

## บทที่ 4

### วิเคราะห์มาตรการควบคุมกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องสำอาง

การแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางมีผู้ประกอบการจำนวนมากมีขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกัน เช่น ธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดกลาง และธุรกิจขนาดย่อม ธุรกิจขนาดเล็ก เป็นต้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นตามลำดับ ซึ่งผู้ประกอบการที่มีจิตสำนึกที่ดีก็จะเอาชนะคู่แข่งด้วยคุณภาพที่ได้มาตรฐานมากกว่าส่วนผู้ประกอบการที่ขาดจิตสำนึกขาดความรับผิดชอบขาดจรรยาบรรณก็จะแข่งขันด้วยการลดต้นทุนการผลิต คือการปรับเปลี่ยนส่วนผสมของสารประกอบในเครื่องสำอางเพื่อเป็นการลดต้นทุน การกระทำดังกล่าวส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดการเอาเปรียบผู้บริโภคมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแจ้งข้อมูลเท็จต่อทางราชการและการแจ้งข้อมูลเท็จที่ฉ้อฉล เช่น การแจ้งชื่อและที่ตั้งผู้ผลิตเป็นเท็จหรือวิธีการใช้สารเคมีที่ไม่มีคุณภาพ เนื่องจากทำให้มีราคาถูกลงรวมทั้งการประกอบกับธุรกิจเครื่องสำอางมีหลายขนาดหลายระดับ ไม่มีข้อกำหนดคุณสมบัติความรู้ ความชำนาญ หรือประสบการณ์ไม่มีข้อกำหนดมาตรฐาน สถานที่ผลิตสถานที่นำเข้าส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายหลายรายจงใจฝ่าฝืน เพื่อผลประโยชน์กำไรหรือที่สำคัญที่สุดคือการโฆษณาที่เกินความจริงมีการใช้ข้อความที่ทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อหรือเข้าใจไป ตามที่ผู้ประกอบการต้องการ โดยความจริงแล้วผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการนั้นมิได้มีคุณสมบัติดังที่โฆษณากล่าวอ้างแต่อย่างใด

จากการที่ผู้ประกอบการเครื่องสำอางขาดความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม มุ่งแสวงหาประโยชน์ส่วนตัวโดยไม่คำนึงถึงความเสียหายของผู้อื่น เช่น ผู้บริโภคจำนวนมากได้รับอันตรายจากเครื่องสำอางที่ลักลอบผสมสารต้องห้าม เครื่องสำอางปลอม หรือการโฆษณาหลอกลวง ผู้บริโภคให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โฆษณาอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง มีจำหน่ายในท้องตลาดเป็นจำนวนมากทำให้เป็นภัยต่อผู้บริโภค และพบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางปลอมไม่มีมาตรฐานเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ในขณะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่สามารถเรียกร้องให้ผู้ประกอบการชดเชยความเสียหายได้ ส่งผลเสียถึงมาตรฐานเครื่องสำอางของประเทศไทยโดยรวม ซึ่งสาเหตุของปัญหาในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางเกิดจากปัจจัยในหลายๆด้านประกอบกัน คือปัญหาการจดทะเบียน การโฆษณาเกินจริง และปัญหาเกี่ยวกับฉลาก สามารถแบ่งปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากการประกอบธุรกิจเครื่องสำอาง ดังต่อไปนี้

## 4.1 มาตรการในการกำกับดูแลและการควบคุมการผลิตเครื่องสำอาง

ปัจจุบันประเทศไทยมีพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 เป็นกฎหมายแม่บทในการกำกับดูแลเครื่องสำอางที่ผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่าย ตั้งแต่ พ.ศ. 2535 มาจนถึงปัจจุบัน แม้ว่ากฎหมายจะมีข้อกำหนดชัดเจนในเรื่องของการควบคุมเครื่องสำอาง แต่ก็มักจะมีผู้ลักลอบผลิตเครื่องสำอางออกมาวางขายต่างๆ ที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียน และลักลอบผสมสารอันตรายลงในเครื่องสำอาง ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสารที่กฎหมายกำหนดห้ามใช้ในเครื่องสำอางทั้งสิ้น รวมทั้งการจัดทำฉลากเครื่องสำอางที่ไม่ถูกต้อง เช่น การไม่ระบุรายละเอียดของผู้ผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอางนั้น การหลอกลวงผู้บริโภคด้วยการปกปิดแหล่งที่มา แหล่งผลิต ตลอดจนส่วนผสมของเครื่องสำอางจนเป็นเหตุให้ผู้บริโภคหลงเชื่อ และซื้อมาใช้จนได้รับอันตรายต่อร่างกาย ดังนั้นจากการศึกษามาตรการกำกับดูแล และการควบคุมเครื่องสำอางของประเทศไทย ทำให้ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงปัญหาหรือข้อบกพร่องจากการกำกับดูแล และการควบคุมเครื่องสำอางในประเทศไทยตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 ดังนี้

### 4.1.1 การจดทะเบียนผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางควบคุม

มาตรการในการควบคุมเครื่องสำอางสามารถแบ่งลักษณะของการควบคุมเป็นเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ เครื่องสำอางควบคุม และเครื่องสำอางทั่วไป การกำหนดลักษณะเครื่องสำอางดังกล่าวเพื่อประโยชน์ในการควบคุม โดยให้อำนาจรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขเป็นผู้มีอำนาจในการกำหนดลักษณะของเครื่องสำอางดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อความยืดหยุ่นโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของประชาชนเป็นหลัก การขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษตามมาตรา 18 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 ได้ให้อำนาจเลขาธิการมีอำนาจออกคำสั่งไม่รับขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษได้ หากคณะกรรมการเห็นว่าเครื่องสำอางนั้น ไม่ปลอดภัยในการใช้หรือเครื่องสำอางใช้ชื่อไปในทำนองโอ้อวดสรรพคุณ หรืออาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดได้ จากการกระทำดังกล่าวคณะกรรมการก็สามารถที่จะออกคำสั่งไม่รับขึ้นทะเบียนเป็นเครื่องสำอางควบคุมพิเศษได้

จากการศึกษามาตรการเกี่ยวกับเครื่องสำอางควบคุมพบว่า พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 มิได้บัญญัติเกี่ยวกับการไม่รับแจ้งเครื่องสำอางควบคุม กรณีเครื่องสำอางนั้น ไม่ปลอดภัยในการใช้เครื่องสำอางนั้น ใช้ชื่อไปในทำนองโอ้อวดไม่สุภาพ หรืออาจทำให้เข้าใจผิดจากความจริงเครื่องสำอางที่ใช้ชื่อไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทยหรือสื่อไปในทางทำลายคุณค่าของภาษาไทย หรือสถานที่ผลิตเครื่องมือและเครื่องใช้ในการผลิตของผู้ผลิต เพื่อขายไม่ถูกต้องพนักงานเจ้าหน้าที่จะสามารถใช้ดุลพินิจไม่รับขึ้นทะเบียนได้

หรือไม่อันเป็นเหตุให้เกิดช่องว่างของกฎหมายในการควบคุมของพนักงานเจ้าหน้าที่ในการรับแจ้งเครื่องสำอาง

พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 ไม่ได้บัญญัติเกี่ยวกับการไม่รับแจ้งเครื่องสำอางควบคุมไว้ พนักงานเจ้าหน้าที่จะสามารถพิจารณาไม่รับแจ้งเครื่องสำอางควบคุมตามกฎหมายกำหนดหลักเกณฑ์ และวิธีการแจ้งการผลิตเพื่อขายหรือนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางควบคุม พ.ศ. 2553 ซึ่งออกตามความในมาตรา 28 ได้หรือไม่ ประเด็นนี้ยังไม่มี ความชัดเจนจึงทำให้การบังคับใช้มาตรการทางปกครองของพนักงานเจ้าหน้าที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานเดียวกันส่งผลให้มีการออกใบรับแจ้งของพนักงานเจ้าหน้าที่ดังกล่าวไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของตามพระราชบัญญัติดังกล่าว ซึ่งมีเจตนารมณ์เพื่อป้องกันอันตรายจากเครื่องสำอาง และป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการก่อนถึงมือผู้บริโภค นอกจากนี้เมื่อพิจารณาบทบัญญัติเครื่องสำอางอาเซียน (ASEAN Cosmetic Directive : ACD) ซึ่งสอดคล้องกับบทบัญญัติของประชาคมยุโรป (EU) ที่มีความทันสมัยและส่งเสริมธุรกิจเครื่องสำอางได้กำหนดหลักเกณฑ์ต่างๆ ให้ผู้ประกอบการปฏิบัติและดูแลตนเอง โดยข้อตกลงอาเซียนกำหนดให้ระบบการกำกับดูแลมีเพียงระบบเดียว คือระบบจดทะเบียนกำหนดให้เครื่องสำอางต้องมีเพียงประเภทเดียว คือเครื่องสำอางต้องมาแจ้งรายละเอียดต่อกระทรวงสาธารณสุขทั้งในการผลิต นำเข้า และการขาย ซึ่งความแตกต่างอันเนื่องมาจากข้อตกลงของอาเซียนและกฎระเบียบของประเทศไทย ได้แก่

(1) การจดทะเบียนเครื่องสำอาง (Notification) ซึ่ง ACD ระบุให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางทุกรายต้องจดทะเบียนเครื่องสำอางที่ผลิตแก่ภาครัฐ

(2) ในด้านข้อมูลของผลิตภัณฑ์ ACD กำหนดให้บริษัทหรือบุคคลที่รับผิดชอบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจะต้องเก็บรักษาข้อมูลทางด้านวิชาการ และข้อมูลผลิตภัณฑ์พร้อมให้หน่วยงานที่กำกับดูแลตรวจสอบได้

(3) ในด้านการควบคุมคุณภาพสินค้าและมาตรฐานความปลอดภัย ACD ระบุให้ผู้ผลิตต้องปฏิบัติตามวิธีการที่ดีในการผลิตเครื่องสำอางอาเซียน หรือ ASEAN GMP (ASEAN Good Manufacturing Practice : GMP)

(4) การประเมินความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ออกสู่ตลาด ซึ่งทุกฝ่ายจะต้องร่วมมือกันเพื่อให้มีข้อมูลที่เปิดเผยให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อผู้ผลิตผู้บริโภค และภาครัฐกิจที่เกี่ยวข้อง

การกำกับดูแลเครื่องสำอางในอาเซียนให้เป็นมาตรฐานเดียวกันตามบทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน (ASEAN Cosmetic Directive : ACD) มาบังคับใช้กับประเทศสมาชิกและได้มีการทำบันทึกลงนามนำบทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน (ACD) มาบังคับใช้ในประเทศสมาชิกให้เป็น

มาตรฐานเดียวกัน จากการศึกษาพบว่าประเทศไทยได้เข้าไปเป็นประเทศสมาชิกแล้วแต่ก็ยังไม่ได้มีการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางให้ขึ้นไปตามบทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน คงมีเพียงสาธารณรัฐสิงคโปร์ประเทศสมาชิกอาเซียนเพียงประเทศเดียวที่ได้ปรับปรุงกฎหมายให้ขึ้นไปตามบทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน โดยกำหนดให้มีการตรากฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางขึ้นใหม่ คือ Health Product Act 2007 ได้แบ่งผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเป็น 2 ประเภท คือ เครื่องสำอางประเภทที่ 1 เป็นเครื่องสำอางที่มีความเสี่ยงต่อการก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ และต้องมีการควบคุมที่เคร่งครัดมากกว่าเครื่องสำอางประเภทที่ 2 และเครื่องสำอางประเภทที่ 2 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับเส้นผม หนังกีบ หนังกีบ หรือเล็บ โดยที่ไม่ต้องล้างออก หรือโดยที่ผลิตภัณฑ์นั้นยังคงเหลืออยู่หลังจากผ่านการล้างหรือใช้ในการจัดแต่งและขึ้นทะเบียนได้กำหนดให้เครื่องสำอางประเภทที่ 1 จะต้องได้รับการอนุญาตก่อนที่จะดำเนินการผลิตนำเข้าขายหรือจัดจำหน่าย โดยใบอนุญาตสำหรับเครื่องสำอางประเภทที่ 1 ประกอบด้วยใบอนุญาตสำหรับผลิตภัณฑ์กำหนดให้ก่อนที่จะมีการจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ผู้ขอใบอนุญาตจะต้องจัดให้มีการทดสอบผลิตภัณฑ์ โดยห้องปฏิบัติการภายในประเทศและยื่นใบรับรองการทดสอบต่อองค์การวิทยาศาสตร์สุขภาพ สำหรับค่าใช้จ่ายใดๆเกี่ยวกับการทดสอบให้ผู้ยื่นขอใบอนุญาตเป็นผู้รับผิดชอบและใบอนุญาตการนำเข้า และใบอนุญาตผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการ

อีกทั้งในสหภาพยุโรปยังได้กำหนดกฎเกณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในสหภาพยุโรปมีการประกาศบังคับใช้ คือ Council Directive 76/768/EEC ซึ่งเป็นการแก้ไขเพิ่มเติม โดย Commission Directive 94/32/EC (2) กฎระเบียบดังกล่าวมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีความปลอดภัยสามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่าสินค้าเครื่องสำอางมีคุณภาพ และได้มาตรฐานระเบียบนี้เกี่ยวข้องกับเฉพาะกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และถึงผลิตภัณฑ์ยาอุปกรณ์ทางการแพทย์ ขึ้นอยู่กับการประยุกต์ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการใช้งาน ซึ่งสามารถประเมินว่าผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจะต้องมีการทำบนพื้นฐานของการประเมินคำนึงถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด โดยคณะกรรมการเห็นควรกำหนดประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีความเกี่ยวข้องสำหรับการประยุกต์ใช้ระเบียบนี้นำเสนอผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรูปแบบ กลิ่น สี ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ฉลาก ปริมาณ หรือขนาดที่ไม่ควรเป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภคมีการเรียกร้องผลิตภัณฑ์ ในการติดฉลากทำให้มีอยู่ในตลาดและการโฆษณาของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางข้อความชื่อเครื่องหมายทางการค้าภาพ และสัญลักษณ์เป็นรูปเป็นร่างหรืออื่นๆจะไม่ถูกนำมาใช้เพื่อบ่งบอกว่าผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีลักษณะดังกล่าว

โดยคณะกรรมการในความร่วมมือกับประเทศสมาชิกในการสร้างแผนปฏิบัติการเกี่ยวกับการเรียกร้องที่ใช้จัดลำดับความสำคัญ และแก้ไขการกำหนดหลักเกณฑ์ในเรื่องของผลิตภัณฑ์

เครื่องสำอางตามขั้นตอนกฎระเบียบที่มีการตรวจสอบข้อเท็จจริง ซึ่งผู้รับผิดชอบอาจจะทำเครื่องหมายบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์หรือในเอกสารใดๆ เป็นการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าป้ายวงแหวนหรือปกประกอบหรือภาพผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เพื่อแสดงความจริงที่ว่าไม่มีการทดสอบสัตว์ได้ดำเนินการเฉพาะในกรณีที่ผู้ผลิตและผู้ขายไม่ได้ดำเนินการหรือมอบหมายการทดสอบสัตว์ใดๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหรือต้นแบบของคุณ ซึ่งมีส่วนผสมที่มีอยู่ในนั้นหรือใช้ส่วนผสมใดๆที่ได้รับการทดสอบในสัตว์อื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางใหม่

สำหรับประเทศไทยแล้วแม้ภาครัฐได้เปิดโอกาสให้การผลิตเครื่องสำอางทั่วไปเป็นไปโดยเสรีจึงไม่ได้กำหนดให้เครื่องสำอางทั่วไป ต้องมาแจ้งรายละเอียดจึงทำให้ภาครัฐไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิตหรือแหล่งผลิตเครื่องสำอางทั่วไป ทำให้ไม่สามารถติดตามผลตรวจสอบแหล่งที่มาของเครื่องสำอางได้ และก่อให้เกิดปัญหาในการติดตามตรวจสอบความปลอดภัยของเครื่องสำอางทั่วไป อีกทั้งยังก่อให้เกิดปัญหาการลักลอบผสมสารอันตราย หรือสารที่กฎหมายห้ามใช้เป็นส่วนผสมในเครื่องสำอาง ซึ่งการกระทำดังกล่าวล้วนสร้างความเสียหายให้แก่ผู้บริโภคเป็นอย่างยิ่ง และการกำหนดเครื่องสำอางควบคุมให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุกชนิดเป็นเครื่องสำอางควบคุม ดังนั้นจึงทำให้เครื่องสำอางควบคุมต้องขึ้นทะเบียนและมาดำเนินการแจ้งเครื่องสำอางควบคุมแทนตามมาตรา 28 เพราะข้อมูลดังกล่าวไม่เพียงพอ ขาดข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ หรือสถาบันรับรองคุณภาพภาครันตีส่วนประกอบ การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือส่วนผสมของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และไม่มีการพัฒนาระบบการจดทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมให้มีการติดตามผล ส่งผลให้ไม่สามารถพัฒนาประสิทธิภาพในการติดตามได้ดีเท่าควร

เมื่อได้วิเคราะห์มาตรการตามกฎหมายดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าควรกำหนดกฎหมายให้มีความชัดเจนสำหรับเงื่อนไขการไม่รับจดทะเบียนเครื่องสำอางควบคุม ในกรณีเครื่องสำอางนั้นไม่ปลอดภัยในการใช้เครื่องสำอางนั้นใช้ชื่อไปในทำนองโอ้อวดไม่สุภาพหรืออาจทำให้เข้าใจผิดจากความจริง เครื่องสำอางที่ใช้ชื่อไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย หรือส่งไปในทางทำลายคุณค่าของภาษาไทยหรือสถานที่ผลิตเครื่องมือ เครื่องใช้ของผู้ผลิตเพื่อขายไม่ถูกต้องและองค์กรผู้ใช้อำนาจในการไม่รับแจ้งเครื่องสำอาง ซึ่งเมื่อการออกคำสั่งไม่รับขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุม พิเศษพิจารณาตรา 18 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 ซึ่งได้ให้อำนาจเลขาธิการมีอำนาจออกคำสั่งไม่รับขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษได้ แต่การออกคำสั่งไม่รับขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษของเลขาธิการจะต้องผ่านความเห็นของคณะกรรมการเครื่องสำอางก่อน เมื่อคณะกรรมการเครื่องสำอางเห็นชอบแล้วเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา จึงจะสามารถออกคำสั่งไม่รับขึ้นทะเบียนได้ประเด็นนี้เห็นว่าการออก

คำสั่งโดยผ่านคณะกรรมการเครื่องสำอางก่อนการออกคำสั่งทางปกครอง ซึ่งมีลักษณะของการควบคุมก่อนมีการออกคำสั่งทางปกครองไม่รับแจ้งเครื่องสำอางควบคุม และเป็นการป้องกันความไม่ชอบด้วยกฎหมาย และมีความรอบคอบ แต่เนื่องจากการดำเนินการของคณะกรรมการต้องใช้เวลาในการดำเนินการเป็นระยะเวลาอันยาวนานโดยจะต้องมีการจัดประชุมประกอบกับในการออกใบรับแจ้งนั้น นอกจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งสามารถออกใบรับแจ้งได้แล้วสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดก็มีอำนาจที่จะออกใบรับแจ้งได้เช่นเดียวกันจะทำให้การพิจารณา โดยผ่านความเห็นของคณะกรรมการล่าช้า ดังนั้นการออกคำสั่งไม่รับแจ้งควรให้เป็นอำนาจของเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยาหรือผู้ซึ่งได้รับมอบหมายจากเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา เป็นผู้พิจารณา ซึ่งจะรวมถึงนายแพทย์สาธารณสุขหรือผู้ว่าราชการจังหวัดกรณีที่เป็นต่างจังหวัดด้วย

#### 4.1.2 การควบคุมการออกฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

การควบคุมการออกฉลากของเครื่องสำอางในประเทศไทยนั้นสามารถแยกวิเคราะห์ได้เป็น 2 ประการ ได้แก่

4.1.2.1 การออกฉลากก่อนการจำหน่ายเครื่องสำอาง พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 มาตรา 30 ได้กำหนดหลักการเกี่ยวกับฉลากเครื่องสำอางว่า ฉลากของเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลากจะต้องใช้ข้อความตรงต่อความจริง และไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง และวรรค 2 วรรค 3 ระบุข้อความอันจำเป็นดังกล่าวให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์เงื่อนไขรายละเอียดที่คณะกรรมการเครื่องสำอางมีอำนาจสั่งให้ผู้ผลิตผู้นำเข้าเพื่อขายปลีกใช้ฉลากนั้น หรือรับจ้างติดฉลากที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายไว้ด้วยผู้ผลิตผู้นำเข้า เพื่อขายเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลากหากมีความสงสัยว่า ฉลากเครื่องสำอางของตนจะถูกต้องหรือไม่อาจขอให้เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา ให้ความเห็นก่อนก็ได้การขอความเห็นคำปฎิเสธ และระยะเวลาให้ความเห็นเป็นไปตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนด

มาตรการเกี่ยวกับฉลาก ซึ่งมีลักษณะห้ามการแสดงข้อความบนฉลากกำหนดไว้ใน มาตรา 30 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 ว่าฉลากของเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลากจะต้องใช้ข้อความที่เป็นความจริง และไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ซึ่งจะเห็นได้ว่ากฎหมายได้ให้อำนาจดุลพินิจแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ว่าข้อความอย่างไรเป็นข้อความที่ตรงต่อความจริง และไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง แม้การให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีดุลพินิจในการพิจารณาให้เหมาะสมแก่สถานการณ์ก็ตาม แต่หากพิจารณาในการคุ้มครองสิทธิของ

ประชาชนนั้น ประชาชนไม่สามารถก่อนล่วงหน้าว่าข้อความอย่างไรที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ซึ่งส่วนใหญ่จะทราบก็ต่อเมื่อพนักงานเจ้าหน้าที่ได้มีการดำเนินคดีตามกฎหมายแล้ว

เมื่อได้วิเคราะห์มาตรการตามกฎหมายดังกล่าว ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรมีการกำหนดให้มีความแน่ชัดไว้ในกฎหมายว่าข้อความที่มีลักษณะที่เรียกว่า “ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด” หลักเกณฑ์ที่กำหนดต้องมีความชัดเจนและต้องมีการเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ โดยการกำหนดมาตรการให้ฝ่ายปกครองสามารถออกกฎหมายลำดับรอง เช่น ประกาศหรือระเบียบเพื่อให้ผู้ประกอบการได้ทราบก่อนการทำฉลาก ลดการกระทำที่มีการฝ่าฝืนกฎหมาย มีการทำฉลากได้อย่างถูกต้อง และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคที่สามารถตัดสินใจเลือกซื้อได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ การกำหนดหลักเกณฑ์ดังกล่าวยังเป็นการควบคุมการใช้ดุลพินิจของฝ่ายปกครองให้เป็นไปตามมาตรฐานเดียวกัน

4.1.2.2 การออกฉลากหลังการจำหน่ายเครื่องสำอาง มาตรการเกี่ยวกับฉลากเป็น มาตรการมีการกำหนดไว้ให้ผู้ประกอบการดำเนินการ โดยไม่ต้องมาดำเนินการยื่นคำขออนุญาต เกี่ยวกับฉลากแต่พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 กำหนดให้ผู้ประกอบการดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย และประกาศของคณะกรรมการ เครื่องสำอาง และหากมีการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามจะมีความผิดอาญา นอกจากนี้พระราชบัญญัติ ดังกล่าวยังกำหนดให้ที่ฝ่ายปกครองโดยคณะกรรมการเครื่องสำอางมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้ผลิต เพื่อ ขยาย หรือผู้นำเข้าเพื่อขยายเครื่องสำอางเล็กใช้ฉลากดังกล่าว หรือดำเนินการแก้ไขฉลากนั้น ให้ถูกต้อง ได้หากคณะกรรมการเห็นว่าฉลากไม่เป็นไปตามมาตรา 30 คือใช้ข้อความที่ไม่ตรงต่อความจริงหรือ มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง หรือไม่ระบุข้อความ อันจำเป็นตามประกาศของคณะกรรมการเครื่องสำอาง ซึ่งการดำเนินการให้มีคำสั่งเล็กใช้ฉลากหรือ ดำเนินการแก้ไขฉลากให้ถูกต้อง

อีกทั้งพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 มิได้กำหนดบทลงโทษกรณีที่ผู้ผลิต หรือผู้นำเข้าฝ่าฝืนหรือไม่ดำเนินการตามคำสั่งของ คณะกรรมการที่ให้เล็กใช้ฉลาก หรือดำเนินการแก้ไขฉลากให้ถูกต้องจะต้องรับโทษหรือจะต้อง ดำเนินการเกี่ยวกับฉลากที่จะต้องเลิกใช้อย่างไร ซึ่งเป็นเหตุก่อให้เกิดช่องว่างของมาตรการบังคับ ให้เป็นไปตามคำสั่งของคณะกรรมการเครื่องสำอางทำให้การบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับฉลากไม่ เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอาง ที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย

เมื่อพิจารณาบทบัญญัติเครื่องสำอางอาเซียน (ASEAN Cosmetic Directive : ACD) พบว่า บทบัญญัติเครื่องสำอางอาเซียนเป็นการกำกับดูแลเครื่องสำอางให้เป็นหนึ่งเดียวกันของอาเซียน ซึ่ง

มีวัตถุประสงค์เพื่อลดอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภายใน และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกในการกำกับดูแลให้เครื่องสำอางที่วางตลาดในอาเซียนมีความปลอดภัย และมีคุณภาพ รวมถึงมีสรรพคุณตามที่กล่าวอ้างในเครื่องสำอางนั้น ทั้งนี้ประเทศสมาชิกต้องปรับปรุงกฎระเบียบเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องสำอางให้เป็นการแจ้งรายละเอียดการผลิต หรือการนำเข้าเครื่องสำอางต่อหน่วยงานของรัฐที่กำกับดูแลเครื่องสำอางก่อนที่เครื่องสำอางนั้นจะวางจำหน่ายในท้องตลาด สำหรับการแสดงฉลากได้กำหนดให้ประเทศสมาชิกต้องดำเนินการที่จำเป็นทั้งหมด เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่วางจำหน่ายในประเทศสมาชิก แต่ผลิตภัณฑ์ที่มีการแสดงฉลากเป็นไปตามข้อกำหนดการแสดงฉลากเครื่องสำอางของอาเซียน และข้อความที่ให้แสดงจะต้องใช้ตัวอักษรที่มองเห็นได้ชัดเจน และอ่านได้ง่ายในส่วนข้อความระวังเป็นพิเศษในการใช้ที่ต้องปฏิบัติตาม โดยเฉพาะที่ระบุไว้ในช่องเงื่อนไขการใช้และคำเตือนที่ต้องพิมพ์ไว้บนฉลาก ต้องปรากฏอยู่บนฉลาก เช่นเดียวกันนั้นจะต้องแสดงข้อมูลเกี่ยวกับข้อควรระวังเป็นพิเศษด้วย และประเทศสมาชิกจะต้องดำเนินการที่จำเป็นทั้งหมดเพื่อให้มั่นใจได้ว่าฉลากของเครื่องสำอางที่จำหน่ายและการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีการแสดงชื่อผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายการค้า รูปภาพ และเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์อื่นใดนั้น ไม่ถูกใช้เพื่อสื่อถึงคุณลักษณะที่มีได้ในผลิตภัณฑ์เหล่านี้ อีกทั้งสาธารณรัฐสิงคโปร์ได้กำหนดเกี่ยวกับการติดฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทั้งประเภทที่ 1 และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทที่ 2 จะต้องมีการติดฉลาก และข้อความที่อยู่บนฉลากจะต้องเป็นภาษาอังกฤษ และอ่านได้อย่างชัดเจน ส่วนข้อความที่เป็นภาษาอื่นๆอาจจะระบุไว้ในฉลากด้วยก็ได้ ซึ่งภาษาหรือบรรทัดของเครื่องสำอางจะต้องปรากฏชื่อของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง รายชื่อของส่วนประกอบเครื่องสำอาง ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิตภายในประเทศหรือผู้นำเข้า ครั้งที่ผลิต และมาตรการป้องกันล่วงหน้า หากมีการเรียกคืนสินค้าเมื่อเห็นว่ามี ความจำเป็นที่องค์การวิทยาศาสตร์สุขภาพต้องเสนอให้มีการระงับการขายหรือการจัดจำหน่าย หากตรวจพบว่ามี การกระทำความผิด หรือมิได้มีการใส่ข้อมูลต่างๆดังกล่าว นั้น อาจจะยกเลิกการเพิกถอนและการแก้ไขใบอนุญาต โดยองค์การวิทยาศาสตร์สุขภาพมีอำนาจในการยกเลิก เพิกถอน หรือแก้ไขข้อกำหนดใดๆในใบอนุญาตได้

สำหรับสหภาพยุโรป ภาคอุตสาหกรรมเครื่องสำอางยุโรปได้ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจากการปลอมแปลง ซึ่งอาจเพิ่มความเสี่ยงต่อสุขภาพของมนุษย์จึงได้กำหนดให้ประเทศสมาชิกปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ปลอม ในด้านของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางโดยความรับผิดชอบของผู้ผลิต หรือผู้นำเข้าเพื่อความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เมื่อพิจารณาพบว่าสินค้าเป็นของปลอมจะบังคับให้เจ้าของผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่ายคืนเงินให้แก่ผู้บริโภค



ส่วนสหรัฐอเมริกา นั้นมีกฎหมายเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้สินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคซึ่งเรียกว่า The Consumer Product Safety Act 1972 โดยกฎหมายดังกล่าวกำหนดให้มีองค์กรอิสระของรัฐบาลกลางขึ้นองค์กรหนึ่ง เรียกว่า คณะกรรมการคุ้มครองความปลอดภัยของผู้บริโภค (The Consumer Product Safety Commission) มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าและข้อกำหนดเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องอุปโภคบริโภคตามที่กฎหมายกำหนดขอบเขตของประเภทสินค้าไว้ และในส่วนของฉลากสินค้านั้นกฎหมายเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้สินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคหรือ The Consumer Product Safety Act 1972 ได้กำหนดให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าประเภทที่อยู่ภายใต้บังคับกฎหมายฉบับนี้จะต้องแสดงฉลากสินค้าว่าสินค้านั้นได้มาตรฐานตามที่คณะกรรมการกำหนด

จากการศึกษากฎหมายของประเทศไทย ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเฉพาะกับส่วนที่เป็นประโยชน์ต่อการขายสินค้าแต่จะไม่ให้ความสำคัญกับส่วนที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงธุรกิจ และการติดตามตรวจสอบฉลากสินค้าตามท้องตลาดไม่ได้ประสิทธิภาพ ส่งผลให้มีจำนวนฉลากที่ไม่ถูกต้องเพิ่มมากขึ้น รวมถึงระยะเวลาในการพิสูจน์ใช้เวลานาน ทำให้ไม่สามารถจับผู้ประกอบการที่กระทำความผิดมารับโทษได้ ประกอบกับในปัจจุบันการจับกุมดำเนินคดีไม่สามารถเอาผิดกับผู้ผลิตได้ ส่วนใหญ่จะสามารถดำเนินคดีกับผู้ขายแทนมากกว่า โดยปกติมีระยะเวลาในการดำเนินการช้ามาก เนื่องจากมีการสืบสวนเพิ่มเติมผลผลิตของปลอมหรือลอกเลียนต้องมีคนมาแจ้งและต้องทำการขยายผลต่อว่ามีความแตกต่างอย่างไรระหว่างของจริงกับของปลอม การสืบสวนหาแหล่งผลิตยากพอสมควร แต่กลับมีบทลงโทษน้อยมากทำให้ผู้ประกอบการ หรือผู้ผลิต หรือผู้ขายกล้าที่จะหลีกเลียงกฎหมาย

#### 4.1.3 การควบคุมการโฆษณาเครื่องสำอาง

การควบคุมการโฆษณาเครื่องสำอางอยู่ในอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 โดยการโฆษณาเครื่องสำอางกฎหมายไม่ได้กำหนดให้ต้องยื่นขออนุญาตก่อนทำการโฆษณา เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายนอกร่างกายจึงไม่มีบทบัญญัติให้ควบคุมการโฆษณา ต้องขออนุญาตก่อนทำการโฆษณา จึงไม่มีการบังคับให้ต้องขออนุญาตก่อนทำการโฆษณาแต่อย่างใดแต่ความเป็นจริงเครื่องสำอางจะต้องขออนุญาต โฆษณาการที่โฆษณาโดยไม่ต้องขออนุญาต สำนักงานอาหารและยา (อย.) ดำเนินการเพียงทำการปรับเพียงเท่านั้น หากไม่ได้ขออนุญาตโฆษณาซึ่งควรที่จะพิจารณาถึงสาระสำคัญที่เป็นการโฆษณาเกินจริง และข้อความที่เป็นเท็จอย่างไรมากกว่า เนื่องจากปัจจุบันพบเกี่ยวกับการโฆษณาสรรพคุณความเป็นเครื่องสำอางเกินจริง การโฆษณาสูตรส่วนประกอบ และสรรพคุณ ไม่สอดคล้องกับที่ได้แจ้งไว้กับสำนักคณะกรรมการอาหารและยา และ

ได้ที่มีการร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องสำอางที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคจำนวนมาก รวมถึงอินเทอร์เน็ตได้ถูกนำมาใช้ในการซื้อขายสินค้า ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางก็เช่นกันได้รับความสนใจจากผู้บริโภคในการสั่งซื้อซื้อขายสินค้าในระบบออนไลน์ มีการโฆษณาบอกสรรพคุณเกินจริง ทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อและตัดสินใจซื้อสินค้า ส่งผลให้เกิดผลกระทบจากการใช้เครื่องสำอางที่ไม่ได้มาตรฐานตรงตามที่โฆษณา หรือเครื่องสำอางปลอม เป็นต้น ทั้งนี้โฆษณาที่เกินความจริงและไม่เป็นธรรมกับผู้บริโภคของผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถโฆษณาข้อความใดๆก็ได้ โดยไม่ต้องขออนุญาตจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ และถึงแม้จะมีคำเตือนที่ใช้ประกอบในโฆษณาแต่ลักษณะของคำเตือนก็เป็นไปโดยไม่เหมาะสม เนื่องจากมูลค่าของการโฆษณาที่มีราคาสูงทำให้ต้องโฆษณาอย่างรวดเร็ว และคำเตือนก็มีขนาดที่เล็กมากทำให้ผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสนใจกับคำเตือนดังกล่าวแต่อย่างใด

จากการศึกษาบทบัญญัติเครื่องสำอางอาเซียน (ASEAN Cosmetic Directive : ACD) พบว่าประเทศสมาชิกจะต้องดำเนินการมาตรการที่จำเป็นทั้งหมดเพื่อให้มั่นใจได้ว่าสรรพคุณผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่กล่าวอ้างนั้นเป็นไปตามข้อกำหนดในแนวทางการกล่าวอ้างสรรพคุณเครื่องสำอางของอาเซียน (ASEAN Cosmetic Claims Guideline) โดยทั่วไปเรื่องของกรกล่าวอ้างสรรพคุณผลิตภัณฑ์จะอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของแต่ละประเทศ และเป็นกฎทั่วไปว่าการกล่าวอ้างสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจะต้องได้รับการพิสูจน์โดยมีหลักฐานสนับสนุนการกล่าวอ้างดังกล่าวและโดยสูตร หรือตำรับของเครื่องสำอางนั้นๆ บริษัทหรือบุคคลที่รับผิดชอบในการวางผลิตเครื่องสำอางในท้องตลาดจะต้องได้รับอนุญาตให้ใช้บันทึกรายละเอียดหรือรูปแบบการวิจัยที่จัดทำขึ้นทางวิชาการหรือรายงานผลทางคลินิกที่จัดทำให้เป็นที่ยอมรับทางวิทยาศาสตร์โดยมีเหตุผลอันควรในการใช้รูปแบบการวิจัยดังกล่าวนี้

อีกทั้งสหภาพยุโรป กำหนดเกี่ยวกับการโฆษณาของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางข้อความชื่อเครื่องหมายทางการค้าภาพและสัญญาณเป็นรูปเป็นร่างหรืออื่นๆจะไม่ถูกนำมาใช้เพื่อบ่งบอกว่าผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีสรรพคุณเกินกว่าความเป็นเครื่องสำอาง โดยแจ้งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวว่าเป็นเครื่องสำอางแต่มีข้อความโฆษณาเป็นสรรพคุณทางยาและสรรพคุณที่ไม่สอดคล้องกับที่ได้แจ้งไว้ หากคณะกรรมการในความร่วมมือกับประเทศสมาชิก พบว่ามีการโฆษณาเกินจริงอาจจะเสนอให้มีการระงับการขายหรือการจัดจำหน่ายซึ่งผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและเรียกคืนผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นจากตลาด

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบกฎหมายต่างประเทศและกฎหมายไทย ผู้วิจัยเห็นว่ามาตรการทางกฎหมายในเรื่องการควบคุมการโฆษณาเป็นแนวทาง ซึ่งจะทำให้ผู้กระทำความผิดเกรงกลัว เช่นการจัดให้มีการโฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้ว เป็นต้น และการ

ควบคุม การโฆษณา มีผลกระทบต่อในวงกว้าง ดังนั้นควรกำหนดให้อำนาจยกเลิกการคณะกรรมการอาหารและยาไว้ในพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 ให้เป็นผู้ดำเนินการตรวจสอบเองเพื่อความรวดเร็วในการป้องกันการโฆษณาเครื่องสำอางที่เกินจริง

## 4.2 การคุ้มครองผู้บริโภคจากการใช้เครื่องสำอางที่ไม่มีคุณภาพ

พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 ที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันสามารถกำกับดูแลเครื่องสำอางได้ดีในระดับหนึ่ง แต่ไม่สามารถกำกับดูแลเครื่องสำอางได้ครอบคลุมทั่วถึง ประกอบกับบทบัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาในบางข้อกำหนดเป็นภาระแก่ประชาชนโดยไม่จำเป็น ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์กฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัย จากการใช้เครื่องสำอางได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากผู้บริโภคจำนวนมากได้รับอันตรายจากการใช้เครื่องสำอางบางรายถูกเอารัดเอาเปรียบจากข้อมูลข่าวสารที่เป็นเท็จ เกินจริง หรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ในขณะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่สามารถเรียกร้องให้ผู้ประกอบการธุรกิจชดใช้ความเสียหายได้ จึงจำเป็นต้องมีการกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับคุณภาพของเครื่องสำอาง การจัดทำฉลาก และการโฆษณา เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจได้ตระหนักถึงหน้าที่และความรับผิดชอบ ซึ่งเป็นการคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภคไปพร้อมกัน ดังนั้นจากการศึกษาจากหลักเกณฑ์การคุ้มครองผู้บริโภคจากการใช้เครื่องสำอางทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงปัญหาหรือข้อบกพร่องที่ต้องแก้ไขจากกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

### 4.2.1 การคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการใช้เครื่องสำอาง

กฎหมายของประเทศไทยได้กำหนดกฎหมายหลักที่ให้การรับรองคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคเป็นการทั่วไปอยู่ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 กำหนดสิทธิของผู้บริโภคน้ำหนักของผู้ประกอบการค้า และกำหนดให้มีการรับรององค์กรเอกชนในรูปของสมาคมที่จะเข้ามาใช้สิทธิในการดำเนินคดีความแทนผู้บริโภคไม่ว่าทางแพ่งและทางอาญาได้ นอกจากนี้กฎหมายได้ให้การรับรองคุ้มครองสิทธิต่างๆของผู้บริโภคดังที่ปรากฏอยู่ในพระราชบัญญัติหลายฉบับทั้งที่ปรากฏในกฎหมายที่เป็นการควบคุมกำกับดูแลในแต่ละผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะ เช่น พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2530 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 เป็นต้น ซึ่งกฎหมายดังกล่าวล้วนแล้วแต่เป็นกฎหมายที่ให้การคุ้มครองประชาชนเพื่อให้ได้รับการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน และมีความปลอดภัยอย่างสูงสุด

โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 จัดเป็นกฎหมายเฉพาะที่ไม่ซับซ้อนหรือขัดกับอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานที่คุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่างๆ หากเกิดกรณีจำเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบมิได้ดำเนินการแก้ไขหรือดำเนินการไม่ครบถ้วนตามขั้นตอนของกฎหมายผู้เดือดร้อนสามารถร้องเรียน ต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีเพื่อให้สั่งการแก้ไขแทนได้ เพราะสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานคุ้มครองด้านการบริโภคสินค้าและบริการทั่วไป นอกเหนือจากการทำงานของหน่วยงานอื่นๆ ซึ่งหลักทั่วไปของการบังคับใช้กฎหมาย คือเมื่อมีกฎหมายฉบับใดให้อำนาจในการคุ้มครองผู้บริโภคไว้เป็นการเฉพาะแล้วก็ต้องบังคับตามกฎหมายฉบับนั้น นอกจากนี้ยังได้จัดให้มีองค์กรของรัฐขึ้นมาทำหน้าที่ตรวจสอบกำกับดูแลผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค เช่น กรณีที่ผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิเกี่ยวกับเรื่องอาหาร ผู้บริโภคสามารถไปร้องเรียนที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ซึ่งเป็นกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเฉพาะเรื่องสินค้าอาหารเท่านั้น แต่หากกรณีไม่มีกฎหมายใด หรือหน่วยงานใดให้ความคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการเฉพาะแล้ว ต้องใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 ซึ่งให้ความคุ้มครองในผู้บริโภคด้านสินค้าและบริการทั่วไป โดยมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าวได้กำหนดสิทธิของผู้บริโภคที่ได้รับความคุ้มครองไว้ 5 ประการ คือ

1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้อง และเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ หมายถึงผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับการโฆษณา หรือการแสดงฉลากตามความเป็นจริงซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ผู้บริโภคจะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการนั้นๆ อย่างถูกต้องและเพียงพอต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าหรือรับบริการ

2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ หมายถึง สิทธิที่ผู้บริโภคจะสามารถเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ โดยความสมัครใจปราศจากการผูกขาดและการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรม โดยสิทธิดังกล่าวเป็นสิ่งสำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมที่ยึดการแข่งขันเป็นพื้นฐานในการพัฒนาสินค้า

3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ หมายถึง สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่มีความปลอดภัยมีสภาพและคุณภาพที่ได้มาตรฐาน เหมาะสมกับการใช้ และไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ชีวิตและร่างกายของผู้บริโภค หากผู้บริโภคได้ใช้ตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการนั้นแล้ว

4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา หมายถึง สิทธิ ที่ผู้บริโภคจะได้รับข้อสัญญาที่เป็นธรรมโดยไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบด้านสัญญาจากผู้ประกอบการ

5) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย หมายถึง สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหายเมื่อมีการละเมิดใน 4 ข้อที่กล่าวมา

ดังนั้นการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 มีขอบเขตของกฎหมายเพื่อให้ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองให้ได้รับความปลอดภัยจากการใช้เครื่องสำอางกับคุ้มครองอนามัยและสุขภาพ โดยอาศัยอำนาจจากรัฐในฐานะฝ่ายปกครองเป็นผู้ที่มีหน้าที่ในการคุ้มครองประชาชนและใช้อำนาจ ในการบริหารจัดการให้เป็นไปตามกฎหมาย เช่น ต้องมีการขออนุญาตผลิตเพื่อขายหรือนำเข้าเพื่อขาย แต่ในปัจจุบันธุรกิจเครื่องสำอางทวีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง มีการส่งเสริมการบริโภคทุกรูปแบบ และลดต้นทุนการผลิตที่กระทบต่อคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดการเอาเปรียบผู้บริโภคมากขึ้น อีกทั้งยังพบปัญหาเกี่ยวกับผู้ประกอบการที่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม มุ่งแสวงหาประโยชน์ส่วนตัว โดยไม่คำนึงถึงความเสียหายของผู้อื่น เช่น ผู้บริโภคจำนวนมากได้รับอันตรายจากเครื่องสำอางที่ลักลอบผสมสารต้องห้าม หรือการโฆษณาหลอกลวงผู้บริโภคให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณเกินจริงมีจำหน่ายในท้องตลาดเป็นจำนวนมาก ทำให้เป็นภัยต่อผู้บริโภคและพบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางปลอมไม่มีมาตรฐานเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ส่งผลเสียถึงมาตรฐานเครื่องสำอางของประเทศไทย โดยรวมทำให้กฎหมายฉบับดังกล่าวไม่เพียงพอที่จะคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางส่งผลให้การคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางอาศัยกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 2 ฉบับ คือพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 เป็นกฎหมายที่ส่งเสริมและสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับเครื่องสำอางในกรณีกฎหมายหลักที่มีได้บัญญัติไว้และพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นกฎหมายหลักที่ใช้คุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางโดยตรง

จากการศึกษาปัญหาทางกฎหมายดังกล่าวแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่าความซ้ำซ้อนกันของกฎหมายที่บัญญัติเกี่ยวกับวิธีการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการทั่วไปมีกฎหมายบังคับใช้อยู่หลายฉบับ เช่นพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 และพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 แต่พระราชบัญญัติทั้งสองดังกล่าวกลับไม่สามารถกำกับดูแลการกระทำที่ทำความผิดต่อผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากผู้ประกอบการเครื่องสำอางได้อย่างครอบคลุมทั่วถึงและบทบัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา บางข้อกำหนดก็เป็นภาระแก่ประชาชน จึงควรปรับปรุงกฎระเบียบและลดขั้นตอนการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ในปัจจุบันเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัยจากการใช้เครื่องสำอางได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 4.2.2 การคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องสำอาง

หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องสำอางนั้น กฎหมายมีเจตนารมณ์ที่จะคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหลัก ดังนั้นเพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาเครื่องสำอางเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพการกำกับดูแลการโฆษณาเครื่องสำอางจึงเป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 และพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 โดยการกำกับดูแล และการควบคุมการโฆษณาเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว ได้กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเองในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่สาธารณชนภายใต้กรอบกำหนดตามกฎหมาย หากมีเหตุอันควรสงสัยก็พร้อมที่จะพิสูจน์ว่าข้อความที่โฆษณานั้นเป็นจริง ซึ่งหลักการนี้จะแตกต่างจากการกำกับดูแลการโฆษณาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพชนิดอื่นๆ และเครื่องสำอางที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 การโฆษณาเครื่องสำอางกฎหมายไม่ได้กำหนดให้ต้องยื่นขออนุญาตก่อนทำการโฆษณา

เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายนอกร่างกายจึงไม่มีบทบัญญัติให้ควบคุมการโฆษณาต้องขออนุญาตก่อนทำการโฆษณา อย่างไรก็ตามหากผู้ประกอบการหรือผู้ประกอบการโฆษณาได้โฆษณาโดยใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม อาจถูกสั่งระงับการโฆษณาได้โดยกรณีที่มีการโฆษณายืนยันข้อเท็จจริงนั้นด้วยคำพิสูจน์ข้อเท็จจริงที่ยืนยันในโฆษณาไม่ได้ก็จะมีผลความผิดและมีบทกำหนดโทษทางอาญาด้วย แม้ว่าการโฆษณาเครื่องสำอางจะอยู่ภายใต้บทบัญญัติของพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 และเครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในความควบคุมของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา แต่เนื่องจากเครื่องสำอางไม่ได้บริโภคเข้าสู่ร่างกายโดยตรง จึงมิได้มีการบังคับให้ต้องขออนุญาตก่อนทำการโฆษณาแต่อย่างใด การโฆษณาเครื่องสำอางจึงอยู่ในบังคับมาตรา 37 โดยให้การโฆษณาเครื่องสำอางนี้อยู่ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 โดยเฉพาะการโฆษณาได้ใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมส่วนรวมก็อาจจะถูกสั่งระงับการโฆษณาโดยในกรณีที่มีการโฆษณา โดยการยืนยันข้อเท็จจริงไม่ได้ถือว่าการโฆษณานั้นได้ใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ก็จะมีผลความผิดและมีโทษทางอาญาบทลงโทษจากการโฆษณาที่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกายหรือจิตใจ หรืออาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภคตามที่กำหนดในกฎกระทรวงต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท

เมื่อได้วิเคราะห์มาตรการตามกฎหมายดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าควรปรับปรุง บทบัญญัติ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา โดยกำหนดให้การโฆษณา เครื่องสำอางจะต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสีย ต่อสังคมเป็นส่วนร่วม ปรับจากเดิมที่ต้องอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 มาบังคับโดยอนุโลม (มาตรา 39-46) และกำหนดให้ เลขาราชการมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้ประกอบการแก้ไขข้อความโฆษณา ห้ามการโฆษณา หรือการ โฆษณา เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดกรณีที่พบว่ามี การโฆษณาข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค (มาตรา 44) และจากปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีการโฆษณาที่โอ้อวดเกินจริงผ่าน ทางสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ตที่นับวันยิ่งทวีความรุนแรงมาก ขึ้นทำให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพและเศรษฐกิจของประชาชน

ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า เพื่อให้การกำกับดูแลการโฆษณาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ควรมีการบูรณาการในการทำงานร่วมกันของหน่วยงานภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงาน คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กอง บังคับการปราบปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.) สำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สมาคมโทรทัศน์ดาวเทียมสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย เป็นต้น ซึ่งวิธีการหนึ่งของการจัดการปัญหาการโฆษณาสรรพคุณความเป็นเครื่องสำอางเกิน จริง คือการให้ความรู้ความเข้าใจ และเสริมสร้างทัศนคติที่ดีด้านการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง แก่ผู้ประกอบการทั้งเจ้าของผลิตภัณฑ์ เจ้าของสื่อโฆษณา ผู้รับผิดชอบสื่อโฆษณา นักจัดรายการ และนักโฆษณา ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลการโฆษณาที่ถูกต้อง

#### 4.2.3 การคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการควบคุมฉลาก

การคุ้มครองผู้บริโภคนอกจากกฎหมายจะกำหนดมาตรการ และแนวทางตลอดจนวิธีการ คุ้มครองในด้านการศึกษา ด้านการโฆษณาแล้วพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไข เพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 ยังกำหนดมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านฉลากด้วยโดยได้มี บทบัญญัติให้มีคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก และกำหนดให้มีอำนาจหน้าที่ในการดำเนินการให้ เป็นไปตามกฎหมายสินค้าที่กฎหมายกำหนดให้เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก โดยกำหนดไว้ในมาตรา 30 บัญญัติว่า

“ให้สินค้าที่ผลิตเพื่อขายโดยโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานและสินค้าที่สั่ง หรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก

ความในวรรคหนึ่งมิใช่บังคับกับสินค้าที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดโดย ประกาศในราชกิจจานุเบกษา”

กรณีปรากฏว่ามีสินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่สุขภาพร่างกายหรือจิตใจ เนื่องในการใช้สินค้าหรือโดยสภาพของสินค้านั้นหรือมีสินค้าที่ประชาชนทั่วไปใช้เป็นประจำ ซึ่งการกำหนดฉลากของสินค้านั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคในการที่จะทราบข้อเท็จจริงในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้านั้น แต่สินค้าดังกล่าวไม่เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตามวรรคหนึ่งให้คณะกรรมการว่าด้วยฉลากมีอำนาจกำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากได้โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา โดยสินค้าที่จะควบคุมฉลากสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) สินค้าที่อาจจะก่อให้เกิดอันตรายแก่สุขภาพร่างกายหรือจิตใจ ในการใช้สินค้านั้นหรือโดยสภาพของสินค้า

2) สินค้าที่ประชาชนทั่วไปใช้เป็นประจำ ซึ่งการกำหนดฉลากของสินค้านั้นจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการที่จะทราบข้อเท็จจริงในสาระสำคัญต่างๆเกี่ยวกับสินค้านั้น

การควบคุมฉลากตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 มีบทบัญญัติที่กำหนดมาตรการทางกฎหมายการควบคุมฉลากในกรณีที่ฉลากสินค้าใดๆไม่เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดไว้โดยเมื่อคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เห็นว่าฉลากใดไม่เป็นไปตามมาตรา 31 คณะกรรมการว่าด้วยฉลากมีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจเลิกใช้ฉลาก หรือดำเนินการแก้ไขฉลากนั้นให้ถูกต้อง ซึ่งกฎหมายดังกล่าวกำหนดให้เครื่องสำอางต้องมีฉลากและต้องเป็นข้อความฉลากภาษาไทยตามที่กฎหมายกำหนด เนื่องจากโดยเจตนาของกฎหมายต้องการให้ผู้บริโภคใช้ข้อมูลที่แจ้งไว้ที่ฉลากหรือได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อหรือใช้สินค้านั้นให้มากที่สุด โดยไม่ถูกหลอกลวงเมื่อซื้อแล้วสามารถปฏิบัติตามรายละเอียดของข้อมูลที่แจ้งไว้ที่ฉลาก และเพื่อประโยชน์สูงสุดของการใช้เครื่องสำอางขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการธุรกิจก็จะได้รับประโยชน์ในการแสดงข้อมูลให้กับผู้บริโภคที่จะตัดสินใจซื้อ และมีโอกาสเผยแพร่สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ด้วย ปัจจุบันพบว่า ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากฉลากให้ข้อมูลผู้บริโภคในลักษณะที่เบี่ยงเบนไปจากหลักการดังกล่าว เช่น ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเฉพาะกับส่วนที่เป็นประโยชน์ต่อการขายสินค้า แต่จะไม่ให้ความสำคัญกับส่วนที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงธุรกิจ บางครั้งอาจทำให้เสียประโยชน์ในเชิงธุรกิจด้วยซ้ำไป คือการที่ผู้ประกอบการฝ่าฝืนไม่แจ้งวันเดือนปีที่ผลิต ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคเป็นอย่างมากที่จะทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นผลิตมานานแล้วหรือไม่อาจเสื่อมคุณภาพหรือเป็นอันตรายก็ได้ เนื่องจากมีเจตนาไม่ดีที่จะปิดบังข้อมูลว่าผลิตภัณฑ์นั้นอาจเก่าเกินไปและการฝ่าฝืนไม่แจ้งแหล่งผลิตถือว่ามีเจตนาไม่ดี ทำให้ผลิตภัณฑ์มีส่วนผสมของสารห้ามใช้มากที่สุดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผิดกฎหมาย นอกจากนี้ยังพบปัญหาในกรณีที่ผู้ประกอบการจะใช้โอกาสในการบรรยายสรรพคุณของเครื่องสำอางโอ้อวดเกินความจำเป็นหรือปกปิดข้อมูลบางส่วน เป็นต้น



ดังนั้นเมื่อพิจารณาบทบัญญัติของกฎหมายในการกำกับดูแลเกี่ยวกับฉลากเครื่องสำอางพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 พบว่าไม่สามารถคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้บริโภคที่จะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ เนื่องจากกฎหมายบังคับเฉพาะข้อความที่ตรงต่อความจริงและไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้า เช่น ที่มา ส่วนผสม ความมีอันตรายในการใช้ วิธีใช้ แต่มิได้บังคับให้ต้องเปิดเผยถึงขั้นตอนในการผลิต การผสม การปรุงที่เป็นการเปิดเผยกระบวนการผลิตอันเป็นสิ่งที่ผิดกฎหมายคุ้มครองสิทธิของผู้ผลิต หากว่าข้อความเหล่านั้นไม่ใช่สิ่งที่จำเป็นแก่สุขภาพอนามัย และความปลอดภัยของผู้บริโภคเมื่อพิจารณาตามมาตรา 31 เพียงแต่กำหนดไว้ว่าสินค้าชนิดใดเป็นสินค้าที่ต้องมีการควบคุมฉลาก กล่าวคือต้องการควบคุมสินค้าที่ปิดฉลากอยู่แล้วให้ใช้ข้อความให้ถูกต้อง แต่มิได้กล่าวว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีหน้าที่ต้องปิดฉลากไว้ที่สินค้าหากสินค้าชนิดนั้นจะเป็นอันตราย เนื่องจากการใช้ไม่ถูกต้องตามวิธี การตีความหมายตามบทบัญญัติมาตรา 31 (2) ที่ให้ระบุข้อความที่จำเป็น ซึ่งถ้ามิได้กล่าวเช่นนั้นจะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด ในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าให้หมายความรวมถึงฉลากที่แสดงวิธีใช้สินค้าหรือเตือนให้ใช้ความระมัดระวังในเวลาใช้ เพื่อป้องกันมิให้เกิดอันตรายจากการใช้ก็คงจะไม่ตรงตามข้อความที่บัญญัติไว้

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรปรับปรุงบทบัญญัติเพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคดังกล่าว กรณีที่จะได้รับการแสดงฉลากตามความเป็นจริงถูกต้องโดยกำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายให้เลิกใช้ฉลาก หรือแก้ไขฉลากให้ถูกต้อง และกำหนดให้มีองค์กรในการคุ้มครองความปลอดภัยของผู้บริโภค มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าและข้อกำหนดที่ให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าจะต้องแสดงฉลากสินค้าว่าสินค้านั้นได้มาตรฐานตามที่คณะกรรมการกำหนด

### 4.3 การคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย

ประเทศไทยได้มีกฎหมายพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคสินค้าที่ได้รับความเสียหายจากการใช้สินค้าที่อันตรายเหล่านั้น เนื่องจากในอดีตผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายมีสิทธิฟ้องร้องเป็นคดีละเมิดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์โดยตรง

#### 4.3.1 การพิสูจน์เจตนาของผู้ผลิตสินค้า

ตามพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 ซึ่งก็มีความยุ่งยากในการพิสูจน์เจตนาของผู้ผลิตสินค้าว่า ได้กระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อหรือไม่ประกอบกับในปัจจุบันการผลิตเครื่องสำอางภายในประเทศหรือนำเข้ามีกระบวนการการ

ผลิตที่ใช้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสูงขึ้น หากผู้ประกอบการภาคการผลิตต้องการที่จะรักษาชื่อเสียง การตลาด และกลุ่มลูกค้า โดยมีพัฒนาการสินค้าให้ดียิ่งขึ้นก็จำเป็นต้องใส่ใจในการรักษามาตรฐาน หรือคุณภาพสินค้า (Product Quality) เพราะหากผู้ประกอบการขาดการดูแลคุณภาพผลิตสินค้าไม่ได้คุณภาพกลายเป็นสินค้าที่ไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคได้ เมื่อนำไปใช้อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย สุขภาพ อนามัย จิตใจ หรือทรัพย์สินของผู้บริโภค เช่น ผลิตเครื่องสำอางไม่ได้มาตรฐานมีสารที่เป็นอันตราย ทำแล้วเกิดเป็นอันตรายบริเวณผิวหนัง ซึ่งการกระทำที่กล่าวมาถือเป็นความผิดต่อผู้บริโภคสินค้าโดยตรง

กฎหมายฉบับนี้ให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตเอง หรือผู้ว่าจ้างให้ผลิตผู้นำเข้าผู้ขายสินค้าที่ไม่สามารถระบุตัวผู้ผลิต ผู้ว่าจ้างให้ผลิต หรือผู้นำเข้าได้ และผู้ซึ่งใช้ชื่อทางการค้าเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายข้อความ หรือแสดงด้วยวิธีใดๆ อันมีลักษณะที่จะทำให้เกิดความเข้าใจได้ว่าเป็นผู้ผลิตผู้ว่าจ้างให้ผลิตหรือผู้นำเข้า จะต้องร่วมรับผิดชอบผู้เสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย (Product Liability) และสินค้านั้นได้มีการขายให้แก่ผู้บริโภคแล้วไม่ว่าความเสียหายจะเกิดขึ้นโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อของผู้ประกอบการหรือไม่ก็ตามตามมาตรา 5 และผู้ได้รับความเสียหายพิสูจน์เพียงว่ารับความเสียหายจากสินค้าของผู้ประกอบการและการใช้หรือเก็บรักษาสินค้านั้นเป็นปกติธรรมดาแต่ไม่ต้องพิสูจน์ว่าความเสียหายเกิดจากผู้ประกอบการใดตามมาตรา 6 เนื่องจากผู้ประกอบการทุกคนที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมกันรับผิดชอบความเสียหายที่เกิดขึ้นและถึงแม้ว่าจะข้อตกลงระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการที่ได้ทำไว้ล่วงหน้าก่อนเกิดความเสียหายและประกาศ หรือคำแจ้งความของผู้ประกอบการเพื่อยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดของผู้ประกอบการก็ตาม ก็ไม่สามารถนำมาอ้างเป็นข้อยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดได้ตามมาตรา 9

กฎหมายดังกล่าวได้กำหนดข้อแก้ตัวของผู้ประกอบการที่ไม่ต้องรับผิดชอบความเสียหายไว้ในมาตรา 7 หากพิสูจน์ว่าสินค้านั้นมิได้เป็นสินค้าที่ไม่ปลอดภัยหรือผู้เสียหายได้รู้อยู่แล้วว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าไม่ปลอดภัย หรือความเสียหายเกิดขึ้นจากการใช้หรือการเก็บรักษาสินค้าไม่ถูกต้องตามวิธีใช้ วิธีเก็บรักษา คำเตือน หรือข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ผู้ประกอบการได้กำหนดไว้อย่างถูกต้องและชัดเจนตามสมควรแล้วตามมาตรา 8 ผู้ผลิตตามคำสั่งของผู้ว่าจ้างให้ผลิตไม่ต้องรับผิดหากพิสูจน์ได้ว่าความไม่ปลอดภัยของสินค้าเกิดจากการออกแบบของผู้ว่าจ้างให้ผลิตหรือจากการปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ว่าจ้างให้ผลิตทั้งผู้ผลิตไม่ได้คาดเห็น และไม่อาจจะได้คาดเห็นถึงความไม่ปลอดภัย และถ้าเป็นผู้ผลิตส่วนประกอบของสินค้าไม่ต้องรับผิดหากพิสูจน์ได้ว่า ความไม่ปลอดภัยของสินค้าเกิดจากการออกแบบหรือการประกอบหรือการกำหนดวิธีใช้ วิธีเก็บรักษา คำเตือน หรือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของผู้ผลิตสินค้านั้น

ดังนั้นเมื่อพิจารณาบทบัญญัติของกฎหมายตามพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 มุ่งที่จะคุ้มครองผู้บริโภคสินค้าที่ได้รับความเสียหายจากการใช้สินค้าที่ไม่ปลอดภัย แต่ก็ยังได้กำหนดข้อพิสูจน์ของผู้ประกอบการที่จะนำมาอ้างเพื่อจะไม่ต้องรับผิดชอบถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายฉบับนี้หรือไม่ ผู้ประกอบการจะต้องใส่ใจกับกระบวนการการผลิตสินค้าวัตถุดิบที่นำมาผลิตเป็นสินค้ามากขึ้น เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคมากขึ้น เมื่อสินค้ามีคุณภาพ มีมาตรฐาน และมีความปลอดภัย สินค้าเหล่านั้นก็จะเป็นที่ยอมรับในสังคม การบริโภคสินค้าเหล่านั้น ส่งผลถึงยอดจำหน่ายสินค้าและผลกำไรที่ดียิ่งขึ้นได้ในทางตรงกันข้าม หากมีการผลิตสินค้าที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคแล้วไม่เพียงแต่การถูกฟ้องเรียกค่าเสียหาย แต่อาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของสินค้าและผู้ประกอบการได้เหมือนกัน จากการพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 ก็ยังพบปัญหาบางประการเกี่ยวกับปัญหาการพิสูจน์ของผู้เสียหาย เช่น การเข้าถึงข้อมูลเพื่อพิสูจน์หลักฐาน การเข้าถึงห้องทดลองมีค่าใช้จ่ายในห้องทดลองที่สูง เป็นต้น

#### 4.3.2 การการพิสูจน์สินค้าที่ไม่ปลอดภัย

แม้ในปัจจุบันพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 จะมีบทบัญญัติที่ช่วยลดภาระการพิสูจน์ของผู้เสียหายในการฟ้องร้องให้ผู้ประกอบการรับผิดชอบต่อสินค้าที่ไม่ปลอดภัยของตนมากขึ้นกว่าบทบัญญัติในกฎหมายเดิมแล้วก็ตาม กล่าวคือ ผู้เสียหายไม่จำเป็นต้องพิสูจน์ให้ศาลเห็นองค์ประกอบทางด้านจิตใจว่าผู้ประกอบการมีความจงใจหรือประมาทเลินเล่อ หรือเพียงแค่พิสูจน์เพียงว่าตนได้รับความเสียหายจากสินค้าของผู้ประกอบการเท่านั้นก็เพียงพอที่ศาลจะรับฟังและสันนิษฐานได้ว่าผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบและเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการที่ต้องหาข้อต่อสู้ เพื่อให้พ้นความรับผิดก็ตามแต่เมื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้จริงในทางปฏิบัติแล้วการพิสูจน์ว่าผู้เสียหายได้รับความเสียหายจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัยก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่าย เนื่องจากในการจะพิสูจน์ให้ศาลเห็นถึงความเสียหายที่เกิดจากการบริโภคหรือใช้สินค้านั้นต้องมีการพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยด้วยซึ่งผู้บริโภคไม่สามารถทำได้ด้วยตนเอง แต่ต้องมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งในคดีที่เป็นความเสียหายที่เกิดต่อบุคคลๆ เดียวหรือบุคคลจำนวนน้อยแทบเป็นไปไม่ได้เลยที่จะมีผู้เชี่ยวชาญเข้ามาให้ความช่วยเหลือ เพราะไม่ใช่เรื่องที่กระทบคนหมู่มากในสังคม หรือหากจะมีผู้เชี่ยวชาญเข้ามาให้บริการตรวจสอบดังกล่าวก็อาจจำเป็นที่จะต้องมียears ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบและดำเนินการส่งผลให้ผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยจะไม่สามารถเข้าถึงพยานหลักฐานดังกล่าวได้เลย

เมื่อพิจารณาบทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน (ASEAN Cosmetic Directive : ACD) ในเรื่องความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พบว่าประเทศสมาชิกจะต้องดำเนินมาตรการที่จำเป็นทั้งหมด เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่วางจำหน่ายในประเทศสมาชิกเป็นไปตามข้อกำหนดของบทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน ที่กำหนดให้บริษัทหรือบุคคลที่รับผิดชอบในการวางขายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในท้องตลาดจะต้องแจ้งต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านเครื่องสำอาง ซึ่งมีชื่อเรียกว่า “หน่วยงานที่กำกับดูแล (Regulatory Authority)” ของแต่ละประเทศสมาชิกที่จะมีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทราบเกี่ยวกับแหล่งผลิตหรือนำเข้าครั้งแรกก่อนที่จะมีการวางผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด และบริษัทหรือบุคคลที่รับผิดชอบในการวางขายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในท้องตลาดจะต้องเก็บรักษาข้อมูลทางด้านวิชาการ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ที่พร้อมให้หน่วยงานที่กำกับดูแลสามารถตรวจสอบได้ทันที เพื่อวัตถุประสงค์ในการกำกับดูแลและกำหนดให้ประเทศสมาชิกส่งสำเนาให้แก่สำนักเลขาธิการอาเซียน รวมทั้งประเทศสมาชิกจะต้องติดตามตรวจสอบผลิตภัณฑ์หลังออกสู่ท้องตลาด และในการดำเนินการตามกฎหมายกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่พบว่าไม่เป็นไปตามบทบัญญัติฉบับนี้ เมื่อเห็นว่ามีความจำเป็นหน่วยงานที่กำกับดูแลอาจจะเสนอให้มีการระงับการขายหรือการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และเรียกคืนผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นจากตลาดหรือการยกเลิกเพิกถอนหรือแก้ไขข้อกำหนดใดๆในใบอนุญาตได้

ส่วนสหภาพยุโรปได้กำหนดกฎหมายที่เกี่ยวกับเครื่องสำอางตาม บทบัญญัติของสหภาพยุโรปฉบับที่ 76/768/EEC (Cosmetic Ingredient Listings of the EU Cosmetic Directive 76/768/EEC) เพื่อบังคับใช้กับกลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป (EU) และ Regulation (EC) No. 1223/2009 of The European Parliament and of Council of 30 November 2009 on Cosmetic Products ซึ่งบังคับใช้สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่วางขายในตลาดสหภาพยุโรปต้องไม่ทำให้เกิดความเสียหายให้กับสุขภาพของผู้บริโภค เมื่อนำมาใช้ภายใต้สภาวะปกติโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ติดฉลาก คำแนะนำใดๆสำหรับการใช้งานและการกำจัด รวมทั้งมีข้อบ่งชี้อื่นๆหรือข้อมูลที่ให้โดยผู้ผลิตหรือตัวแทนผู้มีอำนาจหรือบุคคลอื่นใดที่รับผิดชอบในการวางขายสินค้าในท้องตลาดสำหรับความรับผิดชอบจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย สหภาพยุโรปได้บัญญัติกฎหมาย Product Liability EC Directive 85/374 EEC ตามมาตรา 4 กำหนดให้ผู้เสียหายต้องพิสูจน์ว่าความเสียหายจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย กล่าวคือภาระการพิสูจน์ในเรื่องการใช้งานตามปกติเป็นหน้าที่ของผู้เสียหาย จะเห็นได้ว่ากฎหมายของประเทศไทยและสหภาพยุโรป มีบรรทัดฐานที่เป็นไปในทางเดียวกัน แต่การกำหนดให้โจทก์มีภาระการพิสูจน์ถึงความไม่ปลอดภัยของสินค้าทำให้การฟ้องคดีให้รับผิดชอบในสินค้าที่ไม่ปลอดภัยไม่แตกต่างไปจากการฟ้องคดีตามมูลละเมิดทั่วไป กล่าวคือ โจทก์

ต้องพิสูจน์ว่าจำเลยประมาทเลินเล่ออย่างไร แต่ในกรณีของสินค้าเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยนั้นมีความยากในการพิสูจน์ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีความซับซ้อนในการผลิต ดังนั้นหากกำหนดให้โจทก์ต้องมีภาระการพิสูจน์ถึงเหตุบกพร่องอันเป็นผลให้สินค้านั้นไม่ปลอดภัย หรือพิสูจน์ว่าสินค้านั้นมีความบกพร่องตามที่กฎหมายกำหนดไว้ อาจทำให้โจทก์ซึ่งไม่อาจเข้าถึงข้อเท็จจริงได้ต้องแพ้คดี

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการกำหนดภาระการพิสูจน์ของฝ่ายผู้เสียหายที่ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าสินค้านั้นไม่ปลอดภัยอย่างไร โดยที่สินค้าในปัจจุบันไม่ว่าจะผลิตภายในประเทศหรือนำเข้ามีกระบวนการผลิตที่ใช้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสูงชันเป็นลำดับการที่ผู้บริโภคจะตรวจ พบว่า สินค้าไม่ปลอดภัยกระทำได้อาจควรแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวโดยระบุให้ชัดเจนว่าในกรณีที่ผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากสินค้าไม่ปลอดภัย และผู้เสียหายร้องขอมายังคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเมื่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้สวน และพบว่าคดีมีมูลคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคต้องให้ความช่วยเหลือและดำเนินคดีแทนผู้เสียหาย โดยไม่มีข้อยกเว้นเพื่อให้ประชาชนเข้าถึงความยุติธรรมได้โดยทั่วกัน

กล่าวโดยสรุปจากการวิเคราะห์เรื่องหลักเกณฑ์การกำกับดูแล และการควบคุมผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของประเทศไทยและต่างประเทศ ทำให้ได้กรอบแนวทางของหลักเกณฑ์ดังกล่าวนำไปปรับใช้กับกฎหมายไทยในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 และพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 เพื่อให้กฎหมายของประเทศไทยสามารถนำไปปรับใช้เกี่ยวกับการกำกับดูแล การควบคุมเครื่องสำอางมีความชัดเจน ความน่าเชื่อถือ และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพทัดเทียมกับต่างประเทศ