



เอกสารกรอบการพัฒนาดัชนีชี้วัดการคุ้มครองผู้บริโภคด้าน
สุขภาพระดับชาติ

National Health Consumer Protection Indicators, NHCP

คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรอบการพัฒนาดัชนีชี้วัดการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพระดับชาติ (National Health Consumer Protection Indicators, NHCPIs)

วัตถุประสงค์ของการพัฒนาดัชนีชี้วัดการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพระดับชาติ

เพื่อประเมินสถานะของการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพของประเทศไทย เปรียบเทียบกับเป้าหมายในการพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับชาติและนานาชาติ และใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพของประเทศไทยต่อไป

เป้าหมายของการพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ

เนื่อหาการพัฒนาดัชนีชี้วัดการคุ้มครองผู้บริโภคมีที่มาจากเป้าหมายในการพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพในระดับชาติ พบว่า ในแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคระดับนานาชาติ และกฎหมายรวมถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับชาติ ได้มีการระบุเป้าหมายในการพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องเอาไว้แล้ว โดยคณะผู้วิจัยจึงได้รวบรวมเป้าหมายในการพัฒนาจากแหล่งข้อมูลดังกล่าวมากำหนดเป็นเป้าหมายในการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับชาติต่อไป

นโยบายระหว่างประเทศและกฎหมาย นโยบายภายในประเทศที่ใช้กำหนดองค์ประกอบและเป้าหมายการพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคระดับชาติ

นโยบายระหว่างประเทศและกฎหมายในประเทศที่ใช้เป็นกรอบเนื้อหาในการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพระดับชาติในครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. UN Guideline for Consumer Protection
2. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 และ พ.ศ. 2550
3. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2541
4. พระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่สำคัญในชีวิตประจำวัน
5. พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551
6. ธรรมนูญว่าด้วยระบบสุขภาพแห่งชาติ หมวด 8 การคุ้มครองผู้บริโภค
7. โครงการจัดทำยุทธศาสตร์การบริโภคที่ยั่งยืน โดยสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย

กลุ่มตัวชี้วัดหลักของการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ

ในการพัฒนาดัชนีชี้วัดสุขภาพแห่งชาติ (National Health Indicators, NHI) นั้น มีการแบ่งกลุ่มชี้วัดหลักเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) สถานะสุขภาพ 2) ปัจจัยบ่งชี้สุขภาพ และ 3) ระบบบริการสุขภาพ ดังนั้นในการพัฒนาดัชนีชี้วัดการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพระดับชาติ จึงกำหนดให้มีกลุ่มชี้วัดหลักอยู่ 3 ส่วน โดยเทียบเคียงจากดัชนีชี้วัดสุขภาพแห่งชาติ ดังนี้คือ 1) สถานะผู้บริโภค ถือเป็นกลุ่มชี้วัดหลักที่สะท้อนผลได้ 2) ปัจจัยบ่งชี้การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ ถือเป็นกลุ่มชี้วัดหลักที่สะท้อนปัจจัยนำเข้าหรือโครงสร้างของการคุ้มครองผู้บริโภค และ 3) กลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ถือเป็นกลุ่มชี้วัดหลักที่สะท้อนการปฏิบัติการของการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สถานะผู้บริโภค ประเมินจาก

- 1.1 สิทธิผู้บริโภค
- 1.2 ศักยภาพผู้บริโภคหรือองค์กรผู้บริโภค
- 1.3 ผลกระทบจากการบริโภค ซึ่งพิจารณาทั้งการมีการละเมิดสิทธิ หรือการไม่ละเมิดสิทธิ
- 1.4 พฤติกรรมการบริโภคของประชาชน

2. ปัจจัยบ่งชี้การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ ประเมินจาก

- 2.1 นโยบาย กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และหนังสือสัญญาระหว่างประเทศ
- 2.2 องค์กรด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และการบริหารจัดการ
- 2.3 การส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน
- 2.4 คุณภาพของสินค้าและบริการ
- 2.5 ข้อมูลข่าวสารสู่ผู้บริโภค
 - 2.5.1 ข้อมูลข่าวสารและการเผยแพร่และโปรแกรมการศึกษาการคุ้มครองผู้บริโภค
 - 2.5.2 การส่งเสริมการขายและการโฆษณา
- 2.6 ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการ
- 2.7 สื่อสารมวลชนกับการคุ้มครองผู้บริโภค

3. กลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ประเมินจาก

- 3.1 การเฝ้าระวังและจัดการอันตรายของสินค้าและบริการ
- 3.2 ระบบการร้องเรียน และการชดเชย/เยียวยาความเสียหาย
- 3.3 มาตรการบังคับใช้กฎหมาย

กรอบการพัฒนาดัชนีชี้วัดการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพระดับชาติ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 (ร่าง) กรอบกลุ่มชีวิตหลักในการพัฒนาดัชนีชีวิตการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพระดับชาติ

กลุ่มชีวิตหลัก	กลุ่มชีวิตย่อย
สถานะผู้บริโภค	สิทธิผู้บริโภค
	ศักยภาพผู้บริโภคหรือองค์กรผู้บริโภค
	ผลกระทบจากการบริโภค
	พฤติกรรมกรรมการบริโภคของประชาชน
ปัจจัยบ่งชี้การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ	นโยบาย กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และหนังสือสัญญาระหว่างประเทศ
	องค์กรด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และการบริหารจัดการ
	การส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน
	คุณภาพของสินค้าและบริการ
	ข้อมูลข่าวสารสู่ผู้บริโภค - ข้อมูลข่าวสารและการเผยแพร่และโปรแกรมการศึกษาการคุ้มครองผู้บริโภค - การส่งเสริมการขายและการโฆษณา
	ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการ
	สื่อสารมวลชนกับการคุ้มครองผู้บริโภค
	กลไกการคุ้มครองผู้บริโภค
การเฝ้าระวังและจัดการอันตรายของสินค้าและบริการ	
การร้องเรียนและการชดเชย/เยียวยาความเสียหาย	
มาตรการบังคับใช้กฎหมาย	

เป้าหมายของการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคระดับชาติตามกลุ่มชีวิตหลัก

1. สถานะผู้บริโภค ประกอบด้วย

1.1 สิทธิผู้บริโภค

เป้าหมาย

ผู้บริโภคต้องได้รับการปกป้องและคุ้มครองสิทธิตามที่กฎหมายบัญญัติ^{2,3,6} มีการระบุสิทธิผู้บริโภคในกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยสิทธิผู้บริโภคไทยต้องเทียบเท่ากับสิทธิผู้บริโภคสากล ประชาชนรับรู้สิทธิของตนเอง การมีสิทธิเสรีภาพที่จะจัดตั้งกลุ่มหรือองค์กรของผู้บริโภคและกลุ่มอื่นๆที่เกี่ยวข้อง¹ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความตระหนักและส่งเสริมให้เกิดการรับรู้สิทธิของประชาชน

1.2 ศักยภาพผู้บริโภคหรือองค์กรผู้บริโภค

เป้าหมาย

ผู้บริโภคต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพให้สามารถปกป้องคุ้มครองตนเองและสังคม⁶ สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริภคยอมมีสิทธิรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค³ มีการส่งเสริมและสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนในรูปแบบของกลุ่ม ชมรม สมาคม มูลนิธิ เครือข่าย และอื่นๆในการดำเนินงานเพื่อผู้บริโภค และเสริมสร้างความเข้มแข็งและกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ผู้บริโภค ตลอดจนส่งเสริมและสนับสนุนให้มีกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนในทุกจังหวัด⁶ ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบาย วางแผน ติดตาม และตรวจสอบการดำเนินงานเพื่อผู้บริโภคทั้งในระดับชาติและท้องถิ่น⁶

1.3 ผลกระทบจากการบริโภค

เป้าหมาย

ผู้บริโภคต้องได้รับการปกป้องและคุ้มครองสิทธิตามที่กฎหมายบัญญัติ รวมถึงได้รับความรู้และเข้าถึงข่าวสารข้อมูลที่ครบถ้วน สมประโยชน์ และทราบผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการบริโภค⁶ และต้องตระหนักว่าผู้บริโภคควรจะมีสิทธิที่จะเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีอันตราย¹

1.4 พฤติกรรมการบริโภคของประชาชน

เป้าหมาย

ผู้บริโภคต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพให้มีความรู้ ความสามารถในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน ความปลอดภัย มีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพที่เหมาะสม และพอเพียง

2. ปัจจัยบ่งชี้การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ ประกอบด้วย

2.1 นโยบาย กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และหนังสือสัญญาระหว่างประเทศ

เป้าหมาย

รัฐบาลควรพัฒนาหรือคงไว้ซึ่งนโยบายคุ้มครองผู้บริโภคที่เข้มแข็งโดยยึดตามแนวทางของสหประชาชาติและข้อตกลงระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง¹ รัฐบาลควรจัดหาและรักษาโครงสร้างหรือองค์ประกอบพื้นฐานที่เพียงพอในการพัฒนา การบังคับใช้ และการติดตามนโยบายในการคุ้มครองผู้บริโภค¹ มีการทบทวนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสถานการณ์และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีด้านสินค้าและบริการ มีการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเยียวยาผู้เสียหายจากสินค้าและบริการ⁶ ในการจัดทำหนังสือสัญญาต่างๆ ให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องดำเนินการพิจารณาผลกระทบต่อนักบริโภคด้านสุขภาพ และสุขภาพจะอย่างรอบคอบและถี่ถ้วนตามกระบวนการที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญ⁶

2.2 องค์การด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และการบริหารจัดการ

เป้าหมาย

มีการจัดตั้งองค์การเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นอิสระตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย^{2,3,6} และให้มีกองทุนที่เป็นอิสระในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคโดยได้รับการจัดสรรงบประมาณจากรัฐอย่างเพียงพอ³

2.3 การส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน

เป้าหมาย

การบริโภคที่ยั่งยืนหมายถึงการตอบสนองต่อความจำเป็นของผลิตภัณฑ์และการให้บริการทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ในวิถีทางที่ทำให้เกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม⁶ การบริโภคอย่างยั่งยืนในบริบทไทย หมายถึง การบริโภคอย่างพอดีพอประมาณ ตาม

ความจำเป็นพื้นฐานและนำมาซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยคำนึงถึงความสามารถที่รองรับได้ของระบบนิเวศ ซึ่งก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความสุขในการดำเนินชีวิตที่สามารถพึ่งตนเองได้ มีการแบ่งปันให้กับสังคมรอบข้าง และการรักษาฐานทรัพยากรให้สามารถใช้ในกิจกรรมการผลิตและบริการอย่างต่อเนื่องไปถึงคนรุ่นอนาคต⁷ และเป็นความรับผิดชอบร่วมกันขององค์กรทุกภาคส่วน โดยองค์กรผู้บริโภคและองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมมีความรับผิดชอบในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการโต้แย้งในประเด็นการบริโภคที่ยั่งยืน ภาคธุรกิจมีความรับผิดชอบในการส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืนผ่านการออกแบบ การผลิต การกระจายผลิตภัณฑ์และการให้บริการ รัฐบาลควรส่งเสริมการพัฒนาและการบังคับใช้นโยบายสำหรับการบริโภคที่ยั่งยืน การบูรณาการนโยบายเหล่านี้เข้ากับนโยบายสาธารณะอื่นๆ รัฐควรกระตุ้นให้เกิดการออกแบบ พัฒนาและใช้ผลิตภัณฑ์และการบริการที่มีประสิทธิภาพ ทั้งด้านความปลอดภัย พลังงานและทรัพยากร มีโปรแกรมการนำกลับมาใช้ (Recycling programs) รัฐควรส่งเสริมการพัฒนาและการใช้มาตรฐานความปลอดภัยและสุขภาพสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับชาติและนานาชาติสำหรับผลิตภัณฑ์และการให้บริการ รัฐควรกระตุ้นให้เกิดการทดสอบที่ยุติธรรมในผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ รัฐบาลควรบริหารความปลอดภัยในการใช้สารที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม และมีส่วนร่วมร่วมกับภาคส่วนต่างๆ ในการกระตุ้นให้มีการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการบริโภคที่ไม่ยั่งยืน โดยการพัฒนาการใช้ผลิตภัณฑ์และการให้บริการใหม่ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม

2.4 คุณภาพของสินค้าและบริการ

เป้าหมาย

นโยบายของรัฐบาลควรจะทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์ที่สูงที่สุดจากทรัพยากรทางเศรษฐกิจที่มีอยู่ และควรจะทำให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายในการผลิตที่เป็นที่น่าพึงพอใจและเป็นไปตามมาตรฐานการผลิต วิธีการกระจายผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอ¹ รัฐบาลควรจัดทำหรือส่งเสริมตามความเหมาะสมเพื่อทำให้มีหรือเกิดการบังคับใช้มาตรฐานในระดับชาติและระดับนานาชาติด้วยความสมัครใจ สำหรับความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ โดยมีการเผยแพร่ให้สาธารณะรับทราบอย่างเหมาะสม มาตรฐานระดับชาติและการควบคุมความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ควรมีการทบทวนเป็นครั้งคราว¹ รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวกในการทดสอบและรับรองความปลอดภัย คุณภาพ และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการที่จำเป็นแก่ผู้บริโภค¹ ผู้บริโภคควรจะได้รับคำแนะนำในการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม และควรจะได้รับข้อมูลความเสี่ยงเกี่ยวกับการใช้อย่างตั้งใจหรือการใช้แบบที่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ ข้อมูลความปลอดภัยที่สำคัญอย่างยิ่งควรจะต้องแสดงให้เห็นแก่ผู้บริโภคทราบโดยสัญลักษณ์สากลที่สามารถเข้าใจได้¹

2.5 ข้อมูลข่าวสารสู่ผู้บริโภค ประกอบด้วยข้อมูล 2 ด้าน ดังนี้

2.5.1 ข้อมูลข่าวสารและการเผยแพร่และ โปรแกรมการศึกษาการคุ้มครองผู้บริโภค เป้าหมาย

ผู้บริโภคต้องได้รับความรู้และเข้าถึงข่าวสารข้อมูลที่ครบถ้วน สมประโยชน์ และทราบผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการบริโภค ตลอดจนสามารถนำความรู้และข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาใช้ตัดสินใจได้อย่างเหมาะสมและเท่าทัน⁶ โดยจัดให้มีสัดส่วนของพื้นที่ในการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคอย่างเหมาะสม⁶ ทั้งนี้ การสื่อสารให้ข้อมูลต้องมีความเหมาะสมตามวัยและสภาพของบุคคล เข้าถึงได้ง่าย เข้าใจง่าย และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้⁶ โดยรัฐควรพัฒนาหรือส่งเสริมให้มีการพัฒนาโปรแกรมการให้การศึกษาและการให้ข้อมูลทั่วไปแก่ผู้บริโภค รวมทั้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากทางเลือกและพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยอื่นที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการบริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนปฏิบัติตนเป็นผู้บริโภคที่รู้จักเลือกสรร มีความสามารถที่จะเลือกสรรผลิตภัณฑ์และการให้บริการอย่างมีความรู้ โดยคำนึงถึงสิทธิและความรับผิดชอบของผู้บริโภค ในการพัฒนาโปรแกรมต้องเอาใจใส่เป็นพิเศษกับความต้องการของผู้บริโภคที่เสียเปรียบและด้อยโอกาสทั้งในชนบทและเมือง ผู้บริโภคที่ยากจนและอ่านหนังสือไม่ได้¹ กลุ่มผู้บริโภค องค์กรทางธุรกิจและองค์กรอื่น ๆ รวมทั้งสื่อมวลชนต่าง ๆ ควรมีส่วนเกี่ยวข้องกับความพยายามในการให้ศึกษานี้¹ การศึกษาผู้บริโภคควรบูรณาการเข้าเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรพื้นฐานของระบบการศึกษา¹

2.5.2 การส่งเสริมการขาย และการโฆษณา เป้าหมาย

การปฏิบัติในการตลาดส่งเสริมการขายและการขายควรเป็นไปตามหลักการของการปฏิบัติต่อผู้บริโภคที่ยุติธรรม และควรเป็นไปตามข้อกำหนดตามกฎหมาย¹ ผู้บริโภคต้องได้รับข้อมูลที่จำเป็นเพื่อที่ผู้บริโภคจะสามารถตัดสินใจได้อย่างมีข้อมูลและเป็นอิสระ¹ รัฐบาลภายใต้ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับผู้ผลิต ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ และองค์กรผู้บริโภค ควรมีมาตรการที่มีต่อการกล่าวอ้างหรือข้อมูลที่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญในการโฆษณาและกิจกรรมด้านการตลาด รวมทั้งมีการพัฒนาเกณฑ์และมาตรฐานที่เหมาะสมสำหรับการควบคุมและตรวจสอบการกล่าวอ้างต่าง ๆ¹ รัฐบาลควรกระตุ้นให้ภาคธุรกิจร่วมมือกับองค์กรผู้บริโภค มีการจัดทำและบังคับใช้หลักเกณฑ์ด้านการตลาดและดำเนินการทางธุรกิจแบบอื่น ๆ¹ เน้นการปลูกฝังจริยธรรมของการเป็นสื่อมวลชนที่ดี และมีความรับผิดชอบต่อการโฆษณาและการส่งเสริมการขายที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ⁶

2.6 ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการ

เป้าหมาย

ทุกองค์กรธุรกิจควรเคารพตามกฎหมาย และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องของประเทศที่องค์กรธุรกิจเหล่านั้นดำเนินกิจการอยู่ องค์กรธุรกิจเหล่านี้ควรปฏิบัติตามข้อกำหนดที่เหมาะสมเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคโดยเป็นไปตามมาตรฐานนานาชาติที่ประเทศนั้นๆได้ให้การยอมรับ¹ ให้ผู้ประกอบการธุรกิจดำเนินงานโดยต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคและมีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสำคัญ มุ่งเน้นการบริโภคที่ยั่งยืนโดยร่วมกันกำหนดและปฏิบัติตามแนวปฏิบัติที่ดีในการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ หลักเกณฑ์จริยธรรมว่าด้วยการประกอบธุรกิจและการส่งเสริมการขาย และควบคุมกันเองให้เป็นไปตามข้อกำหนด รวมทั้งป้องกันและเยียวยาความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจโดยเร็ว⁶

2.7 สื่อสารมวลชนกับการคุ้มครองผู้บริโภค

เป้าหมาย

ให้สื่อมวลชนต่างๆ ดำเนินงานโดยต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค โดยมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสำคัญ⁶

3. กลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย

3.1 การเฝ้าระวังและจัดการอันตรายของสินค้าและบริการ

เป้าหมาย

จัดให้มีกลไกในการเฝ้าระวัง ติดตาม และตรวจสอบสินค้าและบริการในแต่ละระดับ⁶ สนับสนุนและส่งเสริมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการเฝ้าระวัง ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลสินค้าและการให้บริการ⁶ เมื่อผู้ผลิตหรือผู้กระจายผลิตภัณฑ์พบว่าอาจมีอันตรายที่ไม่ได้คาดการณ์ล่วงหน้าหลังจากที่ผลิตภัณฑ์อยู่ในท้องตลาดแล้ว ผู้ผลิตหรือผู้กระจายผลิตภัณฑ์ควรแจ้งให้ผู้มีอำนาจที่เกี่ยวข้องและให้แก่สาธารณสุขทราบด้วยความเหมาะสมโดยทันทีทันใด และเมื่อผลิตภัณฑ์ถูกพบว่ามีควมบกพร่องอย่างมาก และ/หรือทำให้เกิดอันตรายอย่างแท้จริงและรุนแรงแม้ว่าจะมีการใช้อย่างถูกต้อง ผู้ผลิตและ/หรือผู้กระจายผลิตภัณฑ์ควรจะต้องเรียกเก็บคืนผลิตภัณฑ์เหล่านั้น และแลกเปลี่ยนหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์นั้น หรือให้ผลิตภัณฑ์อื่นทดแทน¹

3.2 การร้องเรียน และการชดเชย/เยียวยาความเสียหาย

เป้าหมาย

ผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายจากการบริโภคสินค้าหรือบริการต้องได้รับการชดเชยและเยียวยาอย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสม และรวดเร็ว¹ โดยรัฐบาลควรจะทำให้มีขึ้นหรือรักษาไว้ซึ่งมาตรการทางกฎหมายและ/หรือมาตรการทางการบริหาร เพื่อให้ผู้บริโภคหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องได้รับการชดเชยทั้งจากกระบวนการที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ที่มีความรวดเร็ว ยุติธรรม ไม่แพง และเข้าถึงได้ง่าย และให้ความใส่ใจเป็นพิเศษกับความจำเป็นของผู้บริโภคที่ยากจน¹ และกระตุ้นให้ทุกองค์กรธุรกิจมีการดำเนินการเพื่อแก้ไขข้อร้องทุกข์หรือเรียนของผู้บริโภค ทั้งในลักษณะที่ยุติธรรม รวดเร็ว และไม่เป็นทางการ และจัดให้มีกลไกแบบสมัครใจในการบริการให้คำปรึกษาและกระบวนการร้องทุกข์อย่างไม่เป็นทางการที่สามารถให้ความช่วยเหลือแก่ผู้บริโภคได้¹

¹ มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับลักษณะการชดเชยที่มีอยู่และกระบวนการแก้ไขข้อร้องทุกข์ต่างๆ¹

3.3 มาตรการบังคับใช้กฎหมาย

เป้าหมาย

รัฐบาลควรพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งหรือปฏิบัติอย่างต่อเนื่องในมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการปฏิบัติที่ไม่เหมาะสมที่ต้องถูกจำกัด และดำเนินธุรกิจในทางที่ผิดอื่นๆที่จะเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค รวมทั้งการบังคับใช้มาตรการเหล่านั้นอย่างจริงจัง¹

* **หมายเหตุ:** ในการกำหนดเป้าหมายของกลุ่มชี้วัดต่างๆ นั้น อ้างอิงเฉพาะนโยบายระหว่างประเทศและกฎหมายในประเทศที่ใช้เป็นกรอบเนื้อหาในการพัฒนาดัชนีชี้วัดการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านสุขภาพระดับชาติจำนวน 7 รายการ ที่นำเสนอแล้วข้างต้น