

ภาคผนวก

เรื่องเสร็จที่ ๒๐๘/๒๕๕๑

บันทึกสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

เรื่อง ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการโฆษณาวัตถุมงคล “สมเด็จพระนเรศวรมหาราช”

ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้มีหนังสือด่วนที่สุด ที่ นร ๐๓๐๒/๑๔๓๘ ลงวันที่ ๒๘ มกราคม ๒๕๕๑ ถึงสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ความว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้รับหนังสือร้องเรียนจากประชาชนจำนวนมากแจ้งว่า ได้พบการโฆษณาวัตถุมงคล ใช้ชื่อว่า “พระสมเด็จเหนือหัว” ทางหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด มติชนคมชัดลึก ป้ายประกาศริมถนน สื่อโฆษณาบริเวณหน้าที่ทำ การไปรษณีย์ ธนาคารออมสินธนาคารกรุงไทย ธนาคารทหารไทย และธนาคารนครหลวงไทย จดหมายแจ้งข่าวจากมูลนิธิอัฐมราชานุสรณ์ที่ส่งถึงประชาชนตามบ้านพัก และป้ายโฆษณาขนาดใหญ่บนทางยกระดับจตุรทิศ ในช่วงระหว่างวันที่ ๑๐-๒๑ ธันวาคม ๒๕๕๐ โดยใช้ข้อความโฆษณาว่า “สร้างจากคอกไม้พระราชทานพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ผสมผงพุทธคุณ และว่านมงคลกว่าหมื่นชนิดของวัดทั่วพระราชอาณาจักร พระเถระ ปลุกเสก ๑๗๐ อำเภอ พิธีพุทธาภิเษก ณ วัดระฆังโฆสิตาราม พระเกจิอาจารย์ ๑๖ จังหวัด สมโภช ๕ ภาค พระอารามหลวง เป็นการสร้างพระสมเด็จเหนือหัว ๕ สี ครั้งแรกของชาวไทย

- สีขาวเนื้อวัดระฆัง สมโภชใหญ่ภาคกลาง เป็นของชาวกรุงเทพและภาคกลาง
- สีเหลืองในหลวง สมโภชใหญ่เมืองเหนือ เป็นของชาวล้านนาภาคเหนือ
- สีเขียวพระแก้ว สมโภชใหญ่ริมโขง เป็นของชาวภาคอีสาน
- สีชมพูพิภย์ สมโภชใหญ่ภาคตะวันออก เป็นของชาวภาคตะวันออก
- สีนํ้าทะเล สมโภชใหญ่ปักษ์ใต้ เป็นของชาวภาคใต้ ฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน

ที่ระลึกการสร้างอุโบสถสองกษัตริย์ ร่วมถวายเป็นพระราชกุศล แต่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๘ และพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๙” และมีภาพประกอบการโฆษณาเป็นพระเครื่องบูชาเนื้อผงหลายสี “ด้านหน้าเป็นพระพุทธรูป ด้านหลังมีรอยตราลักษณะคล้ายพระมหามงกุฏ การที่ผู้สร้างใช้ชื่อว่า “พระสมเด็จเหนือหัว” และมีตรามงกุฏมาประทับบนองค์พระซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับ “ตราพระมหาพิชัยมงกุฏ” ทำให้ประชาชนเข้าใจผิดว่าการจัดสร้างพระดังกล่าวเกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์และสำนักพระราชวัง จึงขอให้พิจารณาดำเนิน

การตรวจสอบและจากการตรวจสอบข้อเท็จจริงปรากฏว่า การนำตรามงกุฎมาใช้ประทับด้านหลังพระสมเด็จเหนือหัวนั้น เป็นแนวความคิดของบริษัท ไดมอนด์ ฮิลล์ จำกัด โดยนายสิทธิกร บุญนิม ซึ่งบริษัท ไดมอนด์ ฮิลล์ฯ และนายสิทธิกร เป็นผู้กระทำการโฆษณาพระสมเด็จเหนือหัวทั้งหมด รวมทั้งเป็นผู้จัดกิจกรรมให้เชาบูชาพระ โดยใช้ข้อความโฆษณาที่ทำให้ประชาชนเข้าใจว่าการสร้างพระดังกล่าวเกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์ และเป็นการจัดสร้างพระเพื่อให้ประชาชนที่เชาบูชาได้ถวายความจงรักภักดีต่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในพระราชวโรกาสสำคัญที่พระองค์มีพระชนมายุครบ ๘๐ พรรษา เนื่องจากใช้ชื่อพระว่า “สมเด็จเหนือหัว” ที่มีความหมายทำให้ประชาชนเข้าใจได้ว่าหมายถึง พระมหากษัตริย์ และนำรอยตราที่มีลักษณะคล้ายพระมหามงกุฎใช้ประกอบด้านหลังองค์พระ การกระทำดังกล่าวเป็นการกล่าวอ้างสถาบันพระมหากษัตริย์ เพื่อประโยชน์ในกิจการของตนโดยมิได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาต ถือเป็น การมีบังครวอย่างยั้ง อันอาจเป็นการหมิ่นต่อพระบรมเดชานุภาพ

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

คณะกรรมการกฤษฎีกา (คณะที่ ๑๑) ได้พิจารณาข้อหารือดังกล่าวโดยมีผู้แทนสำนักงานกฤษฎีกา (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) และผู้แทนสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ เป็นผู้ชี้แจงข้อเท็จจริงแล้ว ปรากฏข้อเท็จจริงเพิ่มเติมว่าเหตุที่ต้องหารือมานี้ เนื่องจากในการประชุมคณะอนุกรรมการติดตามสอดส่องและวินิจฉัยการโฆษณา มีอนุกรรมการฯ บางฝ่าย เห็นว่าสมควรส่งเรื่องให้มหาเถรสมาคมเป็นผู้พิจารณา เพราะอยู่ในอำนาจหน้าที่ของมหาเถรสมาคมตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. ๒๕๐๕ จึงมีประเด็นต้องพิจารณาว่าพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ฯ ถือเป็นกฎหมายที่บัญญัติเรื่องดังกล่าวไว้โดยเฉพาะตามมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ หรือไม่

คณะกรรมการกฤษฎีกา (คณะที่ ๑๑) ได้พิจารณาบทบัญญัติมาตรา ๒๑^๑ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

^๑ มาตรา ๒๑ ในกรณีที่กฎหมายว่าด้วยการใดได้บัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้วให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการนั้น และให้นำบทบัญญัติในหมวดนี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติดังกล่าว เว้นแต่...

(ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๑ ที่บัญญัติว่า “ในกรณีที่กฎหมายว่าด้วยการใดได้บัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้วให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการนั้น และให้นำบทบัญญัติในหมวด ๒ นี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติดังกล่าว ...” แล้ว เห็นว่าพระราชบัญญัติฉบับนี้มีลักษณะเป็นกฎหมายพิเศษที่บัญญัติขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในส่วนที่ยังมิได้มีการบัญญัติไว้ และการนำบทบัญญัติในหมวด ๒ ของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ไปใช้บังคับก็สามารถกระทำได้เท่าที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติแห่งกฎหมายเฉพาะที่ได้บัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคไว้ และการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะมีอำนาจในการวินิจฉัยว่าการโฆษณาใดใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมอันเป็นการฝ่าฝืนต่อบทบัญญัติตามมาตรา ๒๒^๒ และใช้อำนาจออกคำสั่งใดๆ เกี่ยวกับการโฆษณาตามมาตรา ๒๗^๓ ได้นั้น จะต้องปรากฏว่าการโฆษณาในเรื่องดังกล่าวยังไม่มีกฎหมายอื่นใดบัญญัติไว้โดยเฉพาะตามนัยมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

^๒ มาตรา ๒๒ การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิดสภาพคุณภาพหรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(๑) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(๒) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช่หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่ก็ตาม

(๓) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(๔) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(๕) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (๑).

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

(๑) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา

(๒) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา

เมื่อได้พิจารณาพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. ๒๕๐๕ แล้ว ไม่มีบทบัญญัติใดกล่าวถึง การโฆษณาวัตถุมงคลไว้โดยเฉพาะ คงมีแต่มาตรา ๓๓๓ แห่งประมวลกฎหมายอาญา เรื่องการโฆษณา พระพุทธรูป พระเครื่องและวัตถุมงคลในสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุโทรทัศน์เพื่อเป็นการควบคุมการโฆษณาพระพุทธรูปและวัตถุมงคลของพระภิกษุ หากผู้จัดทำพระพุทธรูปหรือวัตถุมงคล เป็นคฤหัสถ์ ขอให้พระสังฆาธิการช่วยกันสอดส่องดูแล แจ้งเจ้าหน้าที่ฝ่ายบ้านเมืองดำเนินการตาม กฎหมายต่อไป แต่โดยที่ปรากฏข้อเท็จจริงตามเอกสารและคำชี้แจงของผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการ กู้มครองผู้บริโภครวมและผู้แทนสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติว่า การโฆษณาวัตถุมงคล “สมเด็จพระเนื้อห้ว” เป็นการกระทำของคฤหัสถ์ทั้งหมดโดยมิได้เกี่ยวข้องกับพระภิกษุแต่อย่างใดพระราชบัญญัติ คณะสงฆ์ฯ และมติมหาเถรสมาคมดังกล่าวจึงไม่อาจใช้บังคับกับการโฆษณาในกรณีนี้ได้ อีกทั้งใน ปัจจุบันยังไม่มีบทบัญญัติกฎหมายอื่นใดบัญญัติเกี่ยวกับการโฆษณาวัตถุมงคลของคฤหัสถ์ไว้ โดยเฉพาะ คณะกรรมการกฤษฎีกา (คณะที่ ๑๑) จึงเห็นว่า เมื่อการโฆษณาวัตถุมงคลของคฤหัสถ์ไม่มี กฎหมายอื่นใดบัญญัติไว้โดยเฉพาะตามนัยมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ จึงเป็นอำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาโดยตรงที่จะวินิจฉัยว่าการโฆษณา ดังกล่าวเข้าลักษณะตามมาตรา ๒๒ หรือไม่

(ลงชื่อ) พรทิพย์ จาละ

(คุณพรทิพย์ จาละ)

เลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

มีนาคม ๒๕๕๑

(๓) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา

(๔) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด

ในการออกคำสั่งตาม (๔) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการ โดย คำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตใจในการกระทำของผู้กระทำการโฆษณา.

‘ มติมหาเถรสมาคม ครั้งที่ ๑/๒๕๔๗ เรื่อง การโฆษณาพระพุทธรูป/พระเครื่องและวัตถุมงคลในสื่อ หนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุโทรทัศน์.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นางสาวศศิวิมล สิทธิโชค

ประวัติการศึกษา

ปีการศึกษา 2551 นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ปีการศึกษา 2552 เนติบัณฑิต สมัยที่ 62

ประวัติการทำงาน

พุทธศักราช 2553 ประกาศนียบัตรหลักสูตรวิชาว่าความ
สำนักฝึกอบรมวิชาว่าความแห่งสภานายความ
1 มี.ค. 2554- 30 เม.ย. 2556 นิติกรจ้างเหมา สำนักงาน
อัยการสูงสุด สำนักงานอัยการพิเศษฝ่ายคดีอาญา 4