



Doctor of Philosophy in Social Sciences Association
Ramkhamhaeng University

แนวทางการปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทย REFORMATION GUIDELINES OF COSMETIC LAWS IN THAILAND

อัครเดช มณีภาค¹ สุขสมัย สุทธิบัติ²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทย จากสภาพปัญหา แนวคิดทฤษฎีเปรียบเทียบกฎหมายต่างประเทศเพื่อแสวงหาคำตอบตามกรอบแนวความคิดและสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 27 คน การสนทนากลุ่ม 22 ท่าน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม และการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคที่เลือกซื้อ-ใช้เครื่องสำอางเป็นประจำ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นลำดับ

ประเทศไทยได้มีกฎหมายพระราชบัญญัติเครื่องสำอางเป็นแม่บทในการกำกับดูแลเครื่องสำอางที่ผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่ายตั้งแต่ พ.ศ. 2535 มาจนถึงปัจจุบันมีผู้ลักลอบผลิตเครื่องสำอางออกมาวางขายต่างๆ ที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนและลักลอบผสมสารอันตรายลงในเครื่องสำอาง ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสารที่กฎหมายกำหนดห้ามใช้ในเครื่องสำอางทั้งสิ้น รวมทั้งการจัดทำฉลากเครื่องสำอางที่ไม่ถูกต้อง

สำหรับหลักเกณฑ์การกำกับดูแล และการควบคุมเครื่องสำอางของประเทศไทยที่มีบังคับอยู่ในปัจจุบัน พบว่ากฎหมายแม่บทในการกำกับดูแลเครื่องสำอาง คือ พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 และมีกฎหมายรองที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลเครื่องสำอางอีกหลายฉบับไม่สามารถกำกับดูแลเครื่องสำอางได้ครอบคลุมทั่วถึง ขาดมาตรการการกำกับดูแล และการควบคุมเครื่องสำอาง ทำให้ไม่สามารถผลิตสินค้าเครื่องสำอางได้อย่างมีมาตรฐาน พบปัญหาหรือข้อบกพร่องจากการกำกับดูแล และการควบคุมเครื่องสำอางของประเทศไทย คือ การขึ้นทะเบียนและรับแจ้งเครื่องสำอาง ฉลาก การควบคุมการโฆษณาเครื่องสำอาง การดำเนินการเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่ไม่ถูกต้องและความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย การเข้าถึงกระบวนการเยียวยาล่าช้าไม่ทันต่อความเสียหาย อีกทั้งควรปรับปรุงมาตรการทางกฎหมายให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน (ASEAN cosmetic directive) เนื่องจากเป็นพันธกรณีที่ประเทศไทยต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน

คำสำคัญ: แนวทางการปฏิรูป กฎหมายเครื่องสำอาง

¹อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

²รองศาสตราจารย์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

This research aims to study the reformation guidelines of cosmetic law in Thailand from the problems and theory to compare with foreign law to find out the result in accordance with conceptual framework and hypothesis through research design procedure respectively. This research is qualitative research namely documentary and field work study consisting of in-depth interview from 27 experts, brainstorm meeting from 22 experts dividing into three groups, and data examined expertise, and qualitative research namely data analysis from the questionnaire from the samples namely 400 consumers who buy and use cosmetic regularly in Bangkok metropolitan and analyze the result in order to find the guideline for reformation of the cosmetic law suitable for Thailand. The researcher concluded the research result as follows:

The research found that there was Cosmetic Act to control the products made in Thailand or imported products since B.E. 2535 to present, but there was illegal cosmetics products selling in market both unregistered and dangerous liquid mixed in the cosmetic, all these materials are prohibited to use in cosmetic, For the controlling regulations and the protection of the cosmetics of Thailand enforcing at present found that the organic legislation to control the cosmetics is Cosmetic Act B.E. 2535 and other subordinate laws of controlling the cosmetic, these laws unable to support and control cosmetics products, this is the cause of the quality of products. Moreover, the research found that problems and faults of protection and control of the cosmetics in Thailand were the register, the complaining of brand and license, the control of propaganda, the enforcement of the illegal cosmetics products and the responsibility of error form products, the compensation procedure not active. Furthermore there should be law amendment to accordance with the Act ASEAN Cosmetic Directive due to the commitment which Thailand has to follow the Act of ASEAN Cosmetic Directive.

Keywords: Reformation Guidelines, Cosmetic Laws

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยได้มีกฎหมายพระราชบัญญัติเครื่องสำอางเป็นแม่บทในการกำกับดูแลเครื่องสำอางที่ผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่ายตั้งแต่พ.ศ. 2535 มาจนถึงปัจจุบันและถึงแม้ว่าจะมีข้อกฎหมายที่ชัดเจนในเรื่องของการควบคุมเครื่องสำอางแต่ก็จะมีผู้ลักลอบผลิตเครื่องสำอางออกมาวางขายทั้งๆที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียน และลักลอบผสมสารอันตรายลงในเครื่องสำอาง ไม่ว่าจะเป็นสารปรอท ไฮโดรควิโนน แอมโมเนีย หรือกรดวิตามินเอ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสารที่กฎหมายกำหนดห้ามใช้ในเครื่องสำอางทั้งสิ้น (ประวิตรพิศาลบุตร, 2540, หน้า 6) รวมทั้งการจัดทำฉลากเครื่องสำอางที่ไม่ถูกต้อง เช่น การไม่ระบุรายละเอียดของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า การหลอกผู้บริโภคด้วยการหลอกลวงแหล่งที่มาแหล่งผลิตตลอดจนส่วนผสมของเครื่องสำอางจนเป็นเหตุให้ผู้บริโภคหลงเชื่อและซื้อมาใช้จนได้รับอันตรายเพราะการใช้เครื่องสำอางเหล่านี้มีความเสี่ยงต่อการได้รับอันตรายจากสารห้ามใช้ต่างๆ มีผลทำให้ผู้ใช้เกิดความระคายเคืองเกิดจุดด่างดำ ผิวน้ำดำ เป็นฝ้าถาวร รักษาไม่หาย เป็นต้น ยกตัวอย่างเครื่องสำอางที่มีปัญหาและมีผลกระทบต่อผู้บริโภค เช่น ครีมหน้าใส กวาวเครือขาว ครีมรักษาฝ้า ลิปสติก เครื่องสำอางทาหน้า เครื่องสำอางทาตา เป็นต้น ปัญหาดังกล่าวทำให้การติดตามตัวผู้กระทำผิดมารับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดกับผู้บริโภคอันเนื่องมาจากการใช้เครื่องสำอางไม่ได้ สำหรับบทลงโทษเบื้องต้นสำหรับผู้ผลิตเพื่อขายผู้นำเข้าเพื่อขายและผู้ขายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้จะต้องถูกระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปีหรือปรับไม่เกิน 60,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

นอกจากนี้ ยังมีผลิตภัณฑ์อีกชนิดหนึ่งที่ได้รับคามนิยมไม่แพ้เครื่องสำอาง คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นเครื่องสำอางกึ่งยา หรือที่เรียกว่า เวชสำอาง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีการรวมเอาคุณสมบัติของยาไว้ด้วยกัน (เรณู โคตรจรัส, 2543, หน้า 43) โดยเกิดจากการค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้มีการนำสารเคมีที่ใช้ในทางยา เช่น สารกลุ่ม Antiseptics และสารกลุ่ม Irgasan ซึ่งมีฤทธิ์ต่อต้านเชื้อรามาใช้เป็นส่วนประกอบในเครื่องสำอางสำหรับรักษาสิว (ประวิตร พิศาลบุตร, 2540, หน้า 7) หรือแชมพูจัดรังแค รวมทั้งการนำสมุนไพรที่มีสรรพคุณรักษาโรค เช่น กวาวเครือขาว มาใช้ในเครื่องสำอาง จึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่เพียงแต่มีคุณสมบัติในการทำความสะอาดและส่งเสริมให้เกิดความสวยงามแก่ร่างกายภายนอกเท่านั้น แต่ยังได้มีผลต่อผิวหนังชั้นที่ลึกลงไปจากผิวหนังชั้นนอกอันเป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างร่างกายมนุษย์อีกด้วย เช่น ทำให้รอยเหี่ยวย่นของผิวหนังลง หรือทำให้สีผิวขาวขึ้น เป็นการกระตุ้นเซลล์ผิวที่เสื่อมสภาพหลุดลอกออกไปเร็วขึ้น ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการควบคุม การกำกับดูแลเครื่องสำอางที่มีลักษณะกึ่งยา ยังไม่มีกฎหมายที่บัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ชนิดนี้โดยเฉพาะ เนื่องจากพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 มาตรา 4 ได้กำหนดความหมายของเครื่องสำอางหมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกายเพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงามแก่ร่างกายเท่านั้น ไม่รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีผลการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของร่างกายในชั้นที่ลึกลงไปจากผิวหนังชั้นนอก ดังนั้น ในการควบคุมผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจึงทำได้เพียง

นำกฎหมายที่ใกล้เคียงมาปรับใช้ ได้แก่ พระราชบัญญัติ พ.ศ. 2510 ซึ่งเป็นแนวทางการควบคุมดูแลเครื่องสำอางที่มีลักษณะกึ่งยา หรือเวชสำอางของภาครัฐที่ใช้อยู่ในปัจจุบันยังไม่มี ความชัดเจนทำให้เกิดความสับสนว่าผลิตภัณฑ์ของตุนั้นเป็นเครื่องสำอางหรือเวชสำอาง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทั้งสองประเภทมีความใกล้เคียงกันอย่างยิ่ง

การประกอบกิจการเครื่องสำอางนั้นจัดเป็นโรงงาน ตามความในมาตรา 5 แห่งพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ซึ่งต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของกฎหมายดังกล่าว และการแบ่งโรงงาน ตามมาตรา 7 ได้แบ่งออกเป็น 3 จำพวก ได้แก่ โรงงานจำพวกที่ 1 โรงงานจำพวกที่ 2 และโรงงานจำพวกที่ 3 และได้กำหนดต่อไปว่าให้โรงงานจำพวกที่ 1 สามารถดำเนินกิจการได้ทันทีโดยไม่ต้องแจ้ง หรือขออนุญาตต่อทางราชการ ส่วนโรงงานจำพวกที่ 2 ก็ไม่ต้องขออนุญาตเช่นเดียวกับโรงงานจำพวกที่ 1 เพียงแต่ต้องแจ้งให้ภาครัฐทราบก่อนจึงสามารถเริ่มประกอบกิจการโรงงานได้ แต่สำหรับโรงงานจำพวกที่ 3 จะถูกควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิดมากกว่าโรงงานจำพวกที่ 1 และจำพวกที่ 2 โดยผู้ประกอบกิจการจะต้องดำเนินการขออนุญาตและได้รับอนุญาตจากภาครัฐแล้วเท่านั้น จึงจะเริ่มดำเนินการได้ นอกจากนี้มาตรา 7 ยังได้กำหนดให้การควบคุมการประกอบกิจการโรงงานทั้ง 3 จำพวก จะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานความจำเป็นในการที่รัฐจะเข้ามาควบคุม โดยคำนึงถึงการป้องกันความเสียหาย และการป้องกันอันตรายตามระดับความรุนแรงของผลกระทบที่จะมีต่อประชาชนหรือสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ในการกำหนดให้โรงงานประเภทและชนิดใดที่จะต้องถูกควบคุมการประกอบกิจการอย่างเข้มงวด โดยกำหนดให้เป็นโรงงานจำพวกที่ 3

โรงงานนั้นจะต้องเป็นโรงงานที่มีโอกาสหรือมีความเสี่ยงในการก่อให้เกิดอันตรายหรือสร้างความเสียหายต่อประโยชน์ส่วนรวม

การควบคุมการโฆษณาเครื่องสำอางอยู่ในอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 โดยการโฆษณาเครื่องสำอางกฎหมายไม่ได้กำหนดให้ต้องยื่นขออนุญาตก่อนทำการโฆษณาเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายนอกร่างกายจึงไม่มีบทบัญญัติให้ควบคุมการโฆษณาต้องขออนุญาตก่อนทำการโฆษณาจึงไม่มีการบังคับให้ต้องขออนุญาตก่อนทำการโฆษณาแต่อย่างใดการโฆษณาเครื่องสำอางจึงอยู่ในบังคับมาตรา 37 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 โดยให้การโฆษณาเครื่องสำอางนี้อยู่ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ปัญหาที่พบ ก็คือ ปัญหาจากการโฆษณาสรรพคุณเกินกว่าความเป็นเครื่องสำอางเช่น อ้างว่าสามารถบำบัดบรรเทารักษาโรคเช่น ขจัดสิวฝ้าแก้แพ้คัน โรคผิวหนังต่างๆ เป็นต้นอ้างว่าเกิดผลต่อสุขภาพ โครงสร้างหรือการกระทำหน้าที่ใดๆของร่างกายเช่น เสริมทรวงอกสลายไขมันลดความอ้วนปลูกผมกระชับช่องคลอดกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต เป็นต้น มีการโฆษณาสูตรส่วนประกอบและสรรพคุณไม่สอดคล้องกับที่แจ้งไว้กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีการนำชื่อหน่วยงานไปรับรองผลิตภัณฑ์โดยที่ไม่ได้รับอนุญาตมีการนำข้อความที่ไม่อนุญาตให้แสดงบนฉลากไปใช้ในการโฆษณาหรือมีการอ้างผลของผลิตภัณฑ์ว่าได้ผลภายในเวลาที่กำหนดจะเห็นได้ว่า การโฆษณา จะต้องได้รับอนุญาตจากภาครัฐก่อนจึงจะ

ทำการโฆษณาได้ แต่การโฆษณาเครื่องสำอางไม่ต้องได้รับอนุญาตก่อนการโฆษณา เพียงทำโฆษณาภายในกรอบกฎหมายที่กำหนดเท่านั้น ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 พระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 เพียงเท่านั้น ทำให้ประชาชนมักเข้าใจผิดว่าผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์มักจะถูกกฎหมายอยู่แล้ว ตัวอย่างเช่น กสทช. ผนึกกำลังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ควบคุมโฆษณา ยา อาหาร เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์สุขภาพเกินจริงตามมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่4พ.ศ. 2554 เนื่องจากเห็นว่าแนวโน้มการรอดอ้างสรรพคุณเกินจริงและหลอกลวงผู้บริโภคได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะช่องทางโฆษณาผ่านสื่อใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากดังนั้นมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติจึงสนับสนุนการจัดทำยุทธศาสตร์บังคับใช้กฎหมายและพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคให้รู้เท่าทันการโฆษณา รวมทั้งสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

สำหรับมาตรการที่รัฐบาลได้ใช้เพื่อส่งเสริมและพัฒนาระบบการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางที่มีอยู่หลายมาตรการด้วยกัน ได้แก่ มาตรการส่งเสริมการลงทุน มาตรการด้านภาษี มาตรการด้านเงินทุน และมาตรการส่งเสริมมาตรฐานการผลิต แต่เมื่อได้ศึกษาถึงมาตรการส่งเสริมดังกล่าว พบว่ายังมีกฎหมายและระเบียบต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคขัดขวางต่อการพัฒนาธุรกิจเครื่องสำอางของไทยอยู่หลายประการ เช่น การส่งเสริมการลงทุนของภาครัฐนั้น ยังไม่เอื้ออำนวยต่อการส่งเสริมพัฒนาการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางอย่างครอบคลุม เนื่องจากมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมใน

การลงทุนที่มีอยู่ยังไม่ขยายไปถึงผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมขนาดย่อม (SMEs) โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการผลิตเครื่องสำอาง OTOP เช่น ผู้ผลิตเครื่องสำอางสมุนไพร ส่วนใหญ่ยังขาดความพร้อมในด้านเงินทุนในการพัฒนาและขยายกิจการเครื่องสำอางไทยให้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้ และการใช้สิทธิประโยชน์ในการนำเข้าและส่งออก โดยการกำหนดให้ผู้ส่งออกที่จะมีสิทธิขอคืนอากรได้ ต้องดำเนินการขออนุมัติหลักการก่อนการนำวัตถุดิบเข้ามาในราชอาณาจักร เป็นปัญหาสำหรับผู้ที่น่าเข้ามาทำการผลิตแต่ก่อนที่จะมีการนำเข้ามาทำการผลิตเป็นสินค้า ยังไม่มีแผนหรือนโยบายที่จะผลิตเพื่อส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ หรือขณะนำเข้ามาได้มีนโยบายและตลาดที่จะส่งออกจำหน่ายต่างประเทศแล้ว แต่ผู้ประกอบการที่ได้นำของเข้ามาเพื่อผลิต ผสม ประกอบ หรือบรรจุเป็นสินค้าส่งออกไม่รู้ถึงขั้นตอนการปฏิบัติในการขอคืนเงินอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบเพื่อการส่งออกตามมาตรา 19 ทวิ จึงไม่ได้ขออนุมัติหลักการก่อนที่จะนำวัตถุดิบเข้ามาในราชอาณาจักร ทำให้เงินภาษีอากรที่ผู้นำเข้าได้ชำระไว้ และควรจะได้รับคืนเมื่อทำการผลิตแล้วส่งออก ต้องหมดโอกาสที่จะได้รับคืน จึงสมควรได้รับการแก้ไขขั้นตอนการปฏิบัติในการขอคืนเงินอากรตามมาตรา 19 ทวิ เพื่อบรรเทาปัญหาความเดือดร้อนสำหรับผู้ส่งออกในการขอคืนเงินอากรที่ได้ชำระไว้

จากสภาพปัญหาข้างต้น พบว่า ปัจจุบันมีผู้ฝ่าฝืนกฎหมายจำนวนมาก เนื่องจากบทลงโทษที่ค่อนข้างเบา ทั้งนี้ มาตรการทางกฎหมายในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 เป็นมาตรการทางกฎหมายในการกำกับดูแลที่ไม่เข้มงวด เนื่องจาก

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุกชนิดเป็นเครื่องสำอางควบคุม กฎหมายกำหนดให้มาจดแจ้งรายละเอียดเครื่องสำอางควบคุมต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ เมื่อผ่านการพิจารณาเอกสารและหลักฐานก็สามารถทำการผลิต หรือนำเข้าเพื่อขายได้ ซึ่งภายใต้มาตรการที่ไม่เข้มงวดนี้ ทำให้เกิดปัญหาในการควบคุมคุณภาพมาตรฐาน และไม่ปลอดภัยจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ไม่มีคุณภาพทำให้เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของประเทศไทย และในปัจจุบันมีผู้ฝ่าฝืนกฎหมายจำนวนมาก เนื่องจากบทลงโทษที่ค่อนข้างเบา รวมทั้งบทบัญญัติทางกฎหมายในการควบคุมและส่งเสริมการประกอบธุรกิจเครื่องสำอาง ยังมีข้อบกพร่องบางประการ ทำให้การควบคุมและการส่งเสริมของรัฐยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ซึ่งภายใต้มาตรการที่ไม่เข้มงวดนี้ จึงเห็นควรศึกษาถึงแนวทางการปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทยเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวในการควบคุมและส่งเสริมการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางของประเทศไทย และเพื่อพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันในการผลิตเครื่องสำอางให้มีความปลอดภัยและคุณภาพทัดเทียมนานาประเทศต่อไป

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและผลกระทบของกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางในประเทศไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบกฎหมายเครื่องสำอางของต่างประเทศกับประเทศไทยได้แก่ บทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน ประเทศสิงคโปร์ ประเทศสหภาพยุโรป ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศฝรั่งเศสและประเทศญี่ปุ่น
3. เพื่อวิเคราะห์แนวทางปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้จะทำการศึกษาดังสาระสำคัญของพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2469 พระราชกำหนดพิกัดอัตราศุลกากร พ.ศ. 2530 และพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 กฎหมายอาญา กฎหมายแพ่ง กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งการศึกษาเปรียบเทียบบทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน (ASEAN cosmetic directive) กฎหมายเครื่องสำอางของต่างประเทศ ได้แก่ กลุ่มสหภาพยุโรป ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศฝรั่งเศส และประเทศญี่ปุ่น เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาเป็นแนวทางปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางให้สามารถพัฒนาต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นิยามศัพท์เฉพาะ

เครื่องสำอาง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับร่างกายมนุษย์เฉพาะผิวภายนอกเพื่อความสะอาด ความสวยงาม ประทับผิว หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงามและความสะอาด โดยไม่แสดงสรรพคุณในการบำบัด บรรเทา รักษา ป้องกันโรค หรือมีผลต่อการทำงานหรือเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของร่างกายมนุษย์ อันเป็นสรรพคุณไปในทางยา

การปฏิรูปกฎหมาย หมายถึง การปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎ ระเบียบเพื่อเป็นการพัฒนากระบวนการกฎหมายของประเทศให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง

แนวทาง หมายถึง วิธีการที่ใช้เพื่อให้ กระบวนการบรรลุผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ประโยชน์ในเชิงวิชาการงานวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาถึงแนวทางปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทย โดยมีการศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายเครื่องสำอางของต่างประเทศกับประเทศไทย ได้แก่ บทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียนประเทศสิงคโปร์ ประเทศสหภาพยุโรป ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศฝรั่งเศส และประเทศญี่ปุ่นเพื่อนำผลการวิเคราะห์มาเป็นแนวทางปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางให้สามารถพัฒนาต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติการโดยประโยชน์ดังกล่าวประกอบด้วยประโยชน์ที่ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องสำอาง ผลจากการวิจัยนี้จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องสำอางในประเทศไทยสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับเป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจโดยสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีศักยภาพการแข่งขันในการผลิตเครื่องสำอางให้มีความปลอดภัยและมีคุณภาพทัดเทียมนานาประเทศ

3. ประโยชน์ที่ให้กับนักวิจัยกับผู้สนใจทั่วไปงานวิจัยนี้จะป็นฐานข้อมูลทางวิชาการให้กับนักวิจัยที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับเครื่องสำอาง และช่วยสร้างและพัฒนาแนวความคิดเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับแนวทางปฏิรูปเครื่องสำอางของประเทศไทย โดยที่นักวิจัยและผู้สนใจสามารถนำไปใช้กับการดำเนินงานของธุรกิจอื่นๆ เพราะในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันอีกหลายธุรกิจ เช่น ธุรกิจอาหารเสริม ธุรกิจผลิตภัณฑ์ความงาม

อาหารและยา เป็นต้น ซึ่งเป็นประเด็นที่สำคัญโดยผู้ประกอบการต้องให้ความสนใจเพื่อสร้างความปลอดภัยและมีศักยภาพรองรับการแข่งขันระหว่างประเทศต่อไป

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับเครื่องสำอาง พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “เครื่องสำอาง” (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2553ก) มาตรา 4 เครื่องสำอาง หมายความว่า (1) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โรย พ่น หยอด ใส่ อบ ฉีด หรือกระทำด้วยวิธีอื่นใดต่อส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกายเพื่อความสะดวก ความสวยงามหรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงามและรวมตลอดทั้งเครื่องประดับ ต่างๆ ด้วยแต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับ และเครื่องแต่งตัว ซึ่งเป็นอุปกรณ์นอกร่างกาย หรือ (2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะ และ (3) วัตถุอื่นที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง สำหรับความหมายของยาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง คือ พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2553ข) มาตรา 4 ยา หมายความว่า วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการวินิจฉัย บำบัด บรรเทา รักษา ป้องกันโรค หรือป้องกันความเจ็บปวดของมนุษย์หรือสัตว์ หรือวัตถุที่มุ่งหมายสำหรับให้เกิดผลแก่สุขภาพ โครงสร้าง หรือการกระทำหน้าที่ใด ๆ ของร่างกายมนุษย์หรือสัตว์ ดังนั้น เมื่อพิจารณาถึงความหมายของเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 ประกอบกับความหมายของยา ตามพระราช

บัญญัติยา พ.ศ. 2510 สามารถสรุปความหมายของเครื่องสำอางตามกฎหมายได้ว่า เครื่องสำอางหมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับร่างกายมนุษย์เฉพาะผิวภายนอกเพื่อความสะอาด ความสวยงาม ประทับผิว หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงามและความสะอาด โดยไม่แสดงสรรพคุณในการบำบัด บรรเทา รักษา ป้องกันโรคหรือมีผลต่อการทำงานหรือเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของร่างกายมนุษย์ อันเป็นสรรพคุณไปในทางยา

2. แนวคิดการคุ้มครองผู้บริโภค เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 โดยการโฆษณาเครื่องสำอาง กฎหมายไม่ได้กำหนดให้ต้องยื่นขออนุญาต ก่อนทำการโฆษณา เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายนอกร่างกาย จึงไม่มีบทบัญญัติให้ควบคุมการโฆษณา ต้องขออนุญาตก่อนทำการโฆษณา อย่างไรก็ตาม หากผู้ประกอบการหรือผู้ประกอบการโฆษณา ได้โฆษณาโดยใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมโดยรวม ก็อาจถูกสั่งระงับการโฆษณาได้ โดยกรณีที่มีการโฆษณายืนยันข้อเท็จจริงนั้นด้วย ถ้าพิสูจน์ข้อเท็จจริงที่ยืนยันในโฆษณาไม่ได้ ก็จะมีผลผิดและมีบทบาทกำหนดโทษทางอาญาด้วย การควบคุมการโฆษณาเครื่องสำอางเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 ด้านบัญญัติให้นำบทบัญญัติพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ในส่วนที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณา มาใช้บังคับการโฆษณาเครื่องสำอางด้วยโดยอนุโลมและให้ถือว่าอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็น

อำนาจหน้าที่ของรัฐมนตรี และให้ถือว่าอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2522 เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการเครื่องสำอาง (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2553ก)

3. แนวคิดการควบคุมโฆษณาเครื่องสำอาง การโฆษณาเครื่องสำอางจะอยู่ภายใต้บทบัญญัติของพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 และเครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในความควบคุม ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เช่นเดียวกับยาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แต่เนื่องจากเครื่องสำอางไม่ได้บริโภคเข้าสู่ร่างกายโดยตรง จึงไม่มีการบังคับให้ต้องขออนุญาตก่อนทำการโฆษณาแต่อย่างใด การโฆษณาเครื่องสำอางจึงอยู่ในบังคับมาตรา 37 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 โดยให้การโฆษณาเครื่องสำอางนี้ อยู่ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 โดยเฉพาะการโฆษณาโดยใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมส่วนรวม ก็อาจจะถูกสั่งระงับการโฆษณาโดยในกรณีที่มีการโฆษณาโดยการยืนยันข้อเท็จจริงไม่ได้ ถือว่าการโฆษณานั้นได้ใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ก็จะมีผลผิดและมีโทษทางอาญา (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2556, หน้า 147.)

4. กฎหมายเกี่ยวกับของเครื่องสำอางของประเทศไทยและต่างประเทศ ได้แก่ (1) กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางของประเทศไทย (พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535, พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510, พระราชบัญญัติโรงงาน

พ.ศ. 2535, พระราชบัญญัติว่าด้วยความรับผิดชอบในสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551, พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2469 และพระราชกำหนดพิทักษ์อัตราศุลกากร พ.ศ. 2530, พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520, พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550, พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551, พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และประมวลกฎหมายอาญา) (2) บทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน (3) กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางของประเทศสมาชิกอาเซียนที่ได้แก้ไขกฎหมาย (กฎหมายเครื่องสำอางของประเทศสิงคโปร์) (4) กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางของต่างประเทศ (ประเทศสหภาพยุโรป, ประเทศสหรัฐอเมริกา, สาธารณรัฐฝรั่งเศส และประเทศญี่ปุ่น)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. วิจัยดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยใช้การศึกษาทั้งแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก

2. ประชากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key information) ประกอบด้วย ประชากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพ 4 กลุ่ม ดังนี้ (1) ผู้ให้ข้อมูลภาครัฐ ได้แก่ กรมสอบสวนคดีพิเศษ แผนกคุ้มครองผู้บริโภค กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (กองกำกับกร 4) กลุ่มงานรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง

และกิจการโทรทัศน์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สำนักงานควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ผู้เชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กลุ่มกฎหมายอาหารและยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กลุ่มตรวจงานกำกับดูแลและหลังออกสู่ตลาด Post marketing สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ฝ่ายกฎหมายสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา มูลนิธิเพื่อผู้บริโภคกลุ่มงานสืบสวนทางเทคโนโลยีสารสนเทศ กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนัง (2) ผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง กลุ่มผู้ผลิต จำหน่ายนำเข้าและส่งออก บริษัท โยนิส เคมีภัณฑ์ จำกัด ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในระบบอินเทอร์เน็ตตัวแทนผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง บริษัท วัดสัน จำกัดและผู้ได้รับผลกระทบจากการใช้เครื่องสำอาง (3) นักวิชาการ ได้แก่ คณะกรรมการปฏิรูปกฎหมาย อาจารย์สอนกฎหมาย มหาวิทยาลัยรามคำแหง อาจารย์สอนกฎหมาย มหาวิทยาลัยมหิดล อาจารย์สอนกฎหมายจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาจารย์สอนกฎหมายมหาวิทยาลัยมหาสารคาม และอาจารย์สอนกฎหมายมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และ (4) ผู้ประกอบวิชาชีพกฎหมายสาขาต่างๆ ได้แก่ ผู้พิพากษาหัวหน้าแผนกคดีผู้บริโภคในศาลแพ่งตุลาการศาลปกครองสูงสุดอัยการพิเศษฝ่ายคุ้มครองผู้บริโภคและทนายความ ที่ปรึกษาผู้

เชี่ยวชาญด้านกฎหมายกระทรวงสาธารณสุข และ การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) แบบสอบถาม (questionair) และการสนทนากลุ่ม (focus group)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย การศึกษาค้นคว้าและรวบรวมจากเอกสารข้อมูล ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กฎหมาย ระเบียบ ข้อ บังคับ ตำรา วารสาร บทความ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ รายงานการประชุม และเอกสารอื่นๆ ที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ เพื่อเป็นการ สร้างฐานข้อมูลความรู้ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ และประมวลผลต่อไป และการวิจัย ภาคสนาม (field research) โดยการเก็บรวบรวม ข้อมูลในเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญภาครัฐ ผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชน นักวิชาการ และผู้บริหาร ซึ่งมีความสำคัญต่อการบังคับใช้กฎหมายเพื่อ ตอบคำถาม ระดมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ในทุกแง่มุมของปัญหา คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสอบถาม และการสนทนากลุ่ม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นการ นำข้อมูลสถิติและบันทึกต่างๆ หรือเหตุการณ์ที่ สำคัญต่างๆ ผู้วิจัยได้รวบรวมจากการทบทวน วรรณกรรม กฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่าง ประเทศ เช่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง ในประเทศไทย ระเบียบ ข้อบังคับบทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียนประเทศสิงคโปร์ ประเทศ สหภาพยุโรป ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศ สาธารณรัฐฝรั่งเศสและประเทศญี่ปุ่น ตำรา วารสาร บทความ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์

รายงานการประชุม และเอกสารอื่นๆ ที่เผยแพร่ ทางอินเทอร์เน็ต นำมาทำความเข้าใจพฤติกรรม หรือปรากฏการณ์สังคม โดยใช้การวิเคราะห์ ดีความ เครื่องมือที่สามารถช่วยในการเก็บรวบรวม ข้อมูลคือ การถ่ายทอดเอกสารข้อมูลและรูปภาพ ประกอบการอ้างอิง การจัดบันทึกข้อมูล เป็นต้น ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา (de- scriptive) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ในการสร้างฐานข้อมูลความรู้ ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ เพื่อสรุป เป็นประเด็นที่สำคัญ และประมวลผลต่อไป (2) การ วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ทำการจัด หมวดหมู่ของข้อมูล ความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์ ทางสังคม และทำความเข้าใจกับความหลากหลาย และความแตกต่างของข้อมูลที่เกิดขึ้นมาโดย ตรวจสอบสมมติฐานนั้นเป็นขั้นๆ ไป จนมั่นใจว่า เป็นข้อค้นพบที่สามารถลงเป็นข้อสรุปได้ และการ วิจัยเชิงคุณภาพยังเป็นการศึกษาจากการใช้แนวคิด ทฤษฎีที่หลากหลายในการพิจารณาปรากฏการณ์ ดังนั้น ระหว่างเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นช่วงที่ผู้ วิจัยได้สัมผัสกับรูปธรรมของปรากฏการณ์นั้น (3) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ หลังจากที่ได้ผู้วิจัย ได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่าง และได้นำมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของ แบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ สมบูรณ์นั้น มาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป โดยหาค่าต่างๆ ดังนี้

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยหา ค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percent- age) และ (4) การวิเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้ทำการถอดเทป การบันทึก และพิมพ์ลง ในเอกสาร หลังจากนั้นได้ทำการการวิเคราะห์ข้อมูล

โดยวิธีการวิเคราะห์คำพูดหรือถ้อยคำบรรยาย (speech analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลที่ได้มาจากการสนทนากลุ่มโดยทำเป็นข้อสรุปที่เหมือนกัน คล้ายกัน หรือ แตกต่างออกจากกัน ในประเด็นที่ได้ทำการสนทนาและนำผลที่ได้จากขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลและจัดทำเป็นหลักเกณฑ์และแนวทางการปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทยที่เหมาะสมแก่การนำมาปรับใช้ในกฎหมายไทยอันจะเป็นตัวแบบในการพัฒนากฎหมาย และนำเสนอเป็นผลงานทางวิชาการต่อไป

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า

1. ประเทศไทยได้มีกฎหมายพระราชบัญญัติเครื่องสำอางเป็นแม่บทในการกำกับดูแลเครื่องสำอางที่ผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่ายตั้งแต่ พ.ศ. 2535 มาจนถึงปัจจุบัน และถึงแม้ว่ากฎหมายจะมีข้อกฎหมายที่ชัดเจนในเรื่องของการควบคุมเครื่องสำอาง แต่ก็จะมีผู้ลักลอบผลิตเครื่องสำอางออกมาวางขายต่างๆ ที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียน และลักลอบผสมสารอันตรายลงในเครื่องสำอาง ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสารที่กฎหมายกำหนดห้ามใช้ในเครื่องสำอางทั้งสิ้น รวมทั้งการจัดทำฉลากเครื่องสำอางที่ไม่ถูกต้อง เช่น การไม่ระบุรายละเอียดของผู้ผลิต หรือ ผู้นำเข้า เป็นการหลอกลวงผู้บริโภคด้วยการหลอกลวงแหล่งที่มาแหล่งผลิตตลอดจนส่วนผสมของเครื่องสำอางจนเป็นเหตุให้ผู้บริโภคหลงเชื่อและซื้อมาใช้จนได้รับอันตรายบางรายถูกเออาร์ตเอาเปรียบจากการโฆษณาข้อมูลข่าวสารที่เป็นเท็จ เกินจริง หรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ในขณะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่สามารถเรียกร้องให้ผู้ประกอบธุรกิจชดใช้ความเสียหายได้

สำหรับหลักเกณฑ์การกำกับดูแล และการควบคุมเครื่องสำอางของประเทศไทยที่มีบังคับอยู่ในปัจจุบัน พบว่า กฎหมายแม่บทในการกำกับดูแลเครื่องสำอางคือ พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 และกฎหมายรองที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลเครื่องสำอาง ได้แก่ พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และฉบับแก้ไข พ.ศ. 2541 พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติองค์กระแสด้านความถี่ พ.ศ. 2553 และเนื่องจากพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 ไม่สามารถกำกับดูแลเครื่องสำอางได้ครอบคลุมทั่วถึงขาดมาตรการการกำกับดูแล และการควบคุมเครื่องสำอางทำให้ไม่สามารถผลิตสินค้าเครื่องสำอางได้อย่างมีมาตรฐาน พบปัญหาหรือข้อบกพร่องจากการกำกับดูแล และการควบคุมเครื่องสำอางของประเทศไทยคือ การขึ้นทะเบียนและรับแจ้งเครื่องสำอาง ฉลาก การควบคุมการโฆษณาเครื่องสำอางการดำเนินการเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่ไม่ถูกต้องและความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย ประกาศกำหนดชื่อ ลักษณะเครื่องสำอางที่ห้ามผลิต นำเข้าหรือจำหน่าย ตามมาตรา 5(3) และบทลงโทษ

2. เมื่อพิจารณาบทบัญญัติเครื่องสำอางอาเซียน (ASEAN Cosmetic Directive) ซึ่งสอดคล้องกับบทบัญญัติของประชาคมยุโรป (EU) ที่มีความทันสมัย และส่งเสริมธุรกิจเครื่องสำอางได้กำหนดหลักเกณฑ์ต่างๆ ให้ผู้ประกอบการปฏิบัติ และดูแลตนเองโดยสอดคล้องอาเซียนกำหนดให้

ระบบการกำกับดูแลมีเพียงระบบเดียวคือระบบ
จัดแจ้ง กำหนดให้เครื่องสำอางต้องมีเพียงประเภท
เดียวคือเครื่องสำอางต้องมาแจ้งรายละเอียด แจ้ง
รายการละเอียดต่อกระทรวงสาธารณสุข ทั้งใน
การผลิต นำเข้า และการขายซึ่งความแตกต่างอัน
เนื่องมาจากข้อตกลงของอาเซียนและกฎระเบียบ
ของไทย

สำหรับสหภาพยุโรปได้กำหนดกฎ
เกณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในสหภาพยุโรปมีการ
ประกาศบังคับใช้ คือ Council Directive 76/768/
EEC ซึ่งเป็นการแก้ไขเพิ่มเติมโดย Commission
Directive 94/32/EC (2) กฎระเบียบดังกล่าวมี
จุดมุ่งหมาย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีความ
ปลอดภัยสามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค
ว่าสินค้าเครื่องสำอางมีคุณภาพและได้มาตรฐาน
ระเบียบนี้เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่อง
สำอาง และทั้งผลิตภัณฑ์ยา อุปกรณ์ทางการแพทย์
ขึ้นอยู่กับการใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการใช้
งาน ซึ่งสามารถประเมินว่าผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์
เครื่องสำอางจะต้องมีการทำบนพื้นฐานของการ
ประเมินคำนึงถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด
โดยคณะกรรมการเห็นควรกำหนดประเภทของ
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีความเกี่ยวข้องสำหรับ
การประยุกต์ใช้ระเบียบนี้ นำเสนอผลิตภัณฑ์
เครื่องสำอางโดยเฉพาะอย่างยิ่ง รูปแบบกลิ่น, สี,
ลักษณะบรรจุภัณฑ์ฉลากปริมาณหรือขนาดที่ไม่
ควรเป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัย
ของผู้บริโภคมีการเรียกร้องผลิตภัณฑ์ในการติด
ฉลากทำให้มีอยู่ในตลาดและการโฆษณาของ
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางข้อความชื่อเครื่องหมาย
ทางการค้าภาพและสัญญาณเป็นรูปเป็นร่างหรือ
อื่นๆจะไม่ถูกนำมาใช้เพื่อบ่งบอกว่าผลิตภัณฑ์

เหล่านี้มีลักษณะดังกล่าวโดยคณะกรรมการใน
ความร่วมมือกับประเทศสมาชิกในการสร้างแผน
ปฏิบัติการเกี่ยวกับการเรียกร้องที่ใช้จัดลำดับความ
สำคัญและแก้ไขการกำหนดหลักเกณฑ์ในเรื่องของ
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตามขั้นตอนกฎระเบียบ
ที่มีการตรวจสอบข้อเท็จจริง ซึ่งผู้รับผิดชอบอาจ
จะทำเครื่องหมายบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์
หรือในเอกสารใดๆเป็นแจ้งให้ทราบล่วงหน้าป้าย
วงแหวนหรือปกประกอบหรือภาพผลิตภัณฑ์เครื่อง
สำอางเพื่อแสดงความจริงที่ว่าไม่มีการทดสอบสัตว์
ได้ดำเนินการเฉพาะในกรณีที่ผู้ผลิตและผู้ขายไม่
ได้ดำเนินการหรือมอบหมายการทดสอบสัตว์ใดๆ
เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหรือต้นแบบของ
ตนซึ่งมีส่วนผสมที่มีอยู่ในนั้นหรือใช้ส่วนผสมใดๆ
ที่ได้รับการทดสอบในสัตว์อื่นๆโดยมีวัตถุประสงค์
เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางใหม่(มาตรา
20)

สำหรับประเทศไทย แม้ภาครัฐได้เปิด
โอกาสให้การผลิตเครื่องสำอางทั่วไปเป็นไปโดยเสรี
จึงไม่ได้กำหนดให้เครื่องสำอางทั่วไปต้องมาแจ้ง
รายละเอียด จึงทำให้ภาครัฐไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับผู้
ผลิตหรือแหล่งผลิตเครื่องสำอางทั่วไป ทำให้ไม่
สามารถติดตามผล ตรวจสอบแหล่งที่มาของเครื่อง
สำอางได้ และก่อให้เกิดปัญหาในการติดตามตรวจ
สอบความปลอดภัยของเครื่องสำอางทั่วไป อีกทั้ง
ยังก่อให้เกิดปัญหาการลักลอบผสมสารอันตราย
หรือสารที่กฎหมายห้ามใช้เป็นส่วนผสมในเครื่อง
สำอาง ซึ่งการกระทำดังกล่าวล้วนสร้างความเสีย
หายให้แก่ผู้บริโภคเป็นอย่างยิ่ง และการกำหนด
เครื่องสำอางควบคุม ให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุก
ชนิดเป็นเครื่องสำอางควบคุม ดังนั้น จึงทำให้เครื่อง
สำอางควบคุม จะต้องขึ้นทะเบียนและมาดำเนินการ

การแจ้งเครื่องสำอางควบคุมแทนตามมาตรา 28 ข้อมูลดังกล่าวไม่เพียงพอ ขาดข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญหรือสถาบันรับรองคุณภาพการันตีส่วนประกอบขาดเคยผ่านการทดลองรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์หรือส่วนผสมของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และไม่มีการพัฒนาระบบการจดทะเบียนให้มีการติดตามผล ทำให้ไม่สามารถพัฒนาประสิทธิภาพในการติดตามได้ดีเท่าควร

การอภิปรายผล

1. ด้านการจดทะเบียนและการขึ้นทะเบียน ควรกำหนดกฎหมายให้มีความชัดเจนสำหรับเงื่อนไขการไม่รับจดทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมในกรณีเครื่องสำอางนั้นไม่ปลอดภัยจากการใช้เครื่องสำอางนั้นใช้เข้าไปในทำนองโอ้อวดไม่สุภาพหรืออาจทำให้เข้าใจผิดจากความจริงเครื่องสำอางที่ใช้ชื่อไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทยหรือส่อไปในทางทำลายคุณค่าของภาษาไทยหรือสถานที่ผลิตเครื่องมือและเครื่องใช้ในการผลิตของผู้ผลิตเพื่อขายไม่ถูกต้องและองค์กรผู้ใช้อำนาจในการไม่รับแจ้งเครื่องสำอางซึ่งเมื่อการออกคำสั่งไม่รับขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษพิจารณา มาตรา 18 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องสำอางพ.ศ. 2535 ซึ่งได้ให้อำนาจเลขาธิการมีอำนาจออกคำสั่งไม่รับขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษได้ แต่การออกคำสั่งไม่รับขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษของเลขาธิการจะต้องผ่านความเห็นของคณะกรรมการเครื่องสำอางก่อน เมื่อคณะกรรมการเครื่องสำอางเห็นชอบแล้วเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยาจึงจะสามารถออกคำสั่งไม่รับขึ้นทะเบียนได้ประเด็นนี้เห็นว่าการออกคำสั่งโดยผ่านคณะกรรมการเครื่องสำอางก่อนการออกคำสั่งทางปกครองซึ่งมีลักษณะของ

การควบคุมก่อนมีการออกคำสั่งทางปกครองไม่รับแจ้งเครื่องสำอางควบคุมและเป็นการป้องกันความไม่ชอบด้วยกฎหมายและมีความรอบคอบก็ตาม

2. ด้านเกี่ยวกับฉลาก ควรมีการกำหนดให้มีความแน่ชัดไว้ในกฎหมายว่าข้อความที่มีลักษณะเป็นอย่างไรที่เรียกว่า “ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด” และหลักเกณฑ์ที่กำหนดต้องมีความชัดเจนและต้องมีการเผยแพร่ให้ประชาชนทราบโดยการกำหนดมาตรการให้ฝ่ายปกครองสามารถออกกฎหมายลำดับรองเช่นประกาศหรือระเบียบเพื่อให้ผู้ประกอบการได้ทราบก่อนการทำฉลากและลดการกระทำที่มีการฝ่าฝืนกฎหมายและมีการทำฉลากได้อย่างถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคที่สามารถตัดสินใจเลือกซื้อได้อย่างถูกต้องนอกจากนี้การกำหนดหลักเกณฑ์ดังกล่าวยังเป็นการควบคุมการใช้ดุลพินิจของฝ่ายปกครองให้เป็นไปตามมาตรฐานเดียวกันอีกด้วยซึ่งตามแนวทางการดำเนินการของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหากมีข้อความที่มีลักษณะเป็นการบំบัดบรรเทาหรือรักษาโรคซึ่งเป็นไปตามคำนิยามของยาตามพระราชบัญญัติยาพ.ศ. 2510

3. ด้านการควบคุมการโฆษณาเครื่องสำอาง ควรบัญญัติมาตรการในการควบคุมการโฆษณาไว้ในพระราชบัญญัติเครื่องสำอางพ.ศ. 2535 โดยไม่ต้องอนุโลมพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาใช้บังคับ (มาตรา 39-46) กำหนดให้การโฆษณาเครื่องสำอางจะต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนตัว และกำหนดบทโทษกรณีที่มีการฝ่าฝืนด้วย

4. ด้านการดำเนินการเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่ไม่ถูกต้องและความรับผิดชอบต่อความเสียหาย

ที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย ควรกำหนดให้เจ้าหน้าที่มีอำนาจในการออกคำสั่งให้เรียกคืนเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยได้เนื่องจากการออกคำสั่งดังกล่าวเป็นการกระทบสิทธิจึงเป็นคำสั่งทางปกครอง ดังนั้นจำเป็นต้องมีความชัดเจนเกี่ยวกับการออกคำสั่งด้วยโดยต้องมีการกำหนดเวลาให้มีการเรียกคืนเครื่องสำอางภายในเวลาตามที่กำหนด

5. ด้านการกำหนดชื่อลักษณะเครื่องสำอางที่ห้ามผลิตนำเข้าหรือจำหน่ายตามมาตรา 5(3) ในกรณีที่ผู้ผลิตผู้นำเข้าหรือผู้ขายเครื่องสำอางฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขจึงควรกำหนดบทลงโทษหรือมาตรการทางปกครองไว้ในพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535

6. ด้านบทลงโทษ ควรแก้ไขปรับปรุงมาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภค ที่จะใช้เป็นเครื่องมือลงโทษโฆษณาที่ฝ่าฝืนกฎหมายนั้น ควรมีบทกำหนดโทษทางอาญาด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรปรับปรุงคำนิยาม คำว่า“เครื่องสำอาง” โดยใช้ถ้อยคำตามนิยามเดิมในพระราชบัญญัติเครื่องสำอางพ.ศ. 2535 ในส่วนของคำว่า“ทา ถู นวด โรย พ่น หยอด ใส่ อบหรือกระทำด้วยวิธีอื่นใด”และตัดถ้อยคำที่ยกตัวอย่างอวัยวะภายนอกร่างกายมนุษย์คือ “เช่นผิวหนังชั้นนอก ระบบเส้นผมและขน เล็บริมฝีปากอวัยวะเพศภายนอก”เพื่อให้มีความหมายที่ชัดเจนและเป็นที่เข้าใจยิ่งขึ้น เติมเติมนิยามคำว่า“สื่อโฆษณา”เพื่อให้ครบถ้วนและสอดคล้องกับการเพิ่มเติมหมวด 6 การโฆษณา แก้ไขเพิ่มเติมนิยามคำว่า“ผลิต”โดยตัดข้อความ“และให้หมายความรวมถึงว่าจ้างให้ผลิตด้วย”ออกและนำหลักการที่กำหนดให้โรงงาน

ซึ่งรับจ้างผลิตเครื่องสำอางตามสัญญาจ้างทำของ มีหน้าที่จดแจ้งรายละเอียดเครื่องสำอางไปกำหนดไว้ในร่างมาตรา 14 วรรคหนึ่งโดยผู้ว่าจ้างผลิตซึ่งเป็นเจ้าของสูตรเครื่องสำอางไม่มีหน้าที่ที่จะต้องไปจดแจ้งรายละเอียดของเครื่องสำอางนั้นซ้ำอีก เติมเติมนิยามคำว่า“ผู้จดแจ้ง”โดยให้หมายความว่าผู้ได้รับใบรับจดแจ้งการผลิตเพื่อขายการนำเข้าเพื่อขายหรือการรับจ้างผลิตเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัตินี้และเพิ่มเติมนิยามคำว่า“ใบรับจดแจ้ง”โดยให้หมายความว่าใบแสดงรายละเอียดของเครื่องสำอางแต่ละผลิตภัณฑ์ที่ผู้รับจดแจ้งออกให้แก่ผู้จดแจ้ง

2. แก้ไขเพิ่มเติมอำนาจของรัฐมนตรีในการออกประกาศโดยกำหนดให้รัฐมนตรีมีอำนาจออกประกาศโดยคำแนะนำของคณะกรรมการจากเดิมที่เป็นอำนาจของรัฐมนตรีโดยเฉพาะและเพิ่มเติมอำนาจของรัฐมนตรีในการออกประกาศให้ครบถ้วนตามที่บทบัญญัติอื่นๆ

3. แก้ไขเพิ่มเติมการจดแจ้งและการรับจดแจ้งเครื่องสำอาง โดยเพิ่มเติมให้ผู้รับจ้างผลิตมีหน้าที่ต้องจดแจ้งรายละเอียดเครื่องสำอางด้วยจากเดิมที่กำหนดให้เฉพาะผู้ผลิตเพื่อขายและผู้นำเข้าเพื่อขายมีหน้าที่จดแจ้งทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ให้โรงงานที่รับจ้างผลิตเครื่องสำอางตามสัญญาจ้างทำของแต่มิได้ผลิตเพื่อขายให้กับผู้บริโภคโดยตรงมีหน้าที่ในการจดแจ้งรายละเอียดเครื่องสำอางและเพื่อให้สอดคล้องกับการปรับปรุงนิยามคำว่า“ผลิต” ที่ตัดข้อความในส่วนของการว่าจ้างให้ผลิตออก และนำหลักเกณฑ์เกี่ยวกับลักษณะสถานที่ผลิตเครื่องมือเครื่องใช้อุปกรณ์การผลิตภาชนะบรรจุเครื่องสำอางและสถานที่นำเข้าเครื่องสำอางมากำหนดเป็นหลักเกณฑ์วิธีการและ

เงื่อนไขที่ผู้จัดแจ้งต้องปฏิบัติตามจากเดิมที่กำหนด เป็นเงื่อนไขในการรับจัดแจ้งเครื่องสำอางตามร่าง มาตรการ 16(4)

4. แก้ไขเพิ่มเติมฉลากเครื่องสำอาง โดยเพิ่มเติมรายละเอียดให้เกิดความชัดเจนและ สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของหน่วยงานโดย กำหนดให้ฉลากต้องใช้ข้อความภาษาไทยและมี ขนาดที่อ่านได้ชัดเจนและกำหนดข้อความที่ต้อง ระบุในฉลากเครื่องสำอางเช่นชื่อเครื่องสำอางชื่อ ทางการค้าและที่ตั้งของผู้ผลิตและผู้นำเข้าปริมาณ วิธีใช้คำแนะนำข้อควรระวังที่เป็นส่วนผสมเครื่อง สำอางรวมทั้งเพิ่มเติมอำนาจของคณะกรรมการ เครื่องสำอางในการประกาศกำหนดข้อความอื่น ในฉลากเพื่อคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภค

5. แก้ไขเพิ่มเติม การควบคุมเครื่องสำอาง โดยปรับปรุงมาตรา 33 โดยเพิ่มเติมกรณีการ ห้ามรับจ้างผลิตเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการ ใช้เครื่องสำอางปลอมเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน เครื่องสำอางที่รัฐมนตรีประกาศห้ามเครื่องสำอาง ที่ถูกสั่งเพิกถอนใบรับจัดแจ้งจากเดิมที่กำหนดห้าม

เฉพาะการผลิตเพื่อขายการนำเข้าเพื่อขายและการ ขายเครื่องสำอางดังกล่าว

6. แก้ไขเพิ่มเติม การโฆษณา โดยเพิ่มเติม รายละเอียดของข้อความโฆษณาเครื่องสำอางที่ ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือข้อความที่ก่อให้เกิด ผลเสียต่อส่วนรวมโดยให้รวมถึงกรณีปริมาณของ เครื่องสำอางด้วยเนื่องจากเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการ กิจกรรมอาจนำไปโฆษณาให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจ ผิด

7. แก้ไขเพิ่มเติม บทกำหนดโทษโดย ปรับปรุงอัตราโทษให้เหมาะสมกับความรุนแรง ของการกระทำความผิดและเพิ่มเติมบทกำหนด โทษให้สอดคล้องกับฐานความผิดตามบทบัญญัติที่ ปรับปรุงใหม่และได้ปรับปรุงการเปรียบเทียบปรับ โดยแก้ไขให้เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา เป็นผู้มีความอำนาจเปรียบเทียบปรับจากเดิมที่กำหนด ให้เป็นอำนาจของคณะกรรมการเครื่องสำอางเพื่อ ให้เป็นแนวทางเดียวกับพระราชบัญญัติเครื่องมือ แพทย์พ.ศ. 2551 ควรแยกลักษณะความผิดและ อัตราโทษ ตามลักษณะความรุนแรงของการกระทำ

เอกสารอ้างอิง

- ประวิตร พิศาลบุตร. (2540). *ผิวสวยหน้าใส* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์รวมทรัพย์.
- เรณู โคตรจรัส. (2543). *คู่มือคนรักผิว*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2553ก). *พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535*. ค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://web.krisdika.go.th/data/law/law2/%A446/%A446-20-9999-update.pdf>
- สำนักคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2553ข). *พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510*. ค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://web.krisdika.go.th/data/law/law2/%c204/%c204-20-9999-update.pdf>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2556). *ตำราอบรมหลักสูตรผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ระดับต้น*. กรุงเทพมหานคร: ส. เจริญการพิมพ์.