ในการนำวัตถุมงคลออกให้เช่าบูชา” นั้น การศึกษาในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาปัญหาดังกล่าว ในลักษณะ กว้าง ๆ เพื่อเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่จะชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการเสนอแนะให้มีการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเพื่อความคุมการจัดสร้างและการเช่าบูชาไว้ด้วยตนเอง แต่ในความเป็นจริงแล้ว ปัญหาเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีจากเงินได้ในการนำวัตถุมงคลออกให้เช่าบูชาเป็นปัญหาใหญ่และ เป็นปัญหาสำคัญ อีกทั้งยังมีความเกี่ยวข้องกับมาตรการทางภาษีโดยเฉพาะ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอ ให้ผู้ซึ่งมีความสนใจปัญหาเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีวัตถุมงคลทำการศึกษาและวิจัยเรื่องดังกล่าวนี้ อย่างละเอียดในโอกาสต่อไป





บรรณาธิการ

ภาษาไทย

หนังสือ

A.B. GRISWOLD. (2505). สถาปัตยกรรมและประติมากรรมไทย ในศิลปะในประเทศไทย.

กรุงเทพฯ: มูลนิธิอาเซีย.

กระทรวงศึกษาธิการ กรมวิชาการ. (2541). คู่มือการเรียนการสอนรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา. กรุงเทพฯ: คุรุสภาลาดพร้าว.

คงเดช ประพันธ์ทอง. (2529). โบราณคดีประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร. กรุงเทพฯ: รุ่งศิลป์การพิมพ์.

จรัญ โภษananนท์. (2535). นิติปรัชญา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

จรุณ โภสึริกนิรนด. (2535). หลักเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล.

จิตรา บัวบุศย์. (2514). ประวัติย่อ พระพิมพ์ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์.

จรีพันธ์ สมประสงค์. (2524). ประวัติศิลปะ. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ฉันทะ wareamn. (ม.ป.ป.). ตำรับพระเครื่องร่างของคลัง. กรุงเทพฯ: เกษมบรรณกิจ.

ชัยลักษ์ ตราฐานรัตน และคุณยกยาน พล ตราฐานรัตน. (2554). ประมวลรัษฎากร (ฉบับมีคำอธิบายย่อและคำพิพากษาศาลฎีกาย่อ). กรุงเทพฯ.

ณรงค์ เสี้ງประชา. (2538). วิทยาศาสตร์สังคม. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ดวงธรรม โซนเชิดประทีป. (2513). พระกริ่ง. กรุงเทพฯ: ไทยสัมพันธ์.

นิพนธ์ พัวพงศ์ และคณะ. (2549). โครงการศึกษาผลกระบวนการจากการเจรจาทูปแบบการ-เปิดเสรี สินค้าเกษตรในอาเซียน (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ.

บุญเลิศ พงษ์มင์สาม และจริพร เอี่ยมครี. (2532). หลักเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: แสงจันทร์ก้า พิมพ์.

บุญยเทพย์. (2528). ชีวประวัติ อภินิหาร พระคاثาชินบัญชรของเจ้าพระคุณสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต) วัดระฆังฯ. กรุงเทพฯ: เจริญผล.

ป. รัตนปัญญา. (2538). สอนเด็กไม่ให้เชื่อ โซค้างของคลัง. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ปริชา สุมาวงศ์. (2527). กฎหมายแห่งและพาณิชย์ว่าด้วย ซื้อขาย แลกเปลี่ยน ให้. กรุงเทพฯ: กรุงสยามการพิมพ์.

พระเทพเวที (ประยุทธ์ ปัญโต). (2531). พระพุทธศาสนาในอาเซียน (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: มหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.

พระธรรมปีฎก. (2539). สถานการณ์พระพุทธศาสนาและไสยาสตร์. กรุงเทพฯ: สหธรรมมิการพิมพ์.

พระราชวรรณนี (ประยุทธ์ ปัญโต). (2528). พจนานุกรมพุทธศาสนา ฉบับประมวลรวม (พิมพ์ครั้งที่ 2). พระนครศรีอยุธยา: มหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.

ขิงเทพ จันทร์งาม. (ม.ป.ป.). การจัดสร้างและการเก็บรักษาวัตถุมงคล. กรุงเทพฯ.

รองพล เจริญพันธ์. (2529). นิติปรัชญา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

วิญญาลีสุวรรณ. (2528). ประดิษฐาไทย. กรุงเทพฯ: ครุสภ.

วิภากย รักษา瓦ที. (2521). เศรษฐศาสตร์เพื่อมวลชน. กรุงเทพฯ: รุ่งสมัยการพิมพ์.

เศรษฐสยาม. (2524). การผูกขาดเศรษฐกิจไทย. หน้า กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์การพิมพ์.

ศรีศักร วัลลิโภดม. (2527). พระเครื่องในเมืองสยาม (พิมพ์ครั้งที่ 2.). กรุงเทพฯ: มติชน.

ศักดิ์ สุริยัน. (2515). พระกริ่ง พระบิตรตาที่สำกัญและเครื่องรางของหลัง. กรุงเทพฯ: บำรุงนฤกุลกิจ.

เสถียร พันธุรังสี. (2521). ศาสนาโนรรม. กรุงเทพฯ: มหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.

แสง จันทร์งาม. (2534). ศาสนาศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพาณิชย์.

หยุด แสงอุทัย. (2515). กฏหมายอาญาภาค 2-3. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บทความ

จุลทรรศน์ พยากรณ์ราನนท์. (2539). พระพุทธปฏิมากร, ในสารานุกรมภาพพระเครื่อง. กรุงเทพฯ: กรุณาการพิมพ์.

ธัญชาร ศัมมาทิฐ. (2536). “การควบคุมธุรกิจพระเครื่อง.” สมาคมพระ, 63. หน้า 78-79.

พระธรรมปีฎก (ประยุทธ์ ปัญโต). (2538, ตุลาคม). “การเผยแพร่องรมในยุคข้อมูลข่าวสาร.”

พุทธจักร, 49 (9). หน้า 14.

พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว. (2505). พระราชนราภเรืองพระพุทธชินราช จดหมายเหตุกรุงสยาม. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.

พินิจ สุริyanุตร. (2537). “พระกริ่งป่าวรศฯ คณศพระเครื่อง.” พระเครื่อง, 32, หน้า 21-26.

วิเชียร ฤกษ์ไพศาล. (2554, 28 ธันวาคม). “พระปั้น” ต้องทันกem, ข่าวสดรายวัน, 21 (7699). หน้า 31.

ส. พลายน้อย. (2542, 10 กุมภาพันธ์). “มุนพระเก่า.” ข่าวสด. หน้า 27.

สรพลด โศภิตกุล. (ม.ป.ป.). “อาณาจักรเครื่องรางของขลัง: วิถีแห่งความเชื่อของชาวสยาม.”

เชียงประ, 11 (188). หน้า 16.

สุชุม ศรีหิรัญ. (2519, กุมภาพันธ์). “หลวงพ่อสนนิท.” จักรวาลพระเครื่อง, 2 (17). หน้า 17.

สุธรรม อัญในธรรม. (2531, ตุลาคม). “กถุหมายระหว่างประเทศเกี่ยวกับการสงงานรักษาศิลปะโบราณวัตถุ.” สารานุ- กถุหมาย คณะกรรมการสงงานรักษาศิลปะ 12 (2). หน้า 6-13.

เสมอ ทำพระ. (2539). “เปิดกรุอาถรรพ์.” บัวนัตร ฉบับปฐมนิเทศ.

อาคม เติมพิทยาไพลี. (2553). การกำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 (ในรายงานการประชุมคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ. หน้า 21-22. 19 เมษายน 2553 ณ ห้องประชุมอาคารศาสนสถาน กรมท่าระบานที่ 11 รัถยาพระองค์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร).

วิทยานิพนธ์

Stanley Jeyaraja Tarnbiah. (2536). *The Buddhists Saints of the Forest and the cult of amulets*

(วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). กรุงเทพฯ: มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชัชวาล ชนะรุคปต. (2550). *บัญทางกถุหมายเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีเงินได้จากการจำหน่ายวัตถุมงคล* (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ประพจน์ คงวิทยา. (2541). *ประสีทวิภาคและมาตรการทางกถุหมายเกี่ยวกับการกำหนดราคางานศิลป์และป้องกันการผูกขาดตามกถุหมายไทยในปัจจุบัน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พระมหาเกynom พยุง (หาสจิตโถ). (2541). *พระพุทธศาสนาในเมืองกำแพงเพชร โบราณ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พระมหาเชิด เจริญรัมย์. (2541). *พระเครื่องกับสังคมไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีทัศนะของนักวิชาการพุทธศาสนา ในสถาบันอุดมศึกษา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหิดล.

พระมหามนตรี วัลลโภ (ป้อมสุข). (2542). *อิทธิพลของวัตถุมงคล ที่มีต่อสังคมไทยในปัจจุบัน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

- ยิ่งเทพ จันทร์งม. (2538). มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจัดสร้าง การโฆษณา และการเก็บรักษา วัตถุคงคล ในพุทธศาสนา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.
- เสรี เสริฐสนิท. (2540). การศึกษาพระพิมพ์คินแพกรุนาคุณ จังหวัดมหาสารคาม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อรุณหักดิ์ กิ่งมนี. (2524). พระพิมพ์คินผ่าสกุลช่างกำแพงเพชร (สารนิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อนันท์ วิสุทธิแพทย์. (2555). ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการกำกับดูแลราคาตามพระราชบัญญัติว่าด้วย ราคาสินค้า และบริการ พ.ศ. 2542 : ศึกษาเฉพาะราษฎรากายปลีก ใจไก่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กานัด.com. (ม.ป.ป.). พระเครื่อง สืบคืบเมื่อ 12 กันยายน 2556, จาก <http://www.kadnad.com>.
- การกำหนดราคา. สืบคืบเมื่อ 29 มกราคม 2557, จาก <http://www.navigato.com/business-management/sales/64-pricing>.
- กมชคลีก้อน ไลน์. (ม.ป.ป.). เชื่อพระหรือเชื่อตัวรอดี? กรณี... “พระหลวงปู่แฝ้ว รุ่นเจริญพระรุ่นบุชาครู.” สืบคืบเมื่อ 26 พฤษภาคม 2556, จาก http://www.komchadluek.net/detail/gakgumi_dechskulthai.
- (ม.ป.ป.). ธุรกิจพระเครื่องและวัตถุคงคล. สืบคืบเมื่อ 26 พฤษภาคม 2556, จาก <http://www.thanonline.com/>
- มหาธรรมสมาคม. (ม.ป.ป.). “มติมหาธรรมสมาคม.” สืบคืบเมื่อ 14 พฤษภาคม 2556, จาก <http://www.mahathera.org/detial.php?module=mati&id=254703070101&title=10>
- ศาลอาญา. (ม.ป.ป.). ค้นหาข้อมูลคดี. สืบคืบเมื่อ 12 กันยายน 2556, จาก <http://www.crimc.coj.go.th/>
- อิทิปัจ្រิหาริย์พระเครื่อง. (ม.ป.ป.). หลักการปั่นราคาพระเครื่อง. สืบคืบเมื่อ 29 มกราคม 2557, จาก <http://www.itti-patihan.com/index.php>

กฎหมาย

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.

ประมวลกฎหมายอาญา.

ประมวลรัษฎากร.

พระราชบัญญัติคณะกรรมการผู้บริโภค พ.ศ. 2505.

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.

พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550.

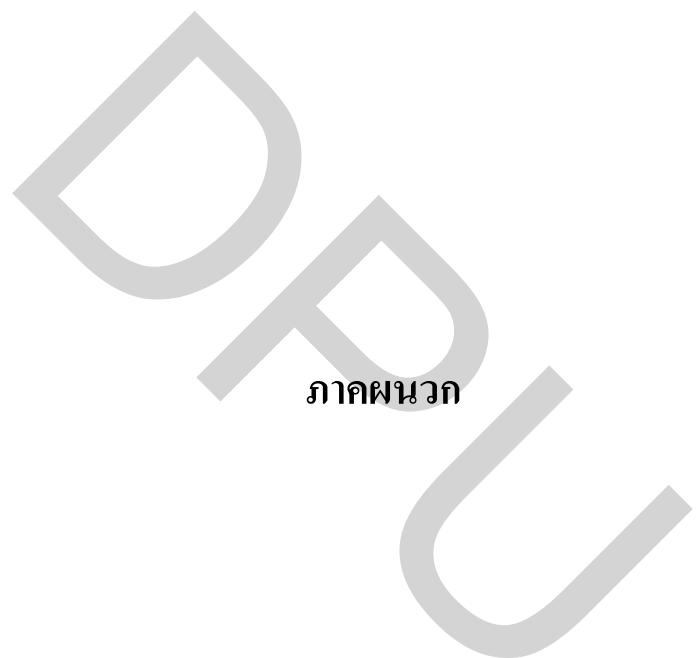
ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

AP Cowie. (1989). *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. Fourth Edition.

London: Oxford University.

Paul Procter. (1978). *Longman Dictionary of Contemporary English*. London: Longman Group.



เรื่องเลขที่ ๒๐๙/๒๕๕๑

บันทึกสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

เรื่อง ความรับผิดเกี่ยวกับการโฆษณาวัตถุมงคล “สมเด็จเนื้อหัว”

ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้มีหนังสือด่วนที่สุด ที่ นร ๐๓๐๒/๑๔๓๙ ลงวันที่ ๒๘ มกราคม ๒๕๕๑ ถึงสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ความว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้รับหนังสือร้องเรียนจากประชาชนจำนวนมากแจ้งว่า ได้พบการโฆษณาวัตถุมงคล ใช้ชื่อว่า “พระสมเด็จเนื้อหัว” ทางหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นำสด นิติชนกมชั้ดลีก ป้ายประกาศ ริมถนน สื่อโฆษณาบริเวณหน้าที่ทำการไปรษณีย์ ธนาคารออมสินธนาคารกรุงไทย ธนาคารทหารไทย และธนาคารกรุงเทพฯ จดหมายแจ้งจากมูลนิธิอภัยธรรมราชอนุสรณ์ที่ส่งถึงประชาชนตามบ้านพัก และป้ายโฆษณาขนาดใหญ่บนทางยกระดับเขตธุรกิจ ในช่วงระหว่างวันที่ ๑๐-๒๑ ธันวาคม ๒๕๕๐ โดยใช้ข้อความโฆษณาว่า “สร้างจากดอกไม้พระราชทานพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ผสมผงพุทธคุณ และว่านมงคลกว่าหมื่นชนิดของวัดที่พระราชาณาจักร พระธรรม ปลูกเสก ๑๗๐ ปีago พิธีพุทธาภิเบกษา วัดระฆังโอมสิตาราม พระเกจิอาจารย์๗๖ จังหวัด สมโภช ภาคพระอรามหlow เป็นการสร้างพระสมเด็จเนื้อหัว ๕ สี ครึ่งแรกของชาวไทย

- สีขาวเนื้อวัตถุชนั้ง สมโภชให้กลิ่นหอมของชาวดรุ่งเทพและภาคกลาง
- สีเหลืองในหลวง สมโภชให้กลิ่นเมืองเหนือ เป็นของชาวน้ำตกเหนือ
- สีเขียวพระแก้ว สมโภชให้กลิ่นโถง เป็นของชาวภาคอีสาน
- สีชมพูพิพิพ สมโภชให้กลิ่นภาคตะวันออก เป็นของชาวภาคตะวันออก
- สีน้ำทะเล สมโภชให้กลิ่นปักษ์ใต้ เป็นของชาวภาคใต้ ฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน

ที่ระลึกการสร้างอุโบสถสองกษัตริย์ ร่วมถวายเป็นพระราชกุศล แด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๙ และพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๕” และมีภาพประกอบ การโฆษณาเป็นพระเครื่องบูชาเนื้อผงหลาຍสี “ด้านหน้าเป็นพระพุทธรูป ด้านหลังมีรอยตราลักษณ์ คล้ายพระมหา מגุฏ” การที่ผู้สร้างใช้ชื่อว่า “พระสมเด็จเนื้อหัว” และมีตรามงคลถูกนำไปประทับบนองค์พระซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับ “ตราพระมหาพิชัยมงกุฎ” ทำให้ประชาชนเข้าใจผิดว่าการจัดสร้างพระดังกล่าวเกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์และสำนักพระราชวัง จึงขอให้พิจารณาดำเนิน

การตรวจสอบและการตรวจสอบข้อเท็จจริงปรากฏว่า การนำตราชุมนตรีใช้ประทับด้านหลัง พระสมเด็จหน่อหัวนัน เป็นแนวความคิดของบริษัท ไดมอนด์ อิลล์ จำกัด โดยนายสิทธิกร นุญจิม ซึ่งบริษัท ไดมอนด์ อิลล์ฯ และนายสิทธิกร เป็นผู้กระทำการ โฆษณาพระสมเด็จหน่อหัวทั้งหมด รวมทั้งเป็นผู้จัดกิจกรรมให้เช่าบูชาพระ โดยใช้ข้อความโฆษณาที่ทำให้ประชาชนเข้าใจว่าการสร้างพระ ดังกล่าวเกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหาภพตรี และเป็นการจัดสร้างพระเพื่อให้ประชาชนที่เช่าบูชา ได้ถวายความจงรักภักดีต่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในพระราชวโรกาสสำคัญที่พระองค์ มีพระชนมายุครบ ๘๐ พรรษา เนื่องจากใช้ชื่อพระว่า “สมเด็จหน่อหัว” ที่มีความหมายทำให้ประชาชน เช้าใจได้ว่าหมายถึง พระมหาภพตรี และน้ำร้อยตราที่มีลักษณะคล้ายพระมหาภพตรี ใช้ประกอบ ด้านหลังองค์พระ การกระทำดังกล่าวเป็นการกล่าวอ้างสถาบันพระมหาภพตรี เพื่อประโยชน์ ในการของการของตน โดยมิได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาต จึงเป็นการมิบังควรอย่างยิ่ง อันอาจเป็น การหมิ่นต่อพระบรมเดชานุภาพ

ในการนี้ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขอหารือข้อกฎหมายต่อคณะกรรมการ กฤษฎีกาว่ากรณีตามข้อเท็จจริงข้างต้นเข้าลักษณะตามบทบัญญัติตามมาตรา ๒๒ แห่งพระราชบัญญัติ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ อยู่ในอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการ โฆษณา โดยไม่ขัดต่อ บทบัญญัติ มาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าวหรือไม่

คณะกรรมการกฤษฎีกา (คณะที่ ๑) ได้พิจารณาข้อหารือดังกล่าวโดยมีผู้แทน สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) และผู้แทนสำนักงาน พระพุทธศาสนาแห่งชาติ เป็นผู้ชี้แจงข้อเท็จจริงแล้ว ปรากฏข้อเท็จจริงเพิ่มเติมว่าเหตุที่ต้องหารือมานี้ เนื่องจากในการประชุมคณะกรรมการติดตามสอดส่องและวินิจฉัยการ โฆษณา มีอนุกรรมการฯ บางฝ่าย เห็นว่าสมควรส่งเรื่องให้มหาเถรสมาคมเป็นผู้พิจารณา เพราะอยู่ในอำนาจหน้าที่ของมหาเถร สมาคมตามพระราชบัญญัติคณะกรรมการติดตามสอดส่อง พ.ศ. ๒๕๐๕ จึงมีประเด็นต้องพิจารณาว่าพระราชบัญญัติ คณะกรรมการติดตามส่องฯ จึงเป็นกฎหมายที่บัญญัติเรื่องดังกล่าวไว้โดยเฉพาะตามมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ หรือไม่

คณะกรรมการกฤษฎีกา (คณะที่ ๑) ได้พิจารณาบทบัญญัติตามมาตรา ๒๑^๑ แห่ง พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

^๑ มาตรา ๒๑ ในกรณีที่กฎหมายว่าด้วยการใดได้บัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้วให้บังคับตาม บทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการนั้น และให้นำบทบัญญัติในหมวดนี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติ ดังกล่าวไว้แต่...

(ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๙ ที่บัญญัติว่า “ในกรณีที่กฎหมายว่าด้วยการได้ໄດ້บัญญัติเรื่องได้ໄວ້โดยเฉพาะแล้วให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการนั้น และให้นำบทบัญญัติในหมวด ๒ นี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ช้าหรือขัดกับบทบัญญัติดังกล่าว ...” แล้ว เห็นว่าพระราชนักบัญญัตินั้นมีลักษณะเป็นกฎหมายพิเศษที่บัญญัติขึ้นเพื่อกุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในส่วนที่ยังไม่ได้มีกฎหมายโดยบัญญัติไว้ และการนำบทบัญญัติในหมวด ๒ ของพระราชนักบัญญัติกุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ “ไปใช้บังคับก็สามารถกระทำได้เท่าที่ไม่ช้าหรือขัดกับบทบัญญัติแห่งกฎหมายเฉพาะที่ได้บัญญัติเกี่ยวกับการกุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคไว้ และการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะมีอำนาจในการวินิจฉัยว่า การโฆษณาได้ใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคม เป็นส่วนรวมอันเป็นการฝ่าฝืนต่องบทบัญญัติตามมาตรา ๒๒^๒ และใช้อำนาจออกคำสั่งใดๆ เกี่ยวกับการโฆษณาตามมาตรา ๒๗^๓ ได้นั้น จะต้องปรากฏว่าการโฆษณาในเรื่องดังกล่าวยังไม่มีกฎหมายอันได้บัญญัติໄວ້โดยเฉพาะตามนัยมาตรา ๒๑ แห่งพระราชนักบัญญัติกุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

^๒ มาตรา ๒๒ การโฆษณาจะต้องไม่ใช้ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิดสภาพคุณภาพหรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(๑) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(๒) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับลินก้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สกัด หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่ถูกต้อง

(๓) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำการใดก็ตามที่เป็นการกระทำการโดยชอบด้วยกฎหมายหรือศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(๔) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(๕) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎหมาย

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุกคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (๑).

^๓ มาตรา ๒๗ ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าการโฆษณาฝ่าฝืนมาตรา ๒๒ มาตรา ๒๓ มาตรา ๒๔ (๑) หรือมาตรา ๒๕ ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีอำนาจออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือห้ามอย่างดังต่อไปนี้

(๑) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา

(๒) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา

เมื่อได้พิจารณาพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. ๒๕๐๕ แล้ว ไม่มีบทบัญญัติได้กล่าวถึง การโฆษณาวัดคุณงคล ไว้โดยเฉพาะ คงมีแต่ตั้นมาเดรสมาม ครั้งที่ ๓/๒๕๔๗^๔ เรื่องการโฆษณา พระพุทธรูป พระเครื่องและวัดคุณงคลในสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุโทรทัศน์เพื่อเป็น การควบคุมการโฆษณาพระบูชาและวัดคุณงคลของพระภิกษุ หากผู้จัดทำพระบูชาหรือวัดคุณงคล เป็นคุณหัสดี ขอให้พระสังฆาธิการช่วยกันสอดส่องดูแล แจ้งเจ้าหน้าที่ฝ่ายบ้านเมืองดำเนินการตาม กฎหมายต่อไป แต่โดยที่ปรากฏข้อเท็จจริงตามเอกสารและคำชี้แจงของผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและผู้แทนสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติว่า การโฆษณาวัดคุณงคล “สมเด็จน喙อหัว” เป็นการกระทำของคุณหัสดีทั้งหมด โดยมิได้เกี่ยวข้องกับพระภิกษุแต่อย่างใดพระราชบัญญัติ คณะสงฆ์ฯ และนิติหาเดรสมามดังกล่าวจึงไม่อาจใช้บังคับกับการโฆษณาในกรณีนี้ได้ อีกทั้งใน ปัจจุบันยังไม่มีบทบัญญัติกฎหมายอื่นใดบัญญัติเกี่ยวกับการโฆษณาวัดคุณงคลของคุณหัสดีไว้ โดยเฉพาะ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (คณะที่ ๑) จึงเห็นว่า เมื่อการโฆษณาวัดคุณงคลของคุณหัสดีไม่มี กฎหมายอื่นใดบัญญัติไว้โดยเฉพาะตามนัยมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ จึงเป็นอำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาโดยตรงที่จะวินิจฉัยว่าการโฆษณา ดังกล่าวเข้าลักษณะตามมาตรา ๒๑ หรือไม่

(ลงชื่อ) พรหพย ชาล

(คุณพรหพย ชาล)

เลขานุการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

มีนาคม ๒๕๕๗

(๓) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา

(๔) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด

ในการออกคำสั่งตาม (๔) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการ โดย คำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตใจในการกระทำการของผู้กระทำการโฆษณา.

^๔ นิติหาเดรสมาม ครั้งที่ ๓/๒๕๔๗ เรื่อง การโฆษณาพระพุทธรูป/พระเครื่องและวัดคุณงคลในสื่อ หนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุโทรทัศน์.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

ประวัติการศึกษา

ประวัติการทำงาน

นางสาวศศิวิมล สิทธิโชค

ปีการศึกษา 2551 นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปีการศึกษา 2552 เนติบัณฑิต สมัยที่ 62

พุทธศักราช 2553 ประกาศนียบัตรหลักสูตรวิชาว่าความ

สำนักฝึกอบรมวิชาว่าความแห่งสถาบันนายความ

1 มี.ค. 2554- 30 เม.ย. 2556 นิติกรข้างHEMA สำนักงาน

อัยการสูงสุด สำนักงานอัยการพิเศษฝ่ายคดีอาญา 4

