

เอกสารวิชาการ

เรื่อง

การศึกษาความชุกของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคประเด็นการฝ่าฝืน
กฎหมายเครื่องสำอางด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอาง

จัดทำโดย

นางสาวเบญจวรรณ โห้จั่วสกุล

กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง

กองควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

คำนำ

ฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของผู้ประกอบการที่ใช้ในการส่งเสริมการขาย เป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการให้กับผู้บริโภคทั้งในเรื่องของข้อมูลที่จำเป็นที่ผู้บริโภคควรทราบและข้อมูลที่ ผู้ประกอบการต้องการโน้มน้าวให้ผู้บริโภคคล้อยตาม เชื่อถือในสรรพคุณ และชื่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้น ไปใช้ อาจทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลไม่ครบถ้วน เกิดความเข้าใจผิดทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อในคำกล่าวอ้างนั้นได้ ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางไม่ต้องขออนุญาต จากหน่วยงานภาครัฐก่อน แต่ต้องไม่เป็นการฝ่าฝืนกฎหมาย ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความชุกของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ด้านฉลาก และการโฆษณาเครื่องสำอางของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในปีงบประมาณ 2562-2564 เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงปัญหา รวมถึงเป็นแนวทางในการวางแผน และหามาตรการในการควบคุมกำกับดูแลฉลาก และการโฆษณาเครื่องสำอางต่อไป

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเอกสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ในการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภคต่อไป

นางสาวเบญจวรรณ โห้งสวัสดิ์
ผู้จัดทำ

บทสรุปผู้บริหาร

เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก โดยมีกฎหมายควบคุมกำกับอย่างชัดเจน คือ พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 แต่ปัจจุบันยังคงมีเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบปัญหาด้านฉลากและการโฆษณา เช่น การแสดงฉลากเครื่องสำอางที่ไม่ถูกต้อง การโฆษณาโอ้อวดเกินจริง เป็นต้น ในปีงบประมาณ 2562-2564 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง จำนวนทั้งสิ้น 1,081 เรื่อง เป็นเรื่องร้องเรียนด้านฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง จำนวน 542 เรื่อง และเป็นเรื่องร้องเรียนด้านการโฆษณาเครื่องสำอาง จำนวน 539 เรื่อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้สรุปข้อมูลความชุกของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนกฎหมายด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความชุกของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในปีงบประมาณ 2562-2564 เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงปัญหารวมถึงเป็นแนวทางในการวางแผน และหามาตรการในการควบคุมกำกับดูแลฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางต่อไป

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจเครื่องสำอางที่กระทำผิดในด้านฉลากเครื่องสำอางส่วนใหญ่เป็นบุคคลธรรมดา (ร้อยละ 34.11) ประกอบกิจการเป็นผู้ขายเครื่องสำอาง (ร้อยละ 38.97) และสถานประกอบการตั้งอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ (ร้อยละ 28.75) โดยลักษณะความผิดด้านฉลากเครื่องสำอางพบว่า ส่วนใหญ่ฉลากระบุข้อความตามที่กฎหมายกำหนดไม่ครบถ้วน (ร้อยละ 61.82) ในส่วนของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องสำอางที่กระทำผิดในด้านการโฆษณาเครื่องสำอางส่วนใหญ่บุคคลธรรมดา (ร้อยละ 22.24) ประกอบกิจการเป็นผู้โฆษณา (ร้อยละ 40.98) และสถานประกอบการตั้งอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ (ร้อยละ 16.90) โดยลักษณะความผิดด้านการโฆษณาเครื่องสำอางส่วนใหญ่เป็นการโฆษณาที่แสดงข้อความโฆษณาที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง (ร้อยละ 52.13)

จากผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางยังคงเป็นปัญหาที่สำคัญซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลอันจำเป็นไม่ครบถ้วน อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของเครื่องสำอาง ทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อในคำกล่าวอ้างนั้นได้ ควรมีการปรับปรุงกฎหมายและเน้นบังคับการใช้กฎหมายในผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนด และสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้ผู้บริโภครู้เท่าทันในเรื่องของฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอาง เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้ด้วยตนเองอย่างถูกต้องเกิดประสิทธิผลและความปลอดภัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
คำนำ	i
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ii
สารบัญ	iii
สารบัญตาราง	iv
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมา	1
วัตถุประสงค์	2
กรอบแนวคิด	2
วิธีการศึกษา	2
ขอบเขตของการวิเคราะห์ข้อมูล	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
คำจำกัดความ	3
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	4
การกำกับดูแลด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558	4
สถานการณ์ปัญหาด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอาง	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	19
บทที่ 4 ผลการศึกษา	20
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	25
บรรณานุกรม	27
ภาคผนวก	29
ภาคผนวก 1 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558	30
ภาคผนวก 2 ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง เรื่อง ฉลากของเครื่องสำอาง พ.ศ. 2562	53

สารบัญตาราง

เรื่อง	หน้า
ตารางที่ 1 บริเวณที่ใช้ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง	4
ตารางที่ 2 ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง	5
ตารางที่ 3 เรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในปีงบประมาณ 2562-2564	20
ตารางที่ 4 ผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับด้านเครื่องสำอางในปีงบประมาณ 2562-2564 จำแนกตามประเภทผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องสำอาง	21
ตารางที่ 5 ผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับด้านเครื่องสำอางในปีงบประมาณ 2562-2564 จำแนกตามลักษณะการประกอบกิจการเครื่องสำอาง	22
ตารางที่ 6 ผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับด้านเครื่องสำอางในปีงบประมาณ 2562-2564 จำแนกตามที่ตั้งของสถานประกอบการ	22
ตารางที่ 7 ฉลากเครื่องสำอางที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558	23
ตารางที่ 8 การโฆษณาเครื่องสำอางที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558	24

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมา

เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคเป็นอย่างมากมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของประชาชนทุกเพศทุกวัย ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีการจำหน่ายในท้องตลาดเป็นจำนวนมากทั้งการนำเข้าจากต่างประเทศและที่ผลิตในประเทศไทย มีความหลากหลายและแข่งขันกันสูงมากเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด โดยมูลค่าอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยในปี 2562 มีมูลค่ารวม 2.18 แสนล้านบาท และมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 6.7 แบ่งเป็น ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (skin care) ร้อยละ 42 ผลิตภัณฑ์ผม ร้อยละ 15 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย ร้อยละ 14 เครื่องสำอาง (Makeup) ร้อยละ 12 ผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก ร้อยละ 12 และน้ำหอม ร้อยละ 5 โดยตลาดเครื่องสำอางมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง [1] ดังนั้น เมื่อมีผู้บริโภคเครื่องสำอางมากย่อมมีผู้ที่ได้รับอันตรายจากการใช้เครื่องสำอางมากขึ้นตามที่ปรากฏอยู่เนืองๆ ตามข่าวหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ในการใช้เครื่องสำอางที่มีสารห้ามใช้ เช่น สารปรอท ไฮโดรควิโนน กรดเรติโนอิก เป็นต้น โดยส่งผลกระทบต่อร่างกายของผู้ใช้ [2]

ปัจจุบันพบว่า เรื่องร้องเรียนของการแสดงฉลากไม่ถูกต้อง หรือมีการโฆษณาโอ้อวดเกินจริงผ่านสื่อต่าง ๆ มักนำไปสู่การลักลอบใส่สารห้ามใช้ที่เป็นอันตรายลงในเครื่องสำอาง โดยเฉพาะเครื่องสำอางที่ใช้กับใบหน้าเนื่องจากมีผลทำให้หน้าขาวขึ้น ซึ่งฉลากเครื่องสำอางเป็นการแสดงข้อความที่ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการให้กับผู้บริโภค ทั้งในเรื่องของข้อมูลที่จำเป็นที่ผู้บริโภครควรทราบ รวมถึงข้อมูลที่ผู้ประกอบการต้องการโน้มน้าวให้ผู้บริโภคคล้อยตาม เชื่อถือในสรรพคุณ และชื่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นมาใช้ อาจทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลไม่ครบถ้วน ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ฉลากของเครื่องสำอางนอกจากจะเป็นประโยชน์ในแง่ของการให้ข้อมูลที่จำเป็นแล้วอาจมีส่วนที่เป็นโทษก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอางและการแสดงข้อความอันจำเป็นไว้บนฉลากไม่ครบถ้วน [3] การโฆษณาเป็นการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นทางเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น ข้อมูลที่มีการโฆษณามักจะแสดงเฉพาะข้อดีของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ส่วนข้อเสียของผลิตภัณฑ์มักถูกปกปิด หรือบิดเบือนไป สามารถโน้มน้าวจิตใจได้ง่าย มีการกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง อาจทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลไม่ครบถ้วน เกิดความเข้าใจผิดทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อในคำกล่าวอ้างนั้นได้ ซึ่งการโฆษณาจะดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจโดยที่อาจจะไม่เคยเห็นผลิตภัณฑ์เลย และนำไปสู่การซื้อหามาใช้ในโอกาสต่อไป [4]

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคร้องเรียนด้านเครื่องสำอางในปีงบประมาณ 2559-2561 พบว่า ประเด็นเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่มีการแสดงฉลากไม่ถูกต้อง การโฆษณาโอ้อวดเกินจริงผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นประเด็นที่พบมากที่สุด และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ [5] ซึ่งเครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีกฎหมายควบคุมกำหนดอย่างชัดเจน คือ พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 กำหนดเรื่องฉลากเครื่องสำอางไว้ในหมวด 3 และเรื่องการโฆษณาไว้ในหมวด 6 ซึ่งทั้งฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางไม่ต้องขออนุญาตจากหน่วยงานภาครัฐก่อน แต่ต้องไม่ฝ่าฝืนกฎหมาย

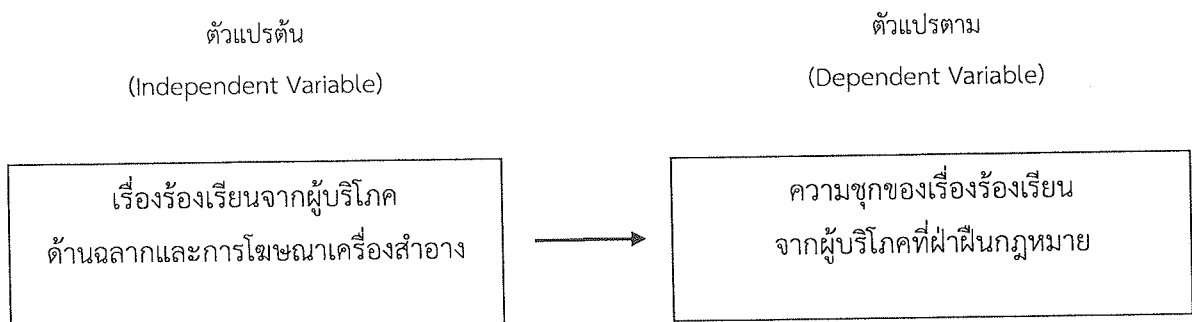
และต้องปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนด [6] ซึ่งการที่ไม่ต้องขออนุญาตฉลากและการโฆษณาตั้งแต่ขั้นตอนการขอจดทะเบียนเครื่องสำอางทำให้ไม่สามารถที่จะควบคุมฉลากและโฆษณาที่ออกมาได้

ดังนั้น จากปัญหาของฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอาง ถึงแม้จะมีกฎหมายควบคุมกำกับดูแลเครื่องสำอาง แต่ก็ยังพบการฝ่าฝืนกฎหมายอยู่ จึงเป็นที่มาของการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อศึกษาความชุกของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในปีงบประมาณ 2562-2564 เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงปัญหารวมถึงเป็นแนวทางในการวางแผน และหามาตรการในการควบคุมกำกับดูแลฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความชุกของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในปีงบประมาณ 2562-2564

กรอบแนวคิด



วิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาแบบย้อนหลัง (retrospective-descriptive study) โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ในระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2561 – 30 กันยายน 2564 จากฐานข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อศึกษาลักษณะของเรื่องร้องเรียนเครื่องสำอางที่ฝ่าฝืนกฎหมายด้านฉลากและการโฆษณา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ

ขอบเขตของการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในปีงบประมาณ 2562 - 2564

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางในการวางแผนและหามาตรการในการเฝ้าระวัง ควบคุม กำกับดูแลตลาด และการโฆษณาเครื่องสำอางให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด
2. เป็นข้อมูลในการนำไปเผยแพร่ให้ความรู้กับผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริโภคในการคุ้มครองตนเองในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

คำจำกัดความ

1. ฉลากเครื่องสำอาง หมายถึง การมี รูป รอยประดิษฐ์ หรือข้อความใด ๆ เกี่ยวกับเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เพื่อสุขอนามัยสำหรับมือ ซึ่งแสดงไว้ที่เครื่องสำอาง ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อ หรือ สอดแทรกหรือรวมไว้กับเครื่องสำอาง ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อ โดยใช้ข้อความภาษาไทย หรือมีภาษาต่างประเทศ ด้วยก็ได้ ยกเว้นชื่อของสารที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง อาจใช้ภาษาไทย หรือเขียนภาษาไทยทับศัพท์ ภาษาอังกฤษ หรือใช้ภาษาอังกฤษ
2. การโฆษณาเครื่องสำอาง หมายถึง การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็น ได้ยิน หรือทราบ ข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้าของเครื่องสำอาง

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่องความชุกของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในปีงบประมาณ 2562-2564 ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินการศึกษา โดยได้กำหนดกรอบเนื้อหาในการทบทวนวรรณกรรมออกเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้

1. การกำกับดูแลด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558
2. สถานการณ์ปัญหาด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอาง
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การกำกับดูแลด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558

ความหมายของเครื่องสำอาง

“เครื่องสำอาง” ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 [6] หมายความว่า

(1) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โรย พ่น หยอด ใส่ อบ หรือกระทำด้วยวิธีอื่นใด กับส่วนภายนอกของร่างกายมนุษย์ และให้หมายความรวมถึงการใช้กับฟันและเยื่อในช่องปาก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือเปลี่ยนแปลงลักษณะที่ปรากฏ หรือระงับกลิ่นกาย หรือปกป้องดูแลส่วนต่าง ๆ นั้น ให้อยู่ในสภาพดี และรวมตลอดทั้งเครื่องประดับต่าง ๆ สำหรับผิวด้วย แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับและเครื่องแต่งตัวซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอกร่างกาย

(2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะ หรือ

(3) วัตถุอื่นที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง

บริเวณที่ใช้และประเภทของเครื่องสำอาง

กองควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้แบ่งบริเวณที่ใช้ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แบ่งออกเป็น 9 บริเวณที่ใช้ ดังแสดงในตารางที่ 1 และได้จัดประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แบ่งออกเป็น 41 ประเภท [7] ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 1 บริเวณที่ใช้ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

ลำดับ	บริเวณที่ใช้	ลำดับ	บริเวณที่ใช้
1.	เส้นผม/หนังศีรษะ	2.	ผิวหนัง
3.	รอบดวงตา / ขนตา	4.	ริมฝีปาก
5.	ช่องปากและฟัน	6.	ผิวกาย
7.	เล็บ	8.	จุดซ่อนเร้น
9.	คิ้ว หนวด เครา		

ตารางที่ 2 ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

ลำดับ	ประเภท	ลำดับ	ประเภท
1.	แชมพู	2.	แป้งฝุ่น/แป้งน้ำ
3.	ไหมขัดฟันผสมฟลูออไรด์ (DENTAL FLOSS WITH FLUORIDE) / ผลิตภัณฑ์เช็ดทำความสะอาดช่องปาก	4.	กาว
5.	ดีเวลลอปเปอร์ (DEVELOPER)	6.	บ้วนปาก
7.	น้ำหอม	8.	แช่น้ำอาบหรือผสมน้ำอาบ
9.	แต่งผมดำ	10.	โกรกผม (HAIR NEUTRALIZER PRODUCT)
11.	กำจัดขน	12.	ขัด (SCRUB)
13.	จัดแต่งทรงผม	14.	ชุดทำเล็บเทียม
15.	ตกแต่ง (DECORATIVE PRODUCTS)	16.	ทำให้ผิวเป็นสีแทน
17.	ทำความสะอาด	18.	นวดผิว
19.	บำรุงเล็บ	20.	บำรุงเส้นผม/หนังศีรษะ
21.	บำรุงขนคิ้ว/ขนตา	22.	บำรุงผิว
23.	ปกปิดริ้วรอย	24.	ป้องกันแสงแดด
25.	พอกผิว	26.	พอกสี
27.	พอกสีขน	28.	ลดเหงื่อ/ระงับกลิ่นกาย
29.	สบู่ (SOAP)	30.	สำหรับโกนหนวด (SHAVING PRODUCT)
31.	ยัดผม/ตัดผม	32.	ผสมเครื่องสำอางอื่นก่อนใช้
33.	ย้อมผมประเภท(NON-OXIDATIVE HAIR DYES)	34.	ย้อมผมประเภท (OXIDATIVE HAIR DYES)
35.	ผ้าเย็น/กระดาษเย็น	36.	ยาสีฟัน
37.	ผ้าอนามัย	38.	ทำความสะอาดจุดซ่อนเร้น
39.	สเปรย์ระงับกลิ่นปาก	40.	ผ้าอนามัยชนิดสอด
41.	แอลกอฮอล์เพื่อสุขอนามัยสำหรับมือ		

การกำกับดูแลด้านฉลากเครื่องสำอาง

“ฉลาก” ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 [6] หมายความว่า รูป รอยประดิษฐ์ หรือข้อความใดๆ เกี่ยวกับเครื่องสำอางซึ่งแสดงไว้ที่เครื่องสำอาง ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อ หรือสอดแทรกหรือรวมไว้กับเครื่องสำอาง ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อและให้ความหมายรวมถึงเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบกับเครื่องสำอาง

ฉลากเครื่องสำอางมีการควบคุมกำกับเพื่อให้เป็นไปตามที่กำหนดภายใต้พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ซึ่งกำหนดไว้ในหมวด 3 ตามมาตรา 22 ไว้ว่า ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้นำเข้าเพื่อขาย และผู้รับจ้างผลิตเครื่องสำอางต้องจัดให้มีฉลาก โดยฉลากของเครื่องสำอางจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ใช้ข้อความที่ตรงต่อความเป็นจริง ไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง และไม่ใช้ข้อความที่ขัดต่อศีลธรรม หรือวัฒนธรรมอันดีงามของไทย

(2) ใช้ข้อความภาษาไทย และมีขนาดที่สามารถอ่านได้ชัดเจน และอาจมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ สำหรับเครื่องสำอางที่นำเข้าเพื่อขายให้ได้รับยกเว้นไม่ต้องทำฉลากภาษาไทยที่ภาษาขณะบรรจุหรือหีบห่อ ในขณะที่นำเข้าที่ด่านตรวจสอบเครื่องสำอาง แต่ต้องจัดทำฉลากเป็นภาษาไทยก่อนขาย

(3) ต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

(ก) ชื่อเครื่องสำอางและชื่อทางการค้า

(ข) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต กรณีที่ผลิตในประเทศ ชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้า และชื่อผู้ผลิต และประเทศที่ผลิต กรณีที่นำเข้า

(ค) ปริมาณ วิธีใช้ ข้อแนะนำ คำเตือน เดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ เลขที่หรืออักษรแสดงครั้งที่ผลิต และชื่อของสารทุกชนิดที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิต

(ง) ข้อความอื่นเพื่อคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภค ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่คณะกรรมการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ทั้งนี้ ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้นำเข้าเพื่อขาย และผู้รับจ้างผลิตเครื่องสำอาง ต้องจัดทำฉลากเครื่องสำอาง และดำเนินการให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง เรื่อง ฉลากของเครื่องสำอาง พ.ศ. 2562 ประกาศ ณ วันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2562 [8] โดยสรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

1. ฉลากของเครื่องสำอางที่ขายในประเทศต้องจัดหรือติดแสดงไว้ในที่เปิดเผย มองเห็นและอ่านได้ชัดเจนที่เครื่องสำอาง หรือภาษาขณะบรรจุ หรือหีบห่อของภาษาขณะบรรจุเครื่องสำอาง และต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

(1) ชื่อเครื่องสำอางและชื่อทางการค้าของเครื่องสำอาง ซึ่งต้องมีขนาดใหญ่กว่าข้อความอื่น

(2) ประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง

(3) ชื่อของสารทุกชนิดที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง ซึ่งจะต้องเป็นชื่อตามตำราที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนดและจะต้องเรียงลำดับตามปริมาณของสารจากมากไปหาน้อย

กรณีสีที่อาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง หรือสารที่มีความเข้มข้นน้อยกว่าร้อยละ 1 ไม่จำเป็นต้องเรียงลำดับ แต่ให้ชื่อสารเหล่านั้นอยู่ถัดจากสารที่มีความเข้มข้นมากกว่าร้อยละ 1

(4) วิธีใช้

(5) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต กรณีเป็นเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศ ชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้า และชื่อผู้ผลิตและประเทศที่ผลิต กรณีที่เป็นเครื่องสำอางนำเข้า

(6) ปริมาณสุทธิ

(7) เลขที่หรืออักษรแสดงครั้งที่ผลิต

(8) เดือน ปี ที่ผลิต หรือ ปี เดือน ที่ผลิต

(9) เดือน ปี ที่หมดอายุ หรือ ปี เดือน ที่หมดอายุ หรือข้อความอื่นที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน สำหรับเครื่องสำอางที่มีอายุการใช้งานน้อยกว่า 30 เดือน หรือเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของ Hydrogen peroxide และเครื่องสำอางป้องกันแสงแดดที่มีส่วนผสมของ Avobenzone

(10) คำเตือนเกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้นต่ออนามัยของบุคคลตามประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอางว่าด้วยเรื่องคำเตือน หรือข้อความเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค (ถ้ามี)

(11) เลขที่ใบรับจดแจ้ง ตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนด

2. ฉลากของเครื่องสำอางที่ขายในประเทศต้องใช้ข้อความภาษาไทย และมีขนาดที่สามารถอ่านได้ชัดเจน อาจมีข้อความอื่นหรือมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ ยกเว้นชื่อของสารที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง อาจใช้ภาษาไทย หรือเขียนภาษาไทยทับศัพท์ภาษาอังกฤษ หรือใช้ภาษาอังกฤษอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้ ในกรณีที่มีการใช้สารอนุภาค nano เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง ให้ระบุข้อความ“(nano)” ข้างท้ายชื่อสาร

3. ในกรณีของเครื่องสำอางที่ขายในประเทศที่มีภาชนะบรรจุขนาดเล็ก และมีพื้นที่ในการแสดงฉลากน้อยกว่า 20 ตารางเซนติเมตร อย่างน้อยต้องแสดงข้อความตามข้อ 1 (1) (7) (8) (9) และ (11) สำหรับข้อความตามข้อ 1 นอกจากที่กำหนดไว้ ให้แสดงไว้ที่ใบแทรก หรือเอกสารหรือคู่มือที่ใช้ประกอบเครื่องสำอางนั้นด้วย

4. ให้เครื่องสำอางซึ่งนำเข้ามาเพื่อขาย ได้รับการยกเว้นไม่ต้องทำฉลากเป็นภาษาไทยที่ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อ ในขณะที่นำเข้าที่ด่านตรวจสอบเครื่องสำอาง แต่ต้องจัดทำฉลากเป็นภาษาไทย ภายใน 30 วัน นับแต่พนักงานเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องได้ตรวจปล่อยให้นำเข้าแล้ว

5. ฉลากของเครื่องสำอางที่ขายในประเทศต้องมีข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์เครื่องหมายตรา หรือเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายการค้าจดทะเบียน ไม่ว่าจะ เป็นภาษาใดที่ปรากฏในฉลาก ต้อง

(1) ไม่เป็นเท็จหรือหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ หรือไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ

(2) ไม่แสดงถึงชื่อเครื่องสำอาง ส่วนประกอบของเครื่องสำอาง อัตราส่วนของเครื่องสำอาง ปริมาณของเครื่องสำอาง หรือแสดงถึงสรรพคุณของเครื่องสำอางอันเป็นเท็จหรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ หรือทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ

(3) ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุตามข้อความ ชื่อ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมายหรือเครื่องหมายการค้าดังกล่าวผสมอยู่ในเครื่องสำอางโดยที่ไม่มีวัตถุนั้นผสมอยู่ หรือมีส่วนผสมอยู่ในปริมาณที่ไม่อาจแสดงสรรพคุณตามข้อความที่กล่าวอ้าง

(4) ไม่ฟ้องเสียง ฟ้องรูป กับคำหรือข้อความที่สื่อถึงคุณประโยชน์ คุณภาพ สรรพคุณอันเป็นการโอ้อวด หรือเป็นเท็จ หรือเกินจริง หรือหลอกลวงทำให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

(5) ไม่ขัดกับวัฒนธรรมและศีลธรรมอันดีงามของไทยหรือส่อไปในทางทำลายคุณค่าของภาษาไทย ไม่ส่งเสริมหรืออาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง ความแตกแยก หรือผลกระทบในเชิงลบทั้งทางตรงหรือทางอ้อมต่อสังคม วัฒนธรรม ศีลธรรม ประเพณี หรือพฤติกรรมที่เกี่ยวกับเพศ ภาษา และความรุนแรง

มาตรา 23 ในกรณีที่ฉลากใดไม่เป็นไปตามมาตรา 22 เลขวิธีการโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจสั่งให้ผู้จัดแจ้งเครื่องสำอางเลิกใช้ฉลากดังกล่าว หรือดำเนินการแก้ไขฉลากนั้นให้ถูกต้อง

มาตรา 24 ผู้จัดแจ้งผู้ใดสงสัยว่าฉลากของตนจะเป็นการฝ่าฝืน หรือไม่เป็นไปตามมาตรา 22 ผู้จัดแจ้งผู้นั้นอาจขอให้คณะกรรมการให้ความเห็นเกี่ยวกับฉลากที่ประสงค์จะใช้นั้นได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการจะต้องให้ความเห็นและแจ้งให้ผู้ขอทราบภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ให้ถือว่าคณะกรรมการให้ความเห็นชอบแล้ว

บทกำหนดโทษ

มาตรา 67 ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้นำเข้าเพื่อขาย หรือผู้รับจ้างผลิตเครื่องสำอางซึ่งไม่ปฏิบัติตามมาตรา 22 วรรคหนึ่ง หรือใช้ฉลากที่ไม่เป็นไปตามมาตรา 22 วรรคสอง (1) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดขายเครื่องสำอางโดยไม่มีฉลากตามมาตรา 22 วรรคหนึ่ง อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 32 (2) หรือขายเครื่องสำอางซึ่งใช้ฉลากที่ไม่เป็นไปตามมาตรา 22 วรรคสอง (1) อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 32 (3) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 68 ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้นำเข้าเพื่อขาย หรือผู้รับจ้างผลิตเครื่องสำอางซึ่งใช้ฉลากที่ไม่เป็นไปตามมาตรา 22 วรรคสอง (2) หรือ (3) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดขายเครื่องสำอางซึ่งใช้ฉลากที่ไม่เป็นไปตามมาตรา 22 วรรคสอง (2) หรือ (3) อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 32 (4) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 69 ผู้จัดแจ้งซึ่งใช้ฉลากที่เลขวิธีการสั่งเลิกใช้ตามมาตรา 23 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดขายเครื่องสำอางอันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 32 (5) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

การกำกับดูแลด้านโฆษณาเครื่องสำอาง

“โฆษณา” ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 [6] หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็น ได้ยิน หรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า

“สื่อโฆษณา” ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 [6] หมายความว่า สิ่งที่ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ โทรศัพท์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือป้าย

“ข้อความ” ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 [6] หมายความว่า รวมถึง การกระทำให้ปรากฏด้วยตัวอักษร ภาพ ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมาย หรือการกระทำใดๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้

การโฆษณาที่มีการควบคุมกำกับเพื่อให้เป็นไปตามที่กำหนดภายใต้พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ซึ่งกำหนดไว้ในหมวด 6

มาตรา 41 การโฆษณาเครื่องสำอางต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือลักษณะของเครื่องสำอาง

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

- (1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
- (2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริง หรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม
- (3) ข้อความที่แสดงสรรพคุณที่เป็นการรักษาโรค หรือที่มีไข่มุ่งหมายเป็นเครื่องสำอาง
- (4) ข้อความที่ทำให้เข้าใจว่ามีสรรพคุณบำรุงงาม
- (5) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรง หรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ
- (6) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยก หรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน
- (7) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณา

มาตรา 42 การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกายหรือจิตใจ หรือขัดต่อศีลธรรมอันดีงามของประชาชน หรืออันอาจก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้บริโภค

มาตรา 43 ในกรณีที่เลขาธิการเห็นว่าเครื่องสำอางใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค ให้เลขาธิการ โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาดำเนินการ ดังต่อไปนี้

(1) กำหนดให้การโฆษณานั้นต้องกระทำไปพร้อมกับคำแนะนำหรือคำเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้หรืออันตรายตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการกำหนด ทั้งนี้ โดยคณะกรรมการจะกำหนดเงื่อนไขให้แตกต่างกันสำหรับการโฆษณาที่ใช้สื่อโฆษณาต่างกันได้

- (2) จำกัดการใช้สื่อโฆษณาสำหรับเครื่องสำอางนั้น
- (3) ห้ามการโฆษณาเครื่องสำอางนั้น

ความใน (2) และ (3)ให้นำมาใช้บังคับแก่การโฆษณาที่เลขาธิการเห็นว่าขัดต่อศีลธรรมหรือวัฒนธรรมของชาติด้วย

มาตรา 44 ในกรณีที่เลขาธิการเห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืนมาตรา 41 หรือมาตรา 42 ให้เลขาธิการ โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาดำเนินการ ดังต่อไปนี้

- (1) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา
- (2) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา
- (3) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา

(4) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด ในการออกคำสั่งให้เลขาธิการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตในการกระทำของผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณา

มาตรา 45 ในกรณีที่เลขาธิการมีเหตุอันควรสงสัยว่า ข้อความใดที่ใช้ในการโฆษณาเป็นเท็จหรือเกินจริงตามมาตรา 41 วรรคสอง (1) ให้เลขาธิการมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงได้ ในกรณีที่ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาอ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบัน หรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโฆษณา ถ้าผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นความจริงตามที่กล่าวอ้าง ให้เลขาธิการโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจออกคำสั่งตามมาตรา 44 ได้

มาตรา 46 ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาเครื่องสำอางซึ่งสงสัยว่าการโฆษณาของตนจะเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ อาจขอให้คณะกรรมการให้ความเห็นในเรื่องนั้นก่อนทำการโฆษณาได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการจะต้องให้ความเห็นและแจ้งให้ผู้ขอทราบภายในหกสิบวันนับแต่วันที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ให้ถือว่าคณะกรรมการให้ความเห็นชอบแล้ว

บทกำหนดโทษ

มาตรา 84 ผู้ใดโฆษณาโดยไม่เป็นไปตามมาตรา 41 หรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 42 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 85 ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของเลขาธิการตามมาตรา 43 หรือมาตรา 44 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 88 ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา 84 หรือมาตรา 85 เป็นความผิดต่อเนื่อง ผู้กระทำต้องระวางโทษปรับวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือยังไม่ปฏิบัติให้ถูกต้อง

แนวทางการโฆษณาเครื่องสำอาง

กฎหมายมิได้กำหนดให้ผู้ทำการโฆษณาต้องขออนุญาตจากหน่วยงานภาครัฐก่อนการโฆษณา แต่ผู้โฆษณาหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาต้องโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยข้อความที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริง เป็นธรรมต่อผู้บริโภค และไม่เกินขอบข่ายความเป็นเครื่องสำอาง โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้กำหนดแนวทางการโฆษณาเครื่องสำอางไว้ในคู่มือการโฆษณาเครื่องสำอาง เพื่อให้ผู้ทำการโฆษณาใช้เป็นแนวทางในการจัดทำโฆษณา และพนักงานเจ้าหน้าที่ใช้เป็นแนวทางกำกับดูแลการโฆษณาเครื่องสำอาง ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ดังนี้ [9]

1. ชื่อทางการค้า ชื่อเครื่องสำอาง เลขที่ใบรับจัดแจ้ง ต้องตรงตามที่ได้จัดแจ้งรายละเอียดต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด

2. ข้อความ

2.1 ต้องไม่เป็นเท็จ หรือเกินความจริง

2.2 ต้องไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง

- 2.3 ต้องไม่แสดงสรรพคุณที่เป็นการรักษาโรค หรือที่ไม่ใช่จุดมุ่งหมายเป็นเครื่องสำอาง
- 2.4 ต้องไม่ทำให้เข้าใจว่ามีสรรพคุณบำรุงงาม
- 2.5 ต้องไม่เป็นการสนับสนุนให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสีย

ในวัฒนธรรมของชาติ

- 2.6 ต้องไม่ทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน
3. การกล่าวอ้างข้ออ้างว่าเป็นส่วนผสมในเครื่องสำอาง
- 3.1 ต้องมีสารดังกล่าวเป็นส่วนผสมในเครื่องสำอางนั้น ตามที่จัดแจ้ง
- 3.2 หากอ้างคุณสมบัติ/แหล่งกำเนิด/คุณลักษณะเฉพาะ ของสารที่ใช้เป็นส่วนผสมในเครื่องสำอาง

ที่โฆษณา เช่น ใช้พืชที่ปลูกแบบ organic หรือสารมีขนาดอนุภาคนาโน เป็นต้น ต้องมีเอกสารสนับสนุนที่ออกโดยหน่วยงานรับรองที่เชื่อถือได้

4. สรรพคุณ

4.1 กรณีการกล่าวอ้างสรรพคุณของสาร จะต้องเป็นสรรพคุณที่อยู่ในขอบข่ายของความเป็นเครื่องสำอาง และต้องมีสารดังกล่าวเป็นส่วนผสมในปริมาณที่เพียงพอแก่การกล่าวอ้างสรรพคุณ และจะต้องพิสูจน์ได้โดยตรวจสอบจากเอกสารหลักฐานตามแนวทางในการแสดงหลักฐาน เพื่อพิสูจน์หรือสนับสนุนข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเครื่องสำอาง ดังนี้

4.1.1 เอกสารทางวิชาการซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปและเชื่อถือได้ เช่น ตำรา หรือวารสารทางวิชาการที่มีส่วนสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสารที่ต้องการกล่าวอ้างสรรพคุณ หรือ

4.1.2 หนังสือรับรองจากหน่วยงานของรัฐหรือสถาบันเอกชนที่เชื่อถือได้ที่ได้รับผิดชอบในเรื่องที่ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องนำพิสูจน์ ทั้งของไทยหรือต่างประเทศ หรือ

4.1.3 ผลการตรวจสอบด้านคุณภาพ หรือผลการทดสอบด้านประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่โฆษณา จากหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนทั้งในหรือต่างประเทศ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญทางด้านวิชาการนั้นๆ ทั้งนี้ หน่วยงานเอกชน ควรได้รับการรับรองจากหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบ หรือได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล เช่น ISO/IEC17025

4.2 กรณีการกล่าวอ้างสรรพคุณของเครื่องสำอางที่โฆษณา

4.2.1 ต้องเป็นข้อความที่สื่อความหมายในขอบข่ายของความเป็นเครื่องสำอาง ได้แก่ มีการใช้กับส่วนภายนอกของร่างกายมนุษย์พื้น และเย็บในช่องปากเพื่อทำความสะอาดความสวยงาม หรือเปลี่ยนแปลงลักษณะที่ปรากฏทางกายภาพโดยไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของร่างกาย หรือระงับกลิ่นกาย หรือปกป้องดูแลส่วนต่างๆ นั้น ให้อยู่ในสภาพดี รวมตลอดทั้งเพื่อให้ผิวกายมีกลิ่นหอม

4.2.2 ต้องแสดงสรรพคุณที่สอดคล้องกับประเภทเครื่องสำอาง หรือข้อมูลที่ปรากฏในใบรับจัดแจ้ง หรือตรงตามการพิจารณาให้ความเห็นชอบในการใช้ฉลากเครื่องสำอางจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือตรงตามการพิจารณาให้ความเห็นชอบเกี่ยวกับข้อความสำหรับโฆษณาเครื่องสำอางจากคณะกรรมการเครื่องสำอางแล้ว หรือตามกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ทั้งนี้ อาจแสดงข้อความอื่นที่มีหลักฐานทางวิชาการยืนยันหรือพิสูจน์ได้ แต่ยังคงไว้ในขอบข่ายของความเป็นเครื่องสำอาง

5. การโฆษณาเปรียบเทียบ

5.1 ข้อความโฆษณาต้องเป็นจริงและมีหลักฐานพิสูจน์ได้

5.2 ข้อความโฆษณาต้องไม่ทำให้เกิดความแตกแยก หรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน เช่น ข้อความที่สร้างความแตกแยกทางการเมือง ศาสนา เชื้อชาติสีผิว วัฒนธรรม เป็นต้น

5.3 สำหรับการโฆษณาเปรียบเทียบ ให้เปรียบเทียบได้เฉพาะผลิตภัณฑ์ของตนเอง ไม่ควรเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของผู้อื่น

6. การโฆษณาที่มีการยืนยันข้อเท็จจริง ว่าได้รับรางวัล หรือเครื่องหมายต่างๆ

6.1 ต้องเป็นรางวัล หรือเครื่องหมายที่ได้รับซึ่งเกี่ยวข้องกับเครื่องสำอางที่โฆษณา โดยข้อความนั้นเป็นจริงและมีหลักฐานพิสูจน์ได้

6.2 ต้องแสดงแหล่งประกวด เงื่อนไข (ถ้ามี) ปีที่ได้รับรางวัลให้ตรงตามที่ได้รับรางวัลในข้อความโฆษณา

7. การโฆษณาโดยอ้างอิงรายงานทางวิชาการ หรือสถิติ ต้องสามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อความที่ใช้เป็นความจริงตามที่กล่าวอ้าง โดยมีหลักฐานที่มีส่วนสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสาร หรือเครื่องสำอางที่ต้องการกล่าวอ้างสรรพคุณที่น่าเชื่อถือมาสนับสนุน

8. การโฆษณาเครื่องสำอางที่ใช้ หรืออ้างอิงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ หรือการโฆษณาเครื่องสำอางซึ่งรวมอยู่กับข้อความที่ถวายพระพร

8.1 ต้องไม่ใช่ข้อความโฆษณาที่อ้างอิงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ซึ่งได้กระทำไปโดยไม่ได้รับพระบรมราชานุญาต พระราชานุญาต หรืออนุญาตแล้วแต่กรณี ทั้งนี้ เว้นแต่

8.1.1 ข้อความโฆษณาที่ได้รับเหรียญ ใบสำคัญคู่มือ ประกาศนียบัตร หรือเครื่องหมายอื่นใดที่เป็นรางวัลในการแสดง หรือประกวดสินค้า หรือบริการที่ได้รับจากพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์

8.1.2 ข้อความโฆษณาที่ได้รับพระบรมราชานุญาตในการประกอบธุรกิจ ได้รับพระบรมราชานุญาตให้ใช้ตราแผ่นดิน หรือได้รับพระราชทานตราตั้ง

8.2 ต้องไม่ใช่ข้อความโฆษณาซึ่งรวมทั้งเครื่องหมายการค้า หรือเครื่องหมายอื่น ๆ หรือข้อความแสดงสถานที่ หรือวิธีติดต่อผู้ประกอบการซึ่งรวมอยู่ หรือทำให้ปรากฏพร้อมอยู่กับข้อความที่ถวายพระพร หรือข้อความอย่างอื่นที่อ้างอิงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ เว้นแต่ชื่อผู้ประกอบการ หรือชื่อผู้ประพันธ์ข้อความ

9. การโฆษณาเครื่องสำอางที่จัดให้มีการแถมพก หรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค หรือจัดให้มีการประกวดชิงรางวัล

9.1 กรณีที่จัดให้มีการแถมพก หรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันก่อน

9.2 ต้องระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

9.2.1 หลักเกณฑ์วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการเสี่ยงโชคหรือในการประกวดชิงรางวัล

9.2.2 วันเดือนปีที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชค หรือการประกวดชิงรางวัล
เว้นแต่กรณีที่เป็นการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นของการเสี่ยงโชค หรือการประกวดชิงรางวัลนั้นจะให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพ หรือในส่วนที่เป็นเสียงอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ แต่ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดนั้นจะต้องให้ปรากฏทั้งในส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง

9.2.3 ประเภทและลักษณะของของแถมพกหรือรางวัล จำนวนและมูลค่าของของแถมพก หรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท เว้นแต่กรณีที่มีการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์จะไม่ระบุมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภทก็ได้ แต่จะต้องระบุมูลค่ารวมของของแถมพกหรือรางวัลทุกประเภทไว้แทน

ในกรณีที่สิ่งซึ่งจัดเป็นของแถมพกหรือรางวัลเป็นสิ่งซึ่งมีมูลค่าที่ผู้บริโภคอาจทราบได้ โดยทั่วไปและข้อความโฆษณานั้นได้แสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคทราบถึงประเภทและลักษณะของของแถมพกหรือรางวัลไว้โดยชัดเจนแล้วจะไม่ระบุมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลนั้นไว้ก็ได้

9.2.4 เขตหรือถิ่นที่มีการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล เว้นแต่กรณีที่เป็นการจัดให้มีขึ้นทั่วราชอาณาจักร

9.2.5 วัน เดือน ปี เวลา และสถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับการทำการเสี่ยงโชคหรือการตัดสิน การประกวดชิงรางวัล

9.2.6 สื่อโฆษณาที่จะใช้ในการประกาศรายชื่อผู้ได้รับของแถมพกหรือรางวัลจากการเสี่ยงโชค หรือการประกวดชิงรางวัล

10. การโฆษณาที่จัดให้มีการให้ของแถม ให้สิทธิ หรือประโยชน์ โดยให้เปล่า ต้องระบุรายละเอียด ดังต่อไปนี้

10.1 หลักเกณฑ์วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการให้ของแถมหรือให้สิทธิหรือประโยชน์

10.2 วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการให้ของแถมหรือให้สิทธิหรือประโยชน์
เว้นแต่

10.2.1 กรณีที่เป็นการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นของการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์นั้น จะให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพ หรือในส่วนที่เป็นเสียงอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้ แต่ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดนั้นจะต้องให้ปรากฏทั้งในส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง

10.2.2 กรณีที่เป็นการให้ของแถมโดยการติดของแถมไว้กับเครื่องสำอางในลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถเห็นของแถมนั้นได้อยู่แล้ว หรือโดยการบรรจุของแถมไว้ในหีบห่อของเครื่องสำอางนั้น และได้ระบุข้อความไว้ที่หีบห่อบรรจุเครื่องสำอางนั้นว่าได้จัดให้มีการให้ของแถมโดยให้เปล่าพร้อมกับการขายเครื่องสำอางนั้นแล้ว

10.3 ประเภท ลักษณะ และมูลค่าของของแถม สิทธิหรือประโยชน์แต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวม ในแต่ละประเภท เว้นแต่กรณีที่เป็นการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์ จะไม่ระบุมูลค่า ของของแถม สิทธิ หรือประโยชน์แต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภทก็ได้ แต่จะต้องระบุมูลค่ารวม ของของแถม สิทธิ หรือประโยชน์ทุกประเภทไว้แทน

ในกรณีที่สิ่งซึ่งจัดเป็นของแถม หรือสิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า นั้น เป็นสิ่งซึ่งมีมูลค่า ที่ผู้บริโภคอาจทราบได้โดยทั่วไปและข้อความโฆษณานั้นได้แสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคทราบถึงประเภทและลักษณะของ ของแถมสิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่าไว้โดยชัดแจ้งแล้ว จะไม่ระบุมูลค่าของของแถม สิทธิหรือประโยชน์ โดยให้เปล่าไว้ก็ได้

10.4 เขตหรือถิ่นที่จัดให้มีการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า เว้นแต่กรณีที่เป็น การจัดให้มีขึ้นทั่วราชอาณาจักร

10.5 สถานที่ที่กำหนดไว้ให้ผู้บริโภคมารับของแถม หรือสิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า เว้นแต่

10.5.1 กรณีที่จัดให้มีการรับของแถม สิทธิหรือประโยชน์ ณ ร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่าย สินค้าที่ไปทุกแห่ง หรือ

10.5.2 กรณีที่เป็นการให้ของแถมโดยการติดของแถมไว้กับเครื่องสำอางในลักษณะที่ผู้บริโภค สามารถเห็นของแถมนั้นได้อยู่แล้ว หรือโดยการบรรจุของแถมไว้ในหีบห่อของเครื่องสำอางนั้น และได้ระบุ ข้อความไว้ที่หีบห่อบรรจุเครื่องสำอางนั้นว่าจัดให้มีการให้ของแถมโดยให้เปล่าพร้อมกับการขายเครื่องสำอาง นั้นแล้ว

11. การอ้างอิงบุคลากรทางการแพทย์ หรือองค์วิชาชีพ (Professional-related claims)

11.1 ควรหลีกเลี่ยงการอ้างอิงบุคลากรทางการแพทย์ในการโฆษณา เนื่องจากหากพบโฆษณามีการ กล่าวอ้างถึงบุคลากรทางการแพทย์วิชาชีพใดก็ตามและการโฆษณาดังกล่าวมีข้อความฝ่าฝืนกฎหมาย ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 พนักงานเจ้าหน้าที่จะส่งเรื่องไปยังสภาวิชาชีพเพื่อพิจารณา ทางจรรยาบรรณ หรือจริยธรรม ต่อไป

ทั้งนี้ หากประสงค์จะโฆษณาโดยอ้างอิงตัวบุคลากรทางการแพทย์ บุคลากรฯ ดังกล่าว ต้องมีความเกี่ยวข้อง เชื่อมโยงกับเครื่องสำอางที่โฆษณา เช่น เป็นที่ปรึกษา เป็นผู้คิดค้นสูตร เป็นเจ้าของ เครื่องสำอาง หรือเป็นหุ้นส่วน เป็นต้น โดยต้องมีหลักฐานการยินยอม และรับรู้ถึงการอ้างถึงตนเอง ซึ่งเป็นบุคลากรทางการแพทย์ที่ถูกนำไปโฆษณา

11.2 กรณีการโฆษณาเครื่องสำอางที่มีชื่อของบุคลากรทางการแพทย์เป็นส่วนหนึ่งของ ชื่อเครื่องสำอาง ซึ่งได้รับจดแจ้งแล้ว สามารถโฆษณาได้ตามข้อเท็จจริงดังกล่าว

11.3 กรณีการโฆษณาเครื่องสำอางโดยบุคลากรทางการแพทย์

บุคลากรฯ ดังกล่าวต้องมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับเครื่องสำอางที่โฆษณา เช่น เป็นที่ปรึกษา เป็นผู้คิดค้นสูตร เป็นเจ้าของเครื่องสำอาง หรือเป็นหุ้นส่วน เป็นต้น ทั้งนี้ หากมีข้อความฝ่าฝืนกฎหมาย ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 พนักงานเจ้าหน้าที่จะส่งเรื่องไปยังสภาวิชาชีพเพื่อพิจารณา ทางจรรยาบรรณ หรือจริยธรรม ต่อไป

11.4 ห้ามโฆษณาโดยใช้บุคคลทั่วไปแสดง หรือสื่อให้เข้าใจว่าบุคคลดังกล่าวเป็นบุคลากรทางการแพทย์

11.5 กรณีการโฆษณาเครื่องสำอางโดยอ้างอิงบุคคล หรือโฆษณาเครื่องสำอางโดยบุคคลในองค์กรวิชาชีพอื่นๆ ให้ใช้หลักการพิจารณาการโฆษณาในทำนองเดียวกันกับ ข้อ 1-4

12. การอ้างอิงความคิดเห็นโดยบุคคลผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้แสดง (celebrity testimonial)

การใช้บุคคลผู้มีชื่อเสียง (celebrities) เป็นผู้แสดงในการโฆษณาเครื่องสำอางอาจกระทำได้ในกรณีดังต่อไปนี้

12.1 เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้แสดงที่ได้รับจากประสบการณ์ในการใช้เครื่องสำอางที่อยู่ในขอบข่ายของความ เป็นเครื่องสำอางตามกฎหมายจริงๆ มิใช่เป็นการแสดงที่กระทำไปตามบทบาทที่ได้รับมอบหมายแต่เพียงอย่างเดียว

12.2 ให้ระบุชื่อ นามสกุลจริงของผู้แสดงบนสื่อโฆษณาหรืออาจใช้ชื่อเล่นที่เป็นที่รู้จัก หรือฉายาที่ใช้ในวงการ อย่างใดอย่างหนึ่งในการโฆษณาได้

12.3 ต้องมีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรที่รับรองโดยผู้แสดง (Testimonial statement) ว่าสาระสำคัญที่นำเสนอในการโฆษณานั้นเป็นความจริงไว้อ้างอิงด้วย

ตัวอย่างลักษณะการโฆษณาที่ฝ่าฝืนกฎหมาย

มาตรา 41 วรรคสอง (1) เป็นการโฆษณาด้วยข้อความที่สื่อความหมายเป็นเท็จ หรือเกินความจริง

1. เป็นการยืนยันข้อเท็จจริงอันยากแก่การพิสูจน์

ตัวอย่างข้อความ “ที่สุด” “ไร้สารพิษ” “ปลอดภัย ไร้สารตกค้าง ปราศจากสารอันตราย” “ที่สุดในโลก” “ไม่ระคายเคืองผิว” “ไร้ผลข้างเคียง” “จบทุกปัญหา...” (เช่น จบทุกปัญหาผิว จบทุกปัญหาสิว เป็นต้น) หรือข้อความอื่นที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน

2. สื่อความหมายว่าเครื่องสำอางที่โฆษณาได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ หรือข้อความอื่นที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน

3. การเปรียบเทียบกับการทำหัตถการทางการแพทย์ เช่น การเลเซอร์ การฉีดโบท็อกซ์ การศัลยกรรม ซึ่งมีการเปรียบเทียบว่า ผลที่ได้จากการใช้เครื่องสำอางเทียบเท่าหรือดีกว่าการทำหัตถการทางการแพทย์

ตัวอย่างข้อความ “แค่ทาก็เท่ากับฉีด” “ขาวไวกว่าฉีด” “หน้าเรียวยาวไม่อับท็อกซ์” “ผิวเต่งตึงเสมือนยิงเลเซอร์” หรือข้อความอื่นที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน

มาตรา 41 วรรคสอง (2) เป็นการโฆษณาด้วยข้อความสื่อความหมายที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง

1. ข้อความที่สื่อความหมายว่ามีผลต่อสุขภาพ

ตัวอย่างข้อความ “ฟื้นฟูผิวหนังให้แข็งแรง” “ดูดซับของเสียตกค้างใต้ผิว” “ล้างสารพิษ” “กระตุ้นการไหลเวียนของเลือด” หรือข้อความอื่นที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน

2. ข้อความที่สื่อความหมายว่ามีผลต่อโครงสร้างของร่างกาย

ตัวอย่างข้อความ “เสริม/ลดหน้าอก” “สลายไขมัน ยกกระชับ ปรับรูปหน้าเรียว” “กระชับสัดส่วน” “อกฟู รูพิด” “ลดความอ้วน” “ทำให้สูงขึ้น” “เพิ่มขนาดอวัยวะเพศชาย” หรือข้อความอื่นที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน

3. ข้อความที่สื่อความหมายว่ามีผลต่อการกระทำหน้าที่ใดๆ ของร่างกาย เช่น

ตัวอย่างข้อความ “กระตุ้นการสร้างคอลลาเจนและอีลาสติน” “ลดการสร้างเม็ดสีผิว” “ยับยั้งเอนไซม์ tyrosinase” “ต่อต้านอนุมูลอิสระ” “ลดผมหงอก กระตุ้น หรือเร่งการสร้างเส้นผมใหม่ให้ดกดำ” “เร่งการงอกของเส้นผม/ปลูกผม ปลูกหนวด เครา/ลดผมร่วง/ลดผมบาง/บำรุงรากผม” หรือข้อความอื่นที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน

มาตรา 41 วรรคสอง (3) เป็นการโฆษณาด้วยข้อความที่แสดงสรรพคุณที่เป็นการรักษาโรค หรือมีใจจดมุงหมายเป็นเครื่องสำอาง

1. ข้อความที่สื่อความหมายถึงสรรพคุณรักษาโรค

ตัวอย่างข้อความ “รักษาสิว/ป้องกันหรือลดอาการอักเสบของสิิว” “ป้องกันหรือรักษาฝ้า” “แก้ผดผื่นคัน” “ระงับหรือยับยั้งเชื้อแบคทีเรีย เชื้อราที่ผิวหนัง” “รักษาแผลหรือลดอาการอักเสบในช่องปาก” “จบทุกปัญหาสิิว” “ลดการอักเสบของผิวหนัง ปกป้องผิวจากโรคผิวหนัง ผด ผื่นคัน” “รักษาทุกปัญหาของรอบเดือนสตรี (ปวดประจำเดือน, ตกขาวผิดปกติ, ช่องคลอดมีกลิ่น, คันช่องคลอด)” “โรคปริทันต์ (ปวดฟัน, เหงือกบวม, เหงือกอักเสบ, เลือดออกตามไรฟัน)” “ฟันคุดเพื่อบรรเทาอาการเจ็บคุด” “รักษาโรคปวดข้อ ปวดเข่า ปวดหลัง ปวดเท้า ข้ออักเสบ ข้อติด ข้อฝืด ข้ออักเสบ รูมาตอยด์ ลดการอักเสบ ของเส้นเอ็น ข้อเข่า และกล้ามเนื้อบรรเทาอาการปวดบวม เคล็ดขัดยอก กล้ามเนื้ออ่อนแรง” “หยุดตาเพื่อรักษาโรคต้อหิน ต้อกระจก ต้อลม แพ้แสง มองไม่ชัด ตามัว” หรือข้อความอื่นที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน

2. ข้อความที่มีใจจดมุงหมายเป็นเครื่องสำอาง หรือมีใจจดมุงหมายเป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพประเภทอื่น เช่น ยา อาหาร วัตถุอันตราย หรือเครื่องมือแพทย์ เช่น

ตัวอย่างข้อความ “ทาผิวกายเพื่อไล่ยุบ แผลง” “ทาบริเวณที่แผลงกัดต่อย” “โซโลมเส้นผมเพื่อกำจัดเหา” “ชำระล้างอวัยวะต่าง ๆ และเปิดดวงชะตาชีวิต เพื่อรับพลังด้านดีให้แก่ผู้ใช้” “ฉีดยาหน้าอกหน้าจอกอโรสค์พท์ ฟ้าซ็คโครก โต๊ะทำงาน” “ฉีดยาหน้าอกหน้าจอกอโรสค์พท์ ฟ้าซ็คโครก โต๊ะทำงาน” “ฉีดยาหน้าอกหน้าจอกอโรสค์พท์ ฟ้าซ็คโครก โต๊ะทำงาน” หรือข้อความอื่นที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน

มาตรา 41 วรรคสอง (4) เป็นการโฆษณาด้วยข้อความที่สื่อถึงสรรพคุณบำรุงงาม

เป็นการโฆษณาด้วยข้อความที่สื่อถึงสรรพคุณบำรุงงาม

ตัวอย่างข้อความ “กระชับภายในคืนความสาว บรรเทาช่องคลอดแห้ง รีแพร์ช่องคลอดพิท” “เพิ่มสมรรถภาพท่านชาย แก้ปัญหาไม่แข็งตัว เพิ่มพลังข้างสาร” “เพิ่มสมรรถภาพทางเพศ ชะลอการหลังทำให้สนุกได้นานขึ้นแข็งตัวได้เต็มที แข็งตัวได้นานขึ้น เพิ่มขนาดและความแข็งแรง เพิ่มความสนุกสนานบนเตียง โคตรทน” หรือข้อความอื่นที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน

2. สถานการณ์ปัญหาด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอาง

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคร้องเรียนด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประจำปีงบประมาณ 2562-2564 พบเรื่องร้องเรียนด้านเครื่องสำอางจำนวนรวมทั้งสิ้น 257, 412 และ 412 เรื่อง ตามลำดับ โดยประเด็นเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีการแสดงฉลากไม่ถูกต้อง และการโฆษณาไม่เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด เป็นประเด็นที่พบมากที่สุด และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ [10-12] ข้อมูลสถานการณ์ผู้บริโภคปี 2562-2563 จากมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคพบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ ผลิตภัณฑ์สุขภาพมีการโฆษณาเกินจริง โฆษณาอันเป็นเท็จ หลอกลวง โ้อวดสรรพคุณเกินจริง เช่น ใช้แล้วผิวขาวกระจ่างใสภายใน 5 นาที หรือภายใน 3 – 7 วัน ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดและหลงเชื่อตัดสินใจสั่งซื้อโดยปราศจากการตรวจสอบอย่างถี่ถ้วน ทำให้การซื้อขายมีความเสี่ยงเพิ่มมากขึ้น อาจได้รับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีส่วนผสมที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกายกับผู้บริโภค ขณะเดียวกันผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไม่มีฉลาก หรือไม่มีฉลากภาษาไทย ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไม่มีเลข อย. ยังพบว่ามีวางจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด [13-14]

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาของสมจิตร ทองสุคติ และคณะ ได้ทำการศึกษาสถานการณ์และการจัดการด้านความปลอดภัยของเครื่องสำอางในจังหวัดสุโขทัย โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2559 ถึง 30 กรกฎาคม 2560 พบว่า มีเครื่องสำอางที่ไม่ถูกต้องจำนวน 275 ตัวอย่าง เป็นเครื่องสำอางที่มีฉลากไม่ถูกต้องจำนวน 257 ตัวอย่าง (ร้อยละ 93.45) และเป็นเครื่องสำอางที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดลักษณะของเครื่องสำอางที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย พ.ศ. 2559 จำนวน 18 ตัวอย่าง (ร้อยละ 6.55) โดยมีเครื่องสำอางร้อยละ 33.33 ที่ตรวจพบมีสารห้ามใช้ (สารปรอท) [15]

จากการศึกษาของเพชร ประสงค์กุล และชิตชนก เรือนก้อน ได้ทำการศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์การปนเปื้อนสารห้ามใช้ที่เป็นอันตรายในเครื่องสำอางสำหรับผิวหน้าในเขตอำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ ระหว่างปี พ.ศ. 2556-2559 จำนวน 143 ตัวอย่าง โดยใช้ชุดทดสอบเบื้องต้น พบว่า ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการพบเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ การขายในร้านขายเครื่องสำอาง การขายในแผงลอย การขายในร้านค้าปลีกหรือร้านชำ การขายในร้านค้าส่ง เครื่องสำอางสีขาว เครื่องสำอางสีเหลืองหรือส้ม ชนิดเครื่องสำอางแบบครีม และการมีฉลากภาษาไทย โดยเครื่องสำอางที่ฉลากไม่ถูกต้อง มีโอกาสที่จะมีการใส่สารห้ามใช้ที่เป็นอันตรายสูงถึงร้อยละ 54.55 [16]

จากการศึกษาของวรรษพร คงชื่น และสงวน ลือเกียรติบัณฑิต ได้ทำการศึกษาการพัฒนาเกณฑ์ประเมินความเสี่ยงต่อการปนเปื้อนสารห้ามใช้ที่เป็นอันตรายในเครื่องสำอางสำหรับผิวหน้า ที่จำหน่ายในพื้นที่เทศบาลเมืองปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 210 ตัวอย่าง โดยใช้ชุดทดสอบเบื้องต้น พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการปนเปื้อนสารห้ามใช้ที่เป็นอันตรายในเครื่องสำอางสำหรับผิวหน้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ฉลากทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญของเครื่องสำอาง แหล่งจำหน่าย (ตลาดสด ตลาดนัด หรือแผงลอย) การมีข้อบ่งใช้สำหรับรักษาผิว การไม่แสดงเลขที่ใบรับจดแจ้ง การแสดงเลขที่ใบรับจดแจ้งปลอมหรือถูกยกเลิกเลขที่ใบรับจดแจ้ง การไม่ระบุเลขที่หรืออักษรแสดงครั้งที่ผลิต และการไม่ระบุที่ตั้งของผู้ผลิต/ผู้นำเข้า [17]

จากการศึกษาของณัฐธิญา คำผล และคณะ ได้ทำการศึกษาการสำรวจโฆษณาที่ผิดกฎหมายของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในนิตยสารที่จำหน่ายในจังหวัดนครปฐม จำนวน 24 นิตยสาร พบว่า มีข้อความโฆษณาที่ควรหลีกเลี่ยง ร้อยละ 10.57 และข้อความโฆษณาที่มีแนวโน้มว่าผิดตามแนวทางการโฆษณาเครื่องสำอาง ร้อยละ 63.43[18]

จากการศึกษาของฉัตรชัย พาณิชสุภรณ์ ได้ทำการศึกษาการเฝ้าระวังและจัดการกับการโฆษณาที่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในปีงบประมาณ 2554-2558 พบว่า การโฆษณาเครื่องสำอางที่ผิดกฎหมายเป็นการฝ่าฝืนในมาตรา 41 (2) แห่งพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 มากที่สุด (ร้อยละ 46.06) โดยแสดงข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง [19]

จากการศึกษาของกนกกร สูงสถิตานนท์ และจันทรัตน์ สิทธิวรนนท์ ได้ทำการศึกษาความรู้ ทักษะคิด การรับรู้ข้อมูลและความคิดเห็นของผู้บริโภคเครื่องสำอางออนไลน์ต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย พบว่า ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางและการโฆษณาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้บริโภคมากกว่าร้อยละ 50 มีความรู้ที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับเครื่องสำอางว่า “ทำให้ผิวหยาบคล้ำยกกลับมาตั้ง กระชับได้” “การโฆษณาผ่านการอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) แล้ว” และ “เลขที่ใบรับจดทะเบียนสิ่งที่ยืนยันถึงประสิทธิภาพและความปลอดภัย” ในส่วนของทักษะคิดและการรับรู้ข้อมูล พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติในภาพรวมต่อการโฆษณาเครื่องสำอางออนไลน์ในระดับปานกลาง โดยผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อการรีวิวเครื่องสำอาง แต่ก็ยังคงมองว่าการโฆษณานั้นมักโอ้อวดสรรพคุณเกินจริง และมีผู้บริโภคเพียงร้อยละ 42.3 ที่เคยได้รับความรู้หรือข้อมูลข่าวสารด้านเครื่องสำอางจาก อย. โดยได้รับความรู้หรือข้อมูลข่าวสารมากที่สุดทางโทรทัศน์ [20]

บทที่ 3 วิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาความชุกของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในปีงบประมาณ 2562-2564 โดยมีรายละเอียดของการดำเนินการศึกษา ดังนี้

รูปแบบการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาแบบย้อนหลัง (retrospective-descriptive study) เพื่อศึกษาความชุกของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนกฎหมายด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในปีงบประมาณ 2562-2564

ข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์

ข้อมูลผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอาง ในระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2561 – 30 กันยายน 2564 จากฐานข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

แบบบันทึกข้อมูลผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางที่ผู้ศึกษาได้พัฒนาขึ้น เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย จำนวนเรื่องร้องเรียน จำนวนการเปรียบเทียบปรับ ลักษณะของผู้ประกอบการ สถานประกอบการ มาตรการความผิด มาตรการโทษ และข้อหาความผิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษามีขั้นตอนดำเนินการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลเรื่องร้องเรียนและข้อมูลผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในปีงบประมาณ 2562-2564
2. พิจารณารายละเอียดและบันทึกข้อมูลที่ได้ลงในแบบบันทึกข้อมูลฯ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม Microsoft excel และ SPSS ในการคำนวณ
2. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายให้เห็นลักษณะของข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ ฉลาก การโฆษณา ผู้ประกอบการ และสถานประกอบการ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการศึกษาความชุกของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในปีงบประมาณ 2562-2564 ผู้ศึกษารวบรวมข้อมูลทั้งหมด บันทึกข้อมูล จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนกฎหมายเครื่องสำอาง

- 1.1 ลักษณะของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค
- 1.2 ลักษณะของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องสำอาง
- 1.3 ลักษณะของการประกอบกิจการเครื่องสำอาง
- 1.4 ลักษณะที่ตั้งของสถานประกอบการ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะความผิดด้านฉลากเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ลักษณะความผิดด้านการโฆษณาเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนกฎหมายเครื่องสำอาง

1.1 ลักษณะของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ในปีงบประมาณ 2562-2564 จำนวนทั้งสิ้น 1,081 เรื่อง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเรื่องร้องเรียนด้านฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง จำนวน 542 เรื่อง (ร้อยละ 50.14) และเป็นเรื่องร้องเรียนด้านการโฆษณาเครื่องสำอาง จำนวน 539 เรื่อง (ร้อยละ 49.86) รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในปีงบประมาณ 2562-2564

ปีงบประมาณ	จำนวนเรื่องร้องเรียน (เรื่อง)	เรื่องร้องเรียน (ร้อยละ)	
		ฉลาก	การโฆษณา
2562	257	165 (64.20)	92 (35.80)
2563	412	259 (62.86)	153 (37.14)
2564	412	118 (28.64)	294 (71.36)
รวม	1,081	542 (50.14)	539 (49.86)

1.2 ลักษณะของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องสำอาง

จากผลการรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบธุรกิจเครื่องสำอางที่กระทำผิดกฎหมายพบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ในช่วงปีงบประมาณ 2562-2564 จำนวนทั้งสิ้น 859 ราย พบว่าผู้ประกอบธุรกิจเครื่องสำอางที่กระทำผิดด้านฉลากเครื่องสำอาง 468 ราย ส่วนใหญ่เป็นบุคคลธรรมดา 293 ราย (ร้อยละ 34.11) และเป็นนิติบุคคล 175 ราย (20.37) ในส่วนของด้านการโฆษณาเครื่องสำอาง พบผู้ประกอบธุรกิจเครื่องสำอางที่กระทำผิด 325 ราย ส่วนใหญ่เป็นบุคคลธรรมดา 191 ราย (ร้อยละ 22.24) และเป็นนิติบุคคล 134 ราย (ร้อยละ 15.60) และในด้านอื่นๆ พบผู้ประกอบธุรกิจเครื่องสำอางที่กระทำผิด 66 ราย (ร้อยละ 7.68) รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับด้านเครื่องสำอางในปีงบประมาณ 2562-2564 จำแนกตามประเภทผู้ประกอบธุรกิจเครื่องสำอาง

ปีงบประมาณ	จำนวนการเปรียบเทียบปรับ (ราย)	ประเภทผู้ประกอบการเครื่องสำอาง (ร้อยละ)				
		ด้านฉลาก		ด้านการโฆษณา		ด้านอื่นๆ
		นิติบุคคล	บุคคลธรรมดา	นิติบุคคล	บุคคลธรรมดา	
2562	229	66 (28.82)	59 (25.76)	34 (14.85)	53 (23.14)	17 (7.43)
2563	364	62 (17.03)	153 (42.03)	50 (13.74)	68 (18.68)	31 (8.52)
2564	266	47 (17.67)	81 (30.45)	50 (18.80)	70 (26.31)	18 (6.77)
รวม	859	175 (20.37)	293 (34.11)	134 (15.60)	191 (22.24)	66 (7.68)

1.3 ลักษณะของการประกอบกิจการเครื่องสำอาง

จากผลการรวบรวมข้อมูลลักษณะการประกอบกิจการเครื่องสำอางของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องสำอางที่กระทำผิดกฎหมายพบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอาง ในช่วงปีงบประมาณ 2562-2564 จำนวนทั้งสิ้น 468 แห่ง พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจเครื่องสำอางที่กระทำผิดด้านฉลากเครื่องสำอาง 468 ราย ส่วนใหญ่มีลักษณะการประกอบกิจการเครื่องสำอางเป็นผู้ชาย 309 ราย (ร้อยละ 38.97) รองลงมาคือ ผู้ผลิต 88 ราย (ร้อยละ 11.10) และผู้นำเข้า 71 ราย (ร้อยละ 8.95) ในส่วนของด้านการโฆษณาเครื่องสำอางพบผู้ประกอบธุรกิจเครื่องสำอางที่กระทำผิด 325 ราย (ร้อยละ 40.98) โดยมีลักษณะการประกอบกิจการเครื่องสำอางเป็นผู้โฆษณา รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับด้านเครื่องสำอางในปีงบประมาณ 2562-2564 จำแนกตามลักษณะการประกอบกิจการเครื่องสำอาง

ปีงบประมาณ	ผู้ประกอบการเครื่องสำอาง (ราย)	ลักษณะการประกอบกิจการเครื่องสำอาง (ร้อยละ)			
		ด้านฉลาก			ด้านการโฆษณา
		ผู้ผลิต	ผู้นำเข้า	ผู้ขาย	ผู้โฆษณา
2562	212	30 (14.15)	28 (13.21)	67 (31.60)	87 (41.04)
2563	333	30 (9.00)	28 (8.41)	157 (47.15)	118 (35.44)
2564	248	28 (11.29)	15 (6.05)	85 (34.27)	120 (48.39)
รวม	793	88 (11.10)	71 (8.95)	309 (38.97)	325 (40.98)

1.4 ลักษณะที่ตั้งของสถานประกอบการ

จากผลการรวบรวมข้อมูลของสถานประกอบการที่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอาง ในช่วงปีงบประมาณ 2562-2564 จำนวนทั้งสิ้น 793 แห่ง พบว่าที่ตั้งของสถานประกอบการที่พบการฝ่าฝืนกฎหมายด้านฉลากเครื่องสำอาง 468 แห่ง ส่วนใหญ่เป็นสถานประกอบการที่ตั้งในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ 228 แห่ง (ร้อยละ 28.75) รองลงมาคือ ในเขตพื้นที่ต่างจังหวัด 128 แห่ง (ร้อยละ 16.14) และในเขตพื้นที่ปริมณฑล 112 แห่ง (ร้อยละ 14.13) ในส่วนที่ตั้งของสถานประกอบการที่พบการฝ่าฝืนกฎหมายด้านการโฆษณาเครื่องสำอาง 325 แห่ง ส่วนใหญ่เป็นสถานประกอบการที่ตั้งในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ 134 แห่ง (ร้อยละ 16.90) รองลงมาคือ ในเขตพื้นที่ต่างจังหวัด 133 แห่ง (ร้อยละ 16.77) และในเขตพื้นที่ปริมณฑล 58 แห่ง (ร้อยละ 7.31) รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับด้านเครื่องสำอางในปีงบประมาณ 2562-2564 จำแนกตามที่ตั้งของสถานประกอบการ

ปีงบประมาณ	ผู้ประกอบการเครื่องสำอาง (ราย)	จำนวนสถานประกอบการ (ร้อยละ)					
		ด้านฉลาก			ด้านการโฆษณา		
		กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	ต่างจังหวัด	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	ต่างจังหวัด
2562	212	72 (33.96)	23 (10.85)	30 (14.15)	41 (19.34)	13 (6.13)	33 (15.57)
2563	333	90 (27.03)	59 (17.72)	66 (19.82)	43 (12.91)	25 (7.51)	50 (15.01)
2564	248	66 (26.61)	30 (12.10)	32 (12.90)	50 (20.16)	20 (8.07)	50 (20.16)
รวม	793	228 (28.75)	112 (14.13)	128 (16.14)	134 (16.90)	58 (7.31)	133 (16.77)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะความผิดด้านฉลากเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558

จากการรวบรวมข้อมูลลักษณะความผิดของฉลากเครื่องสำอางที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ในช่วงปีงบประมาณ 2562-2564 จำนวน 537 ครั้ง พบว่า ฉลากเครื่องสำอางที่ผิดกฎหมายส่วนใหญ่เป็นการฝ่าฝืนกฎหมายในมาตรา 22 วรรคสอง (3) โดยฉลากระบุข้อความตามที่กฎหมายกำหนดไม่ครบถ้วน ร้อยละ 61.82 รองลงมาคือ การฝ่าฝืนมาตรา 22 วรรคสอง (1) โดยฉลากไม่ใช่ข้อความที่ตรงต่อความจริง มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ร้อยละ 32.03 การฝ่าฝืนมาตรา 22 วรรคหนึ่ง โดยไม่จัดให้มีฉลากเครื่องสำอาง ร้อยละ 4.10 การฝ่าฝืนมาตรา 22 วรรคสอง (2) โดยไม่จัดทำฉลากภาษาไทย ร้อยละ 2.05 รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ฉลากเครื่องสำอางที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558

ฉลากเครื่องสำอาง มาตราที่ฝ่าฝืน	จำนวนครั้งที่ฝ่าฝืนในปีงบประมาณ 2562-2564			รวม (ร้อยละ)
	2562	2563	2564	
22 วรรคหนึ่ง	8	11	3	22 (4.10)
22 วรรคสอง (1)	61	69	42	172 (32.03)
22 วรรคสอง (2)	6	2	3	11 (2.05)
22 วรรคสอง (3)	73	157	102	332 (61.82)
รวม	148	239	150	537 (100)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ลักษณะความผิดด้านการโฆษณาเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558

จากการรวบรวมข้อมูลลักษณะความผิดของการโฆษณาเครื่องสำอางที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ในช่วงปีงบประมาณ 2562-2564 จำนวน 587 ครั้ง พบว่า มีการฝ่าฝืนมาตรา 41 วรรคสอง (1) - 41 วรรคสอง (5) การโฆษณาเครื่องสำอางที่ผิดกฎหมายส่วนใหญ่เป็นการฝ่าฝืนกฎหมายในมาตรา 41 วรรคสอง (2) โดยแสดงข้อความโฆษณาที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง ร้อยละ 52.13 รองลงมาคือ การฝ่าฝืนมาตรา 41 วรรคสอง (3) โดยแสดงข้อความโฆษณาที่แสดงสรรพคุณที่เป็นการรักษาโรคหรือที่มีใช้จุดมุ่งหมายเป็นเครื่องสำอาง ร้อยละ 22.32 การฝ่าฝืนมาตรา 41 วรรคสอง (1) โดยแสดงข้อความโฆษณาที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง ร้อยละ 22.15 การฝ่าฝืนมาตรา 41 วรรคสอง (4) โดยแสดงข้อความโฆษณาที่ทำให้เข้าใจว่ามีสรรพคุณบำรุงงาม ร้อยละ 2.55 การฝ่าฝืนมาตรา 41 วรรคสอง (5) โดยแสดงข้อความโฆษณาที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ ร้อยละ 0.85 ตามลำดับ ส่วนข้อความโฆษณาที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน ในมาตรา 41 (6)

และข้อความโฆษณาอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ในมาตรา 41 (7) นั้น ไม่พบการฝ่าฝืนแต่อย่างใด
รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 การโฆษณาเครื่องสำอางที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558

การโฆษณา เครื่องสำอาง มาตราที่ฝ่าฝืน	จำนวนครั้งที่ฝ่าฝืนในปีงบประมาณ 2562-2564			รวม (ร้อยละ)
	2562	2563	2564	
41 วรรคสอง (1)	18	34	78	130 (22.15)
41 วรรคสอง (2)	83	104	119	306 (52.13)
41 วรรคสอง (3)	28	47	56	131 (22.32)
41 วรรคสอง (4)	3	3	9	15 (2.55)
41 วรรคสอง (5)	0	0	5	5 (0.85)
41 วรรคสอง (6)	0	0	0	0 (0.00)
41 วรรคสอง (7)	0	0	0	0 (0.00)
รวม	132	188	267	587 (100)

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ในปีงบประมาณ 2562-2564 จำนวนทั้งสิ้น 1,081 เรื่อง จากข้อมูลผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับ ของเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ด้านฉลาก และการโฆษณาเครื่องสำอางของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในปีงบประมาณ 2562-2564 พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจเครื่องสำอางที่กระทำผิดในด้านฉลากเครื่องสำอางส่วนใหญ่เป็นบุคคลธรรมดา (ร้อยละ 34.11) โดยมีลักษณะการประกอบกิจการเป็นผู้ขายเครื่องสำอาง (ร้อยละ 38.97) และสถานประกอบการส่วนใหญ่ ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ (ร้อยละ 28.75) ในส่วนของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องสำอางที่กระทำผิดในการ โฆษณาเครื่องสำอางส่วนใหญ่บุคคลธรรมดา (ร้อยละ 22.24) โดยมีลักษณะการประกอบกิจการ เป็นผู้โฆษณา (ร้อยละ 40.98) และสถานประกอบการส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ (ร้อยละ 16.90)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะความผิดด้านฉลากเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 พบว่า ในช่วงปีงบประมาณ 2562-2564 พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 จำนวน 537 ครั้ง โดยส่วนใหญ่พบว่า ฉลากระบุข้อความตามที่กฎหมายกำหนดไม่ครบถ้วน (ร้อยละ 61.82) โดยเป็นข้อความที่สำคัญที่ต้องระบุบนฉลากตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งเป็นเนื้อหาที่มีความสำคัญต่อ ความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพราะเป็นข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ เลือกใช้สินค้านั้น

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะความผิดด้านการโฆษณาเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติ เครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 พบว่า ในช่วงปีงบประมาณ 2562-2564 พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 จำนวน 587 ครั้ง โดยส่วนใหญ่พบว่า เป็นการโฆษณาที่แสดงข้อความโฆษณาที่จะก่อให้เกิดความ เข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง (ร้อยละ 52.13) โดยการโฆษณาเครื่องสำอางที่มีเนื้อหาที่ จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของเครื่องสำอาง สามารถโน้มน้าวจิตใจของผู้บริโภคได้ง่าย อาจทำให้ ผู้บริโภคได้รับข้อมูลไม่ครบถ้วนเกิดความเข้าใจผิด ทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อในคำกล่าวอ้างนั้นได้

ข้อเสนอแนะ

ปัจจุบันการควบคุมกำกับดูแลด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอาง มิได้กำหนดให้ผู้ประกอบการ ต้องมีการขออนุญาตจากหน่วยงานภาครัฐก่อน แต่ต้องไม่เป็นการฝ่าฝืนกฎหมายและต้องปฏิบัติตามที่ กฎหมายกำหนด ดังนั้น จึงเป็นเพียงการควบคุมและกำกับดูแลภายหลังผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดแล้วเท่านั้น เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคและลดการฝ่าฝืนกฎหมายด้านฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอาง จึงมีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค ดังนี้

1. ภาครัฐ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ควรดำเนินการ

1.1 การปรับปรุงกฎหมายให้ผู้ประกอบการต้องขออนุญาตในการแสดงฉลากและการโฆษณา เครื่องสำอาง ตั้งแต่ขั้นตอนการรับจดแจ้งเครื่องสำอาง เพื่อเป็นการควบคุมผู้ประกอบการและให้ความคุ้มครอง ผู้บริโภคตั้งแต่ต้นทาง

1.2 พัฒนาคู่่มือหลักเกณฑ์การแสดงฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางเพื่อให้มีความชัดเจน และเท่าทันกับสถานการณ์ปัจจุบันในการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติตามที่กำหนดไว้ได้

1.3 สร้างความตระหนักให้แก่ผู้ประกอบการรับผิดชอบและปฏิบัติตามกฎหมาย อีกทั้งดำเนินการกับผู้กระทำความผิดอย่างเคร่งครัด และเผยแพร่การใช้มาตรการตามกฎหมายในผู้ที่กระทำการฝ่าฝืนกฎหมาย ให้สังคมรับทราบ เพื่อลดการกระทำที่ฝ่าฝืนกฎหมายต่อไป

1.4 จัดกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในการเผยแพร่ข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ เช่น จัดการอบรม ประชุม สัมมนา เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความรู้และความเข้าใจในการดำเนินการจัดทำฉลาก และการโฆษณาเครื่องสำอางให้อยู่ในขอบเขตของกฎหมาย

1.5 จัดกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในการเผยแพร่ข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ เช่น จัดการอบรม ประชุม สัมมนา เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้และข้อมูลที่ต้องการในการตรวจสอบข้อมูลของผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบฉลากเครื่องสำอาง และรู้เท่าทันเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องสำอางก่อนตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง นั้นมาใช้ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้ด้วยตนเองอย่างถูกต้องเกิดประสิทธิผล และความปลอดภัย

2. ผู้ประกอบการ ควรดำเนินการ

2.1 มีระบบการกำกับดูแลตนเองในการดำเนินการประกอบธุรกิจอย่างเป็นธรรมและอยู่ในกรอบของกฎหมาย โดยผู้ประกอบการควรศึกษากฎหมายเกี่ยวกับฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางให้ชัดเจน และปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อความเป็นธรรมและสิทธิในการคุ้มครองผู้บริโภค

2.2 มีการตรวจสอบและทวนสอบฉลากเครื่องสำอางทุกครั้งก่อนที่จะมีการปล่อยผลิตภัณฑ์ออกสู่ท้องตลาด รวมถึงตรวจสอบและทวนสอบการโฆษณาเครื่องสำอางทุกครั้งก่อนการโฆษณา เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

3. ผู้บริโภค ควรมีการศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง หรือเข้าร่วมการอบรม ประชุม สัมมนา ตามที่หน่วยงานภาครัฐจัดขึ้นในการเผยแพร่ข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ให้มีความรู้และข้อมูลที่ต้องการในการพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอางให้รอบคอบก่อนตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนั้นมาใช้ เพื่อเป็นคุ้มครองตนเองในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

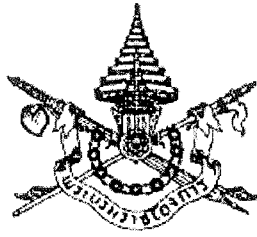
บรรณานุกรม

1. โพลีซันนิง. ตลาดผลิตภัณฑ์ความงามไทย ปี 2562 [อินเทอร์เน็ต]. 2563 [เข้าถึงเมื่อ 23 ธ.ค. 2565]. เข้าถึงได้จาก: <https://positioningmag.com/1283807>.
2. เอกชัย เยาว์เอื้อง. นโยบายและมาตรการควบคุมเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง. วารสารเภสัชศาสตร์อีสาน. 2559; 11(ฉบับพิเศษ): 156-170.
3. พงษ์นีย์ สีนสมบุรณ์. การศึกษาสาระสำคัญเกี่ยวกับการแสดงฉลากเครื่องสำอาง (พ.ศ. 2538). นนทบุรี: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา; 2539
4. พรพิมล ชัดดินานนท์ และอารทรา ปัญญาปฏิภาณ. การจัดระเบียบเพื่อสร้างระบบที่ดีในการโฆษณาเครื่องสำอาง. นนทบุรี: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา; 2545
5. ศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียนและปราบปรามการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ. เรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางประจำปีงบประมาณ 2559-2561. นนทบุรี: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา; 2561
6. พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558, ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 132. ตอนที่ 86 ก (ลงวันที่ 8 กันยายน 2558).
7. กองควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. หลักเกณฑ์การพิจารณาการจดแจ้งเครื่องสำอาง (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2564) [อินเทอร์เน็ต]. 2564 [เข้าถึงเมื่อ 25 ธ.ค. 2565]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.fda.moph.go.th/sites/Cosmetic/PublishingImages/SitePages/Permission/29-6-65-Update.pdf>.
8. พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558. ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง เรื่อง ฉลากของเครื่องสำอาง พ.ศ. 2562, ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 136. ตอนพิเศษ 172 ง (ลงวันที่ 8 กรกฎาคม 2562).
9. กองควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. คู่มือการโฆษณาเครื่องสำอาง [อินเทอร์เน็ต]. 2564 [เข้าถึงเมื่อ 25 ธ.ค. 2565]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.fda.moph.go.th/sites/Cosmetic/Shared%20Documents/%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%86%E0%B8%A9%E0%B8%93%E0%B8%B2/Cosmetic%20ad%20prohibition-1.pdf>.
10. กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. รายงานประจำปี 2562 [อินเทอร์เน็ต]. 2563 [เข้าถึงเมื่อ 25 ธ.ค. 2565]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.fda.moph.go.th/PLAN/SitePages/Document/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%88%E0%B8%B3%E0%B8%9B%E0%B8%B52562.pdf>.
11. กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. รายงานประจำปี 2563 [อินเทอร์เน็ต]. 2564 [เข้าถึงเมื่อ 25 ธ.ค. 2565]. เข้าถึงได้จาก: http://planfda.fda.moph.go.th/NewPlan/Puremedia10/46/46_404_FDA%20Annual%20Report%202563.pdf.

12. กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. รายงานประจำปี 2564 [อินเทอร์เน็ต]. 2565 [เข้าถึงเมื่อ 25 ธ.ค. 2565]. เข้าถึงได้จาก: <https://online.flipbuilder.com/myhrm/yrev/>.
13. มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค. สถานการณ์ผู้บริโภคปี 2562 [อินเทอร์เน็ต]. 2563 [เข้าถึงเมื่อ 26 ธ.ค. 2565]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.consumerthai.org/consumers-news/ffc-news/4421-630114consumersituation2019.html>.
14. มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค. สถานการณ์ผู้บริโภคปี 2563 [อินเทอร์เน็ต]. 2564 [เข้าถึงเมื่อ 26 ธ.ค. 2565]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.consumerthai.org/consumers-news/food-and-drug/4535-640109-consumersituation2020.html>.
15. สมจิตร ทองสุขดี, ณัฐสิริ หนูตา, อีรยา วรปานิ. สถานการณ์และการจัดการด้านความปลอดภัยของเครื่องสำอางในจังหวัดสุโขทัย. วารสารอาหารและยา. 2561;25(1):61-71.
16. เกษร ประสงค์กุล, ชิตชนก เรือนก้อน. การวิเคราะห์สถานการณ์การปนเปื้อนสารห้ามใช้ที่เป็นอันตรายในเครื่องสำอางสำหรับผิวหน้าในเขตอำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ ระหว่างปี พ. ศ. 2556-2559. วารสารเภสัชกรรมไทย. 2562;9(2):361-9.
17. วรขพร คงชื่น, สงวน ลือเกียรติบัณฑิต. การพัฒนาเกณฑ์ประเมินความเสี่ยงต่อการปนเปื้อนสารห้ามใช้ที่เป็นอันตรายในเครื่องสำอางสำหรับผิวหน้า. วารสารเภสัชกรรมไทย. 2564;13(4):814-24.
18. ณัฐธิญา คำผล, จรียา หล่อศิลาทอง, อิศารัตน์ เกตุวงศ์วิริยะ, อธิมา ภูรุ่งเรือง และประภาศรี ภักดีชาติ. การสำรวจโฆษณาที่ผิดกฎหมายของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในนิตยสารที่จำหน่ายในจังหวัดนครปฐม. วารสารไทยโภชนาการนิพนธ์. 2560;12(1):33-43.
19. ฉัตรชัย พานิชสุภรณ์. การเฝ้าระวังและจัดการกับการโฆษณาที่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในปีงบประมาณ 2554-2558. วารสารเภสัชกรรมไทย. 2559;8(1):190-205.
20. กนกกร สูงสถิตานนท์ และจันทรัตน์ สิทธิวรรณนท์. ความรู้ ทัศนคติ การรับรู้ข้อมูลและความคิดเห็นของผู้บริโภคเครื่องสำอางออนไลน์ต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย. วารสารอาหารและยา. 2563;27(3):78-89.

ภาคผนวก

ภาคผนวก 1
พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558



พระราชบัญญัติ

เครื่องสำอาง

พ.ศ. ๒๕๕๘

ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.

ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๐ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๕๘

เป็นปีที่ ๙๐ ในรัชกาลปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยเครื่องสำอาง

จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของ สภานิติบัญญัติแห่งชาติ ดังต่อไปนี้

มาตรา ๑ พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๕๘”

มาตรา ๒ พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา

เป็นต้นไป

มาตรา ๓ ให้ยกเลิกพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๓๕

มาตรา ๔ ในพระราชบัญญัตินี้

“เครื่องสำอาง” หมายความว่า

(๑) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โขย ฟัน หยอด ใส่ อบ หรือกระทำด้วยวิธีอื่นใด กับส่วนภายนอกของร่างกายมนุษย์ และให้หมายความรวมถึงการใช้กับฟันและเยื่อในช่องปาก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือเปลี่ยนแปลงลักษณะที่ปรากฏ หรือระงับกลิ่นกาย หรือปกป้องดูแลส่วนต่าง ๆ นั้น ให้อยู่ในสภาพดี และรวมตลอดทั้งเครื่องประพั้นต่าง ๆ สำหรับผิวด้วย แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับและเครื่องแต่งตัวซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอกร่างกาย

(๒) วัสดุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะ หรือ

(๓) วัสดุอื่นที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง

“ภาษาเนบรจุ” หมายความว่า วัสดุใด ๆ ที่ใช้บรรจุหรือหุ้มห่อเครื่องสำอางโดยเฉพาะ

“ข้อความ” หมายความว่า รวมถึง การกระทำที่ปรากฏด้วยตัวอักษร ภาพ ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมายหรือการกระทำอย่างใด ๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้

“โฆษณา” หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็น ได้ยิน หรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า

“สื่อโฆษณา” หมายความว่า สิ่งที่ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ โทรศัพท์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือป้าย

“ฉลาก” หมายความว่า รูป รอยประดิษฐ์ หรือข้อความใด ๆ เกี่ยวกับเครื่องสำอางซึ่งแสดงไว้ที่เครื่องสำอาง ภาษาเนบรจุหรือหีบห่อ หรือสอดแทรกหรือรวมไว้กับเครื่องสำอาง ภาษาเนบรจุหรือหีบห่อ และให้หมายความรวมถึงเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบกับเครื่องสำอาง

“ผลิต” หมายความว่า ทำ ผสม เปลี่ยนรูป แปรสภาพ ปรงแต่ง แบ่งบรรจุ หรือเปลี่ยนภาษาเนบรจุ

“นำเข้า” หมายความว่า นำหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักร

“ส่งออก” หมายความว่า นำหรือส่งออกไปนอกราชอาณาจักร

“ขาย” หมายความว่า จำหน่าย จ่าย แจก หรือแลกเปลี่ยน ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ในทางการค้า และให้หมายความรวมถึงมีไว้เพื่อขายด้วย

“สารสำคัญ” หมายความว่า วัสดุที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดตามมาตรา ๖ (๓) หรือวัสดุที่ทำให้เกิดสรรพคุณตามข้อความที่กล่าวอ้างไว้ในฉลาก หรือตามที่ได้จดแจ้งไว้ต่อผู้รับจดทะเบียนตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดตามมาตรา ๖ (๔)

“สถานที่” หมายความว่า ที่ อาคาร หรือส่วนของอาคาร และให้หมายความรวมถึงบริเวณของสถานที่ด้วย

“ใบรับจดทะเบียน” หมายความว่า ใบแสดงรายละเอียดของเครื่องสำอางแต่ละผลิตภัณฑ์ที่ผู้รับจดทะเบียนออกให้แก่ผู้จดทะเบียน

“ผู้จดทะเบียน” หมายความว่า ผู้ได้รับใบรับจดทะเบียนการผลิตเพื่อขาย การนำเข้าเพื่อขาย หรือการรับจ้างผลิตเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัตินี้

“ผู้รับจดทะเบียน” หมายความว่า เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยาหรือผู้ซึ่งเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยามอบหมาย

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการเครื่องสำอาง

“กรรมการ” หมายความว่า กรรมการเครื่องสำอาง

“เลขาธิการ” หมายความว่า เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

“พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๕ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ ออกกฎกระทรวงกำหนดค่าธรรมเนียมไม่เกินอัตราท้ายพระราชบัญญัตินี้ ยกเว้นค่าธรรมเนียม และกำหนดกิจการอื่น กับออกระเบียบหรือประกาศ เพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

การออกกฎกระทรวงกำหนดค่าธรรมเนียมตามวรรคหนึ่ง จะกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมให้แตกต่างกันโดยคำนึงถึงชนิดของเครื่องสำอาง ขนาดและกิจการของผู้ประกอบการ และประเภทของการแก้ไขเปลี่ยนแปลงก็ได้

กฎกระทรวง ระเบียบ และประกาศนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

มาตรา ๖ เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองความปลอดภัยและอนามัยของบุคคล ให้รัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการมีอำนาจประกาศกำหนด ในเรื่องดังต่อไปนี้

(๑) ชื่อ ประเภท ชนิด หรือคุณลักษณะของเครื่องสำอางที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย

(๒) ชื่อวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง

(๓) ชื่อ ปริมาณ และเงื่อนไขของวัตถุที่อาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง

(๔) ชื่อสารสำคัญ ประเภท ชนิด หรือคุณลักษณะของเครื่องสำอางที่ทำให้เกิดสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือรับจ้างผลิต

(๕) ลักษณะสถานที่ผลิต เครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์การผลิต ภาชนะบรรจุเครื่องสำอาง และสถานที่นำเข้าเครื่องสำอาง

(๖) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอาง

(๗) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการรับแจ้งและการรายงานอาการอันไม่พึงประสงค์จากการใช้เครื่องสำอาง

(๘) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขให้ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้นำเข้าเพื่อขาย หรือผู้รับจ้างผลิต จัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสำอางไว้เพื่อการตรวจสอบ

(๙) สถานที่แห่งใดในราชอาณาจักรเป็นด่านตรวจสอบเครื่องสำอาง

(๑๐) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการจดแจ้ง การออกไปรับจดแจ้ง การแก้ไขรายการใบรับจดแจ้ง การต่ออายุใบรับจดแจ้ง และการออกไปแทนใบรับจดแจ้ง

(๑๑) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอางตามมาตรา ๑๖

(๑๒) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการยื่นคำขอและการออกหนังสือรับรองเกี่ยวกับเครื่องสำอาง

(๑๓) หลักเกณฑ์การกำหนดค่าตลาดเคลื่อนสำหรับเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน

(๑๔) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการขอความเห็นเกี่ยวกับฉลาก

(๑๕) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการขอความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณา

(๑๖) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการเรียกเก็บคืน การทำลาย และการส่งมอบ
เครื่องสำอาง

หมวด ๑

คณะกรรมการเครื่องสำอาง

มาตรา ๗ ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่ง เรียกว่า “คณะกรรมการเครื่องสำอาง” ประกอบด้วยปลัดกระทรวงสาธารณสุข เป็นประธานกรรมการ อธิบดีกรมการแพทย์ อธิบดีกรมควบคุมโรค อธิบดีกรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก อธิบดีกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ อธิบดีกรมอนามัย เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา ผู้แทนกรมวิทยาศาสตร์บริการ ผู้แทนกรมสุสานการ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และคณบดีคณะเภสัชศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษาทุกแห่งซึ่งเลือกกันเอง ให้เหลือจำนวนสองคน เป็นกรรมการ และผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นกรรมการจำนวนหกคน ในจำนวนนี้จะต้องแต่งตั้งจากสมาคมหรือมูลนิธิที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคสามคน และผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการผลิต นำเข้าหรือขายเครื่องสำอางสามคน

ให้รองเลขาธิการซึ่งเลขาธิการมอบหมายเป็นกรรมการและเลขานุการ และให้เลขาธิการแต่งตั้งข้าราชการสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาคนหนึ่งเป็นผู้ช่วยเลขานุการ

คุณสมบัติ ลักษณะต้องห้าม และการได้มาซึ่งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

มาตรา ๘ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละสองปี และอาจได้รับแต่งตั้งอีกได้ แต่จะดำรงตำแหน่งเกินสองวาระติดต่อกันไม่ได้

ในกรณีที่กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพ้นจากตำแหน่งก่อนครบวาระ รัฐมนตรีอาจแต่งตั้งผู้อื่นเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิแทนได้ และให้ผู้ได้รับแต่งตั้งอยู่ในตำแหน่งตามวาระของกรรมการซึ่งตนแทน เว้นแต่วาระของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจะเหลืออยู่ไม่ถึงเก้าสิบวัน รัฐมนตรีจะไม่ดำเนินการเพื่อให้มีการแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิแทนก็ได้ ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการประกอบด้วยกรรมการเท่าที่เหลืออยู่

เมื่อครบกำหนดตามวาระในวาระหนึ่ง หากยังมีได้มีการแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิขึ้นใหม่ ให้กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระนั้นอยู่ในตำแหน่งเพื่อดำเนินงานต่อไปจนกว่ากรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งได้รับแต่งตั้งใหม่เข้ารับหน้าที่

มาตรา ๙ นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

- (๑) ตาย
- (๒) ลาออก

- (๓) รัฐมนตรีให้ออกเพราะทุจริตต่อหน้าที่ มีความประพฤติเสื่อมเสียหรือหย่อนความสามารถ
- (๔) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๗ วรรคสาม
- (๕) เป็นบุคคลล้มละลาย
- (๖) เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- (๗) ได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำ

โดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

มาตรา ๑๐ คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(๑) ให้คำแนะนำหรือความเห็นแก่รัฐมนตรีในเรื่องที่เกี่ยวกับนโยบายและมาตรการควบคุมเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัตินี้

(๒) ให้คำแนะนำแก่รัฐมนตรีในการออกประกาศตามมาตรา ๖

(๓) ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเพิกถอนใบรับจดแจ้งตามมาตรา ๓๖

(๔) ให้ความเห็นชอบเกี่ยวกับการเพิกถอนใบรับจดแจ้งตามมาตรา ๓๗

(๕) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้หรือตามที่รัฐมนตรีมอบหมาย

มาตรา ๑๑ การประชุมคณะกรรมการต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมดจึงจะเป็นองค์ประชุม

ในการประชุมคณะกรรมการ ถ้าประธานกรรมการไม่มาประชุมหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้ที่ประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม

การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

มาตรา ๑๒ คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อพิจารณา ศึกษา หรือวิจัยเกี่ยวกับเรื่องที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ หรือปฏิบัติการอย่างหนึ่งอย่างใดตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

ให้คณะกรรมการกำหนดองค์ประชุม และวิธีดำเนินงานของคณะอนุกรรมการได้ตามความเหมาะสม

มาตรา ๑๓ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้คณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการตามมาตรา ๑๒ มีอำนาจออกคำสั่งเป็นหนังสือเรียกบุคคลใดมาให้ถ้อยคำ หรือให้ส่งเอกสาร หรือวัตถุใดเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาได้

หมวด ๒

การจดแจ้งและการรับจดแจ้งเครื่องสำอาง

มาตรา ๑๔ ผู้ใดประสงค์จะผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือรับจ้างผลิตเครื่องสำอางต้องจดแจ้งรายละเอียดของเครื่องสำอางต่อผู้รับจดแจ้ง และเมื่อผู้รับจดแจ้งออกใบรับจดแจ้งให้แล้วจึงจะผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอางนั้นได้

การจดทะเบียนและการออกใบรับจดทะเบียนตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

ผู้จดทะเบียนตามวรรคหนึ่งต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการผลิต นำเข้า หรือการรับจ้างผลิตเครื่องสำอางที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดตามมาตรา ๖ (๕) (๖) (๗) และ (๘)

มาตรา ๑๕ ใบรับจดทะเบียนให้มีอายุสามปีนับแต่วันที่ออกใบรับจดทะเบียน

ในกรณีที่ผู้จดทะเบียนประสงค์จะขอต่ออายุใบรับจดทะเบียน ให้ยื่นคำขอก่อนวันที่ใบรับจดทะเบียนสิ้นอายุ เมื่อได้ยื่นคำขอและชำระค่าธรรมเนียมการต่ออายุพร้อมกับการยื่นคำขอแล้ว ให้ใบรับจดทะเบียนนั้นใช้ได้ต่อไป จนกว่าผู้รับจดทะเบียนจะสั่งไม่ให้ต่ออายุใบรับจดทะเบียน

การขอต่ออายุใบรับจดทะเบียน ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด ผู้จดทะเบียนซึ่งใบรับจดทะเบียนของตนสิ้นอายุไม่เกินหนึ่งเดือน จะยื่นคำขอต่ออายุและขอผ่อนผัน โดยแสดงเหตุผลในการที่มิได้ยื่นคำขอต่ออายุภายในกำหนด พร้อมทั้งชำระค่าธรรมเนียมการต่ออายุก็ได้ แต่การขอผ่อนผันไม่เป็นเหตุให้พ้นผิดตามมาตรา ๖๔

มาตรา ๑๖ ผู้ซึ่งผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอางเพื่อเป็นตัวอย่าง เพื่อจัดนิทรรศการ หรือเพื่อใช้ในการศึกษา วิจัย หรือวิเคราะห์ทางวิชาการ ให้ได้รับยกเว้นไม่ต้องขอรับใบจดทะเบียนสำหรับเครื่องสำอาง ดังกล่าวตามมาตรา ๑๕

ผู้ได้รับการยกเว้นตามวรรคหนึ่งต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

มาตรา ๑๗ ให้ผู้รับจดทะเบียนมีคำสั่งไม่รับจดทะเบียนเครื่องสำอางที่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

(๑) เครื่องสำอางนั้นไม่ปลอดภัยในการใช้ตามมาตรา ๒๘

(๒) เครื่องสำอางนั้นใช้ชื่อไปในทำนองโอ้อวด ไม่สุภาพ หรืออาจทำให้เข้าใจผิดจากความจริง

(๓) เครื่องสำอางที่ใช้ชื่อไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทยหรือส่อไปในทางทำลายคุณค่าของภาษาไทย

มาตรา ๑๘ ถ้าใบรับจดทะเบียนชำรุด สูญหาย หรือถูกทำลายในสาระสำคัญ ให้ผู้จดทะเบียนยื่นคำขอรับใบแทนใบรับจดทะเบียนต่อผู้รับจดทะเบียนภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ทราบการชำรุด สูญหาย หรือถูกทำลาย

การขอรับใบแทนใบรับจดทะเบียนและการออกใบแทนใบรับจดทะเบียนตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

มาตรา ๑๙ ในกรณีที่ผู้จดทะเบียนประสงค์จะขอแก้ไขรายการในใบรับจดทะเบียน ให้ยื่นคำขอต่อผู้รับจดทะเบียน

การขอแก้ไขรายการตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

มาตรา ๒๐ ผู้จดทะเบียนรายใดประสงค์จะขอยกหนังสือรับรองเกี่ยวกับเครื่องสำอาง
ให้ยื่นคำขอต่อผู้รับจดทะเบียน

การยื่นคำขอและการออกหนังสือรับรองตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข
ที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

มาตรา ๒๑ การพิจารณาออกใบรับจดทะเบียนตามมาตรา ๑๙ การพิจารณาแก้ไขรายการ
ตามมาตรา ๑๙ และการออกหนังสือรับรองตามมาตรา ๒๐ ให้เลขาธิการโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ
มีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษากำหนดผู้เชี่ยวชาญ องค์กรผู้เชี่ยวชาญ หรือหน่วยงานทั้งในประเทศ
และต่างประเทศในการประเมินเอกสารทางวิชาการ การตรวจสอบสถานประกอบการ การตรวจสอบ
หรือตรวจวิเคราะห์เครื่องสำอาง และกำหนดอัตราค่าใช้จ่ายและวิธีการชำระค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ
ดังกล่าวได้ ทั้งนี้ ให้ผู้ยื่นคำขอเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

หมวด ๓
ฉลากเครื่องสำอาง

มาตรา ๒๒ ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้นำเข้าเพื่อขาย และผู้รับจ้างผลิตเครื่องสำอางต้องจัดทำฉลาก
ฉลากของเครื่องสำอางตามวรรคหนึ่ง จะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(๑) ใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริง ไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ
เกี่ยวกับเครื่องสำอาง และไม่ใช้ข้อความที่ขัดต่อศีลธรรม หรือวัฒนธรรมอันดีงามของไทย

(๒) ใช้ข้อความภาษาไทย และมีขนาดที่สามารถอ่านได้ชัดเจน และอาจมีภาษาต่างประเทศ
ด้วยก็ได้ สำหรับเครื่องสำอางที่นำเข้าเพื่อขายให้ได้รับยกเว้นไม่ต้องทำฉลากภาษาไทยที่ภาษาเนบรจุ
หรือทับทอนในขณะนำเข้าที่ด่านตรวจสอบเครื่องสำอาง แต่ต้องจัดทำฉลากเป็นภาษาไทยก่อนขาย

(๓) ต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

(ก) ชื่อเครื่องสำอางและชื่อทางการค้า

(ข) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต กรณีที่ผลิตในประเทศ ชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้า และชื่อผู้ผลิต
และประเทศที่ผลิต กรณีที่นำเข้า

(ค) ปริมาณ วิธีใช้ ข้อแนะนำ คำเตือน เตือน ปีที่ผลิตและที่หมดอายุ เลขที่หรืออักษร
แสดงครั้งที่ผลิต และชื่อของสารทุกชนิดที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิต

(ง) ข้อความอื่นเพื่อคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภค ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไข
ที่คณะกรรมการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

การกำหนดรายละเอียดตามวรรคสอง (๒) และ (๓) ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข
ที่คณะกรรมการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา ๒๓ ในกรณีที่ฉลากใดไม่เป็นไปตามมาตรา ๒๒ เลขานุการโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจสั่งให้ผู้จัดแจ้งเครื่องสำอางเล็กให้ฉลากดังกล่าวหรือดำเนินการแก้ไขฉลากนั้นให้ถูกต้อง

มาตรา ๒๔ ผู้จัดแจ้งผู้ใดสงสัยว่าฉลากของตนจะเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามมาตรา ๒๒ ผู้จัดแจ้งผู้นั้นอาจขอให้คณะกรรมการให้ความเห็นเกี่ยวกับฉลากที่ประสงค์จะใช้นั้นได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการจะต้องให้ความเห็นและแจ้งให้ผู้ขอทราบภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ให้ถือว่าคณะกรรมการให้ความเห็นชอบแล้ว

การยื่นคำขอและการให้ความเห็นตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

หมวด ๔ การควบคุมเครื่องสำอาง

มาตรา ๒๕ เมื่อมีประกาศตามมาตรา ๖ (๔) การนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอาง ต้องผ่านการตรวจสอบของพนักงานเจ้าหน้าที่ ณ ด่านตรวจสอบเครื่องสำอาง

มาตรา ๒๖ ผู้จัดแจ้งต้องผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอางให้ตรงตามที่ได้จัดแจ้งไว้

มาตรา ๒๗ ห้ามมิให้ผู้ใดผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย รับจ้างผลิตหรือขายเครื่องสำอางดังต่อไปนี้

- (๑) เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้
- (๒) เครื่องสำอางปลอม
- (๓) เครื่องสำอางผิดมาตรฐาน
- (๔) เครื่องสำอางที่รัฐมนตรีประกาศห้ามตามมาตรา ๖ (๑)
- (๕) เครื่องสำอางที่ถูกสั่งเพิกถอนใบรับจัดแจ้งตามมาตรา ๓๖ หรือมาตรา ๓๗

มาตรา ๒๘ เครื่องสำอางที่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ ให้ถือว่าเป็นเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้

- (๑) เครื่องสำอางที่ผลิตหรือใช้ภาชนะบรรจุไม่ถูกสุขลักษณะอันอาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้
- (๒) เครื่องสำอางที่มีสารอันสลายตัวได้รวมอยู่ด้วยและอาจทำให้เกิดเป็นพิษอันเป็นอันตรายต่อผู้ใช้

- (๓) เครื่องสำอางที่มีสิ่งนี้อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้เจือปนอยู่ด้วย
- (๔) เครื่องสำอางที่มีวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางตามมาตรา ๖ (๒)

มาตรา ๒๙ เครื่องสำอางที่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ ให้ถือว่าเป็นเครื่องสำอางปลอม

- (๑) เครื่องสำอางที่ใส่ฉลากแจ้งชื่อผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือแหล่งผลิตที่มีไม่ความจริง

(๒) เครื่องสำอางซึ่งมีสารสำคัญขาดหรือเกินกว่าร้อยละยี่สิบตามที่จัดแจ้งไว้ต่อผู้รับจดทะเบียนหรือตามที่ระบุไว้ในฉลาก

(๓) เครื่องสำอางที่ใช้วัตถุอย่างหนึ่งอย่างใดที่ทำเทียมขึ้นเป็นสารสำคัญของเครื่องสำอางนั้นหรือเป็นเครื่องสำอางที่ไม่มีสารสำคัญตามที่ได้จัดแจ้งไว้ต่อผู้รับจดทะเบียนหรือไม่มีสารสำคัญตามที่ระบุไว้ในฉลาก

(๔) เครื่องสำอางที่แสดงว่าเป็นเครื่องสำอางที่ได้จัดแจ้งไว้ซึ่งมิใช่ความจริง

มาตรา ๓๓๐ เครื่องสำอางซึ่งมีสารสำคัญขาดหรือเกินกว่าที่ได้จัดแจ้งไว้ต่อผู้รับจดทะเบียนหรือที่ระบุไว้ในฉลากเกินเกณฑ์ค่าคลาดเคลื่อนที่รัฐมนตรีกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา แต่ไม่ถึงขนาดตามที่กำหนดไว้ในมาตรา ๒๙ (๒) ให้ถือว่าเป็นเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน

มาตรา ๓๓๑ ในกรณีที่น่าสงสัยว่าผู้จดทะเบียนฝ่าฝืนมาตรา ๒๖ หรือไม่ปฏิบัติตามประกาศของรัฐมนตรีตามมาตรา ๖ (๕) (๖) (๗) หรือ (๘) ให้ผู้รับจดทะเบียนมีอำนาจสั่งให้ผู้นั้นระงับการกระทำที่ฝ่าฝืนหรือแก้ไขปรับปรุงหรือปฏิบัติให้ถูกต้องได้ และให้มีอำนาจประกาศการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามดังกล่าวให้ประชาชนทราบ เพื่อประโยชน์แก่การคุ้มครองผู้บริโภคได้ตามควรแก่กรณี

มาตรา ๓๓๒ ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องสำอางดังต่อไปนี้

(๑) เครื่องสำอางที่มีได้จัดแจ้งตามมาตรา ๑๙ วรรคหนึ่ง

(๒) เครื่องสำอางที่ไม่มีฉลากตามมาตรา ๒๒ วรรคหนึ่ง

(๓) เครื่องสำอางที่มีฉลากซึ่งไม่เป็นไปตามมาตรา ๒๒ วรรคสอง (๑)

(๔) เครื่องสำอางที่มีฉลากซึ่งไม่เป็นไปตามมาตรา ๒๒ วรรคสอง (๒) หรือ (๓)

(๕) เครื่องสำอางที่มีฉลากซึ่งเลขอาณัติการใช้ตามมาตรา ๒๓

(๖) เครื่องสำอางที่หมดอายุการใช้ตามที่แสดงไว้ในฉลาก

มาตรา ๓๓๓ ในกรณีที่มีความจำเป็นเพื่อคุ้มครองความปลอดภัยและอนามัยของบุคคลเลขอาณัติมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้จดทะเบียนดำเนินการดังต่อไปนี้

(๑) รายงานการดำเนินการเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่ตนได้ผลิตหรือนำเข้าต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

(๒) จัดส่งตัวอย่างของเครื่องสำอางที่ตนได้ผลิตหรือนำเข้าต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

มาตรา ๓๓๔ เมื่อมีการประกาศกำหนดให้วัตถุใดอาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางตามมาตรา ๖ (๓) ให้ถือว่าการใช้วัตถุดังกล่าวในเครื่องสำอางได้รับการยกเว้นไม่อยู่ภายใต้บังคับแห่งกฎหมายว่าด้วยยา กฎหมายว่าด้วยอาหาร กฎหมายว่าด้วยวัตถุอันตราย และกฎหมายว่าด้วยเครื่องมือแพทย์หรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

วัตถุใดที่มีการกำหนดเป็นวัตถุที่อาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางได้ตามมาตรา ๖ (๓) ถ้าต่อมาได้มีการประกาศให้วัตถุนั้นเป็นวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางตามมาตรา ๖ (๒) ประกาศดังกล่าวจะใช้บังคับได้ เมื่อพ้นกำหนดหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันที่ประกาศ เว้นแต่กรณีที่จะเป็นอันตรายร้ายแรงต่อผู้ใช้ จะมีการกำหนดให้ใช้บังคับโดยทันทีหรือมีการกำหนดให้ใช้บังคับน้อยกว่าระยะเวลาดังกล่าวก็ได้

มาตรา ๑๕๕ เพื่อประโยชน์ในการส่งออก ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าจะผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอางเพื่อการส่งออกโดยมีคุณภาพ มาตรฐาน ฉลาก หรือรายละเอียดอื่น ๆ ตามที่ผู้ส่งซื้อกำหนดก็ได้ แต่จะต้องจัดแจ้งรายละเอียดของเครื่องสำอางต่อผู้รับจัดแจ้ง และปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่เลขาธิการกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ห้ามมิให้ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเพื่อการส่งออกตามวรรคหนึ่งขายเครื่องสำอางตามวรรคหนึ่ง ในราชอาณาจักร

หมวด ๕

การเพิกถอนใบรับจัดแจ้งเครื่องสำอาง

มาตรา ๑๖๖ ผู้รับจัดแจ้งมีอำนาจสั่งเพิกถอนใบรับจัดแจ้งเครื่องสำอาง หากปรากฏว่า

(๑) เครื่องสำอางนั้นเป็นเครื่องสำอางที่รัฐมนตรีประกาศตามมาตรา ๖ (๑)

(๒) ผู้จัดแจ้งไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๒๖

มาตรา ๑๖๗ เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค ผู้รับจัดแจ้ง โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจสั่งเพิกถอนใบรับจัดแจ้งเครื่องสำอางได้ หากปรากฏว่า

(๑) ผู้จัดแจ้งไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด ในมาตรา ๑๕๔ วรรคสาม

(๒) เป็นเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ตามมาตรา ๒๘

(๓) เป็นเครื่องสำอางที่ผู้จัดแจ้งได้เปลี่ยนหรือเพิ่มเติมวัตถุประสงค์ในการใช้หรือคุณประโยชน์ของเครื่องสำอางเป็นยา อาหาร วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษ วัตถุอันตราย หรือเครื่องมือแพทย์

มาตรา ๑๖๘ คำสั่งเพิกถอนใบรับจัดแจ้งเครื่องสำอาง ให้ทำเป็นหนังสือแจ้งให้ผู้จัดแจ้งทราบ โดยให้ส่งหนังสือแจ้งไปยังสถานที่ระบุนิโบบใบรับจัดแจ้ง ตามวิธีการที่กำหนดไว้ในมาตรา ๑๖๔ หรือมาตรา ๕๖

มาตรา ๑๖๙ การแจ้งคำสั่งเพิกถอนใบรับจัดแจ้งเครื่องสำอางโดยวิธีให้บุคคลนำไปส่ง ถ้าผู้จัดแจ้งไม่ยอมรับหรือในขณะที่นำไปส่งไม่พบผู้จัดแจ้ง และหากได้ส่งให้กับบุคคลใดซึ่งบรรลุนิติภาวะที่อยู่หรือทำงานในสถานที่นั้น หรือในกรณีที่ผู้นั้นไม่ยอมรับ หากได้วางหนังสือนั้นหรือปิดหนังสือนั้นไว้ในที่ซึ่งเห็นได้ง่าย ณ สถานที่นั้นต่อหน้าพนักงานเจ้าหน้าที่ที่ไปเป็นพยาน ก็ให้ถือว่าได้รับแจ้งแล้ว

มาตรา ๕๖ การแจ้งคำสั่งเพิกถอนใบรับจดทะเบียนเครื่องสำอางโดยวิธีส่งทางไปรษณีย์ตอบรับให้ถือว่าได้รับแจ้งเมื่อครบกำหนดเจ็ดวันนับแต่วันส่ง เว้นแต่จะมีการพิสูจน์ได้ว่าไม่มีการได้รับหรือได้รับก่อนหรือหลังจากวันนั้น

หมวด ๖
การโฆษณา

มาตรา ๕๗ การโฆษณาเครื่องสำอางต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวข้องกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือลักษณะของเครื่องสำอาง

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(๑) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(๒) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างถึงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม

(๓) ข้อความที่แสดงสรรพคุณที่เป็นการรักษาโรคหรือที่มีใ้จุดมุ่งหมายเป็นเครื่องสำอาง

(๔) ข้อความที่ทำให้เข้าใจว่ามีสรรพคุณบำรุงงาม

(๕) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(๖) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(๗) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตามวรรคสอง (๑)

มาตรา ๕๘ การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกายหรือจิตใจ หรือขัดต่อศีลธรรมอันดีงามของประชาชน หรืออันอาจก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้บริโภค

มาตรา ๕๙ ในกรณีที่เลขาธิการเห็นว่าเครื่องสำอางใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค ให้เลขาธิการโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้จดทะเบียนหรือผู้ทำการโฆษณาดำเนินการ ดังต่อไปนี้

(๑) กำหนดให้การโฆษณานั้นต้องกระทำไปพร้อมกับคำแนะนำหรือคำเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้หรืออันตราย ตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการกำหนด ทั้งนี้ โดยคณะกรรมการจะกำหนดเงื่อนไขให้แตกต่างกันสำหรับการโฆษณาที่ใส่สื่อโฆษณาต่างกันได้

(๒) จำกัดการใช้สื่อโฆษณาสำหรับเครื่องสำอางนั้น

(๓) ห้ามการโฆษณาเครื่องสำอางนั้น

ความใน (๒) และ (๓)ให้นำมาใช้บังคับแก่การโฆษณาที่เลขาธิการเห็นว่าขัดต่อศีลธรรมหรือวัฒนธรรมของชาติด้วย

มาตรา ๔๔ ในกรณีที่เลขาธิการเห็นว่าการโฆษณาฝ่าฝืนมาตรา ๔๑ หรือมาตรา ๔๒ ให้เลขาธิการโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาดำเนินการดังต่อไปนี้

(๑) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา

(๒) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา

(๓) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา

(๔) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด

ในการออกคำสั่งตาม (๑) ให้เลขาธิการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตในการกระทำของผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณา

มาตรา ๔๕ ในกรณีที่เลขาธิการมีเหตุอันควรสงสัยว่า ข้อความใดที่ใช้ในการโฆษณาเป็นเท็จหรือเกินความจริงตามมาตรา ๔๑ วรรคสอง (๑) ให้เลขาธิการมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงได้

ในกรณีที่ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาอ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโฆษณา ถ้าผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นความจริงตามที่กล่าวอ้าง ให้เลขาธิการโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจออกคำสั่งตามมาตรา ๔๔ ได้

มาตรา ๔๖ ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาเครื่องสำอางซึ่งสงสัยว่าการโฆษณาของตนจะเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ อาจขอให้คณะกรรมการให้ความเห็นในเรื่องนั้นก่อนทำการโฆษณาได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการจะต้องให้ความเห็นและแจ้งให้ผู้ขอทราบภายในหกสิบวันนับแต่วันที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ให้ถือว่าคณะกรรมการให้ความเห็นชอบแล้ว

การยื่นคำขอและการให้ความเห็นตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

การให้ความเห็นของคณะกรรมการตามวรรคหนึ่งไม่ถือว่าเป็นการตัดอำนาจของคณะกรรมการที่จะพิจารณาวินิจฉัยใหม่เป็นอย่างอื่นเมื่อมีเหตุอันสมควร

การใดที่ได้กระทำไปตามความเห็นของคณะกรรมการ หรือที่ให้ถือว่าคณะกรรมการให้ความเห็นชอบแล้ว ตามวรรคหนึ่งและวรรคสาม มิให้ถือว่าการกระทำนั้นเป็นความผิดทางอาญา

หมวด ๗
พนักงานเจ้าหน้าที่

มาตรา ๔๗ เพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจดังต่อไปนี้

(๑) เข้าไปในสถานที่ผลิต สถานที่นำเข้า สถานที่เก็บ หรือสถานที่ขายเครื่องสำอาง ในเวลาทำการของสถานที่นั้น หรือเข้าไปในยานพาหนะที่บรรทุกเครื่องสำอาง ทั้งนี้ เพื่อตรวจสอบหรือควบคุมให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้

(๒) นำเครื่องสำอางหรือวัตถุที่สงสัยว่าเป็นเครื่องสำอางซึ่งไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ ในปริมาณพอสมควรไปเป็นตัวอย่างเพื่อตรวจสอบหรือวิเคราะห์

(๓) ในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยว่ามีการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ อาจเข้าไปในสถานที่หรือยานพาหนะใด ๆ เพื่อ ตรวจสอบ ค้น บัด อาศัยเครื่องสำอาง เครื่องมือเครื่องใช้ ภาชนะบรรจุ หีบห่อ ฉลาก เอกสาร หรือสิ่งใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกันกับเครื่องสำอางดังกล่าวซึ่งสงสัยว่าจะใช้ในการกระทำความผิด หรือน่าจะเกี่ยวข้องกับการกระทำความผิด

(๔) มีหนังสือเรียกให้บุคคลใด ๆ มาให้ถ้อยคำ หรือส่งเอกสารหรือหลักฐานที่จำเป็น เพื่อประกอบการพิจารณาของพนักงานเจ้าหน้าที่

ในการปฏิบัติหน้าที่ตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องอำนวยความสะดวกตามสมควร

การปฏิบัติหน้าที่ตาม (๓) ต้องมีหมายค้น เว้นแต่มีเหตุอันควรเชื่อว่า หากไม่นับเข้าก็จะเอาหมายค้นมาได้จะมีการยึดย้าย ซุกซ่อน ทำให้เปลี่ยนแปลงสภาพไปจากเดิม หรือทำลายหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิด ให้ทำการค้นได้โดยไม่ต้องมีหมายค้น แต่ต้องปฏิบัติตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาว่าด้วยการค้น

มาตรา ๔๘ ในกรณีที่ปรากฏต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ว่ามีการกระทำความผิดตามมาตรา ๑๔ วรรคหนึ่ง มาตรา ๒๖ มาตรา ๒๗ หรือมาตรา ๓๒ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่โดยได้รับอนุมัติจากเลขาธิการ มีอำนาจสั่งให้ผู้จัดแจ้ง ผู้ขาย หรือผู้ครอบครองเครื่องสำอางดังกล่าว เรียกเก็บคืนและทำลายเครื่องสำอางนั้น หรือส่งมอบเครื่องสำอางนั้นให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่ภายในระยะเวลาที่พนักงานเจ้าหน้าที่กำหนด หรือในกรณีที่มีความจำเป็น ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการจัดเก็บได้ โดยให้ผู้จัดแจ้ง ผู้ขาย หรือผู้ครอบครองเครื่องสำอางเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินการดังกล่าว ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

มาตรา ๔๙ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ค้น บันทึกรายละเอียดแห่งการค้นและบัญชีรายละเอียดสิ่งของที่ค้น บัด หรืออายัด

บันทึกการค้นและบัญชีตามวรรคหนึ่ง ให้อ่านให้ผู้ครอบครองสถานที่หรือยานพาหนะ บุคคลที่ทำงานในสถานที่หรือยานพาหนะนั้น หรือยานพืง แล้วแต่กรณี และให้บุคคลนั้นลงลายมือชื่อรับรองไว้ ถ้าไม่ยอมลงลายมือชื่อรับรอง ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ค้นบันทึกไว้และให้ส่งบันทึก บัญชี และสิ่งของที่ยึดไปยังสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาโดยรีบด่วน

มาตรา ๕๖ สิ่งของที่ยึดหรืออายัดไว้ตามพระราชบัญญัตินี้ให้ตกเป็นของกระทรวงสาธารณสุขเพื่อจัดการตามระเบียบที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด เมื่อปรากฏว่า

(๑) ไม่ปรากฏเจ้าของ หรือไม่มีผู้มาแสดงตัวเป็นเจ้าของหรือผู้ครอบครองภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่ได้อัดหรืออายัด

(๒) ในกรณีที่ไม่มีการดำเนินคดีและผู้เป็นเจ้าของหรือผู้ครอบครองมิได้ร้องขอคืนภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่ได้รับแจ้งคำสั่งว่าไม่มีการดำเนินคดี

(๓) ในกรณีที่มีการดำเนินคดีและพนักงานอัยการสั่งเด็ดขาดไม่ฟ้องคดี หรือศาลไม่ได้พิพากษาให้ปรับ และผู้เป็นเจ้าของหรือผู้ครอบครองมิได้ร้องขอคืนภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่ทราบคำสั่งเด็ดขาดไม่ฟ้องคดี หรือวันที่ศาลมีคำพิพากษาถึงที่สุด แล้วแต่กรณี

มาตรา ๕๖ ในกรณีที่สิ่งของที่ยึดหรืออายัดไว้ตามพระราชบัญญัตินี้เป็นของเสียง่ายหรือเป็นของที่ใกล้จะหมดอายุการใช้งานตามที่กำหนดไว้ หรือในกรณีที่เก็บไว้จะเป็นการเสี่ยงต่อความเสียหายหรือจะเสียค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาเกินค่าของสิ่งนั้น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจะจัดการขายทอดตลาดสิ่งนั้นก่อนคดีถึงที่สุด หรือก่อนที่สิ่งนั้นจะตกเป็นของกระทรวงสาธารณสุขก็ได้ เงินค่าขายทอดตลาดสิ่งนั้นเมื่อหักค่าใช้จ่ายและค่าภาระติดพันทั้งปวงแล้วเหลือเงินจำนวนสุทธิเท่าใดให้ยึดไว้แทนสิ่งนั้นโดยฝากไว้กับธนาคารของรัฐ

การดำเนินการตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามระเบียบที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด

มาตรา ๕๖ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา ๔๗ (๑) (๒) หรือ (๓) ให้กระทำต่อหน้าผู้ครอบครองสถานที่หรือยานพาหนะ หรือถ้าเจ้าของหรือผู้ครอบครองไม่อยู่ในที่นั้น ก็ให้กระทำต่อหน้าบุคคลอื่นอย่างน้อยสองคน ซึ่งพนักงานเจ้าหน้าที่ได้ร้องขอมาเป็นพยาน

สิ่งของใดที่ได้ยึดหรืออายัด ต้องให้ผู้ครอบครองสถานที่หรือยานพาหนะ บุคคลที่ทำงานในสถานที่หรือยานพาหนะนั้น หรือยานพาหนะ แล้วแต่กรณี เพื่อให้รับรองว่าถูกต้อง ถ้าบุคคลดังกล่าวนั้นรับรองหรือไม่ยอมรับรอง ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติหน้าที่บันทึกไว้

สิ่งของที่ยึดหรืออายัดได้ ให้ห่อหรือบรรจุหีบห่อตราไว้ หรือให้ทำเครื่องหมายไว้เป็นสำคัญ

มาตรา ๕๖ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่เป็นเจ้าพนักงานตามประมวลกฎหมายอาญา

ในกรณีมีเหตุอันสมควร เลขานุการอาจสั่งให้พนักงานเจ้าหน้าที่เข้าดำเนินการสอบสวนร่วมกับพนักงานสอบสวนได้ตามระเบียบที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดโดยความเห็นชอบของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

ในการนี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ดังกล่าวมีฐานะเป็นพนักงานสอบสวนตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

มาตรา ๕๔ ในการปฏิบัติหน้าที่ พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแต่งบัตรประจำตัวต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง บัตรประจำตัวพนักงานเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปตามแบบที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

มาตรา ๕๕ ให้เลขาธิการโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ มีอำนาจประกาศผล การตรวจสอบหรือวิเคราะห์เครื่องสำอาง หรือวัตถุที่สงสัยว่าเป็นเครื่องสำอางที่ไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ ที่นำไปตรวจสอบหรือวิเคราะห์ตามมาตรา ๕๓ (๒) ให้ประชาชนทราบ เพื่อประโยชน์แก่การคุ้มครองผู้บริโภคได้ ทั้งนี้ จะต้องให้เจ้าของเครื่องสำอางมีโอกาสชี้แจง ได้แย้ง และแสดงพยานหลักฐาน ตามควรแก่กรณี

หมวด ๘

การอุทธรณ์

มาตรา ๕๖ ในกรณีผู้รับจดทะเบียนไม่ออกใบรับจดทะเบียนหรือไม่ต่ออายุใบรับจดทะเบียน ผู้ขอจดทะเบียน หรือผู้จดทะเบียนซึ่งขอต่ออายุใบรับจดทะเบียนมีสิทธิอุทธรณ์คำสั่งดังกล่าวเป็นหนังสือต่อรัฐมนตรีภายในสามสิบวัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งการไม่ออกใบรับจดทะเบียนหรือการไม่ต่ออายุใบรับจดทะเบียน แล้วแต่กรณี

คำวินิจฉัยของรัฐมนตรีให้เป็นที่สุด

ในระหว่างการพิจารณาอุทธรณ์คำสั่งไม่ต่ออายุใบรับจดทะเบียน ก่อนที่รัฐมนตรีจะมีคำวินิจฉัยอุทธรณ์ ตามวรรคสอง รัฐมนตรีมีอำนาจสั่งอนุญาตให้ประกอบกิจการไปพลางก่อนได้เมื่อมีคำขอของผู้อุทธรณ์

มาตรา ๕๗ ผู้จดทะเบียนซึ่งถูกเพิกถอนใบรับจดทะเบียนมีสิทธิอุทธรณ์เป็นหนังสือต่อรัฐมนตรี ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ทราบคำสั่งเพิกถอนใบรับจดทะเบียนตามมาตรา ๓๕

คำวินิจฉัยของรัฐมนตรีให้เป็นที่สุด

การอุทธรณ์ตามวรรคหนึ่งไม่เป็นเหตุให้หยุดการบังคับตามคำสั่งเพิกถอนใบรับจดทะเบียน

มาตรา ๕๘ ในกรณีที่ผู้ได้รับคำสั่งของเลขาธิการตามมาตรา ๒๓ มาตรา ๓๓ มาตรา ๔๓ มาตรา ๔๔ หรือมาตรา ๕๕ ไม่พอใจคำสั่งดังกล่าว ให้มีสิทธิอุทธรณ์เป็นหนังสือต่อรัฐมนตรีภายในสามสิบวัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้งคำสั่ง

คำวินิจฉัยของรัฐมนตรีให้เป็นที่สุด

การอุทธรณ์ตามวรรคหนึ่งไม่เป็นเหตุให้หยุดการบังคับตามคำสั่งของเลขาธิการ

มาตรา ๕๙ การพิจารณาอุทธรณ์ตามมาตรา ๕๖ มาตรา ๕๗ และมาตรา ๕๘ ให้รัฐมนตรี พิจารณาอุทธรณ์ให้แล้วเสร็จภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่รับคำอุทธรณ์ ถ้ามีเหตุจำเป็นไม่อาจพิจารณา ให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาดังกล่าว ให้มีหนังสือแจ้งให้ผู้อุทธรณ์ทราบก่อนครบกำหนดระยะเวลานั้น ในการนี้ ให้ขยายระยะเวลาพิจารณาอุทธรณ์ออกไปได้ไม่เกินเก้าสิบวันนับแต่วันที่ครบกำหนดระยะเวลาดังกล่าว

หมวด ๙
บทกำหนดโทษ

มาตรา ๖๐ ผู้ใดผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือรับจ้างผลิตเครื่องสำอางอันเป็นการฝ่าฝืนประกาศที่รัฐมนตรีออกตามมาตรา ๖ (๑) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดขายเครื่องสำอางอันเป็นการฝ่าฝืนประกาศที่รัฐมนตรีออกตามมาตรา ๖ (๑) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๖๑ ผู้ใดไม่มาให้ล้อยคำ หรือไม่ส่งเอกสาร หรือวัตถุตามที่คณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการสั่งตามมาตรา ๑๓ หรือตามที่พนักงานเจ้าหน้าที่มีคำสั่งตามมาตรา ๑๗ (๔) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๖๒ ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๑๔ วรรคหนึ่ง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๖๓ ผู้จัดแจ้งผู้ใดไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขตามมาตรา ๑๔ วรรคสาม ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท

มาตรา ๖๔ ผู้จัดแจ้งผู้ใดยื่นคำขอต่ออายุใบรับจัดแจ้งภายหลังที่ใบรับจัดแจ้งสิ้นอายุ แต่ภายในเวลาที่กำหนดตามมาตรา ๑๕ วรรคสี่ ต้องระวางโทษปรับรายวัน วันละห้าร้อยบาท ตลอดเวลาที่ยังไม่ยื่นคำขอต่ออายุใบรับจัดแจ้ง

มาตรา ๖๕ ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๑๖ วรรคสอง ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท

มาตรา ๖๖ ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๑๘ วรรคหนึ่ง ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งพันบาท

มาตรา ๖๗ ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้นำเข้าเพื่อขาย หรือผู้รับจ้างผลิตเครื่องสำอางซึ่งไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๒๒ วรรคหนึ่ง หรือใช้ฉลากที่ไม่เป็นไปตามมาตรา ๒๒ วรรคสอง (๑) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดขายเครื่องสำอางโดยไม่ใช้ฉลากตามมาตรา ๒๒ วรรคหนึ่ง อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา ๓๒ (๒) หรือขายเครื่องสำอางซึ่งใช้ฉลากที่ไม่เป็นไปตามมาตรา ๒๒ วรรคสอง (๑) อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา ๓๒ (๓) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๖๘ ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้นำเข้าเพื่อขาย หรือผู้รับจ้างผลิตเครื่องสำอางซึ่งใช้ฉลากที่ไม่เป็นไปตามมาตรา ๒๒ วรรคสอง (๒) หรือ (๓) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดขายเครื่องสำอางซึ่งใช้ฉลากที่ไม่เป็นไปตามมาตรา ๒๒ วรรคสอง (๒) หรือ (๓) อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา ๓๒ (๔) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๖๔ ผู้จัดแจ้งซึ่งใช้รถลากที่เลขอาธิการสิ่งเล็กใช้ตามมาตรา ๒๓ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดขายเครื่องสำอางอันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา ๓๒ (๕) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๗๐ ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๒๕ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาท

มาตรา ๗๑ ผู้จัดแจ้งผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๒๖ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาท

มาตรา ๗๒ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๗ (๑) ผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือรับจ้างผลิตเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ตามมาตรา ๒๘ (๑) หรือ (๒) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๗ (๑) ขายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ตามมาตรา ๒๘ (๑) หรือ (๒) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๗๓ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๗ (๑) ผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือรับจ้างผลิตเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ตามมาตรา ๒๘ (๓) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๗ (๑) ขายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ตามมาตรา ๒๘ (๓) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๗๔ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๗ (๑) ผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือรับจ้างผลิตเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ตามมาตรา ๒๘ (๔) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินห้าแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๗ (๑) ขายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ตามมาตรา ๒๘ (๔) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินสามแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๗๕ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๗ (๒) ผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือรับจ้างผลิตเครื่องสำอางปลอมตามมาตรา ๒๔ (๑) หรือ (๒) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๗ (๒) ขายเครื่องสำอางปลอมตามมาตรา ๒๔ (๑) หรือ (๒) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๗๖ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๗ (๒) ผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือรับจ้างผลิตเครื่องสำอางปลอมตามมาตรา ๒๔ (๓) หรือ (๔) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๗ (๒) ขายเครื่องสำอางปลอมตามมาตรา ๒๔ (๓) หรือ (๔) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๘๗ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๗ (๓) ผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือรับจ้างผลิตเครื่องสำอางผิดมาตรฐานตามมาตรา ๓๐ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสี่หมื่นบาท

ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๗ (๓) ขายเครื่องสำอางผิดมาตรฐานตามมาตรา ๓๐ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท

มาตรา ๘๘ ผู้ใดขายเครื่องสำอางที่มีได้จดทะเบียนเป็นการฝ่าฝืนมาตรา ๓๒ (๑) ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาท

ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำของผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้นำเข้าเพื่อขาย หรือผู้รับจ้างผลิตเครื่องสำอาง ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองเดือน หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๘๙ ผู้ใดขายเครื่องสำอางที่หมดอายุการใช้ อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา ๓๒ (๖) ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท

ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำของผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้นำเข้าเพื่อขาย หรือผู้รับจ้างผลิตเครื่องสำอาง ผู้กระทำต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท

มาตรา ๙๐ ผู้จดทะเบียนผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของเลขานุการตามมาตรา ๓๓ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองเดือน หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๙๑ ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเพื่อการส่งออกซึ่งไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๓๕ วรรคหนึ่ง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเพื่อการส่งออกซึ่งฝ่าฝืนมาตรา ๓๕ วรรคสอง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๙๒ ผู้ใดผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือรับจ้างผลิตเครื่องสำอางที่ถูกเพิกถอนการจดทะเบียนตามมาตรา ๓๖ (๑) หรือมาตรา ๓๗ (๒) หรือ (๓) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี และปรับไม่เกินห้าแสนบาท

ผู้ใดขายเครื่องสำอางที่ถูกเพิกถอนการจดทะเบียนตามมาตรา ๓๖ (๑) หรือมาตรา ๓๗ (๒) หรือ (๓) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี และปรับไม่เกินสามแสนบาท

มาตรา ๙๓ ผู้ใดผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือรับจ้างผลิตเครื่องสำอางที่ถูกเพิกถอนการจดทะเบียนตามมาตรา ๓๖ (๒) หรือมาตรา ๓๗ (๑) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี และปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท

ผู้ใดขายเครื่องสำอางที่ถูกเพิกถอนการจดทะเบียนตามมาตรา ๓๖ (๒) หรือมาตรา ๓๗ (๑) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน และปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท

มาตรา ๙๔ ผู้ใดโฆษณาโดยไม่เป็นไปตามมาตรา ๔๑ หรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๔๒ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๘๕ ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของเลขาธิการตามมาตรา ๘๓ หรือมาตรา ๘๔ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๘๖ ผู้ใดไม่อำนวยความสะดวกตามสมควรแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา ๘๗ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๘๗ ผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของพนักงานเจ้าหน้าที่ที่สั่งตามมาตรา ๘๕ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๘๘ ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา ๘๔ หรือมาตรา ๘๕ เป็นความผิดต่อเนื่อง ผู้กระทำต้องระวางโทษปรับวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือยังไม่ปฏิบัติให้ถูกต้อง

มาตรา ๘๙ เมื่อศาลพิพากษาลงโทษผู้ใดเนื่องจากได้กระทำความผิดตามมาตรา ๑๙๔ วรรคหนึ่ง หรือมาตรา ๒๑๗ ให้ศาลสั่งริบเครื่องล่าอาชญากรรม ฎลาก และอุปกรณ์สำหรับใช้กับเครื่องล่าอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดเสียทั้งสิ้น เว้นแต่ทรัพย์สินดังกล่าวเป็นของผู้อื่นซึ่งมิได้รู้เห็นเป็นใจด้วยในการกระทำความผิด

ในกรณีที่ศาลสั่งให้ริบทรัพย์สินตามวรรคหนึ่งแล้ว หากปรากฏในภายหลังโดยคำร้องของเจ้าของแท้จริงว่าผู้เป็นเจ้าของแท้จริงมิได้รู้เห็นเป็นใจด้วยในการกระทำความผิด ให้ศาลสั่งให้คืนทรัพย์สินดังกล่าว ทั้งนี้เจ้าของแท้จริงนั้นต้องยื่นคำร้องต่อศาลภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่ศาลมีคำพิพากษาถึงที่สุด

ทรัพย์สินที่ศาลสั่งริบตามวรรคหนึ่ง ให้ตกเป็นของกระทรวงสาธารณสุขเพื่อทำลาย หรือจัดการตามที่เห็นสมควร

มาตรา ๙๐ บรรดาความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ที่มีโทษปรับสถานเดียวหรือเป็นความผิดที่มีโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี ให้เลขาธิการหรือผู้ซึ่งเลขาธิการมอบหมายมีอำนาจเปรียบเทียบได้ ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์การเปรียบเทียบที่คณะกรรมการกำหนด

เมื่อผู้ต้องหาได้ชำระเงินค่าปรับตามจำนวนที่เปรียบเทียบภายในสามสิบวันนับแต่วันที่มีการเปรียบเทียบแล้ว ให้ถือว่าคดีเลิกกันตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

ให้ผู้มีอำนาจเปรียบเทียบพิจารณาดำเนินการตามความเหมาะสมเกี่ยวกับทรัพย์สินที่อาจริบได้ตามกฎหมาย แต่ในกรณีดังต่อไปนี้ การเปรียบเทียบจะทำได้เฉพาะเมื่อ

(๑) สำหรับทรัพย์สินที่ทำหรือมีไว้เป็นความผิด เมื่อผู้ต้องหายินยอมให้ทรัพย์สินนั้นตกเป็นของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

(๒) สำหรับทรัพย์สินที่ได้มาโดยการกระทำความผิดและมีกฎหมายห้ามมิให้จำหน่ายจ่ายโอน ถ้าอาจแก้ไขให้ถูกต้องได้ เมื่อผู้ต้องหายินยอมและได้แก้ไขทรัพย์สินนั้นให้ถูกต้องแล้ว

(๓) สำหรับทรัพย์สินที่ได้มาโดยการกระทำความผิดและมีกฎหมายห้ามมิให้จำหน่ายจ่ายโอน ถ้าไม่อาจแก้ไขให้ถูกต้องได้ เมื่อผู้ต้องหายินยอม ให้ทรัพย์สินนั้นตกเป็นของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในการนี้จะกำหนดให้ผู้ต้องหาออกค่าใช้จ่ายในการทำลายของกลางนั้นด้วยก็ได้

บทเฉพาะกาล

มาตรา ๘๑ ในวาระเริ่มแรก ให้คณะกรรมการประกอบด้วยกรรมการโดยตำแหน่งตามมาตรา ๗ ยกเว้นคณบดีคณะเภสัชศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษา ปฏิบัติหน้าที่คณะกรรมการตามพระราชบัญญัตินี้ ไปพลางก่อน จนกว่าจะมีกรรมการที่มาจากคณบดีคณะเภสัชศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษา และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตามพระราชบัญญัตินี้ ทั้งนี้ ต้องไม่เกินหนึ่งร้อยยี่สิบวันนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

มาตรา ๘๒ คำขอแจ้งรายละเอียดเครื่องสำอางควบคุมที่ได้ยื่นไว้ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๓๕ และซึ่งอยู่ในระหว่างการพิจารณา ให้ถือว่าเป็นการขอจดแจ้งเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัตินี้ โดยอนุโลม และผู้รับจดแจ้งมีอำนาจสั่งให้ผู้ยื่นคำขอส่งเอกสารเพิ่มเติมแก่ผู้รับจดแจ้ง หรือแก้ไขเพิ่มเติม คำขอแจ้งรายละเอียดเครื่องสำอางควบคุมเท่าที่จำเป็นได้

มาตรา ๘๓ ใบรับแจ้งเครื่องสำอางควบคุมที่ออกตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๓๕ ก่อนวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ให้ถือว่าเป็นใบรับจดแจ้งตามพระราชบัญญัตินี้ และให้ใช้ได้ต่อไปอีกสามปี นับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

มาตรา ๘๔ บรรดากฎกระทรวง ระเบียบ หรือประกาศที่ออกตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๓๕ ที่ใช้บังคับอยู่ในวันก่อนวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ให้คงใช้บังคับได้ต่อไปเท่าที่ไม่ขัดหรือแย้ง กับบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้ จนกว่าจะมีกฎกระทรวง ระเบียบ หรือประกาศตามพระราชบัญญัตินี้ ใช้บังคับ

การดำเนินการออกกฎกระทรวง ระเบียบ หรือประกาศตามวรรคหนึ่งให้ดำเนินการให้แล้วเสร็จ ภายในสองปีนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ หากไม่สามารถดำเนินการได้ ให้รัฐมนตรีรายงานเหตุผล ที่ไม่อาจดำเนินการได้ต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อทราบ

ผู้รับสนองพระบรมราชโองการ
พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา
นายกรัฐมนตรี

อัตราค่าธรรมเนียม

(๑) ใบรับจดทะเบียนการผลิตเพื่อขาย	ฉบับละ	๕,๐๐๐ บาท
(๒) ใบรับจดทะเบียนนำเข้าเพื่อขาย	ฉบับละ	๕,๐๐๐ บาท
(๓) ใบรับจดทะเบียนรับจ้างผลิต	ฉบับละ	๕,๐๐๐ บาท
(๔) ใบแทนใบรับจดทะเบียน	ฉบับละ	๑,๐๐๐ บาท
(๕) ค่าขอจดทะเบียน	ฉบับละ	๕๐๐ บาท
(๖) ค่าขอแก้ไขรายการในใบรับจดทะเบียน	ครั้งละ	๕๐๐ บาท
(๗) หนังสือรับรองตามมาตรา ๒๐	ฉบับละ	๑,๐๐๐ บาท
(๘) การขอความเห็นตามมาตรา ๒๔	รายการละ	๑๐,๐๐๐ บาท
(๙) การขอความเห็นตามมาตรา ๔๖	เรื่องละ	๑๐,๐๐๐ บาท
(๑๐) การต่ออายุใบรับจดทะเบียนครั้งละเท่ากับค่าธรรมเนียมใบรับจดทะเบียนประเภทนั้น ๆ		
(๑๑) ค่าขออื่น ๆ	ฉบับละ	๑๐๐ บาท

หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ โดยที่พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๓๘ ได้ใช้บังคับมาเป็นเวลานานแล้ว บทบัญญัติบางประการไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน ประกอบกับประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนต้องเปลี่ยนแปลงระบบการกำกับดูแลเครื่องสำอางให้เป็นระบบเดียวกัน คือ ระบบการแจ้งรายละเอียดเครื่องสำอางก่อนที่จะผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอาง ในกรณีนี้จึงต้องปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยเครื่องสำอางให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและระบบดังกล่าวอันเป็นการสนับสนุนให้อุตสาหกรรมเครื่องสำอางของประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในระดับสากล นอกจากนี้ เพื่อเป็นการปรับปรุงมาตรการคุ้มครองความปลอดภัยของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ทั้งในด้านการห้ามผลิต นำเข้าหรือขายเครื่องสำอางบางประเภท การกำหนดวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในเครื่องสำอาง การกำหนดมาตรฐานของสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง ภาชนะบรรจุ การรายงานข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสำอาง มาตรการควบคุมฉลากและการโฆษณาเครื่องสำอาง และมาตรการควบคุมเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ เครื่องสำอางปลอม และเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน ให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค รวมทั้งปรับปรุงบทกำหนดโทษและอัตราค่าธรรมเนียมให้เหมาะสมยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

ภาคผนวก 2

ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง เรื่อง ฉลากของเครื่องสำอาง พ.ศ. 2562

ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง

เรื่อง ฉลากของเครื่องสำอาง

พ.ศ. ๒๕๖๒

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๒ วรรคสอง และวรรคสาม แห่งพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๕๘ คณะกรรมการเครื่องสำอางออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ฉลากของเครื่องสำอางที่ขายในประเทศต้องจัดหรือติดแสดงไว้ในที่เปิดเผย มองเห็น และอ่านได้ชัดเจนที่เครื่องสำอาง หรือภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อของภาชนะบรรจุเครื่องสำอาง และต้องระบุข้อความ ดังต่อไปนี้

(๑) ชื่อเครื่องสำอางและชื่อทางการค้าของเครื่องสำอาง ซึ่งต้องมีขนาดใหญ่กว่าข้อความอื่น

(๒) ประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง

(๓) ชื่อของสารทุกชนิดที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง ซึ่งจะต้องเป็นชื่อตามตำราที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนด และจะต้องเรียงลำดับตามปริมาณของสารจากมากไปหาน้อย

กรณีสีที่อาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง หรือสารที่มีความเข้มข้นน้อยกว่าร้อยละ ๑ ไม่จำเป็นต้องเรียงลำดับ แต่ให้ชื่อสารเหล่านั้นอยู่ถัดจากสารที่มีความเข้มข้นมากกว่าร้อยละ ๑

(๔) วิธีใช้

(๕) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต กรณีเป็นเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศ ชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้า และชื่อผู้ผลิตและประเทศที่ผลิต กรณีที่เป็นเครื่องสำอางนำเข้า

(๖) ปริมาณสุทธิ

(๗) เลขที่หรืออักษรแสดงครั้งที่ผลิต

(๘) เดือน ปี ที่ผลิต หรือ ปี เดือน ที่ผลิต

(๙) เดือน ปี ที่หมดอายุ หรือ ปี เดือน ที่หมดอายุ หรือข้อความอื่นที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน สำหรับเครื่องสำอางที่มีอายุการใช้งานน้อยกว่า ๓๐ เดือน หรือเครื่องสำอางตามบัญชีแนบท้ายประกาศนี้

(๑๐) คำเตือนเกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้นต่ออนามัยของบุคคลตามประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอางว่าด้วยเรื่องคำเตือน หรือข้อความเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค (ถ้ามี)

(๑๑) เลขที่ใบรับจดแจ้ง ตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนด

ข้อ ๒ ฉลากของเครื่องสำอางที่ขายในประเทศต้องใช้ข้อความภาษาไทย และมีขนาดที่สามารถอ่านได้ชัดเจน อาจมีข้อความอื่นหรือมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ ยกเว้นชื่อของสารที่ใช้เป็นส่วนผสม

ในการผลิตเครื่องสำอาง อาจใช้ภาษาไทย หรือเขียนภาษาไทยทับศัพท์ภาษาอังกฤษ หรือใช้ภาษาอังกฤษ อย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้

ในกรณีที่มีการใช้สารอนุภาค nano เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง ให้ระบุข้อความ “(nano)” ข้างท้ายชื่อสาร

ข้อ ๓ ในกรณีของเครื่องสำอางที่ขายในประเทศที่มีภาชนะบรรจุขนาดเล็ก และมีพื้นที่ในการแสดงฉลากน้อยกว่า ๒๐ ตารางเซนติเมตร อย่างน้อยต้องแสดงข้อความตามข้อ ๓ (๑) (๗) (๘) (๙) และ (๑๑)

สำหรับข้อความตามข้อ ๓ นอกจากที่กำหนดไว้ตามวรรคหนึ่ง ให้แสดงไว้ที่ใบแพคเกจหรือเอกสารหรือคู่มือที่ใช้ประกอบเครื่องสำอางนั้นด้วย

ข้อ ๔ ให้เครื่องสำอางซึ่งนำเข้ามาเพื่อขาย ได้รับการยกเว้นไม่ต้องทำฉลากเป็นภาษาไทย ที่ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อ ในขณะที่นำเข้าที่ด่านตรวจสอบเครื่องสำอาง แต่ต้องจัดทำฉลากเป็นภาษาไทย ภายใน ๓๐ วัน นับแต่พนักงานเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องได้ตรวจปล่อยให้นำเข้าแล้ว

ข้อ ๕ ฉลากของเครื่องสำอางที่ผลิตเฉพาะเพื่อการส่งออก ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของประเทศคู่ค้า

ข้อ ๖ ฉลากของเครื่องสำอางที่ขายในประเทศต้องมีข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย ตรา หรือเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายการค้าจดทะเบียน ไม่ว่าจะ เป็นภาษาใด ที่ปรากฏในฉลาก ต้อง

(๑) ไม่เป็นเท็จหรือหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ หรือไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ

(๒) ไม่แสดงถึงชื่อเครื่องสำอาง ส่วนประกอบของเครื่องสำอาง อัตราส่วนของเครื่องสำอาง ปริมาณของเครื่องสำอาง หรือแสดงถึงสรรพคุณของเครื่องสำอางอันเป็นเท็จหรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ หรือทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ

(๓) ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุตามข้อความ ชื่อ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมายหรือ เครื่องหมายการค้าดังกล่าวผสมอยู่ในเครื่องสำอางโดยที่ไม่มีวัตถุนั้นผสมอยู่ หรือมีส่วนผสมอยู่ในปริมาณที่ไม่อาจแสดงสรรพคุณตามข้อความที่กล่าวอ้าง

(๔) ไม่ฟ้องเสียง ฟ้องรูป กับคำหรือข้อความที่สื่อถึงคุณประโยชน์ คุณภาพ สรรพคุณ อันเป็นการโอ้อวด หรือเกินเท็จ หรือเกินจริง หรือหลอกลวงทำให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

(๕) ไม่ขัดกับวัฒนธรรมและศีลธรรมอันดีงามของไทยหรือส่อไปในทางทำลายคุณค่าของภาษาไทย ไม่ส่งเสริมหรืออาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง ความแตกแยก หรือผลกระทบในเชิงลบทั้งทางตรง หรือทางอ้อมต่อสังคม วัฒนธรรม ศีลธรรม ประเพณี หรือพฤติกรรมที่เกี่ยวกับเพศ ภาษา และความรุนแรง

ข้อ ๗ ให้ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเครื่องสำอางที่ได้จัดทำฉลากไว้ก่อนวันที่ประกาศฉบับนี้ใช้บังคับทำการแก้ไขฉลากให้ถูกต้องตามประกาศฉบับนี้ และให้ใช้ฉลากเดิมที่เหลืออยู่ต่อไป แต่ไม่เกินหนึ่งปี นับแต่วันที่ประกาศฉบับนี้มีผลบังคับ

ข้อ ๘ ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๑๔ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒
พิศิษฐ์ ศรีประเสริฐ
รองปลัดกระทรวงสาธารณสุข
หัวหน้ากลุ่มภารกิจด้านสนับสนุนงานบริการสุขภาพ
ประธานกรรมการเครื่องสำอาง

บัญชีแนบท้ายประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง เรื่อง ฉลากของเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๖๒

ลำดับ	เครื่องสำอางที่ต้องแสดงวันหมดอายุที่ฉลาก
๑	เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของ Hydrogen peroxide
๒	เครื่องสำอางป้องกันแสงแดดที่มีส่วนผสมของ Avobenzone

