

ปัญหากฎหมายตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2558¹

ญาณิ สีฟ้า²

ในยุคปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องสำอางกลายเป็นหนึ่งในภาคธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศไทย เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การเติบโตของธุรกิจนี้กลับตามมาด้วยปัญหาทางกฎหมายที่ซับซ้อนและท้าทายโดยเฉพาะในเรื่องของการจดทะเบียนเครื่องสำอางอย่างไม่ถูกต้อง การโฆษณาเกินความเป็นจริง และการผลิตหรือจำหน่ายเครื่องสำอางปลอม ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของผู้บริโภคและสร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์ของตลาดสินค้าไทยโดยรวม ในปัจจุบันผู้หญิงไทยจำนวนมากมีค่านิยมเรื่องของความสวยความงามและผิวขาวผู้หญิงไทยจำนวนมากมีความใฝ่ฝันที่จะมีผิวขาวจนถึงผิวขาวอมชมพูเกิดค่านิยมผู้หญิงที่มีผิวขาวคือผู้หญิงสวยทำให้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นครีมโลชั่นอาหารเสริมที่ผลิตออกมาแล้วโฆษณาว่าช่วยทำให้ผิวขาวใส มียอดขายเพิ่มขึ้นหลายปีติดต่อกันส่วนหนึ่งของค่านิยมผิวขาวอาจมาจากการเข้ามาของวัฒนธรรมต่างชาติ การใช้ดารานักแสดงต่างชาติดารานักแสดงของไทยที่มีผิวขาวมาเป็นนางแบบโฆษณาตลอดจนละครกรรหลอหลอมจากสื่อโฆษณาต่างๆ นอกจากนั้นยังมีคนอีกจำนวนไม่น้อยที่มีความเชื่อว่าผู้หญิงขาวคือผู้หญิงสวยมีชาติตระกูล เป็นผู้มีอันจะกินเป็นผู้ที่ไม่ต้องตากแดดทำงานหนัก ทำให้ค่านิยมผิวขาวนี้แพร่หลายมากขึ้นเรื่อยๆ ในสังคมวัยรุ่นในปัจจุบันจำนวนไม่น้อยต้องการมีผิวที่ขาวและต้องการเห็นผลไว ทั้งที่ความจริงแล้วสีผิวแต่ละคนล้วนมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น กรรมพันธุ์ งานอาชีพ อาหาร สุขภาพอนามัย สุขภาพจิตใจ แต่คนจำนวนไม่น้อยกลับไม่เข้าใจในเรื่องดังกล่าว ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหรือเครื่องสำอางเสริมความงามมากมายจึงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และมีการโฆษณาโดยนำเงินมาวางแสดงเป็นจำนวนมากและอ้างว่ารับประกันว่าขาวได้รวดเร็ว เป็นต้น สาเหตุที่ธุรกิจนี้เติบโตอย่างรวดเร็วเนื่องมาจาก ผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยหลงเชื่อคำโฆษณาว่า ขาวเร็ว ขาวไว อีกทั้งในปัจจุบันการซื้อขายเครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ได้กลายเป็นพฤติกรรมที่แพร่หลายอย่างรวดเร็วในสังคมไทย เนื่องจากความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และช่องทางการสื่อสารที่เปิดกว้าง เช่น เว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ (Lazada, Shopee) และโซเชียลมีเดีย (Facebook, TikTok, Instagram) ทำให้ทั้ง

¹ บทความนี้เรียบเรียงจากการค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัญหากฎหมายตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษา คือ รองศาสตราจารย์จุฑาพร วงศ์ทองสรรค์ คณะกรรมการสอบ คือ รองศาสตราจารย์ประเทือง ธนียผล และรองศาสตราจารย์จรล เล็งวิทยา

² นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดอำนาจเจริญ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้ประกอบการรายย่อยและผู้บริโภคมีโอกาสในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการได้อย่างคล่องตัว การเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดเครื่องสำอางออนไลน์กลับมาพร้อมกับปัญหาหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีเลขจดแจ้งจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) การโฆษณาเกินจริง หรือการขายสินค้าที่ลอกเลียนแบบและมีส่วนผสมของสารต้องห้ามซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ปัญหาเหล่านี้ส่งผลให้ผู้บริโภคขาดความมั่นใจในการซื้อสินค้าขาดการคุ้มครองสิทธิและอาจได้รับความเสียหายทั้งต่อสุขภาพและทรัพย์สิน ขณะเดียวกันผู้ประกอบการที่ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างถูกต้องกลับต้องเผชิญกับการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมจากผู้ค้าเถื่อนหรือผู้จำหน่ายสินค้าผิดกฎหมาย ซึ่งนำไปสู่การบิดเบือนกลไกตลาด และทำให้การบังคับใช้กฎหมายมีข้อจำกัด

ในปัจจุบันกฎหมายไทยยังไม่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดเครื่องสำอางออนไลน์ได้อย่างครอบคลุมและทันสมัย ทั้งในด้านเนื้อหา รูปแบบการบังคับใช้และความร่วมมือระหว่างภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทำให้ผู้บริโภคตกเป็นเหยื่อของสินค้าปลอม โฆษณาหลอกลวง และขาดกลไกการเยียวยาในเชิงกฎหมาย แม้ว่าพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 จะถูกตราขึ้นมาเพื่อควบคุมคุณภาพความปลอดภัยและความซื่อสัตย์ในการประกอบธุรกิจเครื่องสำอาง แต่ในทางปฏิบัติยังคงพบปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการจดทะเบียนที่ไม่ตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างเพียงพอ การปล่อยโฆษณาที่เกินจริงเผยแพร่โดยไม่มีการควบคุมอย่างเข้มงวด หรือการปราบปรามผู้ผลิตเครื่องสำอางปลอมที่ยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเด็ดขาด นอกจากนี้ยังมีข้อกังวลเกี่ยวกับบทลงโทษตามกฎหมาย ว่าเพียงพอหรือเหมาะสมหรือไม่ในการยับยั้งการกระทำผิดและยังมีคำถามเกี่ยวกับ บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคว่าดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ได้เต็มประสิทธิภาพเพียงใด ดังนั้น จะเห็นได้ว่างานวิจัยนี้จึงมีความจำเป็นในการศึกษาปัญหาเชิงโครงสร้างของกฎหมายเครื่องสำอาง และการบังคับใช้ในทางปฏิบัติ พร้อมทั้งวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริง เพื่อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงเชิงนโยบายและกฎหมายที่สามารถนำไปสู่การคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน ดังนี้

1.1 ประเด็นปัญหาประการแรก การโฆษณาเครื่องสำอางที่มีเนื้อหาหลอกลวงหรือเกินจริง การบังคับใช้กฎหมายพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 มาตรา 41 แต่การกำกับดูแลยังมีข้อจำกัดโดยเฉพาะในกรณีของผู้โฆษณาที่มีอิทธิพล (influencer) แต่ยังคงได้รับโทษน้อยจากการกระทำความผิด การโฆษณาเครื่องสำอางต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมตามบทลงโทษในพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 มาตรา 84 นั้นผู้ที่จะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายนี้มีเพียงมีความผิดเฉพาะเจ้าของผลิตภัณฑ์ เจ้าของแบรนด์ที่ต้องรับผิดชอบแต่ไม่รวมถึงดาราพรีเซ็นเตอร์หรืออินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งในปัจจุบันการโฆษณาได้เปลี่ยนไปโดยใช้ดาราพรีเซ็นเตอร์หรืออินฟลูเอนเซอร์รีวิว หรือโฆษณาผลิตภัณฑ์

สุขภาพทั้งในสื่อวิทยุ โทรทัศน์ ทำให้เกิดความเสียหายเป็นวงกว้างกว่าเดิม เพราะการซื้อเครื่องสำอางผ่านสื่อออนไลน์ในปัจจุบันเป็นที่นิยมสูงมากและเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้นเนื่องจากดารารหรือผู้มีชื่อเสียง คือ บุคคลสาธารณะที่ทำอะไรแล้วผู้คนจะให้ความเชื่อถือ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่อยู่ในวัยต้องการค้นหาตัวเองจึงทำให้ชื่นชมผู้มีชื่อเสียงได้ง่ายและทำตามดารารผู้มีชื่อเสียงได้ง่ายเช่นกัน

1.2 ประเด็นปัญหาประการที่สอง ปัญหาเกี่ยวกับการจดทะเบียนเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 มาตรา 14 การจดทะเบียนเครื่องสำอางในปัจจุบันไม่จำเป็นต้องส่งตัวอย่างเครื่องสำอางไปยังสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) แล้ว ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเครื่องสำอางสามารถดำเนินการจดทะเบียนได้โดยการยื่นเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องผ่านระบบออนไลน์ของ อย. การเปลี่ยนแปลงนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อลดขั้นตอนและความยุ่งยากในการจดทะเบียน รวมถึงอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการ แม้จะไม่ต้องส่งตัวอย่างแต่ผู้ประกอบการยังคงต้องรับผิดชอบในการผลิตและนำเข้าเครื่องสำอางที่ได้มาตรฐานและปลอดภัยตามที่กฎหมายกำหนด ผู้ประกอบการจะต้องยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องสำอางผ่านระบบออนไลน์ของ อย. พร้อมแนบเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ฉลาก และสูตรส่วนประกอบ อย. จะพิจารณาคำขอจดทะเบียนจากข้อมูลที่ได้รับ และหากพบว่าถูกต้องตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนด จะออกไปรับจดทะเบียนให้แก่ผู้ประกอบการ โดยไม่มีการตรวจตัวอย่างเครื่องสำอางที่ขอจดทะเบียนแต่อย่างใด จากสภาพปัญหาพบว่า ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเพียงแจ้งจดทะเบียนเพื่อให้ผ่านมาตรฐานของ อย. เท่านั้น แต่ในความจริงจะผลิตตรงตามที่ผู้จะผลิตหรือผู้นำเข้าเครื่องสำอางมาเพื่อขายต้องจดทะเบียนรายละเอียดของเครื่องสำอางนั้นต่อเลขานุการคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) หรือไม่นั้น ต้องรอให้เกิดความเสียหายกับผู้ใช้เครื่องสำอางนั้นเสียก่อน

1.3 ประเด็นปัญหาประการที่สาม ความเสียหายจากการใช้ผลิตภัณฑ์ปลอมและการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ปลอมเกิดจากผู้บริโภคเข้าใจผิดหลงใช้ของปลอมจึงทำให้เกิดความเสียหายทั้งร่างกายและจิตใจพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 มาตรา 27 (2) กรณีปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วในสังคม เช่น ตัวอย่างกรณีเครื่องสำอางปลอมวันที่ 18 มีนาคม 2565 กองผู้บริหารการสอบสวนตำรวจกลาง ได้ทลายแหล่งจำหน่ายเครื่องสำอางปลอมเคาน์เตอร์แบรนด์ดังหลายยี่ห้อพบของกลางโดยเฉพาะอย่างยิ่งโดยลงขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ตรวจค้นผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่สุด 18 ยี่ห้อดัง มูลค่ากว่า 70,000,000 บาท และวันที่ 17 มกราคม 2567 กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง ได้แถลงผลการปฏิบัติกรณีทลายแหล่งผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางปลอมตรวจยึดของกลาง 90 รายการ มูลค่ากว่า 3,000,000 บาท จะเห็นได้ว่าความเสียหายที่เกิดขึ้นเมื่อเทียบกับบทลงโทษที่มีไม่สัมพันธ์กัน เนื่องจากมูลค่าความเสียหายนั้นสูงมาก ๆ สืบเนื่องจากปัจจุบัน พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มีความหลากหลาย และเป็นช่องทางอันดับต้นๆ ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่ม

ผู้บริโภคยุคใหม่ จึงทำให้ปัญหาการแพร่ระบาดของเครื่องสำอางปลอมไม่มีเลขที่ใบรับจดแจ้งและไม่ได้มาตรฐานในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

จากสภาพปัญหากฎหมายตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พุทธศักราช 2558 ที่ว่าด้วยเรื่องการโฆษณาเครื่องสำอางที่มีเนื้อหาหลอกลวงหรือเกินจริง ตามมาตรา 41 ปัญหาเกี่ยวกับการจดแจ้ง ตามมาตรา 14 และความเสียหายจากการใช้ผลิตภัณฑ์ปลอม และการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ปลอม เกิดจากผู้บริโภคเข้าใจผิด หลงใหลของปลอมจึงทำให้เกิดความเสียหาย ทั้งร่างกายและจิตใจ มาตรา 27 (2) ยังไม่เพียงพอที่จะคุ้มครองผู้บริโภค ผู้ศึกษาขอเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหามูลกฎหมายในเรื่องที่ศึกษาเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศมาแล้วข้างต้น ดังนี้

1.1 บทบัญญัติกฎหมายที่ควรเพิ่มเติมในการปรับปรุงกฎหมายการโฆษณาเครื่องสำอางที่มีเนื้อหาหลอกลวงหรือเกินจริง ผู้ศึกษาเห็นว่า ควรแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พุทธศักราช 2558 โดยเพิ่มเติมในบทนิยามในมาตรา 4 โดยเพิ่มเติมดังนี้ “ผู้ทำการโฆษณาเครื่องสำอาง หมายความว่า ผู้ที่โฆษณาเครื่องสำอาง ได้แก่ ดารา พิธีเซนต์เตอร์ หรืออินฟลูเอนเซอร์” ซึ่งให้ความหมายครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพิ่มความผิดฐานประมาทเลินเล่อ เพราะในปัจจุบันผู้ที่เจตนาว่าทราบหรือไม่ว่าสินค้าดังกล่าวมีการปลอม อย. เป็นสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน หรือเป็นสินค้าที่ผิดกฎหมาย หากพิสูจน์ได้ว่าดาราทราบข้อมูลแต่ยังทำการรีวิวสินค้าถือว่ามีความผิดชัดเจนว่าร่วมกับผู้ประกอบการหลอกลวงประชาชน แต่หากพิสูจน์ไม่ได้ว่ามีส่วนรู้เห็น อาจไม่เข้าข่ายความผิดฐานใดเลย ส่วนความผิดฐานประมาทเลินเล่อ หรือการรีวิวสินค้าโดยไม่ตรวจสอบก่อน เบื้องต้นไม่พบว่ามีผิดตามกฎหมาย ซึ่งส่วนนี้ยังเป็นช่องโหว่ของกฎหมายที่ทำให้ดารารหรือผู้มีชื่อเสียงที่รีวิวสินค้าดังกล่าวใช้เป็นข้ออ้างที่จะทำให้ตนเองพ้นความผิด ซึ่งก่อนโฆษณาควรเห็นใบอนุญาตก่อนถึงจะกล้าพูดตามนั้น และในปัจจุบันผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางให้ดารารพิธีเซนต์เตอร์หรืออินฟลูเอนเซอร์ เป็นตัวแทนแบรนด์เครื่องสำอางต่างๆ เพื่อให้ประชาชนเชื่อถือเครื่องสำอางดังกล่าว แต่เมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับเครื่องสำอางดังกล่าว ดารารพิธีเซนต์เตอร์หรืออินฟลูเอนเซอร์ ไม่ได้รับโทษกับการกระทำความผิดแล้วแต่เนิ่นๆ นอกจากนี้ยังพบว่า บทลงโทษของความผิดโฆษณาเครื่องสำอางที่มีเนื้อหาหลอกลวงหรือเกินจริงนั้นเบาจนเกินไป จึงเห็นควรให้เพิ่มโทษจำคุกจากไม่เกินหนึ่งปีเป็นไม่เกินสองปี ซึ่งเทียบเคียงกับกฎหมายเครื่องสำอางประเทศญี่ปุ่น

1.2 บทบัญญัติกฎหมายที่ควรเพิ่มเติมในการปรับปรุงกฎหมายการจดแจ้ง ผู้ศึกษาเห็นว่า ควรมีการแก้ไขเพิ่มเติมในการกำหนดโทษทางอาญาแก่ผู้ประกอบการเครื่องสำอางที่ฝ่าฝืนหน้าที่ กรณีผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเครื่องสำอางเพื่อขาย ไม่ได้จดแจ้งรายละเอียดเครื่องสำอางหรือไม่ได้รับใบจดแจ้งจาก อย. มีโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ซึ่งบทบัญญัติยังไม่เหมาะสมควรเพิ่มโทษเป็นโทษจำคุกไว้ไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ซึ่งเทียบเคียงกับกฎหมายประเทศญี่ปุ่นใน

ความผิดฐานเดียวกัน และผู้ศึกษาเห็นว่า ควรลดขั้นตอนการจดทะเบียนรถ หรือวิธีการที่ซับซ้อนลง โดยการเพิ่มบุคลากรในการเข้าไปตรวจสอบตั้งแต่ขั้นตอนการยื่นขึ้นตัวคน ขั้นตอนการลงพื้นที่ที่ตรวจสอบสถานที่ และทำคำขอจดทะเบียน การจดทะเบียนทำให้สะดวกขึ้น โดยสร้างแพลตฟอร์มในอินเทอร์เน็ต ที่สามารถตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นได้ และควรส่งผลิตภัณฑ์ไปตรวจสอบก่อน และสุดท้ายควรทำการตรวจสอบผลิตภัณฑ์เป็นระยะๆ สำหรับผู้ประกอบการ

1.3 บทบัญญัติกฎหมายที่ควรเพิ่มเติมในการปรับปรุงกฎหมายการใช้ผลิตภัณฑ์ปลอม และการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ปลอม ผู้ศึกษาเห็นว่า ควรมีการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2558 โดยเพิ่มเติมในกรณีเกิดความเสียหายจากการใช้ผลิตภัณฑ์ปลอม โดยกำหนดเพียงแต่แสดงให้เห็นเพียงว่าความเสียหายที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากการใช้สินค้าดังกล่าวเท่านั้น เพื่อให้ผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายได้รับการเยียวยาแก้ไขด้วยความรวดเร็ว และเป็นธรรมมากที่สุด และในขณะเดียวกันก็จะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการหรือเจ้าของสินค้าตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาและพัฒนาระดับคุณภาพ และมาตรฐานของสินค้าให้ดีขึ้น และผู้ศึกษาเห็นว่าควรมีการวางเงินประกันเหมือนพระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551

จากการศึกษาและข้อเสนอแนะของผู้ศึกษาดังกล่าวมาแล้วนั้น ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะมีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์และความเป็นธรรมจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ตลอดจนวางแนวทางที่ชัดเจนเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแล้วมีความเสียหายเกิดขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

(มอก. 152-2518), (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

กระทรวงอุตสาหกรรม, 2518), น. 91.

กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, คู่มือการพิจารณาการจดทะเบียนเครื่องสำอางควบคุม, (นนทบุรี: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข 2555), หน้า 5.

อารยา โง่งจำปา, “อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านช่องทางดิจิทัลของผู้บริโภคในประเทศไทย”, วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พ.ศ. 2566.

รัตนาพร นัตรมงคล, “กฎหมายคุ้มครองการซื้อเครื่องสำอางผ่านสื่อออนไลน์”, วารสารกฎหมายสุขภาพและสาธารณสุข ปีที่ 4, ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน 2561.