

๔.๖ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ *

ข้อที่/เนื้อหา	เจตนารมณ์/ความหมาย
<p>หลักการสำคัญ</p> <p>๑. สิทธิของผู้บริโภคในการบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการสุขภาพ รวมถึงปัจจัยสังคมกำหนดสุขภาพที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต เป็นสิทธิที่ทุกภาคส่วนต้องให้การยอมรับ และสร้างให้เกิดขึ้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นการกำหนดสิทธิของผู้บริโภค โดยใช้แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของสหประชาชาติ พ.ศ.๒๕๒๘ และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.๒๕๔๒ หรือ United Nations Guidelines for Consumer Protection (1985, as expanded in 1999) และ สิทธิผู้บริโภค (Consumer Rights) ของสหพันธ์องค์กรผู้บริโภคสากล (Consumers International) เพื่อให้เกิดความชัดเจนและสามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมและมีความเป็นสากลมากขึ้น - สอดคล้องกับแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐในร่างรัฐธรรมนูญ ที่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคไว้ว่า รัฐต้องให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ทุกภาคส่วนถือปฏิบัติเป็นแนวนโยบายให้ประชาชนในฐานะผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองสิทธิตามที่รัฐธรรมนูญกำหนด
<p>๒. ผู้บริโภคต้องได้รับการคุ้มครองทั้งด้านคุณภาพมาตรฐาน ความปลอดภัยและความเป็นธรรมในการบริโภค รวมถึงได้รับการคุ้มครองเมื่อเกิดความเสียหายจากการบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการสุขภาพ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นไปตามหลักการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๒๒ และ พันธกิจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดทำร่างแผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ.๒๕๕๘ - ๒๕๖๒) ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

* เป็นสาระสำคัญเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๕๐

ข้อที่/เนื้อหา	เจตนารมณ์/ความหมาย
<p>๓. หัวใจสำคัญของการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค คือการที่ผู้บริโภคมีความเข้มแข็ง รู้เท่าทัน สามารถพิทักษ์สิทธิของตนเอง และมีการรวมกลุ่มเพื่อปกป้องการเอาเปรียบในรูปแบบต่างๆ โดยต้องปลอดภัยจากการแทรกแซงใดๆ</p>	<p>- เพื่อเสริมสร้างศักยภาพผู้บริโภคให้เข้มแข็ง มีความรู้เท่าทัน โดยสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้ การให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริงและครบถ้วน และส่งเสริมการรวมกลุ่มเพื่อสร้างพลังในการปกป้องคุ้มครองผู้บริโภค</p>
<p>ภาพพึงประสงค์</p> <p>๑. ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองสิทธิด้านสุขภาพอย่างน้อย ๘ ประการ^๔ ได้แก่</p> <p>๑.๑ สิทธิที่จะเข้าถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพและบริการสุขภาพขั้นพื้นฐาน รวมถึงปัจจัยสังคมกำหนดสุขภาพที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต</p> <p>๑.๒ สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพและบริการสุขภาพ ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน เป็นธรรม และมีความปลอดภัย</p>	<p>- เจตนารมณ์ตามหลักการสำคัญข้อ ๑ โดยปรับจากสิทธิผู้บริโภคของสหพันธ์องค์กรผู้บริโภคสากล</p>

^๔ ปรับจากสิทธิผู้บริโภคของสหพันธ์องค์กรผู้บริโภคสากล (Consumers International)



ข้อที่/เนื้อหา	เจตนารมณ์/ความหมาย
<p>๑.๓ สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองจากการโฆษณา และการส่งเสริมการขายที่ผิดจริยธรรม และ หลอกลวงเกินจริง</p> <p>๑.๔ สิทธิในการเลือก ผลิตภัณฑ์สุขภาพและบริการสุขภาพ ในรูปแบบและราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและเป็นธรรม</p> <p>๑.๕ สิทธิในการรวมกลุ่มผู้บริโภค และจัดตั้งกลุ่ม องค์กรเพื่อร่วมแสดงความเห็น และมี บทบาทร่วมในการตัดสินใจในประเด็นเชิง นโยบาย แผน และการดำเนินงานที่อาจ ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค</p> <p>๑.๖ สิทธิในการร้องเรียน และสิทธิในการได้รับการชดเชย เยียวยาความเสียหายจากการ บริโภค</p> <p>๑.๗ สิทธิในการได้รับและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ ถูกต้อง อย่างเพียงพอ โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการสุขภาพและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสังคมกำหนดสุขภาพที่อาจมี ผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค</p>	

ข้อที่/เนื้อหา	เจตนารมณ์/ความหมาย
<p>๑.๘ สิทธิที่จะได้รับการส่งเสริมด้านบริโภคศึกษา และส่งเสริมพลังอำนาจของผู้บริโภคตามแนวทางการบริโภคที่ยั่งยืน</p>	
<p>๒. ผู้บริโภค องค์กรผู้บริโภค และเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง มีการรวมกลุ่มและพัฒนาศักยภาพเพื่อปกป้องและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคทุกระดับ รวมทั้งเฝ้าระวัง ติดตามและตรวจสอบสินค้าและบริการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เจตนารมณ์ตามหลักการสำคัญข้อ ๓
<p>๓. มีระบบการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และมีฐานข้อมูลที่เข้าถึงได้ง่าย ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริง ครบถ้วน เข้าใจง่าย รวมทั้งองค์ความรู้ด้านสุขภาพจากการวิจัยและการจัดการความรู้ ที่ผู้บริโภคสามารถใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกบริโภค ผลิตภัณฑ์และบริการสุขภาพ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การดำเนินงานเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค ต้องการใช้ข้อมูลความรู้มากขึ้นในการจัดการป้องกันและแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค ขณะเดียวกันก็ต้องการการสื่อสาร - ควรมีคลังข้อมูล ที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย ทำให้มีข้อมูลก่อนตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการสุขภาพ
<p>๔. ผู้ประกอบการมีแนวปฏิบัติทางธุรกิจที่ดี ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมธรรมาภิบาล การประกอบธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการสามารถแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง ด้วยการประกอบกิจการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภคสินค้าหรือบริการ และควรมีการจัดทำแนวปฏิบัติที่ดีหรือกำหนดหลักเกณฑ์ทางจริยธรรมของธุรกิจประเภทต่างๆ เพื่อคุ้มครองสิทธิด้านสุขภาพของผู้บริโภค



ข้อที่/เนื้อหา	เจตนารมณ์/ความหมาย
<p>๕. มีการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคของทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน องค์กรผู้บริโภค และเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง โดยมีฐานข้อมูลและองค์ความรู้ที่ถูกต้องเข้าถึงได้ ทันทต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค และมีกฎหมายระเบียบข้อบังคับต่างๆ ที่สอดคล้องเป็นไปในแนวทางเดียวกัน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เนื่องจากปัญหาในงานคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบันมีความซับซ้อนมากขึ้น มีปัญหาเพิ่มขึ้นในทุกระดับ การทำงานอย่างแยกส่วนไม่สามารถทำได้ครอบคลุมและเกิดประสิทธิผลสูงสุดได้ จำเป็นต้องสานพลังในทุกภาคีเครือข่ายให้ทำงานเสริมพลังซึ่งกันและกัน และความซ้ำซ้อนของการทำงาน - การดำเนินงานเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค ต้องการองค์ความรู้ใหม่ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง และ ทุกภาคส่วนต้องการใช้ข้อมูลความรู้มากขึ้นในการจัดการป้องกันและแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค - ปัจจุบันมีกฎหมายหลายฉบับที่มีความซ้ำซ้อน มีข้อจำกัดและสาระสำคัญของกฎหมายแต่ละฉบับยังมีข้อปฏิบัติที่ขัดแย้งกัน จึงควรจะมีการทบทวนให้กฎหมายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และส่งเสริมซึ่งกันและกัน
<p>๖. มีระบบการร้องเรียน โกล่เกลี่ยและชดเชยความเสียหายอย่างเป็นธรรม ที่ทุกองค์กรและผู้บริโภคเข้าถึงได้หลายช่องทาง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ผู้บริโภค มีช่องทางการร้องเรียนหลายช่องทาง มีความสะดวกในการร้องเรียน และได้รับการพิจารณาชดเชยความเสียหายอย่างเป็นธรรม

ข้อที่/เนื้อหา	เจตนารมณ์/ความหมาย
<p>๗. มีกลไกเพื่อการขับเคลื่อนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพที่สำคัญ ๒ กลไก ได้แก่ องค์การเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นอิสระจากหน่วยงานของรัฐ และองค์การเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นหน่วยงานของรัฐ แต่มีลักษณะการบริหารจัดการแบบองค์กรอิสระภายใต้การกำกับของรัฐ</p>	<p>- กลไกการดำเนินงานที่เสริมพลังควรมี ๒ กลไกคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑) กลไกของภาคผู้บริโภค ควรจะมีองค์การเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นอิสระจากภาครัฐ เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคสามารถจัดการงานคุ้มครองผู้บริโภคในแนวทางที่องค์กรของรัฐไม่สามารถทำได้ครอบคลุม ๒) องค์การคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นหน่วยงานของรัฐ ที่มีการบริหารจัดการแบบองค์กรอิสระภายใต้การกำกับของรัฐ ที่ยังคงภารกิจเช่นเดิม แต่มีการบริหารจัดการที่หลุดจากระบบราชการเดิมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดการแทรกแซงจากกลุ่มการเมือง และกลุ่มภาคเอกชน

