

บันทึกสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา
เรื่อง ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการโฆษณาวัตถุมงคล “สมเด็จพระเนือหัว”
ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้มีหนังสือ ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๓๐๒/๑๔๓๘ ลงวันที่ ๒๘ มกราคม ๒๕๕๑ ถึงสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ความว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้รับหนังสือร้องเรียนจากประชาชนจำนวนมากแจ้งว่า ได้พบการโฆษณาวัตถุมงคลใช้ชื่อว่า “พระสมเด็จเนือหัว” ทางหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด มติชนคมชัดลึก ป้ายประกาศริมถนน สื่อโฆษณาบริเวณหน้าที่ทำการไปรษณีย์ ธนาคารออมสิน ธนาคารกรุงไทย ธนาคารทหารไทย และธนาคารนครหลวงไทย จดหมายแจ้งข่าวจากมูลนิธิอัฐมรชาานุสรณ์ที่ส่งถึงประชาชนตามบ้านพัก และป้ายโฆษณาขนาดใหญ่บนทางยกระดับจตุรทิศ ในช่วงระหว่างวันที่ ๑๐-๒๑ ธันวาคม ๒๕๕๐ โดยใช้ข้อความโฆษณาว่า “สร้างจากดอกไม้พระราชทาน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ผสมผงพุทธคุณ และว่านมงคลกว่าหมื่นชนิดของวัดทั่วพระราชอาณาจักร พระเถระ ปลุกเสก ๗๗๐ อำเภอ พิธีพุทธาภิเษก ณ วัดระฆังโฆสิตาราม พระเกจิอาจารย์ ๗๖ จังหวัด สมโภช ๕ ภาค พระอารามหลวง เป็นการสร้างพระสมเด็จเนือหัว ๕ สี ครั้งแรกของชาวไทย

- สีขาวเนือวัดระฆัง สมโภชใหญ่ภาคกลาง เป็นของชาวกรุงเทพและภาคกลาง
- สีเหลืองในหลวง สมโภชใหญ่เมืองเหนือ เป็นของชาวล้านนาภาคเหนือ
- สีเขียวพระแก้ว สมโภชใหญ่ริมโขง เป็นของชาวภาคอีสาน
- สีชมพูพิภพ สมโภชใหญ่ภาคตะวันออก เป็นของชาวภาคตะวันออก
- สีนํ้าทะเล สมโภชใหญ่ปักช้ใต้ เป็นของชาวภาคใต้ ผังอำเภอไทยและอันดามัน

ที่ระลึกการสร้างอุโบสถสองกษัตริย์ ร่วมถวายเป็นพระราชกุศล แต่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๘ และพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๙” และมีภาพประกอบการโฆษณาเป็นพระเครื่องบูชาเนื้อผงหลายสี “ด้านหน้าเป็นพระพุทธรูป ด้านหลังมีรอยตราลักษณะคล้ายพระมหามงกุฏ” การที่ผู้สร้างใช้ชื่อว่า “พระสมเด็จเนือหัว” และมีตรามงกุฎมาประทับบนองค์พระ ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับ “ตราพระมหาพิชัยมงกุฎ” ทำให้ประชาชนเข้าใจผิดว่าการจัดสร้างพระดังกล่าวเกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์และสำนักพระราชวัง จึงขอให้พิจารณาดำเนินการตรวจสอบ และจากการตรวจสอบข้อเท็จจริงปรากฏว่า การนำตรามงกุฎมาใช้ประทับด้านหลังพระสมเด็จเนือหัวนั้น เป็น

ส่งพร้อมหนังสือ ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๔๐๑/๐๓๖๖ ลงวันที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๕๑ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกามีถึงสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี

แนวความคิดของบริษัท ไดมอนด์ ฮิลล์ จำกัด โดยนายสิทธิกร บุญฉิม ซึ่งบริษัท ไดมอนด์ ฮิลล์ฯ และนายสิทธิกร เป็นผู้กระทำการโฆษณาพระสมเด็จเนื้อหั่วทั้งหมด รวมทั้งเป็นผู้จัดกิจกรรมให้เช่าบูชาพระ โดยใช้ข้อความโฆษณาที่ทำให้ประชาชนเข้าใจว่าการสร้างพระดังกล่าวเกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์ และเป็นการจัดสร้างพระเพื่อให้ประชาชนที่เช่าบูชาได้ถวายความจงรักภักดีต่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในพระราชวโรกาสสำคัญที่พระองค์มีพระชนมายุครบ ๘๐ พรรษา เนื่องจากใช้ชื่อพระว่า “สมเด็จเนื้อหั่ว” ที่มีความหมายทำให้ประชาชนเข้าใจได้ว่าหมายถึงพระมหากษัตริย์ และนำรอยตราที่มีลักษณะคล้ายพระมหามงกุฎใช้ประกอบด้านหลังองค์พระ การกระทำดังกล่าวเป็นการกล่าวอ้างสถาบันพระมหากษัตริย์ เพื่อประโยชน์ในกิจการของตนโดยมิได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาต ถือเป็นการมิบังควรอย่างยิ่ง อันอาจเป็นการหมิ่นต่อพระบรมเดชานุภาพ

ในการนี้ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขอหารือข้อกฎหมายต่อคณะกรรมการกฤษฎีกาว่ากรณีตามข้อเท็จจริงข้างต้นเข้าลักษณะตามบทบัญญัติมาตรา ๒๒ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ อยู่ในอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาโดยไม่ขัดต่อบทบัญญัติ มาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าวหรือไม่

คณะกรรมการกฤษฎีกา (คณะที่ ๑๑) ได้พิจารณาข้อหารือดังกล่าว โดยมีผู้แทนสำนักงานกฤษฎีกา (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) และผู้แทนสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ เป็นผู้ชี้แจงข้อเท็จจริงแล้ว ปรากฏข้อเท็จจริงเพิ่มเติมว่า เหตุที่ต้องหารือมานี้เนื่องจากการประชุมคณะอนุกรรมการติดตามสอดส่องและวินิจฉัยการโฆษณา มีอนุกรรมการฯ บางฝ่าย เห็นว่า สมควรส่งเรื่องให้มหาเถรสมาคมเป็นผู้พิจารณา เพราะอยู่ในอำนาจหน้าที่ของมหาเถรสมาคมตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. ๒๕๐๕ จึงมีประเด็นต้องพิจารณาว่าพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ฯ ถือเป็นกฎหมายที่บัญญัติเรื่องดังกล่าวไว้โดยเฉพาะตามมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ หรือไม่

คณะกรรมการกฤษฎีกา (คณะที่ ๑๑) ได้พิจารณาบทบัญญัติมาตรา ๒๑^๑ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๑ ที่บัญญัติว่า “ในกรณีที่กฎหมายว่าด้วยการใดได้บัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้วให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการนั้น และให้นำบทบัญญัติในหมวด ๒ นี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับบทบัญญัติดังกล่าว ...” แล้ว เห็นว่า พระราชบัญญัติฉบับนี้มีลักษณะเป็นกฎหมายพิเศษที่บัญญัติขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในส่วนที่ยังมิได้มีกฎหมายใด

^๑มาตรา ๒๑ ในกรณีที่กฎหมายว่าด้วยการใดได้บัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้วให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการนั้น และให้นำบทบัญญัติในหมวดนี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับบทบัญญัติดังกล่าว เว้นแต่

บัญญัติไว้ และการนำบทบัญญัติในหมวด ๒ ของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ไปใช้บังคับก็สามารถกระทำได้เท่าที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติแห่งกฎหมายเฉพาะที่ได้บัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคไว้ และการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะมีอำนาจในการวินิจฉัยว่าการโฆษณาใดใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมอันเป็นการฝ่าฝืนต่อบทบัญญัติตามมาตรา ๒๒^๒ และใช้อำนาจออกคำสั่งใดๆ เกี่ยวกับการโฆษณาตามมาตรา ๒๗^๓ ได้นั้น จะต้องปรากฏว่าการโฆษณาในเรื่องดังกล่าวยังไม่มีกฎหมายอื่นได้บัญญัติไว้โดยเฉพาะตามนัยมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

เมื่อได้พิจารณาพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. ๒๕๐๕ แล้ว ไม่มีบทบัญญัติใดกล่าวถึงการโฆษณาวัตถุมงคลไว้โดยเฉพาะ คงมีแต่มติมหาเถรสมาคม ครั้งที่ ๗/๒๕๔๗^๔ เรื่อง การ

^๒มาตรา ๒๒ การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพหรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(๑) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(๒) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่ก็ตาม

(๓) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(๔) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(๕) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (๑)

^๓มาตรา ๒๗ ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๒ มาตรา ๒๓ มาตรา ๒๔ (๑) หรือมาตรา ๒๕ ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาใช้อำนาจออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังต่อไปนี้

(๑) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา

(๒) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา

(๓) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา

(๔) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด

ในการออกคำสั่งตาม (๔) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตใจในการกระทำของผู้กระทำการโฆษณา

^๔มติมหาเถรสมาคม ครั้งที่ ๗/๒๕๔๗ เรื่อง การโฆษณาพระพุทธรูป/พระเครื่องและวัตถุมงคล ในสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุโทรทัศน์

โฆษณาพระพุทธรูป พระเครื่องและวัตถุมงคลในสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุโทรทัศน์ เพื่อเป็นการควบคุมการโฆษณาพระบูชาและวัตถุมงคลของพระภิกษุ หากผู้จัดทำพระบูชาหรือวัตถุมงคลเป็นคดีผิด ขอให้พระสงฆ์ช่วยกันสอดส่องดูแล แจ้งเจ้าหน้าที่ฝ่ายบ้านเมืองดำเนินการตามกฎหมายต่อไป แต่โดยที่ปรากฏข้อเท็จจริงตามเอกสารและคำชี้แจงของผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและผู้แทนสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติว่า การโฆษณาวัตถุมงคล “สมเด็จพระนเรศวรมหาราช” เป็นการกระทำของคดีผิดทั้งหมดโดยมิได้เกี่ยวข้องกับพระภิกษุแต่อย่างใด พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ฯ และมติมหาเถรสมาคมดังกล่าวจึงไม่อาจใช้บังคับกับการโฆษณาในกรณีนี้ได้ อีกทั้งในปัจจุบันยังไม่มีบทบัญญัติกฎหมายอื่นใดบัญญัติเกี่ยวกับการโฆษณาวัตถุมงคลของคดีผิดไว้โดยเฉพาะ คณะกรรมการกฤษฎีกา (คณะที่ ๑๑) จึงเห็นว่า เมื่อการโฆษณาวัตถุมงคลของคดีผิดไม่มีกฎหมายอื่นใดบัญญัติไว้โดยเฉพาะตามนัยมาตรา ๒๑^๔ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ จึงเป็นอำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาโดยตรงที่จะวินิจฉัยว่าการโฆษณาดังกล่าวเข้าลักษณะตามมาตรา ๒๒^๖ หรือไม่

(ลงชื่อ) พรทิพย์ จาละ

(คุณพรทิพย์ จาละ)

เลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

มีนาคม ๒๕๕๑

ในการนี้ ที่ประชุมได้สรุปเป็นมติให้สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติดำเนินการ ดังนี้

ฯลฯ

ฯลฯ

๓. หากผู้จัดทำพระบูชาหรือวัตถุมงคลเป็นคดีผิด ขอให้พระสงฆ์ช่วยกันสอดส่องดูแล แจ้งเจ้าหน้าที่ฝ่ายบ้านเมืองดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

ฯลฯ

ฯลฯ

^๔โปรดดูเชิงอรรถที่ ๑, ข้างต้น

^๖โปรดดูเชิงอรรถที่ ๒, ข้างต้น