

แนวทางการปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทย

อัครเดช มณีภาค

คุษฎีนิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นสาระสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
นิติศาสตรคุษฎีบัณฑิต
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

GUIDELINES FOR REVISING COSMETIC LAWS IN THAILAND

AKARADACH MANEPAK

A DISSERTATION PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

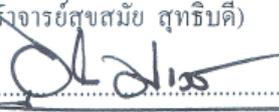
IN FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS

FOR THE DEGREE OF DOCTOR OF LAWS

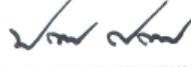
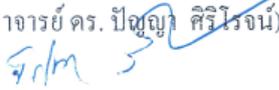
2015

COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ชื่อเรื่องคุษฎีนิพนธ์ แนวทางการปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน นายอัครเดช มณีภาค
สาขาวิชา นิติศาสตร์
คณะกรรมการที่ปรึกษาคุษฎีนิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุขสมชัย สุทธิบดี)
.....กรรมการ
(ร้อยตำรวจโท คร. อุทัย อาทิเวช)
.....กรรมการ
(ดร. สมจิต ประเสริฐศักดิ์)

มหาวิทยาลัยรามคำแหงอนุมัติให้คุษฎีนิพนธ์นี้เป็นสาระสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรคุษฎีบัณฑิต

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. ปัญญา ศิริโรจน์)
.....รักษาการในตำแหน่งผู้อำนวยการโครงการ
(ศาสตราจารย์พิเศษ ดร. จิรโชค วีระสย) ปรัชญาคุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

คณะกรรมการสอบคุษฎีนิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์รังสรรค์ แสงสุข)
.....กรรมการ
(ศาสตราจารย์คลินิก นพ. อำนาจ กุศลานนท์)
.....กรรมการ
(ศาสตราจารย์พิเศษปัญญา สุทธิบดี)
.....กรรมการ
(ดร. บวรวิทย์ เป็รื่องวงศ์)
.....กรรมการผู้แทนจากคณะกรรมการบริหาร
(รองศาสตราจารย์ ดร. ปูมมี พันธุ์ไทย) โครงการปรัชญาคุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง คุชฎินิพนธ์ แนวทางการปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทย

ชื่อผู้เขียน นายอักรเดช มณีภาค

ชื่อปริญญา นิติศาสตรคุชฎินิพนธ์

ปีการศึกษา 2558

คณะกรรมการที่ปรึกษาคุชฎินิพนธ์

1. รองศาสตราจารย์สุขสมัย สุทธิศิลป์ ประธานกรรมการ
2. ร้อยตำรวจโท ดร. อุทัย อาทิวา
3. ดร. สมจิต ประเสริฐศักดิ์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทย จากสภาพปัญหา แนวคิดทฤษฎีเปรียบเทียบกฎหมายต่างประเทศ เพื่อแสวงหาคำตอบตามกรอบแนวความคิดและสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ โดยผ่านกระบวนการวิธีดำเนินการวิจัยเป็นลำดับโดยเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การวิจัยข้อมูลทางเอกสาร และการวิจัยภาคสนาม ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 27 ท่าน การสนทนากลุ่ม 22 ท่าน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม และการตรวจสอบข้อมูลโดยผู้เชี่ยวชาญ และการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ การวิจัยข้อมูลจากการแจกแบบสอบถาม โดยประชากรกลุ่มเป้าหมายในครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภคที่เลือกซื้อ-ใช้เครื่องสำอางเป็นประจำ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน และได้นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางการปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นลำดับ

ประเทศไทยได้มีกฎหมายพระราชบัญญัติเครื่องสำอางเป็นแม่บทในการกำกับดูแลเครื่องสำอางที่ผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่ายตั้งแต่ พ.ศ. 2535 มาจนถึงปัจจุบันมีผู้ลักลอบผลิตเครื่องสำอางออกมาวางขายทั้ง ๆ ที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนและลักลอบผสมสารอันตรายลงในเครื่องสำอาง ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสารที่กฎหมายกำหนดห้ามใช้ในเครื่องสำอางทั้งสิ้น

รวมทั้งการจัดทำฉลากเครื่องสำอางที่ไม่ถูกต้อง เช่น การไม่ระบุรายละเอียดของผู้ผลิต หรือผู้นำเข้า เป็นการหลอกผู้บริโภคด้วยการหลอกลวงแหล่งที่มา แหล่งผลิต ตลอดจน ส่วนผสมของเครื่องสำอาง จนเป็นเหตุให้ผู้บริโภคหลงเชื่อและซื้อมาใช้จนได้ซึ่งตราย บางรายถูกเอารัดเอาเปรียบจากการโฆษณาข้อมูลข่าวสารที่เป็นเท็จ เกินจริง หรือก่อให้เกิด ความเข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ในขณะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่สามารถเรียกร้องให้ ผู้ประกอบธุรกิจใดใช้ความเสียหายได้สำหรับหลักเกณฑ์การกำกับดูแล และการควบคุม เครื่องสำอางของประเทศไทยที่มีบังคับอยู่ในปัจจุบัน พบว่า กฎหมายแม่บทในการกำกับ ควบคุมเครื่องสำอางคือ พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 และมีกฎหมายรองที่เกี่ยวข้อง กับการกำกับดูแลเครื่องสำอางอีกหลายฉบับไม่สามารถกำกับดูแลเครื่องสำอางได้ ครอบคลุมทั่วถึงขาดมาตรการการกำกับดูแล และการควบคุมเครื่องสำอาง ทำให้ ไม่สามารถผลิตสินค้าเครื่องสำอางได้อย่างมีมาตรฐาน พบปัญหาหรือข้อบกพร่องจาก ของการกำกับดูแล และการควบคุมเครื่องสำอางของประเทศไทย คือ การขึ้นทะเบียน และรับแจ้งเครื่องสำอาง ฉลาก การควบคุมการโฆษณาเครื่องสำอาง การดำเนินคดีกับ เครื่องสำอางที่ไม่ถูกต้องและความรับผิดชอบความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย การเข้าถึงกระบวนการเยียวยาล่าช้าไม่ทันต่อความเสียหาย อีกทั้งควรปรับปรุงมาตรการ ทางกฎหมายให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน (ASEAN Cosmetic Directive) เนื่องจากเป็นพันธกรณีที่ประเทศไทยต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติ เครื่องสำอางแห่งอาเซียนนั้น นอกจากนี้ยังสามารถช่วยส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรม การผลิตเครื่องสำอางในประเทศไทย ด้วยการพัฒนาระดับมาตรฐานการผลิต เครื่องสำอางโดยนำหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตมาใช้ เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปใช้ เป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาคุณภาพของเครื่องสำอาง ส่งผลให้ผู้บริโภคได้ใช้ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล และส่งเสริมสนับสนุน การกำกับดูแลเครื่องสำอางให้กับผู้ประกอบการหรือผู้ลงทุนมีความสามารถในแข่งขัน ให้ทัดเทียมกับอารยประเทศ

In carrying out this investigation, the researcher collected data through the use of a questionnaire. The sample population consisted of 400 consumers in Bangkok Metropolis, all of whom regularly purchased and used cosmetics. The data collected from responses to the questionnaire were used in establishing guidelines for making changes in or revising Thai cosmetic law. The researcher summarized the results of data analysis and arranged the findings sequentially.

Thailand has had a Cosmetics Act since 1992. It has purportedly served as a model whereby domestically produced cosmetic products sold on the market can be controlled and monitored. Nevertheless, some manufacturers illegally produce cosmetics for sale without having registered the products and sometimes add dangerous substances to their cosmetic products. Neglected is the fact that the law forbids the use of such substances in cosmetic products. The labels on cosmetic products are incorrect, since they do not properly identify manufacturers or exporters. This deceives consumers, inasmuch as the origin, sources and ingredients are not divulged to consumers. Still, consumers are persuaded to purchase these cosmetic products and then often suffer damages. Some consumers are taken advantage of, in that they believe false information and exaggerated claims placed in advertisements that are deliberately designed to mislead consumers. The majority of the consumers cannot call for business owners to pay compensation for the damages they have suffered and so they are denied remedies for having been the victims of wrongdoing.

Insofar as concerns standards for supervising and controlling cosmetics in Thailand as currently enforced, the following has been found:

As a model law, the Cosmetics Act, B. E. 2535 (1992) was designed as a means of supervising and controlling cosmetic products. Although there are other laws purportedly serving similar purposes, they do not completely control cosmetic products, especially since there is a deficiency in monitoring measures. The production of cosmetics therefore falls short of adhering to proper standards. Defects are found when it comes to registration and notifying the authorities of the presence of cosmetics in Thailand. Cosmetic advertisements are uncontrolled, as are labeling, operations involving illegal cosmetic products, and liability arising from damages suffered through the use of unsafe cosmetic products. Access to remedy procedures is time consuming and the results are incommensurate with the damages actually incurred.

Legal measures should be improved such that they meet ASEAN cosmetic directives. Thailand has the obligation to act in conformity to ASEAN directives in this instance. In addition, the Thai cosmetic manufacturing industry should be encouraged and supported. The industry level should be raised such that appropriate cosmetic production standards are met. Good standards and appropriate measures to be taken should be brought to the attention of cosmetic entrepreneurs and used as guidelines in developing quality cosmetic products. Standards should be brought up to the international standard, so that domestic cosmetic manufacturers and investors in the cosmetic industry can show a competitive capacity characteristic of other civilized countries.

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ได้รับความกรุณาของคณาจารย์ที่ปรึกษา
รองศาสตราจารย์สุขสมัย สุทธิบดี ประธานกรรมการ และที่ปรึกษาอีกสองท่าน
ร้อยตำรวจโท ดร. อุทัย อาทิวาฬ ดร. สมจิต ประเสริฐศักดิ์ ผู้ทรงคุณวุฒิกรรมการสอบ
คุษฎีนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ รังสรรค์ แสงสุขประธานกรรมการ ศาสตราจารย์พิเศษ
ดร. จิตร โชค วีระสยศาสตราจารย์พิเศษ จริญญา ภักดีธนากุล ศาสตราจารย์พิเศษ สุชาติ
ธรรมมาพิทักษ์กุล รองศาสตราจารย์ ดร. ปัญญา ศิริโรจน์ ศาสตราจารย์คลินิก นพ. อำนาจ
กุศลนันท์ ศาสตราจารย์พิเศษปัญญา สุทธิบดี ดร. บวรวิทย์ เบื้องวงศ์รองศาสตราจารย์
ดร. บุญมี พันธุ์ไทย ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย
ขอกราบขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลจากการแจก
แบบสอบถาม และผู้ให้ข้อมูลการสนทนากลุ่ม ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ รวมทั้ง
ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกท่าน ขอกราบขอบพระคุณ พ่อ แม่ ภรรยา
และครอบครัว เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา ที่คอยห่วงใยและให้กำลังใจ มหาวิทยาลัย-
ราชภัฏจันทรเกษม สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ตลอดจนคณาจารย์
เจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน
คุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประเภทบัณฑิตศึกษาจากสำนักงาน
คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ(วช.)ประจำปี2556 หากมีคุณค่าทางวิชาการขอมอบคุณงาม
ความดีให้แก่คณาจารย์ทั้งหลายที่ได้สั่งสอน ตลอดจนมหาวิทยาลัยรามคำแหงสถานที่ให้
ผู้วิจัยได้ศึกษาเล่าเรียนตั้งแต่ชั้นปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก หากคุษฎีนิพนธ์ฉบับ
นี้มีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใดผู้วิจัยขอกราบอภัยและขอน้อมรับไว้แต่เพียง
ผู้เดียว

อักรเดช มณีภาค

สารบัญ

| | |
|---|-------|
| หน้า | |
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | (4) |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | (6) |
| กิตติกรรมประกาศ..... | (9) |
| สารบัญตาราง..... | (1 6) |
| สารบัญภาพประกอบ | (17) |
| บทที่ | |
| 1 บทนำ | 1 |
| 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 2. สมมติฐานของการศึกษา | 17 |
| 3. วัตถุประสงค์ของการศึกษา | 17 |
| 4. ขอบเขตของการศึกษา..... | 17 |
| 5. วิธีดำเนินการศึกษา..... | 18 |
| 5.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย | 18 |
| 5.2 เครื่องมือวิจัย | 18 |
| 5.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ | 18 |
| 5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 19 |
| 5.5 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล | 19 |
| 6. นิยามศัพท์เฉพาะ | 19 |
| 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 20 |
| 8. กรอบแนวความคิด..... | 21 |
| 2 แนวความคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง | 22 |
| 1. แนวคิดเกี่ยวกับเครื่องสำอาง | 22 |
| 1.1 ความหมายของเครื่องสำอาง | 22 |

บทที่ หน้า

| | |
|--|-----|
| 1.2 ประวัติความเป็นมาของเครื่องสำอาง | 24 |
| 1.3 ประเภทของเครื่องสำอาง | 29 |
| 1.4 คุณลักษณะของเครื่องสำอาง | 38 |
| 1.5 ข้อดีและข้อเสียของเครื่องสำอาง | 41 |
| 1.6 อันตรายในเครื่องสำอาง | 43 |
| 1.7 สถานการณ์ตลาดของธุรกิจเครื่องสำอาง | 51 |
| 1.8 การส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง | 63 |
| 2. แนวคิดการคุ้มครองผู้บริโภค | 69 |
| 2.1 ความหมายของการคุ้มครองผู้บริโภค | 70 |
| 2.2 วิธีการคุ้มครองผู้บริโภค | 72 |
| 2.3 คดีผู้บริโภค | 73 |
| 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในต่างประเทศ | 84 |
| 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย | 87 |
| 3. แนวคิดการควบคุมโฆษณาเครื่องสำอาง | 90 |
| 3.2 การควบคุมการโฆษณาเครื่องสำอาง | 91 |
| 3.3 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องสำอาง | 92 |
| 3.4 มาตรการในการพิจารณาการโฆษณาเครื่องสำอาง | 97 |
| 4. กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางของประเทศไทย และต่างประเทศ | 100 |
| 4.1 กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางของประเทศไทย | 100 |
| 4.2 บทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน (ASEAN Cosmetic Directive) | 157 |
| 4.3 กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางของประเทศสมาชิกอาเซียน ที่ได้แก้ไขกฎหมาย | 166 |
| 4.4 กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางของต่างประเทศ | 178 |

บทที่ หน้า

| | | |
|----|--|-----|
| 3 | ระเบียบวิธีวิจัย..... | 242 |
| 1. | ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัญหาและผลกระทบของกฎหมายเกี่ยวกับ เครื่องสำอางในประเทศไทย..... | 242 |
| | 1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ | 242 |
| | 1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ..... | 247 |
| | 1.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ..... | 251 |
| | 1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 251 |
| | 1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล | 253 |
| 2. | ขั้นตอนที่ 2 เปรียบเทียบกฎหมายเครื่องสำอางของต่างประเทศกับ ประเทศไทย ได้แก่ บทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน ประเทศสิงคโปร์ ประเทศสหภาพยุโรป ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศฝรั่งเศส และประเทศญี่ปุ่น | 255 |
| | 2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากวิจัยเอกสาร (Documentary Research) | 255 |
| | 2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร | 257 |
| 3. | ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์แนวทางปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอาง ของประเทศไทยใช้วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ | 257 |
| | 3.1 ประชากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information)..... | 258 |
| | 3.2 เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล | 258 |
| | 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 259 |
| | 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล | 259 |
| 4 | ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 261 |
| | 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการแจกแบบสอบถาม | 262 |
| | 1.1 ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับ ผู้ตอบแบบสอบถาม | 262 |

บทที่ หน้า

| | |
|--|-----|
| 1.2 ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกซื้อ และใช้เครื่องสำอาง | 266 |
| 1.3 ส่วนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องสำอาง | 272 |
| 1.4 สรุปข้อค้นพบ | 274 |
| 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก..... | 276 |
| 2.1 ประเด็นที่ 1 ท่านเห็นว่า ในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางนั้นปัญหา ที่ท่านพบ คือ อะไร | 276 |
| 2.2 ประเด็นที่ 2 ท่านเห็นว่า มาตรการในการขออนุญาต เครื่องสำอางและการกำหนดให้มีมาตรฐานการจดทะเบียน รายละเอียดเครื่องสำอางควบคุมมีเพียงใด เพียงพอหรือไม่ หากไม่เพียงพอควรเพิ่มประเด็นใด | 282 |
| 2.3 ประเด็นที่ 3 ท่านเห็นว่า มาตรการการคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับ สินค้าเครื่องสำอางมีเพียงใดเพียงพอหรือไม่ หากไม่เพียงพอ ควรมีลักษณะใด..... | 286 |
| 2.4 ประเด็นที่ 4 ท่านเห็นว่า กฎหมายเครื่องสำอางควรมีมาตรการ ส่งเสริมอุตสาหกรรมนี้หรือไม่ ถ้ามีควรส่งเสริมในลักษณะใด | 292 |
| 2.5 ประเด็นที่ 5 ท่านเห็นว่า ควรนำเรื่องการชดเชยค่าเสียหาย เชิงลงโทษมาใช้หรือไม่ และถ้านำมาใช้ควรใช้กับใคร..... | 299 |
| 2.6 ประเด็นที่ 6 ท่านเห็นว่า ระบบควบคุม (Regulatory/ Supervisory) ของภาครัฐในเรื่องเครื่องสำอางควรเปลี่ยน เป็นระบบกำกับและส่งเสริมหรือไม่ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร | 301 |
| 2.7 ประเด็นที่ 7 ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวทางการปรับปรุง แก้ไขกฎหมายเครื่องสำอางสามารถนำมาปรับ ในกฎหมายไทยได้อย่างเหมาะสม..... | 302 |

บทที่ หน้า

| | |
|--|-----|
| 3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร | 308 |
| 3.1 ปัญหาหลักเกณฑ์การกำกับดูแลและการควบคุมเครื่องสำอาง ของประเทศไทยตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 | 308 |
| 3.2 ปัญหากฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคจากการใช้เครื่องสำอาง.. | 330 |
| 3.3 ปัญหาการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง | 350 |
| 4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม | 352 |
| 4.1 สภาพปัญหาและผลกระทบของกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ในประเทศไทย..... | 353 |
| 4.2 แนวทางปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทย | 356 |
| 5 สรุปผล และข้อเสนอแนะ | 361 |
| 1. สรุปผลการวิจัย | 361 |
| 1.1 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและผลกระทบ ของกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางในประเทศไทย | 361 |
| 1.2 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบกฎหมายเครื่องสำอาง ของต่างประเทศกับประเทศไทย ได้แก่ บทบัญญัติเครื่องสำอาง แห่งอาเซียน ประเทศสิงคโปร์ ประเทศสหภาพยุโรป ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศสาธารณรัฐฝรั่งเศส ประเทศญี่ปุ่น | 370 |
| 1.3 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อวิเคราะห์แนวทางการปฏิรูป กฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทย..... | 382 |
| 2. ข้อเสนอแนะ | 386 |
| ภาคผนวก | |
| ก แบบสอบถาม เรื่อง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการปฏิรูป กฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทย | 399 |

บทที่ หน้า

| | |
|---|-----|
| ข แบบสัมภาษณ์แบบมีแนวทางโครงสร้างในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เรื่อง แนวทางการปฏิรูปกฎหมาย เครื่องสำอางของประเทศไทย..... | 406 |
| ค การสนทนากลุ่ม | 408 |
| ง การลงพื้นที่และสัมภาษณ์เชิงลึก | 410 |
| จ รายชื่อบุคคลที่สัมภาษณ์เชิงลึกแนวทางการปฏิรูปกฎหมาย เครื่องสำอางของประเทศไทย..... | 423 |
| ฉ รายชื่อบุคคลที่เข้าร่วมสนทนากลุ่ม | 427 |
| ช เครื่องสำอางที่ผิดกฎหมาย..... | 430 |
| บรรณานุกรม | 433 |
| ประวัติผู้เขียน..... | 444 |

สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

| | | |
|----|--|-----|
| 1 | มูลค่าการนำเข้า-ส่งออกเครื่องสำอางของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552-2558..... | 4 |
| 2 | สรุปกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศเกี่ยวกับการปฏิรูป กฎหมายเครื่องสำอาง..... | 235 |
| 3 | แสดงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาวิจัย | 248 |
| 4 | ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ | 263 |
| 5 | ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ | 263 |
| 6 | ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ | 264 |
| 7 | ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา..... | 264 |
| 8 | ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ | 265 |
| 9 | ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน | 265 |
| 10 | ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจ เลือกซื้อและใช้เครื่องสำอาง | 266 |
| 11 | ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อเครื่องสำอางที่เคยใช้ และใช้เป็นประจำมากที่สุด | 267 |
| 12 | ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทเครื่องสำอางที่ใช้ | 268 |
| 13 | ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อเครื่องสำอาง | 269 |
| 14 | ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ ในการเลือกซื้อต่อเดือน | 270 |
| 15 | ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อ เครื่องสำอางเฉลี่ยต่อครั้ง | 271 |
| 16 | ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางมากที่สุด | 271 |

สารบัญภาพประกอบ

| ภาพที่ | หน้า |
|---|------|
| 1 โครงสร้างผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง | 6 |
| 2 กรอบแนวความคิด | 21 |
| 3 การสนทนากลุ่ม..... | 409 |
| 4 นางวิไลวรรณ คันทาลี ตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอาง บริษัท เซ็นทรัล วัตสัน จำกัด วันที่ 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2557 | 411 |
| 5 ท่านเอื้อน ชุนแก้ว ผู้พิพากษาหัวหน้าแผนกคดีผู้บริโภคในศาลแพ่ง วันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2557 | 411 |
| 6 นายคณิต ลุกรักษ์ เกษีกรชำนาญการพิเศษ หัวหน้าตรวจงานกำกับดูแล และหลังออกสู่ตลาด Post Marketing วันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2557 | 412 |
| 7 พ.ต.ท. สง่า เอี่ยมงาน (พงส. ผนพ. กก. 4 บก. ปคบ.) กองบังคับ- การปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (กองกำกับกร 4) ศูนย์ข้อมูลอาชญากรรม กองปราบปราม วันที่ 14 มีนาคม พ.ศ. 2557 | 413 |
| 8 ท่านพศิน ทิพย์รักษ์ อัยการพิเศษฝ่ายคุ้มครองผู้บริโภค วันที่ 19 มีนาคม พ.ศ. 2557 | 414 |
| 9 อาจารย์เสงี่ยม บุญจันทร์ ทนายความที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย กระทรวงสาธารณสุข วันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2557 | 414 |
| 10 ผู้ได้รับผลกระทบจากการใช้เครื่องสำอาง คุณปัญญา บุญจันทร์ ได้ยื่นฟ้องบริษัทที่จำหน่ายเครื่องสำอางคดีอยู่ในชั้นฎีกา วันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2557 | 415 |
| 11 นายวรรณชัย พรมรักษ์ DSI แผนกคุ้มครองผู้บริโภค วันที่ 9 เมษายน พ.ศ. 2557 | 415 |

| ภาพที่ | หน้า |
|---|------|
| 12 นางสาวสารี อ๋องสมหวัง เลขานุการมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค วันที่ 0 เมษายน พ.ศ. 2557 | 416 |
| 13 อาจารย์ไพโรจน์ พลเพชร คณะกรรมการปฏิรูปกฎหมาย วันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2557 | 417 |
| 14 ดร. สุทธิศักดิ์ ภัทรมานะวงศ์ รองเลขานุการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) วันที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2557 | 417 |
| 15 นายสุเมธ รอยกุลเจริญ ตุลาการศาลปกครองสูงสุด วันที่ 25 เมษายน พ.ศ. 2557 | 418 |
| 16 ดร. รุจน์ศรีศักดิ์ บวรนนท์กุล มหาวิทยาลัยมหิดล วันที่ 25 เมษายน พ.ศ. 2557 | 418 |
| 17 ศาสตราจารย์สุชัย สุภณิตย์ คณะนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ วันที่ 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 | 419 |
| 18 นายมานชัย บุญเอก ผู้อำนวยการกลุ่มงานสืบสวนทางเทคโนโลยีสารสนเทศกระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ วันที่ 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 | 419 |
| 19 นายชนงศักดิ์ ผ่องใส หัวหน้ากลุ่มกฎหมายอาหารและยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) วันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 | 420 |
| 20 นายฤชา อนุศัพท์ ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด บริษัท โยนิโส เคมีภัณฑ์ จำกัด (จำหน่าย นำเข้า/ส่งออก วัตถุติด สำหรับผลิตเครื่องสำอาง) วันที่ 7 มิถุนายน พ.ศ. 2557 | 420 |
| 21 นายตรี บุญเจือ กลุ่มงานรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) วันที่ 11 เมษายน พ.ศ. 2557 | 421 |

| ภาพที่ | หน้า |
|--|------|
| 22 การจำหน่ายเครื่องสำอางในอินเทอร์เน็ต | 421 |
| 23 การจำหน่ายเครื่องสำอางในเขตชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน ด้านแม่สาย จังหวัดเชียงราย ด้านท่าเสด็จ จังหวัดหนองคาย และด่านช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี | 422 |
| 24 การจำหน่ายเครื่องสำอาง ตลาดย่านเรียบทางควนรามอินทรา | 422 |
| 25 ประกาศรายชื่อเครื่องสำอางที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือจำหน่าย ตัวอย่างที่..... | 431 |
| 26 ประกาศรายชื่อเครื่องสำอางที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือจำหน่าย ตัวอย่างที่..... | 432 |