

รายงานการสัมมนา...เครือข่ายองค์กรผู้บริโภคร ภาคใต้

19 พฤศจิกายน 2549

**ณ ห้องประชุม 210 สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา**

หน่วยงานผู้รับผิดชอบโครงการ สถาบันวิจัยระบบสุขภาพภาคใต้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
องค์กรร่วมจัดการสัมมนา เครือข่ายองค์กรผู้บริโภคจังหวัดสงขลา
โครงการบริโภคเพื่อชีวิตสงขลา
กลุ่มผู้บริโภคเข้มแข็งสงขลา

ได้รับการสนับสนุนโดย แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ

สารบัญ

➔ คำนำ.....	3
➔ โครงการ.....	4-6
➔ บทสรุปข้อเสนอ.....	7-8
➔ สรุปประเด็นการแสดงความคิดเห็นของผู้ร่วมประชุม.....	9-10
• ประเด็นข้อเสนอทิศทางการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค	
• ข้อเสนอเพื่อการเคลื่อนงานต่อ	
➔ รายงานการสัมมนา อภิปราย.....	11-38
• นโยบายคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐ	
• สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคในระดับประเทศขององค์กรภาคีในส่วนกลาง	
• บทบาทและสถานการณ์การขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับพื้นที่ภาคใต้	
• สถานการณ์มาตรา 57 องค์การอิสระผู้บริโภค	
• ทิศทางและยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในภาคใต้	
• สรุปแนวทางการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในภาคใต้	
➔ ภาคผนวก.....	39-51
• ตารางแสดงฐานงานเดิมของเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคนภาคใต้	
• รายชื่อผู้เข้าร่วมสัมมนา	
• ภาพประกอบ	

คำนำ

เครือข่ายองค์กรผู้บริโภคภาคใต้ ประกอบด้วยเครือข่ายแกนผู้ประสานงาน 4 จังหวัดได้แก่ สงขลา สุราษฎร์ธานี สตูล ตรัง ได้ดำเนินกิจกรรมประเด็นผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องจากการประสานงานโดยองค์กรพัฒนาเอกชนในพื้นที่ คือโครงการบริโภคเพื่อชีวิต การทำงานร่วมกับภาคีส่วนกลางคือมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค เครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือก และการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทชัดเจนได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ตามแผนงาน **พัฒนาศักยภาพองค์กรผู้บริโภค**

การเคลื่อนไหวประเด็นจากการทำความเข้าใจกับสังคมทั่วไปภายใต้แนวคิด **บริโภคเพื่อชีวิต ผลิตเพื่อธรรมชาติ** การขยับกิจกรรมจากการอบรมความรู้สู่กระบวนการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค โดยมีการสร้างเครื่องมือ กลไกเบื้องต้น คือ ศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ (ร้องเรียน) ภายใต้แนวคิด **ร้องทุกข์หนึ่งครั้งดีกว่าบ่นพันครั้ง**

เครือข่ายผู้บริโภค...เมื่อต้องเคลื่อนไหวบนความคาดหวังเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนสารพัดเรื่องของผู้บริโภค แต่เครื่องมือที่มีเป็นเพียงกลไกเล็ก ๆ ที่ขาดอำนาจต่อรอง จากการถอดบทเรียนเป็นระยะ พบว่าการเคลื่อนไหวที่ขาดกลไกรองรับที่มีประสิทธิภาพ ประสานหน่วยงานที่มีอำนาจจัดการ การส่งต่อปัญหาสู่กระบวนการแก้ไขอย่างทันท่วงที และตรงจุด คือคอขวดที่ทำให้เกิดการสะสม ปัญหารวมตัวเป็นแรงย้อนกลับกดดันกระบวนการผู้บริโภคให้อ่อนแอลง อีกทั้งกลไกปกติของภาครัฐก็มีบริบทขอบเขตการทำงานบนประเด็นเฉพาะของหน่วยงานความรับผิดชอบเฉพาะเรื่อง

เมื่อผู้บริโภคทำตัวเป็นผู้ตรวจจับ ควบคุมมาตรฐานเอง คลื่นคลายปัญหาร้อยแปดจึงเป็นภาระหนัก สิ่งที่ปรากฏนอกจากจะไม่สามารถสะท้อนให้กลไกภาครัฐทำงานเชื่อมโยงให้บูรณาการปัญหาผู้บริโภคอันหลากหลายได้แล้ว ผู้บริโภคปัจเจกทั่วไปก็ไม่สามารถเชื่อมโยงปัญหาความเดือดร้อนเฉพาะตัวสู่การนำเสนอนโยบายหรือแก้ไขปัญหาระบบได้ เนื่องจากพอใจเพียงการแก้ปัญหาของตนเองเท่านั้น

สิ่งที่คาดหวังและควรคำนึงถึงเพื่อการพัฒนากระบวนการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค หรือ จะใช้กรอบคิดการคุ้มครองผู้บริโภค น่าจะเป็นการผลักดันให้กลไกที่มีอยู่ได้ทำงานให้เกิดผลจริง และการผลักดันให้เกิดกลไกที่รองรับปัญหาผู้บริโภคที่สามารถสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้ทุกภาคี ติดตามสถานการณ์ผู้บริโภคที่ซับซ้อนแปรรูปปัญหาที่ซับซ้อน มีความชัดเจนต่อการนำเสนอปัญหา และข้อเสนอแนะ

การสัมมนาครั้งนี้จึงเป็นการรวบรวมวิเคราะห์สถานการณ์ ทบทวนสิ่งที่ได้เคลื่อนไหวผลักดันเชิงนโยบายต่อการผลักดันองค์การอิสระผู้บริโภค ซึ่งน่าจะเป็นจังหวะที่ดีในการเคลื่อนไปพร้อมกับขบวนการปฏิรูปการเมือง และการตอกย้ำทิศทางภารกิจร่วมของเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคภาคใต้...

โครงการเวทีสัมมนาเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค ภาคใต้

หลักการและเหตุผล

สถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภคมีมาช้านานตราบเท่าที่มีมนุษย์เกิดมาบนโลกนี้ เพราะมนุษย์เราต้องกินต้องใช้ตลอดเวลา จากปัญหาเล็กๆน้อยๆ ค่อยๆทวีความรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆตามสภาพเศรษฐกิจสังคมที่มีความซับซ้อนมากขึ้น การคุ้มครองผู้บริโภคในเมืองไทยเริ่มจะมีการดำเนินการอย่างจริงจังประมาณปีพ.ศ.2514 และด้วยความพยายามของหลายส่วนจนสามารถบัญญัติกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเป็นพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ได้

ปัจจุบันนี้ปัญหาของผู้บริโภคก็ยังคงอยู่และรุนแรงทวีคูณมากขึ้นด้วยการใช้ระบบเศรษฐกิจแบบการค้าเสรี ทำให้เกิดกระแสลัทธิบริโภคนิยมสร้างผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภคอย่างรุนแรงในทุกๆด้านไม่เฉพาะแค่เรื่องสุขภาพแต่ยังรวมถึงสังคม สิ่งแวดล้อม อีกด้วย สถานการณ์ดังกล่าวเกิดจากการที่ผู้บริโภคไม่สามารถเท่าทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป การคุ้มครองผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องใช้ยุทธวิธีและกระบวนการในการคุ้มครองผู้บริโภคที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อให้เท่าทันสถานการณ์ปัญหาต่างๆ

จึงเป็นที่ยอมรับกันว่าการคุ้มครองผู้บริโภคมิใช่เป็นแค่เพียงบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐเท่านั้น หากแต่ต้องให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองตนเองด้วย โดยการสนับสนุนด้านต่างๆเช่นสนับสนุนให้เกิดการรวมตัวของผู้บริโภค การสร้างช่องทาง การร้องเรียนที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย การเพิ่มช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภค การสร้างเวทีหรือสภาเพื่อให้ผู้บริโภคได้ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อคิดหาทางออกในการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกัน การมีองค์การอิสระในการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

การขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคของภาคประชาชนในภาคใต้ได้เริ่มมีการดำเนินการประมาณปี 2539 โดยการขยายงานของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค และองค์กรภาคประชาชนในพื้นที่ และได้เริ่มมีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคภาคใต้ประมาณปี พ.ศ.2545 อันเนื่องมาจากทำกิจกรรมร่วมกันโดยการสนับสนุนงบประมาณของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ให้การสนับสนุนในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2543 – 2546 ซึ่งสามารถทำให้องค์กรผู้บริโภคต่างๆเห็นความสำคัญของการรวมตัวเป็นเครือข่ายเพื่อสร้างพลังในการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกัน

ปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ไม่ได้ให้การสนับสนุนงบประมาณอย่างในช่วงที่ผ่านมาจึงทำให้องค์กรผู้บริโภคต่าง ๆ หันไปทำกิจกรรมด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค แต่ไม่สามารถทำกิจกรรมในการคุ้มครองผู้บริโภคได้ตรงๆ เนื่องจากไม่มีแหล่งงบประมาณให้การสนับสนุนในการดำเนินการ จึงทำให้ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 จนถึงปัจจุบันเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคในภาคใต้ไม่สามารถขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่แม้ว่าสถานการณ์ปัญหาผู้บริโภคจะรุนแรงมากขึ้นเพียงใดก็ตาม

เป็นเวลากว่าสามปีที่ไม่มีการสัมมนาร่วมกันของเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคในภาคใต้ จึงเป็นเวลาที่เหมาะสมที่จะจัดให้มีการสัมมนาเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคในภาคใต้ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิเคราะห์สถานการณ์ปัญหาร่วมกันและร่วมกันกำหนดทิศทางการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในภาคใต้จากสถานการณ์ที่เป็นอยู่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในกลุ่มเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค ภาคใต้ และผู้ที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อให้เกิดการวิเคราะห์สถานการณ์ปัญหาผู้บริโภคร่วมกันในระดับพื้นที่และระดับประเทศ
3. เพื่อร่วมกันกำหนดทิศทางในการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในภาคใต้

หน่วยงานผู้รับผิดชอบโครงการ สถาบันวิจัยระบบสุขภาพภาคใต้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

องค์กรร่วมจัดการสัมมนา เครือข่ายองค์กรผู้บริโภคจังหวัดสงขลา

โครงการบริโภคเพื่อชีวิตสงขลา

กลุ่มผู้บริโภคเข้มแข็งสงขลา

กลุ่มเป้าหมาย

องค์กรผู้บริโภคจังหวัดสงขลา	10 คน
องค์กรผู้บริโภคจังหวัดสุราษฎร์ธานี	2 คน
องค์กรผู้บริโภคจังหวัดตรัง	2 คน
องค์กรผู้บริโภคจังหวัดสตูล	2 คน
องค์กรผู้บริโภคจังหวัดยะลา	2 คน
องค์กรผู้บริโภคจังหวัดพัทลุง	2 คน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน : วันที่ 19 พฤศจิกายน 2549

กำหนดการ

09.00 น.- 09.30 น.	เรื่อง นโยบายคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐ โดย เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
09.30 น.- 10.30 น.	สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคในระดับประเทศขององค์กรภาคีในส่วนกลาง โดย ดร.วิทยา กุลสมบูรณ์ และ คุณสาลี อ่องสมหวัง
10.30 น.- 12.00 น.	บทบาทและสถานการณ์การขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับพื้นที่
12.00 น.- 13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 น.- 13.45 น.	สถานการณ์ ม.57 โดย ... คุณสายรุ้ง ทองปลอน สหพันธ์องค์กรผู้บริโภค คุณสาลี อ่องสมหวัง มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ดร.วิทยา กุลสมบูรณ์ ผู้จัดการแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ
13.45 น.- 15.00 น.	เรื่อง ทิศทางและยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในภาคใต้
15.00 น.- 16.30 น.	สรุปแนวทางการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในภาคใต้

ผลที่คิดว่าจะได้รับ

1. มีการสัมมนาพร้อมกันของเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคในภาคใต้
2. เครือข่ายองค์กรผู้บริโภคได้แลกเปลี่ยนข้อมูลสถานการณ์ปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่และในภาพรวมระดับประเทศ
3. ได้ทิศทางและยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคภาคใต้ร่วมกัน

บทสรุปข้อเสนอ

ประเด็นการทำงานขับเคลื่อนกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นเรื่องหนึ่งของสังคมบริโภคที่หาเจ้าภาพขับเคลื่อนที่ต่อเนื่องได้ยาก เนื่องจากรูปแบบอันหลากหลายและความซับซ้อนของปัญหาที่มีทั้งมิติทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและผลประโยชน์ของผู้มีอำนาจทั้งอำนาจอันถูกต้องทางกฎหมายที่ขาดกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างแท้จริง และอำนาจการละเมิดสิทธิผู้บริโภคอันเกิดจากการละเลยการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่

ดังนั้นการสร้างกลไกอันเป็นนวัตกรรมการลดแรงปะทะอันเกิดจากกรณีพิพาทใดๆ ที่ทำให้ผู้บริโภค ผู้ประกอบการ การใช้สื่อสารมวลชนให้เกิดประสิทธิผลในการสร้างกระแสสังคม ก็ไม่ควรทำให้ประเด็นสำคัญคือการคุ้มครองผู้บริโภคถูกลดคุณค่าลง เพียงเพราะการสนับสนุนหรือที่มาของงบประมาณการดำเนินงานไม่ครอบคลุมมิติผู้บริโภคทุกด้าน หรือหากต้องการหลีกเลี่ยงประเด็นร้อนโดยใช้ประเด็นเย็นในการเคลื่อนก็ควรเป็นเพียงกลยุทธ์ช่วงแรกเท่านั้น

เมื่อต้องมีการจัดเวทีสาธารณะผู้บริโภคตามประเด็นความสนใจ หรือกระแสขณะนั้น จึงเป็นโจทย์ของผู้บริโภคว่าใครคือเจ้าภาพงานนี้ โจทย์ต่อไปคือจะเป็นเวทีเพื่อรับฟังการบ่น หรือมีกระบวนการรองรับ ส่งต่อสู่กลไกที่เป็นหน่วยงานจัดการปัญหาอย่างไรที่เป็นรูปธรรม

การจัดกลไกศูนย์ประสานงานผู้บริโภค ที่ต้องมีการจัดการระบบข้อมูล ให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ความชัดเจนของปัญหาบนพื้นฐานของความถูกต้อง และการตั้งสมมติฐานที่ครอบคลุมรอบด้านมิติวัฒนธรรมการบริโภคทั้งด้านเทคนิค ด้าน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง ต้องมีการจัดการความรู้ด้วยคณะบุคคล นักวิชาการที่เข้าใจองค์กรวมหรือเข้าใจด้านภูมิศาสตร์ทางสังคมเป็นอย่างดี

มิฉะนั้นจะเป็นการย้ายอยู่บนโจทย์เดิม คือ มีกลไก มีคนทำงาน มีกิจกรรม มีระบบฐานข้อมูล แต่ขาดการขับเคลื่อนผลักดันการแก้ปัญหาผู้บริโภคที่แท้จริง

นั่นคือ ไม่เห็นข้อเสนอที่เป็นนโยบายที่เป็นรูปธรรม ไม่รู้ที่มาของนโยบาย(ไม่มีกระบวนการรองรับ เช่น การจัดสภาผู้บริโภคเชิงประเด็น)

ไม่มีความต่อเนื่องของขบวนการผู้บริโภค ไม่มีความต่อเนื่องทางประเด็นที่ต้องติดตาม (งานวิจัยประเด็นของผู้บริโภคโดยกระบวนการวิชาการที่เป็นกลาง น่าเชื่อถือ สร้างรูปธรรมตัวอย่าง เช่น การสนับสนุนตลาดทางเลือกเพื่อสุขภาพที่มีกระบวนการติดตามถอดสังเคราะห์ข้อเสนอ นโยบายในการสร้างพื้นที่สีเขียวของระบบผลิตและกลไกการตลาดการบริโภค) อันจะเป็นการติดต่ออาวุธให้ผู้บริโภค ขยับจากการบ่นปัญหาสู่แนวทางการเสนอนโยบายที่มีฐานความรู้ความเข้าใจต่อภาพรวมของปัญหามากกว่าการเรียกร้องหาผักปลอดสารพิษ

สิ่งหนึ่งที่ได้ก็คือ การใช้สื่อสร้างกระแสสังคมในมิติการทำการตลาดเพื่อสังคม (Social marketing) เครื่องมือที่น่าสนใจอีกตัวตามกระแสคือการสร้างมาตรฐานที่รับผิดชอบต่อสังคม (CSR cooperate social responsibility) หนัยยะนี้เพื่อให้เกิดกิจกรรมประสานภาคีกับผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการ ในการสร้างแนวคิดเชิงบวก อาจเป็นการจัดเวทีสัมมนา หรือ การจัดทำโฟกัส กรุ๊ป เพื่อสังเคราะห์หาแนวทางการประสานงานภาคีระดับจังหวัดหรือพื้นที่ หรือเชิงประเด็นเป็นการนำร่องก่อน

ทั้งนี้บนความเป็นเครือข่ายผู้บริโภคภาคใต้ หรือกลุ่มผู้บริโภคก็มีความเป็นอิสระต่อกันที่จะเคลื่อนไหวหรือมีความสนใจเฉพาะประเด็นของแต่ละกลุ่ม เช่น ประเด็นอาหารปลอดภัย ประเด็นงานหลักประกันสุขภาพ ประเด็นสาธารณสุขปโภค ค่าน้ำ ค่าไฟ ประเด็นมือถือไม่เป็นธรรมทั้งค่าโทร. คุณภาพเครื่อง เครือข่ายสื่อสาร ประเด็นการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ เอฟทีเอ สะท้อนให้เห็นการกระจายของการเคลื่อนไหวที่ขาดพลัง

โจทย์ใหญ่ร่วมกันคือ ทำอย่างไรให้ทุกเรื่องมีภารกิจผลักดันร่วมกัน หรือกระทั่งการจัดลำดับความสำคัญเร่งด่วนของปัญหาผู้บริโภค เหล่านี้...ยังไม่นับรวมปัญหาที่จะหาจัดตั้งหน่วยงานใดมารองรับหน้าที่ปฏิบัติการกิจดังกล่าว

อย่างไรก็ตามจากวงสัมมนาพบว่า ทุกกลุ่ม องค์กรที่เข้าร่วมมีความพร้อมและความเข้าใจร่วมระดับหนึ่ง แต่ยังคงความเป็นอิสระต่อกันในการสร้างข้อต่อให้เกิดความยืดหยุ่นไม่แข็งตัวมากหรือเกิดขบวนการที่ไม่คล่องตัวเป็นอุปสรรคในการปฏิสัมพันธ์สั่งงานกัน เป็นเพียงเพื่อนร่วมทางในการขับเคลื่อนประเด็นเมื่อต้องการพลัง เพียงแต่ต้องมีกลไกการจัดการ สะสมองค์ความรู้ แปรผลเป็นนโยบาย และรับเป็นเจ้าภาพในการสร้างเวทีสาธารณะร่วมกัน

เป้าหมายคือทำให้เกิดกลไกที่ยั่งยืนเป็นระบบนั้นต้องใช้การประสานภาคีหน่วยงานรัฐที่มีความพร้อม และกระบวนการเตรียมความพร้อมที่มีแผนปฏิบัติการที่ชัดเจน

สรุปประเด็นการแสดงความคิดเห็นของผู้ร่วมประชุม

- ➡ ประเด็นข้อเสนอทิศทางการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค
- ➡ ข้อเสนอเพื่อการดำเนินงานต่อ

ประเด็นข้อเสนอทิศทางการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

- จัดประเด็นงานคุ้มครองผู้บริโภคให้ชัดเจนแล้วจัดทัพในการดำเนินงานร่วมกัน
- อย่าให้ผู้บริโภคฝากความหวังไว้ที่โครงสร้างในการคุ้มครองแต่ต้องสร้างความเข้มแข็งผู้บริโภคควบคู่กับกลไกโครงสร้าง สร้างประเด็นร่วมกัน เช่น ประเด็นน้ำดื่ม / ซิมเสียม ร่วมกันสร้างกระแสอย่างต่อเนื่อง เช่นรายเดือน
- จัดเป็นสภาผู้บริโภคในระดับจังหวัด มีวาระให้เจอกันเป็นประจำ เปิดให้ผู้บริโภคได้ระบายปัญหา เปิดสายโทรศัพท์ให้ได้ร้องเรียน
- ค้นหาอาสาสมัครในการร่วมการแก้ไขปัญหาผู้บริโภคตามศักยภาพและความเป็นจริง
- การเคลื่อนเรื่ององค์การอิสระผู้บริโภค จะเคลื่อนร่วมกันอย่างไร
- การเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่จะเคลื่อนร่วมกันอย่างไร
- การดำเนินงานในพื้นที่ค่อนข้างมีความหลากหลาย การดำเนินงานร่วมกันจะทำให้เกิดการเรียนรู้ และปรับทัศนคติ
- เคลื่อนงานตามศักยภาพของพื้นที่ไม่ต้องรอแหล่งทุน
- เสนอให้จัดเวทีคุยในลักษณะอย่างนี้ให้ต่อเนื่องอย่างน้อย ปีละ 3-4 ครั้ง
- ในอินโดมีลักษณะการรวมตัวกันฟ้อง ซึ่งอาจจะมีลักษณะคล้ายๆที่หลายคนเสนอ คือการเปิดเวทีสาธารณะเชิญผู้ที่ได้รับผลกระทบมาร่วมสร้างให้เป็นวาระของเมือง
- การการสนับสนุนและยกระดับกิจกรรมในระดับพื้นที่ นำสู่การจัดการความรู้ร่วม
- สิ่งที่ต้องกรผู้บริโภคน่าสนใจขณะนี้
 1. ขาดคนประสาน
 2. ขาดการสนับสนุน
- คคส.จะทำบทบาทในการหนุนเสริมองค์กรผู้บริโภคได้หรือไม่?
- ประเด็นปัญหาการร้องเรียนของผู้บริโภคมีปัญหาเรื่องอิทธิพลจากผู้ประกอบการ การจัดสภาผู้บริโภคต้องคำนึงถึงเรื่องของอิทธิพลที่เกี่ยวข้อง
- อยากเห็นความร่วมมือระหว่าง มพพ. กับเครือข่ายวิฑูชุมชน ในการเผยแพร่ข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกันในระดับภาคและระดับประเทศ เพื่อสร้างกระแสและสร้างการร่วมพลังผู้บริโภค
- มองหาองค์กรที่ทำงานคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหลัก เพื่อทำให้ง่ายที่จะทำให้เกิดการร้อยรัดทำงานร่วมกันและสร้างพลังในการผลักดันแก้ไขปัญหาผู้บริโภคจริงๆ

- การสร้างสื่อบุคคลในการนำเสนอและเผยแพร่ความรู้ เป็นกลไกเล็กๆที่น่าสนใจ ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง
- การที่องค์กรอิสระฯเข้มแข็งผู้บริโภคจะเข้มแข็งหรือไม่- เราเชื่อว่าการที่องค์กรการเข้มแข็งจะทำให้เกิดองค์กรผู้บริโภคมากขึ้นๆ / เราคิดว่าองค์กรอิสระเป็นของผู้บริโภคและต้องมีบทบาทในการสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภค
- เราจะสร้างจิตสำนึกผู้บริโภคได้อย่างไร
- ต้องสร้างจิตสำนึก ดึงเอาความคิดให้กับเด็กและเยาวชน
- เวทีวันนี้เป็นเวทีจุดประกาย ต้องขอบคุณคณะวิทยากร ที่ร่วมสร้างความหวังในการขับเคลื่อนงานของเราเอง ซึ่งเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในเมืองของเรา หากสามารถทำให้เกิดสภาพในเมืองได้จริงแสดงว่าเมืองยังมีพลัง
- เครือข่ายองค์กรผู้บริโภคจ.ตรัง ทำงานคุ้มครองผู้บริโภคในหลายหลายด้านและมีความพร้อมที่จะเคลื่อนงาน คบ.ต่อ

ข้อเสนอเพื่อการเคลื่อนงานต่อ

- ต้องเกิดกลไกการประสานงาน ทำให้เกิดการพูดคุยกันบ่อยๆ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการทำงานในพื้นที่ ซึ่งอาจจะมีประเด็นที่แตกต่างกันตามพื้นที่
- มีศูนย์ข้อมูล
- ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน
- การสื่อสารสาธารณะ
- การเปิดเวทีสาธารณะ

รายงานการสัมมนา อภิปราย

- นโยบายคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐ
- สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคในระดับประเทศขององค์กรภาคีในส่วนกลาง
- บทบาทและสถานการณ์การขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับพื้นที่ภาคใต้
- สถานการณ์มาตรา 57 องค์กรอิสระผู้บริโภค
- ทิศทางและยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในภาคใต้
- สรุปแนวทางการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในภาคใต้

นโยบายคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐ

โดย นพ.ศิริวัฒน์ ทิพย์ธราดล

เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

นโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

- นโยบายสังคม** * พัฒนาสุขภาพของประชาชนโดยการปฏิรูประบบสุขภาพ เน้นการมีส่วนร่วม พัฒนาระบบบริการสุขภาพ
- * จัดทำแผนปฏิรูปสังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน

หน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค

- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี
- ศูนย์จัดการข้อร้องเรียนด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงพาณิชย์
- กรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์
- กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์
- กองประกอบโรคศิลปะ กระทรวงสาธารณสุข
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด กระทรวงสาธารณสุข
- และหน่วยงานเฉพาะเรื่องอื่นๆ เช่น กรมการขนส่งทางบก

นโยบายของกระทรวงสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

นโยบายด้านสุขภาพ

- ส่งเสริมและสนับสนุนการระดมศักยภาพของหน่วยงาน องค์กร และเครือข่ายต่างๆที่ทำงานด้านสุขภาพ เพื่อขับเคลื่อนงานร่วมกันด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียง
- สนับสนุนและพัฒนาความเข้มแข็งและการมีส่วนร่วม กลไกสมัชชาสุขภาพ การจัดทำพรบ.สุขภาพแห่งชาติ
- สนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ การควบคุมโรค และภัยคุกคามสุขภาพ พัฒนามาตรการ เช่น หลักประกันสุขภาพ พรบ.ยาสูบ
- ส่งเสริมการพัฒนาระบบการวิจัยและพัฒนาด้านสุขภาพ นำไปสู่ผลิตภัณฑ์ บริการด้านสุขภาพ ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน
- ส่งเสริมสนับสนุนการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ผลักดันสมุนไพรทดแทน

นโยบายคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

หน้าที่ การดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพ

เป้าหมาย ลด ละเลิก การบริโภค บริโภคสมเหตุผล

นโยบายหลัก

- พัฒนาศักยภาพผู้บริโภค (**Healthy Consumption**)
- ส่งเสริม พัฒนาผู้ประกอบการ
- ส่งเสริมสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม

ทิศทางการดำเนินงาน ปีงบประมาณ 2550

- 1 ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพและสถานประกอบการ
- 2 ด้านการบริโภคเพื่อสุขภาพ
- 3 ด้านความร่วมมือเครือข่าย
- 4 ด้านการพัฒนาองค์กร

ดำเนินกิจกรรมหลักตามแผนงบประมาณดังนี้

1. โครงการความปลอดภัยด้านอาหาร
2. การพัฒนาคุณภาพยา
3. การกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพ
4. การควบคุมตัวยาและสารเสพติด
5. การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน
6. การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค
7. การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
8. การพัฒนาระบบบริหาร

แนวทางความร่วมมือกับองค์กรผู้บริโภค

- 1) การติดตามความปลอดภัยผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผ่านระบบรับเรื่องร้องเรียน
- 2) การเผยแพร่ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร แก่ผู้บริโภค ผ่านสื่อมวลชนท้องถิ่น อสม. อย.น้อย เครือข่ายผู้บริโภค
- 3) การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ผ่านโครงการ อย.น้อย กิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคของอสม. กิจกรรมชมรม / กลุ่มคุ้มครองผู้บริโภค
- 4) การสร้างเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค ภาครัฐ เอกชน ประชาชน

สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคในระดับประเทศขององค์กรภาคีในส่วนกลาง

ดร.วิทยา กุลสมบูรณ์ : ผู้จัดการแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ

คุณสารี อ๋องสมหวัง : มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค



ดร.วิทยา กุลสมบูรณ์ : ผู้จัดการแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ

เราน่าจะพูดเรื่องภาพรวมประเด็นที่เกี่ยวข้องคือ เรื่ององค์กร อ.พงศ์เทพ และประเด็นเรื่องกฎหมาย โดยอย่างยิ่งเรื่ององค์การอิสระ และประเด็นอื่นๆที่ทางผู้บริโภคเกี่ยวข้อง เช่น เรื่องโฆษณาตอนนี้ก็เป็นปัญหาใหญ่

อาจจะเริ่มตรงเรื่ององค์กร มันมีองค์กรที่เกี่ยวข้องค่อนข้างมาก แล้วผู้บริโภคจะอยู่ตรงไหน จะเชื่อมต่อกันอย่างไร หลักๆแล้วมีภาคประชาชน หรือภาคสังคม จะรวมตัวกันหรือคนเดียวก็น่ามีพลังสูงมาก เช่น กรณีคุณรัตนา คุณสารี คุณรสนา ได้สะสมพลังจากกลุ่มผู้บริโภค แล้วสามารถขับเคลื่อนในบางประเด็น

ประเด็นในเชิงประเด็น คือ ตอนนี้เราควรทำอะไรในส่วนของผู้บริโภค ซึ่งสถิติผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมมีเยอะมาก หลากหลายประเด็น แล้วเราจะจับประเด็นไหนก่อนตอนที่ยังไม่มืองค์กรอิสระ ไล่ไปที่ละอัน หนึ่ง องค์กรยุติธรรม แต่ละจังหวัดก็มีศาล มีอัยการ แล้วเรื่องศาลคุ้มครองผู้บริโภค อัยการเพื่อผู้บริโภคก็มีการถกเถียงกันว่าควรเกิดมัย มากกว่านั้นคือ มีแนวคิดว่าจะจับ สคบ.ไปอยู่ที่กระทรวงยุติธรรม

ในเชิงกฎหมาย เรามีกฎหมายที่เรียกว่า พรบ.ความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าไม่ปลอดภัย ประเด็นในวุฒิสภาถกกันมากกว่า สินค้าที่ไม่ปลอดภัย รวมถึงกรณีที่เกิดตกชิงช้าสวรรค์ด้วย หรือเปลา่ ชิงช้าสวรรค์เป็นสินค้าหรือเปลา่ก็เถียงกันมาก รวมทั้งพวกที่พูดเรื่องบริการทางการแพทย์ ด้วยว่า พรบ.นี้เป็นสินค้า มันไม่ใช่บริการ ฉะนั้นไม่ควรที่จะใช้กฎหมายสินค้าที่ไม่ปลอดภัยกับเรื่องบริการ ในการประชุมของวุฒิสภา ภาคประชาชนจะไม่ค่อยรู้เรื่องว่าเขาประชุมกัน แล้วฝั่งประชาชนจะอยู่ตรงไหน ตัวอย่างอันนี้เป็นรูปธรรมว่าเราขาดการเชื่อมร้อย

ฝั่ง สคบ. อดีตเป็นแดนสนธยา มีกลไกของราชการแบบเดิมๆ ยึดตาม พรบ.กฎหมายปี2522 ปีที่แล้วผลลัพธ์จากการเคลื่อนไหวภาคประชาชน เช่นกรณีการจัดเวทีผู้บริโภคที่ธรรมศาสตร์ กรณีคุณเดือนเพ็ญ คุณรัตนา ทำให้รัฐมนตรีพินิจ เห็นว่าปัญหาผู้บริโภคเป็นปัญหาที่กระทบพอควร

สคบ.ตอนนี้มีเงินที่จะทำงานอยู่ 100 กว่าล้าน ในระดับจังหวัดส่วนใหญ่ก็ไปใช้ในเรื่องที่ทำให้มีเจ้าหน้าที่คนหนึ่งที่ทำงานกับสคบ.จังหวัด ตรงนี้ก็ถือกลไกที่จังหวัด มีตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมอันหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่น คือ สคบ.กทม. มีรายละเอียดที่น่าสนใจ มีการจัดโครงสร้าง มีรับเรื่องร้องเรียน มีฝ่ายจัดการพัฒนาองค์กรผู้บริโภค รูปแบบนี้จังหวัดใหญ่ๆก็น่าจะพิจารณา

ที่ผ่านมาจากการทำงาน มูลนิธิผู้บริโภคได้สรุปประเด็นไว้ว่า

ผู้บริโภคยังมีความเสี่ยงสูง แต่ตรงนี้เป็นกรอบใหญ่ พอลงรายละเอียดว่าเป็นการบริโภคชนิดใด บริการชนิดใด แต่ละเรื่องมีรายละเอียด มีลีลาที่ต่างกันมาก คิดว่าเรื่องสินค้าและบริการมีอยู่3ประเด็น นอกเหนือจากความปลอดภัย ประเด็นหลักคือ เราจะทำอย่างไรให้ประชาชนปลอดภัย ทำอย่างไรไม่ให้ถูกหลอก ทำอย่างไรไม่จ่ายเกินจริง เช่น หน่อไม้ปั่น แชมพูผมร่วง พวกนี้เป็นรูปธรรม แต่ประเด็นที่สอง โฆษณาเกินจริงซึ่งยาก ประเด็นที่สาม จ่ายเกินจริง อันนี้หนักขึ้นไปอีก คือจะพิสูจน์อย่างไร โฆษณาเกินจริงก็เยอะ เยอะมากที่ต้องทำ ภาครัฐคุ้มครองไม่พอ แล้วเรื่องแบบนี้คนภูมิภาคขาดทุน เพราะ สคบ.ตั้งอยู่กรุงเทพ ร้องเรียนที่ต่างจังหวัดจะเหมือนร้องเรียนที่กรุงเทพฯ มันก็ไม่เหมือนกัน ประเด็นที่สาม เรื่องโฆษณาและกลไกตลาดอันนี้แย่มาก เพราะรัฐควบคุมโดยที่ใช้แบบตะวันตก แต่ประเทศไทยมีความซับซ้อน การรวมตัวของผู้บริโภคก็ยังคงอาศัยฟังเอ็นจีโออยู่

เรื่องข้อมูลวิชาการเป็นประเด็นค่อนข้างใหญ่ นักวิชาการก็ยังหลากหลายและเวลาพูดเรื่องต่าง ๆ ก็มองต่างมุมกัน ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้นำไปสู่สิ่งที่เราต้องทำกันทั้ง2ด้าน ทั้งภาคประชาชนและภาครัฐ จะเติมกันอย่างไร

ในภาพรวมก็ขยับไปพอสมควร ที่นี้พอขยับแล้วไม่มีประเด็นก็จะเป็นลักษณะที่พาเด็กไปตรวจสอบสารเคมีเป็นหลัก เช่นตรวจสอบบอแรกซ์ ตรวจสอบแม่ค้า อะไรต่างๆ แต่ว่าการเกิดปัญญาของเด็กก็ต้องหาวิธีการอีกเยอะ แต่เราไปจับประเด็นที่กระทบกับเด็กมาก คือ เรื่องขนมเด็ก

เพราะฉะนั้นเราต้องพูดเรื่อยๆ เรื่ององค์กรอิสระไม่ว่าเราจับประเด็นอะไรก็ให้พูดเรื่ององค์กรอิสระ เนื่องจากว่ามันยังไม่มีจริงในแง่อำนาจทางกฎหมาย แต่มันมีจริงในแง่ตัวตนของฝั่งผู้บริโภค

ในกรอบกว้างๆที่ อ.พงศ์เทพ พูดถึง สดศ. ถ้าท่านทำได้ก็จะเป็นประเด็นที่น่าจะสื่อสารกับประชาชน เรายินดีที่จะร่วมมือ เพื่อพัฒนาตามสูตร อ.ประเวศ พลังความรู้ พลังประชาชน พลังนโยบาย เป็นกรอบใหญ่กว้างๆเขียนไว้ไม่ถึงกับปิดแคบที่จะเคลื่อนไหวได้ ในฝั่งที่พวกเราทำได้อาจจะเป็นเรื่อง ตั้งแต่ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือของภาคประชาชน พัฒนายุทธศาสตร์ เช่น ภาคใต้ใครจะรับเป็นตัวแทนประสานความร่วมมือ สารที่จะพัฒนาก็เปิดกว้างแล้วแต่จะเอาเรื่องอะไรมาเป็นประเด็นหลัก

เรามีหลายประเด็นที่ยินดีและพร้อมที่จะดำเนินการ เช่น เรื่องกองทุนชดเชย ตอนนี้เราจะทำอย่างไรให้มีกองทุน เรื่ององค์กรอิสระก็ตั้งเป้าว่ารัฐบาลจะดันออกมาได้มัย ขณะนี้ความร่วมมือในส่วนคุ้มครองผู้บริโภค ก็ร่วมมือกับฝั่งเราคือ คคส.และทำงานร่วมกันทั้งภาคประชาชน ภาควิชาการ เครือข่ายรัฐหรือการเมือง เรายังเข้าไปได้พอสมควร อย. กรมวิทย์ฯ ก็มีโครงการอยู่ ขณะนี้ก็เริ่มไปจัดเวทีกับสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติในเชิงประเด็นเรื่องขนมถุง

คุณสารี อ่องสมหวัง : มุลนิธิเพื่อผู้บริโภค



ตอนนี้กรณีร้องเรียนที่มูลนิธิผู้บริโภคที่มากที่สุดคือเรื่องหนี้หลักๆ เจอเรื่องดอกเบี้ยที่ไม่เป็นธรรม เรื่องใหญ่ของปัญหาผู้บริโภคก็คือ การกระตุ้นการบริโภค นโยบายของรัฐบาลชุดที่ผ่านมาทำให้เกิดการบริโภคที่ไร้ขีดจำกัด และส่งผลกระทบต่อครอบครัว เศรษฐกิจ สังคม

ปัญหาก็ยังคงเป็นปัญหาอยู่ไม่ว่า จะเป็นเรื่องไม่สนใจผู้บริโภค ไม่รับฟังความเห็นของผู้บริโภค นโยบายที่ส่งผลกระทบต่อ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแปรรูป FTA ที่ไม่มีใครรู้ข้อเท็จจริง เพียงแต่ได้ยินต่อๆ จากคนที่มีข้อมูล

ในเรื่องกลไกคุ้มครองผู้บริโภค ในอดีตปี 2535 เราเริ่มต้นทำงานเล็กๆ คิดว่าเราจะรวมพลังกันได้หรือเปล่า ปี 2537 เราก็เริ่มทำงานเป็นการทดลอง จากคำที่บอกว่า “ร้องทุกข์ 1 ครั้งดีกว่าบ่น 1000 ครั้ง” ขณะนี้ทุกคนร้องทุกข์เป็น แต่กระบวนการจัดการทุกข์ที่เป็นเครื่องมือทางนโยบายยังเป็นปัญหา ปี 2541-2543 เกิดกลุ่มก้อนผู้ที่ทำงานผู้บริโภคครั้งแรก มูลนิธิได้ร่วมมือกับ อย. ได้เงินก้อนหนึ่งในการทำงานผู้บริโภค 10 จังหวัด เป็นภาคใต้ 2 จังหวัด คือ สงขลา กับ สุราษฎร์ธานี จากนั้นขยายไป สตูล ตรัง ปี 2542 เกิดสหพันธ์องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค มีสมาชิกหลากหลาย สหพันธ์ได้ทำหน้าที่เชิงนโยบาย มีโอกาสผลักดันกฎหมายฉบับหนึ่งที่มีชื่อว่า กฎหมายหลักประกันสุขภาพ โดยอาศัยฐานในเครือข่ายกลุ่มองค์กรผู้บริโภคช่วยกัน เป็นการทำงานที่สร้างความเข้มแข็งให้กับภาคประชาชนในการรู้จักเข้าใจ คุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของตนเอง

บทบาทและสถานการณ์การขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภค ในระดับพื้นที่ภาคใต้

อาจารย์ชโลม เกตจินดา : ผู้ดำเนินการสัมมนา

ในระดับภาคใต้จะมีองค์กรอยู่ 2 พื้นที่คือ สุราษฎร์กับสงขลาที่เกาะตัวกันมาเหนียวแน่นตลอดตั้งแต่แรก จนมาเกาะเกี่ยวกับพื้นที่อื่นๆ เป็นเครือข่ายมาจนทุกวันนี้



งานด้านนี้ประกอบด้วยมุมมองของ 3 ส่วน ส่วนแรกคือ ออย. เป็นตัวแทนของภาครัฐ แล้วยังมีหน่วยงานอื่นๆในส่วนของการสนับสนุนทางด้านวิชาการและอาจจะมีเรื่องงบประมาณบ้างนิดหน่อยจากอาจารย์วิทยา กุลสมบูรณ์ ซึ่งเป็นผู้จัดการแผน คคส.เป็นงบผ่านมาจาก สสส.และทางด้านขบวนการเคลื่อนไหวคือมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคโดยคุณสารี

งานบริโภคเป็นงานที่ซับซ้อนตามไม่ทัน มันมีเส้นบางๆทางสังคม ไม่ว่าจะเป็น medical hub ที่ส่งผลกระทบต่อแพทย์ไหล่ออกจากระบบ จนกระทั่งอาจจะเกิดการลดคุณภาพบริการลงได้ ซึ่งความซับซ้อนตรงนั้นคนทั่วไปที่ไม่มีองค์ความรู้ด้านนี้จะมองผลกระทบต่อไม่เห็น แล้วทำที่สุดการเป็น medical hub ที่เพิ่ม GDP ในเรื่องของเงินไหลเข้าประเทศแต่คุณภาพหมอที่ไหล่ออกจากระบบ ชาวบ้านทั่วไปจับไม่ได้ น่าจะมีองค์กรวิชาการที่จะเข้ามาช่วยเหลือตรงนี้ หรือเรื่อง FTA ตอนนี้อีกพลัราคาถูกเข้ามาแล้วไม่แน่ใจว่าเป็นของประเทศไหน ซึ่งอาจจะมมีปัญหาเรื่องการควบคุมสารเคมี

คุณสิรินหา เพชรรัตน์ : โครงการบริโภคสร้างสรรค์ สุราษฎร์ธานี

กิจกรรมที่ผ่านมาเกี่ยวกับผู้บริโภคในภาคใต้

ปี 2539-2540 โครงการบริโภคเพื่อชีวิต สงขลา

ทำงานคุ้มครองผู้บริโภคโดยการสนับสนุนของ AUSAID

ปี 2541 สุราษฎร์กับสงขลา

ทำงานเรื่องการสนับสนุน สร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มองค์กรผู้บริโภค

ปี 2543

- ทำเรื่องสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรผู้บริโภค เรื่องร้องทุกข์หนึ่งครั้งดีกว่าบ่น
พันครั้ง

- มีคาราวานด้านสินค้าสุขภาพผิดกฎหมาย เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์

- รณรงค์เรื่องหลักประกันถ้วนหน้า ผลักดันให้เกิด พรบ.หลักประกันสุขภาพแห่งชาติ

- ขยายเพื่อนทำงานมากขึ้น เช่น ตรัง สตูล

ปี 2544 - มีเครือข่ายจังหวัดสตูลที่เข้ามาทำเรื่องผู้บริโภคอย่างเป็นทางการเป็นจริงเป็นจังมากขึ้น

ปี 2545 - เพิ่มอีก 2 พื้นที่ คือ ตรัง กับยะลา(สมาคมยุวมุสลิม)

- ธรรมนูญมาตรา 57 มีวิจัยร่วมกับมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค เรื่องสุขภาพไม่ใช่อาหารเสริม
- สมัชชาผู้บริโภค
- ปี 2546 - โครงการเสริมสร้างเครือข่ายพัฒนาองค์กรผู้บริโภค 5 พื้นที่
- สหกรณ์ผู้บริโภค
- ปี 2547 - วิจัยคุ้มครองผู้บริโภคเชิงวิชาการ
- ปี 2548 - เครือข่ายสุราษฎร์ธานี สงขลา สตูล ตรัง ทำงานเรื่องศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ เป็นความต่อเนื่องจากที่เราได้ร่วมมือกันผลักดัน พรบ.หลักประกันสุขภาพแห่งชาติ
- ปี 2549 - มี 9 ศูนย์ 7 จังหวัด
- สัมมนากฎหมายเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค
- ธรรมนูญเรื่อง FTA การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ

สิ่งที่เราอยากเห็น คือ การเกิดระบบข้อมูลข่าวสารที่จะสามารถหนุนเสริมให้กับภาคประชาชนที่ทำงานเรื่องกลไกคุ้มครองผู้บริโภคทำงานได้จริง สามารถสื่อสารงานเรื่องนี้กับสาธารณะได้ เกิดทางเลือกในการบริโภคสินค้าและบริการ การมีส่วนร่วมกันของภาคประชาชนในการคุ้มครองสิทธิ



คุณจุฑา สังขชาติ : ผู้ประสานงานโครงการบริโภคเพื่อชีวิตสงขลา

เราถูกตั้งคำถามเยอะเรื่องความเข้มแข็งขององค์กรผู้บริโภค ในขณะที่ยุทธศาสตร์ปัญหาผู้บริโภครุนแรงมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง กฟผ. FTA ส่วนองค์กรผู้บริโภคต่างๆ ขยับตามมา ส่วนภาคใต้จะเห็นว่าเราเริ่มมีเพื่อนมากขึ้น การมีมาตรา 57 ก็ทำให้เราได้มาเจอกันในส่วนขององค์กรผู้บริโภคภาคใต้ การที่มีเรื่องของศูนย์หลักประกันสุขภาพ ก็ทำให้มีการรวมกันมากขึ้น

องค์กรผู้บริโภคภาคใต้ จะบอกว่าใครเป็นผู้ประสานงานหลักก็คงตอบลำบาก มันเป็นลักษณะเครือข่าย สงขลาอาจจะทำงานมาก่อนคนอื่น เลยใช้โอกาสนี้ช่วยประสานคนอื่นในตอนี้ ภาคใต้มีประเด็นปัญหาเฉพาะหลายเรื่องเหมือนกัน แต่ด้วยเรื่องงบประมาณ จำนวนคนทำงาน ทำให้ประเด็นที่เราต้องลัดกันไปกับประเด็นทางส่วนกลางของมูลนิธิ

คุณกวาง ดิษฐาภิรักษ์ : ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จ.พัทลุง

เราตีความว่า เราไม่ได้ทำเรื่องของผู้บริโภคโดยตรง แต่การทำศูนย์หลักประกันซึ่งเกี่ยวข้องกับบริการทางการแพทย์ ก็น่าจะเป็นการบริการประเภทหนึ่งด้วย ศูนย์ฯที่พัทลุงก็จะมีกรณีตัวอย่าง มีการคุ้มครอง สามารถทำให้ได้รับบริการจากองค์กรของเรา มีความรู้สึกมั่นใจ สามารถกระจายข่าว แนะนำคนอื่นได้ ศูนย์ฯพัทลุงเป็นสะพานให้เขาเดิน ไม่ได้รับเหมาทำแทน ทำให้คนที่มาสัมผัสกับพวกเราเข้าใจเรื่องสิทธิ เข้าถึงสิทธิพิทักษ์สิทธิได้

คุณวรรณชัย สุวรรณกาญจน์ : คลื่นวิทยุมวลชน 101.75 ประธานชมรมส่งเสริมคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสงขลา

ตอนนี้ที่ทำอยู่มีการรับเรื่องร้องทุกข์ ทุกวันนี้ก็ไม่มีเจ้าหน้าที่ ก็ทำกันเอง ให้ร้องเรียนทางโทรศัพท์มือถือ ทุกวันนี้ก็จัดแถลงข่าวทุกเดือน เอาปัญหาผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา จังหวัดใกล้เคียงมาบอกกับให้สื่อได้รู้ วันที่ 25 เดือนที่แล้วเป็นเรื่องอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ปัญหาการใช้โทรศัพท์มือถือซึ่งโฆษณาเกินจริง ไม่บอกข้อมูลทั้งหมดให้กับผู้บริโภค เช่น สัญญาณไม่ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ สิ่งเหล่านี้คิดว่าทุกคนทำได้แม้ไม่มีองค์กร

ส่วนเรื่องเครือข่ายคิดว่า วันนี้น่าจะเป็นนิมิตหมายที่ดีที่จะจับมือให้แน่นมากขึ้น รวบรวมคิดทำให้เรื่องเครือข่ายแน่นขึ้นกว่าเดิม



คุณรอชิตี เลิศอริยะพงษ์กุล : สมาคมยุวมุสลิมแห่งประเทศไทย

ในส่วนของสมาคมยุวมุสลิมแห่งประเทศไทย ผลงานของเราคือเรื่องครีมเทียม สมัยปี 2535 มุสลิมไม่บริโภค เนื่องจากมีการพิสูจน์ส่วนประกอบบางอย่างซึ่งมุสลิมไม่สามารถบริโภคได้ หลักการทำงานของเรานั้น 4 ประเด็น ประเด็นแรก ฮาลาลต้องมาอันดับหนึ่ง ประเด็นสองสามสี่คือ ปลอดภัย ประหยัด เป็นธรรมชาติ อันนี้ถือเป็นปกติที่ทุกองค์กรต้องมีการทำกัน

ตั้งแต่ปี 2535 เราเริ่มเรียนรู้จากศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคปีหนึ่ง ไปฝึกงานเดือนกว่า ลงพื้นที่ดูทุกสายงานที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ปัญหาที่สำคัญ คือการถกทอรวมกลุ่มให้เกิดพลังจริงๆ ถ้าทำในสามจังหวัดจะค่อนข้างยาก เพราะเมื่อไหร่ที่รวมกลุ่มกันจะมีปัญหาโดนจับตามองทันที

ตอนนี้เรามีศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ แต่สุดท้ายก็ขึ้นอยู่กับประชาชนว่าคิดอย่างไร ถ้าประชาชนคิดว่าไม่เป็นไร เสียแล้วเสียไปไม่ต้องสนใจมากนัก เพราะไม่อย่างนั้นจะเสียเวลา เสียโน่น เสียนี้ เพราะฉะนั้นการพิทักษ์สิทธิของตนเองจะเกิดขึ้นน้อยมาก ศูนย์ของเราตอนนี้ตั้งแต่เกิดความไม่สงบขึ้น กลายเป็นศูนย์รับเรื่องความไม่เป็นธรรมล้นสำนักงาน ตอนนี้ก็มีทนายความมาช่วยที่สำนักงานรับเรื่องนี้โดยเฉพาะ แต่เรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคมันไม่ค่อยมีประเด็น

อีกเรื่องที่เราพยายามทำงานกันอยู่ คือความร่วมมือของสหวิทยาศาสตร์ สังคมมุสลิมต้องการความเป็นวิทยาศาสตร์ จะบอกว่าฮาลาลไม่ฮาลาลต้องใช้วิทยาศาสตร์พิสูจน์เหมือนกัน



อาจารย์เริงชัย ต้นสกุล : กลุ่มรักบ้านเกิด ปัจจุบันเป็นมูลนิธิรักบ้านเกิด

สถานการณ์บริโภคกรุงเทพกับหาดใหญ่แตกต่างกัน ของเราเป็นเรื่องสิทธิที่จะไม่บริโภคมากกว่า เรื่องที่เราต่อต้าน คือเรื่องที่เขาอยากให้เราบริโภคทั้งนั้นเราก็เลยไม่ค่อยได้ฟัง สสส. แต่เราฟังสภาพนายความเป็นหลัก คดียังติดอยู่ในศาล เยอะเลย ประเด็นมันก็เลยต่างกันไปบ้าง แต่สุดท้ายประเด็นเหล่านี้ก็ทำให้ความสุขของประชาชนไม่เกิด และก็บั่นทอนความสุข สร้างความเดือดร้อนทุกวินาทีเลย ถ้าไม่เชื่อลองเป็นจำเลยดู ต้องประกันตัว ไปรายงานตัวทุกอาทิตย์

เรื่องของทรัพยากรธรรมชาติเป็นเรื่องหลักที่เราเจออยู่ เราต้องคุ้มครองไม่ว่าจะเป็นป่า ทะเล แผ่นดิน หรือ เรื่อง FTA ที่หาดใหญ่มียิ่งกว่า FTA คือเรื่อง IMT-GT ถ้าไปดูชั้นตอนที่ผ่านมาผิดกฎหมายทั้งนั้น ความเดือดร้อนเหล่านี้เป็นความเดือดร้อนของสิทธิที่จะบริโภคหรือไม่บริโภค เวลาที่เราขอเงินจะมาใช้ทำงานประเภทนี้ จากองค์กรที่เราคิดว่าจะบริการให้มีความสุขมากขึ้นกับชุมชน ไม่ว่าจะ สสส. สปสช. ส.อะไรก็แล้วแต่ มักจะมีคำว่าเรื่องของเราไม่ลงร่องกับเรื่องที่เขาจะให้เงิน

สำหรับที่นี่ ประเด็นความเดือดร้อนแบบนี้ค่อนข้างเยอะ ทำให้เรายังลืมนโยบายสารฟอรัมาลีนที่อยู่ในปลา เรื่องสารเคมีที่มีอยู่เยอะก็ยังไม่หนักเมื่อเทียบกับอีกเหตุการณ์ที่ว่ามา

คุณกัลย์ทรศน์ ตั้งหวัง : เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค จ.สตูล

ในปีแรกๆชุมชนคาดหวังนี้กว่าเราเป็น อย. มีทั้งมาขออนุญาตเรื่องผลิตภัณฑ์บ้าง อะไรบ้าง เราต้องอธิบายว่า เราทำเรื่องให้รู้สิทธิ เรื่องนโยบาย สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนถ้าเขาถูกรุกรานด้วยโฆษณาและสินค้า ทำให้ประยะหนึ่งเราได้ร่วมกับสคบ. ปรากฏว่า สคบ.ได้เชิญตัวของผู้ทำงานผู้บริโภคไปประชุมกลับมาพื้นที่ก็คาดหวังอีก คิดว่าเราเป็น สคบ. แล้วก็มาทำงานเครือข่ายหลักประกัน ก็รับเรื่องร้องเรียนในเรื่องการบริการจากโรงพยาบาล ได้ช่วยเหลือในเรื่องกรณีต่างๆ เช่น ค่าชดเชยในมาตรา 41

เราก็คาดหวังต่อเหมือนกัน เราคาดหวังจากมูลนิธิ สตูลเข้มแข็งน้อยมากในการเขียนโครงการ การของงบประมาณ แล้วการขับเคลื่อนเรื่องคุ้มครองผู้บริโภคมันกระทบเยอะ เราจะสร้างความเข้มแข็งกันได้อย่างไร



ผศ.ภก.พงศ์เทพ สุธีรวุฒิ : ผู้อำนวยการ สวรส.ภาคใต้ มอ.

เวลาที่พูดถึงผู้บริโภค มักบอกว่าผู้บริโภคเป็นปลายทาง เพราะตั้งต้นว่ามาจากผู้ผลิต มีผลิตภัณฑ์ออกมา มีบริการออกมา ผู้บริโภคอยู่ปลายทาง ถ้าเรามองกลับอีกแบบว่าทำอย่างไรให้ผู้บริโภคอยู่ต้นทาง เราสามารถกำหนดได้หรือไม่ว่าเราจะบริโภคอะไร บริการแบบไหน แล้วก็กระตุ้นให้ผู้ผลิต ให้ผู้บริการ ผลิตและให้บริการตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งคิดว่านี่คือจุดหมายปลายทางที่เราต้องทำให้ถึง ต้องเริ่มจากผู้บริโภคเข้มแข็งที่อยู่ต้นทางได้หรือเปล่า ขณะนี้ถ้าเรามอง มูลนิธิผ่านประสบการณ์ชวากหนามมานาน ตอนเริ่มที่จะมีทิศทางมีกลุ่มสนับสนุน แต่ในส่วนต่างจังหวัดมันเป็นปัญหาใหญ่ ประเด็นนี้มันกว้างและไม่มีคนจับอยู่จริงๆ จับแบบ part time ถ้ามีคนจับแล้วจัดการแหล่งทุนที่เข้ามาสนับสนุน เราปฏิเสธไม่ได้ว่าเรื่องงบประมาณต้องมี แต่คิดว่าไม่ใช่สิ่งสำคัญ เพียงแต่เรายังขาดกระบวนการพัฒนาคนทำงาน ผู้บริโภค เวลาแหล่งทุนมองคนทำงานมักจะมองว่าคนพวกนี้เก่งหมด ต้องมีความรู้เชิงวิชาการ เก่งเทคโนโลยี เขียน proposal เก่ง สามารถเชื่อมกันคนโน้นคนนี้ได้ ซึ่งในความเป็นจริงมันน้อยที่หาคนแบบสารี ฉะนั้นเวลาแหล่งทุนหรือสถาบันวิชาการมองเรื่องนี้ ต้องมองว่าจะไปสนับสนุน เขาได้อย่างไร

คุณสิทธิศักดิ์ ตันมงคล

ก็ไปยุ่ง ๆ อยู่กับเรื่องผู้บริโภคเข้มแข็ง ซึ่งนานแล้วก็ไม่เข้มแข็งจริงๆซะที มีมุมมองอันหนึ่งที่ยากจะสะท้อน คือว่างานผู้บริโภคกว้างมากเลย อะไรมันก็เกี่ยวไปหมด ก็เลยโฟกัสไม่ได้เลยมันเบลออกไปหมด อย่างคุณสารีมาอย่างนี้ก็คงใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ เห็นมัยผู้บริโภคโดนเอาเปรียบแล้ว สารีพูดเรื่อง ต้องเดินทางไกลขึ้น ค่าใช้จ่ายสูงขึ้น ห้องน้ำไม่พอใช้

เราน่าจะจับประเด็นเป็นรายประเด็นคล้ายเรื่องฮาลาล เป็นรายประเด็น เรื่องอาหาร เรื่องเครื่องดื่ม บริการสาธารณะ มันจะได้มีความเข้ม แล้วบางประเด็นที่ยังไม่ชัด คนยังไม่พร้อมก็อย่าเพิ่งไปเดินมัน ทำทุกประเด็นมันจะเหมือนลิงแก้แห

(ต่อในหัวข้อเดิม หลังจากพักรับประทานอาหารเที่ยง)

คุณธรรมรัตน์ ทนคง : สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จ.สงขลา

ที่นี่สามารถร้องเรียนได้ที่เบอร์โทรศัพท์ 074 - 313206 คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสงขลาประกอบด้วยผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลา เป็นประธาน สคบ.ของจังหวัด และมีคณะอนุกรรมการประกอบด้วยหัวหน้าหน่วยงานราชการภายในจังหวัด เช่น พาณิชย์จังหวัด สาธารณสุขจังหวัด กรมการค้าภายในจังหวัด และอัยการจังหวัด นอกจากนี้ยังมี คุณวรรณชัย คุณจุฑา เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในคณะอนุกรรมการ

สคบ.จังหวัดจะมีคณะทำงานตรวจสอบด้านโฆษณาสินค้า ด้านสัญญา ด้านฉลาก

ด้านโฆษณาจะมีสาธารณสุขจังหวัดเป็นหัวหน้าคณะทำงานในการตรวจสอบ ด้านฉลากจะมีพาณิชย์จังหวัดเป็นหัวหน้าคณะทำงาน ส่วนในเรื่องสัญญาจะมีอัยการเป็นหัวหน้าคณะทำงาน

งานรับเรื่องร้องเรียนตอนนี้ส่วนมากที่พบจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการใช้บริการโทรศัพท์มือถือ การซื้อขายบ้าน เรื่องบ้านมักพบที่หาดีใหญ่ การใช้โทรศัพท์มือถือคือส่วนมากนำไปซ่อมแล้วระยะเวลาในการซ่อมจะยาวนานบางครั้งเป็นเวลาถึง 5-6 เดือน บางครั้งการส่งซ่อมนานๆ ทำให้ระยะเวลาการรับประกันของเครื่องลดน้อยลง

อาจารย์ชโลม เกตุจินดา : ผู้ดำเนินการสัมมนา

อยากให้นำเสนอในชุดที่มีการสนับสนุนว่าปีที่ผ่านมาเป็นปีคุ้มครองผู้บริโภคจะมีการพัฒนากลไกอะไรในจังหวัดบึงมัย ในลักษณะที่มีการติดตามแบบต่อเนื่องหรือเป็นวาระที่กรรมการเองน่าจะหยิบยกไปทำงานกันต่อในชุดของกรรมการที่นอกเหนือจากการประชุมไปตามปกติ

คุณวรรณชัย สุวรรณกาญจน์ : คณบดีวิทยุมวลชน 101.75 ประธานชมรมส่งเสริมคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสงขลา

ขออนุญาตในฐานะเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการ คือเมื่อปลายเดือนสิงหาคม มีการจัดเวทีเรื่องของเครือข่าย การสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา ได้รับงบประมาณจาก สคบ. ส่วนกลางผ่าน สคบ. จังหวัด คือมันมีข้อจำกัดอย่าง ต้องเรียนกันตรงๆว่าปัญหาของหน่วยงาน สคบ. ในจังหวัด งบประมาณก็น้อย คนก็จำกัด แล้วก็การประชุมตั้งแต่ตนได้รับการแต่งตั้งรู้สึกจะครั้งเดียวเอง ซึ่งมันเป็นปัญหาเพราะปัญหาผู้บริโภคมันเกิดขึ้นทุกวัน พอไม่มีการประชุมมันก็เลยเกิดปัญหาว่าผู้บริโภคไม่รู้จะไปร้องทุกข์ที่ไหน ร้องแล้วจะทำอย่างไร บางอย่างที่เป็นปัญหาใหญ่ๆมันต้องเข้าถึงคณะกรรมการ เคยคุยกับเจ้าหน้าที่ว่าเมื่อไรจะประชุมอีก ได้รับคำตอบว่ายังไม่มียงบประมาณ เกิดความสงสัยว่าทำไมต้องใช้งบประมาณในการประชุม จริงๆแล้วพวกเราไปประชุมที่ไหน ค่าเบี้ยเลี้ยงสองร้อยเราไม่เอาซะก็ได้ บางทีเราก็น้อยแทนเจ้าหน้าที่ สคบ. เหนื่อยแทนหลายคน ซึ่งก็น่าเห็นใจเพราะเป็นงานฝาก

อาจารย์ชโลม เกตุจินดา : ผู้ดำเนินการสัมมนา

ก็มองเชิงโครงสร้างอย่างที่บอกอาจารย์พงศ์เทพไป ศูนย์ก็มีแล้ว กลไก สคบ. ก็มีแล้ว แม้แต่ประเด็นอาหารปลอดภัยเราก็มีแล้ว เป็นอนุกรรมการอยู่ในระดับจังหวัด เรามีครบหมดแล้ว อันนี้ก็เป็น การสร้างความชอบธรรมระดับโครงสร้าง แต่การทำงานจริงๆมันไม่มี ทำยังไงดี นี่เป็นโจทย์

คุณสายใจ ปรียวาที : หัวหน้ากลุ่มคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข จากศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์สงขลา

หน่วยงานของเราตั้งอยู่ใกล้โรงพยาบาลสงขลา เกะเยอ เบอร์โทร 074-447024 ถึง 9 สำหรับบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานก็จะเป็นห้องปฏิบัติการรับตรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์เกือบทุกชนิด เช่น อาหาร ยา เครื่องสำอาง วัตถุมีพิษ ยาเสพติด แล้วก็มีงานทางด้านชันสูตร แล็บพยาธิ ซึ่งเป็นแล็บขั้นสูงที่ทางโรงพยาบาลไม่สามารถจะตรวจพิสูจน์ได้

ส่วนบทบาทของหน่วยงานในด้านคุ้มครองผู้บริโภค เนื่องจากหน่วยงานของเราเป็นหน่วยงานทางด้านแล็บ เพราะฉะนั้นจำกัดของหน่วยงานก็คือ

1.งานส่วนใหญ่อยู่กับห้องปฏิบัติการ ดังนั้นการที่จะออกมาข้างนอกหรือว่าเปิดตัวให้คนอื่นรู้จักจะค่อนข้างยาก เพราะว่าลำพังเราจะทำงานการตรวจวิเคราะห์ก็ต้องใช้เวลา ใช้ความรู้ความชำนาญค่อนข้างสูง

2.การมีหน่วยงานอื่นที่กฎหมายรองรับอยู่ เช่น ออย. โดยที่เราเป็นแล็บซึ่งจะต้องส่งข้อมูลผลการวิเคราะห์ทุกอย่างผ่าน ออย. แม้แต่ผลวิเคราะห์ซึ่งเราได้ตรวจวิเคราะห์ด้วยมือเราเอง เราก็ไม่สามารถที่จะเผยแพร่ได้ ผู้ที่มีสิทธิเผยแพร่ได้อย่างเดียวก็คือท่านอธิบดี เพราะฉะนั้นข้อมูลทุกอย่างจะต้องออกจากท่านอธิบดีคนเดียว ไม่ว่าผลอันนั้นเราจะเป็นคนตรวจพิสูจน์หรือว่าตรวจวิเคราะห์ แล้วการดำเนินการตามกฎหมายก็ต้องผ่าน ออย. เราต้องทำงานควบคู่ไปกับ ออย. ลักษณะงานที่เราจะทำได้ในกรณีที่ไม่เกี่ยวข้องกับกฎหมายมากคือกรณีการส่งเสริมให้ความรู้

อย่างที่บอกว่าที่ผ่านมาเราไม่ค่อยได้เปิดตัวมากนัก แต่ในปัจจุบันสมัยของท่านอธิบดีคนใหม่ ท่านไพจิตร เรามีโครงการที่เริ่มมาเมื่อปีที่แล้ว เป็นโครงการที่ค่อนข้างดี ชื่อโครงการวิทยาศาสตร์การแพทย์ชุมชน ก็จะพยายามให้ศูนย์ส่วนภูมิภาคที่เป็นตัวแทนของกรมทำงานที่เข้าถึงชุมชนมากขึ้น ก็มีโครงการต่าง ๆ เช่นโครงการนำปลอดภัยในโรงเรียน หรืออาหารใส่สีในโรงเรียน ได้ดำเนินการไปปีหนึ่งแล้วก็คงจะเผยแพร่ในไม่ช้าหลังจากที่ได้สรุปโครงการไปแล้ว ปีนี้เราก็จะทำต่อเนื่องแล้วก็จะขยายไปในเรื่องของผลิตภัณฑ์อื่นๆ ลักษณะของการทำโครงการวิทยาศาสตร์การแพทย์ชุมชนจะมีสามลักษณะ

1.เป็นการเข้าไปหาปัญหาของพื้นที่ก่อน

2.หลังจากนั้นเมื่อเราเข้าไปในชุมชนแล้วก็หาปัญหาของพื้นที่แล้วจะมีการถ่ายทอดความรู้

เทคโนโลยีให้กับชุมชน

3.ให้ชุมชนช่วยเหลือตนเองแบบยั่งยืน

อีกโครงการหนึ่งของปีที่แล้วที่เราดำเนินการร่วมกันกับสิบสองศูนย์ทั่วประเทศก็คือเรื่องการเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์อาหารเสริม โครงการนี้ต่อเนื่องมาจากเมื่อสองสามปีที่แล้วที่เราพบว่าผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบางยี่ห้อบางชนิดที่ขายกันในราคาค่อนข้างแพง ขายตรงบ้าง ขายทั่วไปบ้าง มีการพบการปนปลอมสารบางอย่าง ยาบางชนิด สารบางชนิดซึ่งยกเลิกไม่ให้ใช้แล้ว เช่น ฟีนอกโคลิน ซึ่งมันไม่ควรจะมีอยู่ในอาหารเสริม ก็ต้องขอขอบคุณ ผอ.วรวิทย์ ศูนย์อุบล ซึ่งเป็นผู้เริ่มต้น และก็ได้รับบสนับสนุนจาก สสส. แต่ปีแรกก็เป็นงบที่น้อย อย่างที่ศูนย์ก็ได้มา 50,000 ใช้เป็นค่าตรวจวิเคราะห์และเผยแพร่ความรู้ผล

วิเคราะห์ แต่เราทำเป็นเครือข่ายคือทั้งประเทศ โดยมีสำนักยาและวัตถุเสพติดที่อยู่ส่วนกลางเป็นตัวหลัก โครงการก็เกือบจะเสร็จแล้วคงจะได้เผยแพร่ออกมาเร็วๆนี้

อาจารย์ชโลม เกตุจินดา : ผู้ดำเนินการสัมมนา

เคยประชุมกับรองผู้ว่าพูดถึงเรื่อง test kit ในการตรวจ เคื่อบอกว่าสามารถหาซื้อตาม 7-eleven ก็ยังได้ แล้วรองผู้ว่าก็ถามว่าพวกถ่วงออก ไข่ที่ฟอกสี ถ้าเจอแล้วทำยังไง ครั้งที่หนึ่งตกเดือน ครั้งที่สอง ตกเดือน ครั้งที่สามตกเดือน ครั้งที่สี่เริ่มนับเป็นครั้งที่หนึ่งใหม่หรือ รองผู้ว่าถามอย่างนี้จริงๆ จะมีมาตรการในระดับที่ปฏิบัติได้จริง ได้ยังไง

สถานการณ์มาตรา 57 องค์กรอิสระผู้บริโภค

คุณสายรุ้ง ทองปลอน : สหพันธ์องค์กรผู้บริโภค

คุณสาลี อ่องสมหวัง : มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค

ดร.วิทยา กุลสมบูรณ์ : ผู้จัดการแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ



ผศ.ภก.พงศ์เทพ สุธีรวุฒิ : ผู้อำนวยการ สวรส.ภาคใต้ มอ.

ถ้าเรามองเป้าหมาย เราต้องการมี องค์กรอิสระผู้บริโภค หรือว่าหน่วยงานในชื่ออื่น ไม่ว่าจะ เป็น สภาผู้บริโภค เครือข่ายผู้บริโภค เป็นหน่วยงานที่ทำงานจริงจัง ๆ หรือว่าสามารถทำให้คนเข้าใจสิทธิ ของตนเอง สามารถพิทักษ์สิทธิได้ เป็นรูปแบบไหนก็ได้โดยวิธีการทำงานมีอยู่ 2 วิธี

วิธีที่ 1 ถ้าเครือข่ายผู้บริโภคเข้มแข็งจริงๆ แล้วสามารถยึดพื้นที่ได้ มีอาสาสมัครพื้นที่เยอะๆ มี คนทำงานเรื่องผู้บริโภค มันเหมือนกับว่า พอเรามีพื้นที่ คนในพื้นที่ก็เป็นผู้กำหนดทิศทางของงานคุ้มครองผู้บริโภค ต่อให้ สคบ.ไม่เข้มแข็ง ต่อให้จะมีผู้ว่า CEO มา นายก อบต. อบจ.เปลี่ยนยังไงก็ตาม ก็ จะเปลี่ยนภาคประชาชนไม่ได้ เช่น สงขลามีกองทุนออมทรัพย์ที่เข้มแข็งมากครอบคลุมพื้นที่เกือบ 100% ถ้านายก อบจ.คนใหม่มาแล้วบอกว่า ปีนี้ไม่เล่นเรื่องกองทุนออมทรัพย์ เค้ายู่ไม่ได้หรอก เพราะพื้นที่มันแน่นหมดแล้ว เหมือนกับผู้บริโภคยึดพื้นที่ได้หมดแล้ว

วิธีที่ 2 ถ้าผู้บริโภคอ่อนแอ ยังเตาะแตะ เครือข่ายกลุ่มต่างๆ ก็ยังไม่เข้มแข็งพอที่จะมีอำนาจต่อ รองได้ มันก็ต้องเล่นเรื่องของการที่ต้องออกมาเป็นกฎหมาย ว่ารัฐจะต้องสนับสนุนให้มีองค์กร หรือว่า องค์กร ต้องมีใครมาคอยสนับสนุนช่วยเหลือ คอยผลักดัน

คิดว่าในระยะเบื้องต้นต้องเล่นทั้ง 2 ทาง คือ ทำยังไงที่จะมีมาตรการทางกฎหมายออกมา ขณะ เดียวกันทำยังไงให้มีมาตรการทางสังคมที่จะให้ผู้บริโภคสามารถลุกขึ้นมาพิทักษ์สิทธิ เรียกร้องสิทธิของ ตนเองได้ ซึ่งเรื่องนี้ในส่วนของสงขลาเองก็จับเรื่อง มาตรา 57 มาตลอด

คุณเสาวนีย์ กุลสมบุรณ์ : ผู้ปฏิบัติงานจากกระทรวงสาธารณสุข

ขอแลกเปลี่ยนในสถานการณ์สองเรื่อง ที่อาจจะป็นรูปธรรมของการปฏิบัติการที่สะท้อนให้เห็นการสร้างพลังอำนาจในการจัดการและดูแลคุ้มครองสิทธิโดยชุมชน ประเด็นเรื่องของชุมชนจะมีเรื่องของ อย.น้อยแล้วก็เรื่องของ อสม. ที่ตัวเองเกี่ยวข้องส่วนมากอยู่ทางภาคอีสานและภาคเหนือ ทางหน่วยงานเข้าไปดูแลในเรื่องของการสนับสนุนสุขภาพภาคประชาชน มี อสม.ที่เป็นต้นแบบ ต้นแบบของการจัดการตัว



เองด้านสิทธิ ด้านคุ้มครองผู้บริโภค เป็นการจัดการตัวเอง รูปธรรมของภาคใต้อาจมีผ่านงานวิจัยบางชิ้น เช่นที่นครศรีธรรมราช คิดว่าถ้ามีเครือข่ายเราสนใจก็ลองประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะมี อสม.ต้นแบบตำบลละหนึ่งคนทุกตำบล ส่วนประเด็นเรื่องของการจัดการความรู้ที่เป็นปฏิบัติการเชิงรุก โดยภาคชุมชน หากที่ทีมงานสนใจที่จะจัดการความรู้เรื่องนี้ น่าจะประสานงานกับศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาสาธารณสุขสุขภาพภาคประชาชนนครศรีธรรมราช และยะลา จากบทเรียนอีสาน มีบทเรียนที่น่าสนใจมากที่ อสม.เค้าเป็นคนริเริ่มและทำหลายเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

สถานการณ์ที่สองจะมีเรื่องของศูนย์ประสานงานสุขภาพภาคประชาชน ตัวเองเป็นผู้ประเมินวิจัยให้กับ มสช. โดยเห็นชัดว่าในงานวิจัยว่าเครือข่ายที่เชื่อมโยงกับมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค เราจะต้องต่อยอดจากทีมงานชุมชนที่มีประเด็นเรื่องคุ้มครองผู้บริโภคที่สามารถจัดการตัวเองได้ดี และมูลนิธิก็มีการเสริมทักษะหลายด้านที่ดีให้กับผู้ที่ทำงาน อย่างภาคใต้ที่พื้นที่วัดไทรงาม ทางป่าสมจิตและคณะมีกระบวนการที่จะทำหน้าที่ของศูนย์ประสานของภาคประชาชนได้ดี ถ้าคุณสารีและคณะจะจัดการความรู้เรื่องนี้ใน34จังหวัด55ศูนย์ น่าจะทำงานที่เป็น Knowledge base ต่อสู้กับกลไกเวลาที่ส่วนกลางคิดงานอะไรขึ้นมาก็จะขยายแบบปูพรมแล้วก็ไม่มีความ 55 ศูนย์นี้เป็นต้นแบบที่ดี ก็อยากให้คุณสารีและคณะทำเรื่องของการจัดการความรู้เรื่องศูนย์ เราจะได้เอาความรู้นี้ไปสร้างพลังอำนาจที่จะจัดการตนเองในระดับชุมชนด้วย

คุณสายรุ้ง ทองปลอน : สหพันธ์องค์กรผู้บริโภค

ตามหัวข้อเราพูดถึงมาตรา57 แต่ในความเป็นจริงพวกเรารู้กันอยู่แล้วว่ามาตรา57มันได้ถูกฉีกไปพร้อมกับรัฐธรรมนูญ 2540 ไปแล้ว อาจจะถูกฉีกโดยกระดาดแต่หัวใจของมันยังอยู่รึเปล่า เพราะว่าความจริงแล้วมาตรา57 มันมีวรรค 2 ถือเป็นวรรคทองของเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคที่รู้สึกว่าเป็นสาระสำคัญตลอด 8-9



ปีที่ผ่านมาก็ที่เราคิดว่ามันจะเกิดขึ้น แต่มันยังไม่เกิด เราพูดถึงองค์การอิสระผู้บริโภค ซึ่งที่ผ่านมาก็เราจะอ้างอิงเสมอว่าเราต้องการให้เกิดกฎหมายองค์การอิสระผู้บริโภคตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญมาตรา 57 แม้ปัจจุบันเราไม่มีรัฐธรรมนูญฉบับนั้นแล้ว แต่สิ่งที่จะนำเสนอในวันนี้เราจะได้ว่า จริง ๆ แล้วที่มาที่

ไปรวมทั้งการทำงานตลอด 8-9 ปีที่ผ่านมาของเครือข่าย จริงๆไม่เฉพาะองค์กรผู้บริโภคยังมีพันธมิตรนักวิชาการ นักกฎหมาย องค์กรชาวบ้านเยอะแยะที่ร่วมกันขับเคลื่อน หรือแม้แต่นักการเมืองเองที่รับรู้เรื่องนี้ที่ผ่านมาเป็นที่ยอมรับกันว่าควรจะมีองค์กรอิสระผู้บริโภคหรือจะเป็นชื่อสภาผู้บริโภค ชื่ออะไรก็แล้วแต่หรือร่างอะไรก็แล้วแต่หัวใจหลักๆ มันยังอยู่ เราจะเคลื่อนอะไรต่อรีเปลา

อยากให้ความมาตรา 57 วรรค 1 พูดถึงสิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับการคุ้มครอง ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ วรรค 2 พูดถึงกฎหมายตามวรรค 1 ต้องบัญญัติให้องค์การอิสระซึ่งประกอบด้วยตัวแทนผู้บริโภคทำหน้าที่ให้ความเห็นในการตรากฎหมาย กฎและข้อบังคับและให้ความเห็นต่อมาตรการต่างๆเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค หลายคนถามว่ามันหมายถึงอะไรใช้คำว่าองค์การไม่ใช่องค์กรซึ่งน่าจะมียุทธศาสตร์สำคัญ อีกทั้งคงจะเป็นมาตรา 56 แผลกับมาตรา 56 ซึ่งว่าด้วยองค์การอิสระทางด้านสิ่งแวดล้อมอันประกอบด้วยภาคประชาชนร่วมกับนักวิชาการ นี่ก็จะเป็นเนื้อหาสาระตามบทบัญญัติของกฎหมาย

ตอนนี้เราจะเห็นสภาพปัญหาว่ามีเยอะ ไม่ว่าจะเป็นชื่อรถ ชื่อบ้าน ใช้โทรศัพท์ อะไรต่าง ๆ นานา แต่ถ้าในเรื่องขององค์การอิสระผู้บริโภคเราจะเห็นสาระสำคัญที่พูดถึงหน้าที่เรื่องการให้ความเห็นในการตรากฎหมาย กฎและข้อบังคับ และการให้ความเห็นต่างๆเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงปัญหาเชิงนโยบายหรือปัญหาที่เราไม่สามารถเข้าถึงนโยบายได้ เช่น ขึ้นไฟฟ้ามาเท่าไรเราก็ต้องจ่ายโดยเราไม่รู้เลยว่าจะไปตรวจสอบได้หรือไม่

คิดว่าหัวใจสำคัญขององค์การอิสระผู้บริโภคก็คือ เรามองว่ามันไม่ได้เป็นแค่ตัวบทกฎหมาย แต่มันควรจะเป็นองค์กรหรือองค์การอิสระของผู้บริโภคโดยผู้บริโภคและเพื่อผู้บริโภค ในบทบัญญัติเขียนชัดเจนว่าต้องประกอบด้วยตัวแทนผู้บริโภค อันนี้เป็นสาระสำคัญว่าทุกคนควรรู้สึกว่าเป็นเจ้าของร่วมกันไม่ว่าใครจะเป็นคณะกรรมการหรือไม่ก็เป็นก็ตาม แต่เรารู้สึกว่าเราเป็นเจ้าของร่วมกัน เราจะต้องมีส่วนร่วมในการออกแบบเหมือนกับการสร้างบ้านว่าอยากจะทำออกมาหน้าตาเป็นยังไง เราต้องมีส่วนร่วมในการคัดเลือก ตรวจสอบและถอดถอน และมีความชัดเจนว่าองค์การอิสระผู้บริโภคทำหน้าที่พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค แต่แน่นอนว่าคงไม่ไปเบียดเบียนผู้ประกอบการอื่นๆ ก็คือทำหน้าที่อย่างชัดเจน มีเป้าหมายขององค์กร

อีกอันที่สำคัญ ใน 8-9 ปีที่ผ่านมาต้องถือว่าคำว่าองค์การอิสระผู้บริโภค มันได้เป็นเจตนารมณ์ของกลุ่มเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้วย มันมีประวัติศาสตร์มาตั้งแต่พอมีรัฐธรรมนูญ 2540 มีการแลกเปลี่ยน พัฒนา ขยายแนวความคิด จัดเวทีรับฟังความคิดเห็นมาตลอดตั้งแต่ปี 2541 พอปี 2543-2546 ก็มีการยกร่าง จัดเวทีแลกเปลี่ยน มีการพัฒนาร่าง มีการนำเสนอสู่ภาคการเมือง ช่วงที่ผ่านมาในส่วน of เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคได้เข้าไปในกลไกปกติในการผลักดันกฎหมายแล้วทุกช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นการเข้าพบรัฐมนตรี ส.ส. ส.ว. องค์กรอิสระ อย่างเช่น ขอให้สภาที่ปรึกษาจัดเวทีรับฟังความเห็นเพื่อเสนอความเห็นไปสู่รัฐบาล แต่ก็ได้บทเรียนว่าในที่สุดองค์การอิสระผู้บริโภคอาจจะไม่ใช่สิ่งที่กลุ่มทุนธุรกิจ และการเมืองต้องการก็ได้ เพราะกฎหมายนี้ไม่มีอำนาจเลย ครั้งหลังสุดเราใช้ช่องทางของภาคประชาชนซึ่งกฎหมายเปิดให้ประชาชนเสนอกฎหมายได้เช่นเดียวกัน แต่ต้องรวบรวมให้ได้ 50,000 รายชื่อ ซึ่งคนที่เคยหา 50,000 รายชื่อจะรู้ว่ามันยากเหลือเกินกว่าจะหาได้ซัก 500 รายชื่อ 5,000 รายชื่อ

มันเป็นต้นทุนที่สูงมากสำหรับภาคประชาชนต้องใช้แรงกาย แรงใจ เวลา และทุนทรัพย์จำนวนมาก ถือได้ว่าการเสนอให้มาตรา 57 ออกมาเป็นกฎหมายที่แท้จริงก็ยังไม่เกิดขึ้น พอปี 2548 เราารู้สึกว่าพยายามทำทุกช่องทางแล้วเลยคิดว่าเราจะทำกลไกตามเจตนารมณ์ขององค์การอิสระผู้บริโภคเลยไม่ต้องรอให้กฎหมายออก เพราะฉะนั้นความเคลื่อนไหวช่วงปี 2548 ก็เกิดเวทีรับฟังความเห็นโดยเราถือว่าเป็นการทดลองใช้กลไกขององค์การอิสระผู้บริโภคทำเวทีประเด็นต่าง ๆ อย่างหลากหลายตามภาคต่าง ๆ

เข้าถึงประเด็นเนื้อหาสาระว่าความสำคัญของกระบวนการเคลื่อนไหวขององค์การอิสระผู้บริโภค เราารู้สึกว่าแม้มันจะถูกฉีกทิ้งไปแล้วแต่หัวใจก็ยังอยู่ ทำไมเราคิดว่ามันยังต้องผลักดันอยู่หรือต้องมาร่วมกันเพื่อให้ออกเป็นกฎหมายให้ได้ สิ่งที่สำคัญขององค์การอิสระผู้บริโภคคือทำให้ความเห็นในเรื่องกฎหมาย กฎข้อบังคับ การเปิดพื้นที่ให้เครือข่ายขององค์กรผู้บริโภคได้เข้าไปมีส่วนร่วมต่อการให้ความเห็นในการกำหนดกฎหมาย ข้อบังคับต่าง ๆ ดังนั้นหัวใจที่สำคัญที่สุดขององค์การอิสระผู้บริโภคก็คือความเป็นอิสระซึ่งจะเกิดขึ้นได้ต้องไม่ถูกแทรกแซงจากภาคการเมือง ภาคธุรกิจ หรือถ้าพูดให้ชัดกว่านั้นก็คือต้องปลอดจากผลประโยชน์ทับซ้อน คือทำอย่างไรให้คนที่เข้ามาทำงานในองค์การอิสระผู้บริโภคสามารถทำหน้าที่ได้โดยไม่มีผลประโยชน์ด้านการเมืองและธุรกิจเข้ามาครอบงำ เช่น สมมติว่ามีกรณีทุบรถยี่ห้อดังมากของญี่ปุ่น เกิดว่าคนในบริษัทรถคันนั้นเข้ามาเป็นคณะกรรมการ การพิจารณาชี้ขาดว่าควรจะให้ความเป็นธรรมมีการชดเชยชดใช้กับผู้บริโภคอย่างไร ถ้ามีตัวแทนผู้ประกอบการเข้ามา ก็อาจจะแทรกแซงหรือการให้ความเห็นก็จะเป็นไปในแนวทางที่ไม่เป็นธรรมกับผู้บริโภคอย่างแท้จริงก็ได้

สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือแล้วเราจะได้ตัวแทนที่ทำหน้าที่ได้อย่างไร นี่เป็นกระบวนการที่เรากำลังพูดถึงว่ากระบวนการได้มาของคณะกรรมการองค์การอิสระผู้บริโภคก็เป็นสิ่งสำคัญ สาระสำคัญอีกอันหนึ่งคือองค์การอิสระผู้บริโภคไม่มีหรือว่าไม่สามารถใช้อำนาจรัฐได้ แตกต่างจาก อย.และ สคบ. ถ้าจะเทียบเคียงให้เห็นก็คือองค์การอิสระผู้บริโภคเหมือนกับสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมีหน้าที่ให้ความเห็น เสนอแนะ แต่ไม่มีหน้าที่ให้คำแนะนำให้โทษ ไม่ใช่บอกว่าบริษัทนี้โฆษณาเป็นเท็จแล้วจะขอให้เค้าถอนโฆษณาทันทีแบบที่ อย. หรือ สคบ. ทำ สิ่งที่เป็นประโยชน์และมีความเฉพาะเจาะจงทำได้ในเชิงรุกมากกว่าสภาที่ปรึกษา ก็คือว่าในส่วนองค์การอิสระผู้บริโภคจะมองเรื่องของผู้บริโภคเท่านั้น ขณะที่สภาที่ปรึกษาทำทุกเรื่อง ฉะนั้นคนที่จะมาทำหน้าที่อย่างอิสระปราศจากการแทรกแซงทำหน้าที่เพื่อผู้บริโภคจริงๆ และสามารถทำงานเชิงรุกได้ คณะกรรมการเหล่านี้จะมาได้อย่างไรประเด็นเหล่านี้เป็นประเด็นที่เราจะมาดูกันว่าเราคิดไว้ 2 รูปแบบ คือ หนึ่ง กลุ่มองค์กรผู้บริโภคที่ทำงานเป็นที่ประจักษ์ คือต้องเป็นคนที่คุณในชุมชนในสังคมรับรู้ว่าคุณนี่ใช่แน่นอนในเรื่องการทำงานเพื่อผู้บริโภคอย่างน้อย 2 ปี มาลงทะเบียนกันแล้วมาเลือกกันเองเพื่อเป็นกรรมการทำหน้าที่ สอง ไม่ใช่แค่ลงทะเบียนแล้วเราเลือกกันเอง มีคณะกรรมการสรรหาด้วย ซึ่งคณะกรรมการสรรหาจะมาจกหลากหลายเพื่อกำหนดกฎเกณฑ์และวิธีการคัดเลือก แต่โดยพื้นฐานทั้ง 2 วิธีเหมือนกัน คือองค์กรผู้บริโภคเป็นผู้คัดเลือกคณะกรรมการ แต่วิธีที่สอง คณะกรรมการสรรหาจะสรรหา 2 เท่าแล้วให้วุฒิสภาเป็นผู้เลือก

คุณสมบัติของตัวแทนผู้บริโภคที่จะสามารถมาเสนอชื่อหรือมาเลือกคณะกรรมการของเราคือเป็นตัวแทนของส่วนองค์กรผู้บริโภค ซึ่งอาจเป็นนิติบุคคลหรือไม่ก็ได้ คำว่านิติบุคคลก็คือไปจดทะเบียน

เป็นมูลนิธิเป็นสมาคม ไม่ใช่นิติบุคคลก็อาจจะเป็นแบบองค์กรของจุฬา สิริริณา หรือตัวสหพันธ์เองที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลแต่เป็นกลุ่มคนทำงานที่เป็นที่รับรู้กัน มีสิ่งหนึ่งที่จะต้องพิจารณาและระมัดระวังก็คือตอนนี้ผู้ประกอบการคุ้นเคยกับเกือบทุกหน่วยงานด้วยซ้ำ เช่น บนผลิตภัณฑ์เนสท์เล่จะมีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของเนสท์เล่ โตโยตาก็มีศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค คือเดี๋ยวนี้ผู้ประกอบการก็จะมีหน่วยงานหรือส่วนหนึ่งของงานเค้าที่จะว่าด้วยการแก้ไขปัญหาหรือรับเรื่องราวร้องทุกข์ แก้ไขปัญหาผู้บริโภค ซึ่งอันนี้เป็นสิ่งที่เราต้องแยกแยะให้ได้ว่าเค้าคือส่วนหนึ่งของผู้ประกอบการ ไม่ใช่การจัดตั้งมาเพื่อทำงานผู้บริโภคหรือทำงานเพื่อประโยชน์สาธารณะ

บทบาทคณะกรรมการองค์กรอิสระผู้บริโภคคือ ทำหน้าที่ให้ความเห็นกับหน่วยงานราชการองค์กรต่างๆที่มีหน้าที่ในการกำหนดกฎเกณฑ์กฎหมายต่างๆ ส่วนบทบาทสำคัญที่เราอยากให้เกิดขึ้นคือการส่งเสริมสนับสนุนผู้บริโภคและองค์กรผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็งในการทำงาน เพราะจริงๆแล้วจุดมุ่งหมายสูงสุดของคนทำงานผู้บริโภคไม่ใช่เป็นการไปคุ้มครองเค้า แต่เป้าหมายคือให้ผู้บริโภคทุกคนสามารถคุ้มครองตัวเองได้ หมายความว่า รู้จักสิทธิของตัวเอง รู้จักช่องทางการใช้สิทธิ ไม่ใช่รอให้คนอื่นมาคุ้มครองเท่านั้น รวมทั้งบทบาทในการร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชน เป็นองค์กรที่อบรมเผยแพร่ วิจัย ให้ความรู้ต่างๆด้านผู้บริโภค

หน้าที่สำคัญๆของคณะกรรมการองค์กรอิสระผู้บริโภคคือ การเปิดพื้นที่ให้ประชาชนและผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการให้ความเห็นต่อกฎหมาย กติกาต่างๆ ที่จะกระทบต่อผู้บริโภค เช่น ฉลากอาหาร GMO ถ้า 5% ขึ้นไปต้องติดฉลาก แต่เราอยากบอกว่าเราไม่เอา GMO เลยได้มัย หรือจะขึ้นค่าไฟทุก 4 เดือน เรามีหน้าที่ฟังว่ารัฐมนตรีกับ กฟผ.เค้าจะว่ากันยังไง ถ้าประชาชนเข้มแข็งก็อาจไม่ต้องขึ้นค่าไฟ ถ้ารัฐวิสาหกิจเข้มแข็งเราก็มีหน้าที่ง่าย หรืออย่างตอนนี้รัฐบาลใหม่กับ อสมท. ทะเลาะกัน แต่เรื่องสื่อโทรทัศน์ที่ผู้บริโภคเป็นคนดู เราไม่มีสิทธิไปบอกว่าต้องการให้การปฏิรูปสื่อเป็นอย่างไร สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องเชิงรุกที่คณะกรรมการองค์กรอิสระผู้บริโภคต้องทำหน้าที่ตรงนี้ด้วย

ร่างของเราเองกับ สคบ.มีส่วนที่เหมือนกันอยู่หลายอย่าง แต่ก็มีส่วนที่ต่างกันอย่างหนึ่งที่เป็นส่วนที่สำคัญมากคือ เรื่องว่าองค์กรอิสระผู้บริโภคควรสังกัดหน่วยงานใด ซึ่งก็จะตีความหมายได้ 2 เรื่องคือ หนึ่ง แบบที่เราทำคือเสนอกฎหมายใหม่เลย หรือ สอง อย่างที่ สคบ.ทำก็คือ การไปแก้ไขหมวดในกฎหมายเดิมแล้วเพิ่มหมวดว่าด้วยคณะกรรมการองค์กรอิสระผู้บริโภคเข้าไปในนั้น ถ้าเป็นเช่นนี้สิ่งที่ตามมาก็คือ เรื่องงบประมาณรวมทั้งสำนักงานก็ต้องใช้ของ สคบ. ซึ่งก็จะกลายเป็นอิสระไม่จริง ซึ่งมีบทเรียนมาแล้วจากองค์กรอิสระที่มีการบริหารจัดการแบบราชการ เช่น กกต. สภาที่ปรึกษาฯ ว่าไม่มีความคล่องตัวในการทำงาน

ตอนนี้มีเวทีปฏิรูปการเมืองของภาคส่วนต่างๆที่จะเกิดขึ้นเยอะมากนับจากนี้ต่อไปอีกกว่าๆ ทำยังไงที่เราจะขอเอาร่างกฎหมายขององค์กรผู้บริโภคที่จะต้องออกมาเป็นร่วมในการขับเคลื่อน เปิดพื้นที่งานคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้ถูกผลักดันเป็นกฎหมายบังคับใช้ให้ทันในขณะนี้ด้วย

คุณสารี อ๋องสมหวัง : มุลนิธิเพื่อผู้บริโภค

ได้มีการพูดคุยกันว่ามีความหมายอะไรบ้างที่ภาคประชาชนจะผลักดัน ซึ่งได้ข้อสรุปว่ามีเรื่ององค์การอิสระผู้บริโภค กฎหมายความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการรวมถึงการชดเชยค่าเสียหาย ขณะนี้เรามีกฎหมายหลักประกันสุขภาพแห่งชาติและในนั้นมีเงินช่วยเหลือเบื้องต้นสำหรับคนที่ได้รับความเสียหาย มันก็มีปัญหาเรื่องขัดแย้งกัน ฟ้องร้องกัน เพราะฉะนั้นจะทำยังไงที่จะมีการชดเชยความเสียหายเกิดขึ้นแทนที่จะไปฟ้องร้องกันให้บอบช้ำทั้งสองฝ่าย ก็คิดว่าน่าจะมีกองทุนชดเชยความเสียหาย และยังมีกฎหมายที่เราต้องจับตา เช่น กฎหมายความปลอดภัยทางชีวภาพที่กระทรวงทรัพยากรพยายามที่จะผ่านทั้งๆที่มันไม่ใช่กฎหมายเพื่อความปลอดภัย แต่เป็นกฎหมายที่จะขโมยทรัพยากรชีวภาพชะมากกว่า หรือกฎหมายสิทธิบัตรที่จะเข้ามาแก้แก้ไขเพื่อให้สอดคล้องไปตามข้อเสนอของสหรัฐอเมริกาเรื่องข้อตกลงเขตการค้าเสรีหรืออาจจะมีเรื่องอื่นๆอีกเยอะ จริงๆก็ไม่ง่ายท่ามกลางสถานการณ์ที่พวกเราจะเข้าไปร่วมได้อย่างไร ถ้าเราไม่เข้าร่วมก็เชื่อว่ากฎหมายที่ สคบ.มีอยู่ในมือจะถูกเสนอแน่นอน นั่นก็คือองค์การอิสระผู้บริโภคก็ต้องไปเป็นหมวดหนึ่งในกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคแน่นอน พอคิดตรงนี้แล้วก็จะรู้สึกที่เราอยู่เฉยไม่ได้ เพราะยังไงก็ตามคงจะลำบากถ้าเป็นแบบนี้ก็เหมือนกับไปให้ลูกน้องไล่จับเจ้านาย ถ้าเอากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคไปไว้ได้ พรบ.คุ้มครองผู้บริโภคมันคงจะยาก จริงๆเชื่อว่าบทเรียนของสภาที่ปรึกษาชัดเจนนมากกว่า สภาที่ปรึกษาทำอะไรไม่ออก ต้องให้อาจารย์เรียงชัยเล่าว่าการที่สภาที่ปรึกษาไม่มีสำนักงานเลขาของตัวเองมันมีความทุกข์อย่างไร ซึ่งตรงนี้ สคบ.ก็จะอ้างว่าเค้าไม่ได้ทำอะไร เค้าแค่เอื้ออำนวย ซึ่งจริงๆการเอื้ออำนวยแบบเค้าก็จะกลายเป็นอุปสรรคที่สำคัญ

เราเขียนร่างฯไว้ตั้งแต่ปี2541พัฒนากันมาเรื่อยๆ final จริงๆ ก็ปี 2542 - 2543 มีความเปลี่ยนแปลงเยอะโดยเฉพาะในเชิงโครงสร้างขององค์กรผู้บริโภค ในขณะนั้นเราคิดว่ามีแค่คณะกรรมการก็พอ แต่ในขณะนี้เวลาเราไปพูดที่ไหนในเรื่ององค์กรผู้บริโภคก็จะถูกเรียกร้องว่าคุณต้องทำให้เกิดกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับจังหวัด เพราะฉะนั้นโครงสร้างในเชิงองค์กรผู้บริโภคมันถูกขยับและพัฒนาไปชุดหนึ่ง ก็ไม่เลวถ้าเราจะเปลี่ยนชื่อมันใหม่ แต่ไม่ใช่เป็นการตั้งองค์กรใหม่ เปลี่ยนชื่อเป็นสภาผู้บริโภคและมีสภาผู้บริโภคในระดับจังหวัดและมีกลไกทำหน้าที่สร้างความเข้มแข็ง

การฉวยโอกาสในสถานการณ์ตอนนี้เป็นเรื่องที่มีความจำเป็น ไม่ฉะนั้นเราจะถูกเหยียบหัวแน่นอน เรามีเวทีพูดคุยว่าผู้บริโภคจะมีข้อเสนออะไรกับการปฏิรูปการเมืองครั้งนี้ในหนึ่งปี ที่เราคุยไปแล้วคือ ระยอง กรุงเทพ สมุทรสงคราม และกำลังจะมีที่อีสาน เชียงใหม่ ส่วนภาคใต้จะมีวันที่ 15-16 ธันวาคม คิดว่าน่าจะได้ข้อเสนอชุดหนึ่งเรื่องการปฏิรูปการเมืองจากผู้บริโภคและรวมถึงการมองเรื่องการปฏิรูปการเมืองซึ่งหลายคนอยากเห็นว่ามันไม่ใช่แค่การแก้ไขรัฐธรรมนูญหรือการเลือกตั้ง มองไปถึงการตรวจสอบที่มีปัญหาในปัจจุบันเราจะไปจัดการยังไง หรือแม้กระทั่งพวกเราเองจะหา 50,000 รายชื่อผู้บริโภคก็ยังไม่สามารถทำสำเร็จ เพราะเราไม่มีเงิน แล้วกฎหมายลูกเรื่องการหา 50,000 รายชื่อก็เป็นอุปสรรคมากกว่าเอื้ออำนวยให้เราสามารถเสนอกฎหมายได้ คือ คุณต้องมีสำเนาทะเบียนบ้าน สำเนาบัตรประชาชน ซึ่งยากกว่าการทำ Passport เสียอีก การขอสำเนาบัตรประชาชนก็ยาก เพราะเกิดปัญหาการเป็นหนี้โทรศัพท์มือถือโดยไม่รู้มาได้ยังไงก็เพราะเรื่องสำเนาบัตรประชาชน นี่เป็นสถานการณ์ความเป็นไปของสังคมทั้งในเชิงองค์กร เครือข่ายผู้บริโภค เพราะฉะนั้นสถานการณ์ตอนนี้ มาตรา57 มันจะถูก

โยงไปกับขบวนการปฏิรูปการเมือง การตรวจสอบทางการเมือง ที่สำคัญพวกเราเรียกร้องที่จะให้มีกลไก
คุ้มครองผู้บริโภคระดับจังหวัด หรือว่าเราเคยคุยกันเรื่องสภาผู้บริโภครู้ไหมก็อยากจะให้เกิดกลไกสภาผู้
บริโภคในจังหวัดต่างๆ สถานการณ์ตรงนี้อาจจะเป็นโอกาสของผู้บริโภคก็ได้

ทิศทางและยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในภาคใต้



คุณจุฑา สังขชาติ : ผู้ประสานงานโครงการบริโภคเพื่อชีวิตสงขลา

เรื่องงานวิจัยที่ได้ทำไปเมื่อปี 2547 ผ่านมา 2 ปีแล้ว แต่คิดว่ารูปแบบแบบนี้ยังคงทันสมัยอยู่ อย่างเช่น งานวิจัยพัฒนาเครือข่ายดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการใน จ.สงขลา กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์อาหารและยา สนับสนุนโดย สวรส. วัตถุประสงค์ก็เพื่อดูสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคใน จ.สงขลา แล้วก็ศึกษาปัญหาด้านทัศนคติ บทบาทหน้าที่ และปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารและยาของหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค และกรณีศึกษาเรื่องการพัฒนากลไก การมีส่วนร่วมขององค์กรผู้บริโภคและองค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการจะเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อที่จะสร้างกลไกที่เป็นทั้งกลไกเฝ้าระวัง กลไกพิทักษ์สิทธิ กลไกการร้องเรียน กลไกการชดเชยความเสียหาย มีการประสานงานรูปแบบบูรณาการใน จ.สงขลา

วิธีการดำเนินงาน ใช้การทบทวนวรรณกรรมเอกสารที่เกี่ยวข้อง มีการรวบรวมข้อมูลสถานการณ์จากรายงานของทั้งหน่วยงานภาครัฐและองค์กรพัฒนาเอกชน แล้วก็ทำการเก็บข้อมูลผู้บริโภคใน จ.สงขลา เกี่ยวกับปัญหาที่เคยพบ ทัศนคติ ความเข้าใจ เรื่องการรับรู้เรื่องสิทธิต่างๆ มีการเก็บข้อมูลจากหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ สสจ. สคบ. ศูนย์วิทยุฯ กองการค้าภายใน และหลายๆหน่วยงานที่มาเกี่ยวข้อง มีการจัดทำสนทนากลุ่ม Focus Group ทั้งส่วนองค์กรผู้บริโภคและหน่วยงานภาครัฐ วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลออกมา พอจะสรุปจากงานวิจัยได้ว่า จากการศึกษาครั้งนี้เราถามผู้บริโภคถึงเรื่องหน่วยงาน มีประเด็นสำคัญ คือ หน่วยงานที่น่าจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่า หน่วยงานที่มาเกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ องค์กรพัฒนาเอกชน สื่อมวลชน ทุกๆส่วนควรจะเข้ามาเกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภคเท่าๆกัน โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐ แต่ที่น่าสนใจ คือ ผู้บริโภคเองเห็นความสำคัญของตัวผู้บริโภคมาเกี่ยวข้องอยู่ในอันดับท้ายๆ จะฝากความหวังไว้ที่หน่วยงานอื่นซะเยอะ ส่วนสถานการณ์ปัญหาผู้บริโภคจากกรณีที่เราศึกษาเรื่องอาหารและยา อาหารที่เราไปดูก็มีอาหารริมทางเท้า อาหารพร้อมปรุงในห้าง อาหารสดในตลาด น้ำดื่มภาชนะปิดสนิท แหล่งอาหารที่เราพบว่ามีปัญหามากที่สุด เป็นร้านอาหารริมทางเท้า เป็นประเด็นความปลอดภัยในเรื่องการแต่งสี ความปลอดภัยของภาชนะที่ใส่ เรื่องของฝุ่นละอองต่างๆ ที่น่าสนใจคือจากศึกษาสถานการณ์ของ สสจ. จะเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ที่พบว่าไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานสูงสุด ก็คือ น้ำดื่มในภาชนะปิดสนิท มีสิ่งปนปลอมที่อันตรายเกินมาตรฐานที่กำหนด สังเกตว่าจริงๆเราทำเรื่องการกรวดน้ำดื่มตั้งแต่ปี 2540-2541 ปัญหานี้ก็ยังคงอยู่

เมื่อมาดูเรื่องการใช้ยา แหล่งขายยา มีโรงพยาบาล ร้านขายยา ร้านขายของชำ ที่มีปัญหามากที่สุดคือ คลินิก และร้านขายยา ปัญหาที่พบก็มีเรื่องความปลอดภัย และคุณภาพของยา ซึ่งก็สอดคล้องกับข้อมูลที่ศึกษาจากศูนย์วิทยุฯ นอกจากนี้ยังมีการร้องเรียนเรื่อง การจำหน่ายยาในที่ห้ามจำหน่าย ใส่สารต้องห้ามในยา

พอดูเรื่องแหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคจะได้รับเรื่องผลิตภัณฑ์อาหารและยา ส่วนใหญ่ก็เป็นสื่อจากโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ตามลำดับ

การจัดการปัญหาของผู้บริโภคเกี่ยวกับเรื่องอาหารและยา ส่วนใหญ่ก็โดยการทิ้ง

เรื่องสิทธิผู้บริโภคที่ผู้บริโภคมากที่สุด สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย สิทธิที่รู้น้อยที่สุดคือ สิทธิการชดเชยความเสียหาย สิทธิที่ผู้บริโภคถูกละเมิดมากที่สุดคือ สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย

เรื่องปัญหาของหน่วยงานผู้บริโภค ก็มีตั้งแต่เรื่องนโยบาย ขาดความชัดเจนในส่วนกลางในพื้นที่ก็เลยทำงานไม่ถูก ทำให้งานคุ้มครองผู้บริโภคดูเบาบางไป เรื่องขาดเจ้าหน้าที่ที่มีกระบวนการทัศนความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่เป็นปัญหาค่อนข้างเยอะ เวลาที่ไปคุยกับ สคบ. สสจ. ก็จะมีปัญหาว่า คนที่มาทำงานอาจจะไม่รู้ทุกเรื่อง เพราะเกือบทุกเรื่องเป็นเรื่องของผู้บริโภค พอเข้ามาทำงานเรื่องการคุ้มครอง ก็อาจจะต้องใช้ความเชี่ยวชาญ และความสามารถรอบด้าน

เรื่องทัศนคติ มีประเด็นที่มองผู้บริโภคที่ร้องเรียนว่า เป็นการกลั่นแกล้งผู้ประกอบการ

เรื่องการให้ความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค ตัวผู้บริโภคเองอาจจะไม่ให้ความสำคัญเรื่องคุ้มครองผู้บริโภคมากนัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ให้ความสำคัญในอันดับท้ายๆ

สุดท้ายเรื่องกฎหมายและนโยบายในการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีข้ออ่อนและไม่เอื้อต่อการคุ้มครองผู้บริโภค ในเรื่องความไม่เคร่งของกฎหมาย เช่น มีการโฆษณาที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค มีการเปรียบเทียบในชั้นต่ำ ทำให้ผู้ประกอบการยังคงโฆษณาเรื่อย ๆ ยอมถูกปรับไปเรื่อยๆ เพราะยอดการปรับไม่สูงพอที่จะทำให้เขาหยุดการโฆษณานั้น

จากการศึกษาแนวทางที่จะนำไปสู่ระบบเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ที่ต้องปรับกระบวนการทัศนผู้ที่เกี่ยวข้องให้เกิดความตระหนักของระบบการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อที่จะตั้งกลไกการประสานงานของแต่ละภาคส่วน มีการปรับรูปแบบ 2 รูปแบบด้วยกัน ทางที่หนึ่งต้องมีการปรับโครงสร้าง การดำเนินงานของคณะกรรมการคุ้มครองระดับจังหวัด โดยการเพิ่มสัดส่วนของกรรมการในส่วนภูมิภาคประชาชน นักวิชาการ ผู้ประกอบการทั่วไป เพื่อให้เกิดการทำงานด้วยกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันกำหนดนโยบายระดับจังหวัด มีศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารเพื่อผู้บริโภค มีการจัดทำระบบข้อมูลที่ง่ายต่อการเข้าถึง นำเชื่อถือเป็นกลาง ศูนย์ฯจะต้องทำให้เกิดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างผู้บริโภคด้วยกัน มีการอบรมสัมมนาประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแก้ปัญหาร่วมกัน มีการวิเคราะห์สถานการณ์ร่วมกันเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเท่าทัน ทำหน้าที่เป็นหน่วยประสานทำความเข้าใจร่วมกับหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง มีการหนุนกันช่วยกัน ระหว่างราชการกับภาคประชาชน

อาจารย์รัชนิกุล ชนะวรรณโณ

น่าจะเป็นลักษณะที่เป็นกระบวนการทัศนเดินไปข้างหน้า ถ้าเราเดินเหียงแหไปค่อนข้างยาก สมมุติว่าเราจะพูดเรื่องไต่ถามการคุ้มครองผู้บริโภค เช่นประเด็นอย่างนี้ เราจะเลือกอะไรบ้างที่จะมาคุยไม่อย่างนั้นมันกว้าง ตัวเองเป็นคนหนึ่งที่ร่วมเดินทางมาด้วย และอยากให้การเดินไปข้างหน้าเป็นแผนคือ ให้คนที่เป็นเจ้าภาพประเด็นนั้นๆรับภาระ

อาจารย์ชโลม เกตุจินดา : ผู้ดำเนินการสัมมนา

จะให้ภาพส่วนกลางที่เคยคุยเรื่องนี้ ทางมพบ.หรือสหพันธ์ฯเองคุยกันหนักว่า ควรจะทำเฉพาะเรื่องขององค์การอิสระผู้บริโภค ส่วนประเด็นผู้บริโภคก็จะมีเจ้าภาพอยู่ ไม่ว่าจะเป็น FTA WATCH ไปโอไอที แต่ว่าพอมาลงในพื้นที่ พวกเราก็กทำทุกเรื่อง ถ้าถามว่ากรู๊ปได้หรือเปล่า ก็บอกว่ากรู๊ปได้ แต่ตอนนี้เรามองเรื่องการขับเคลื่อนตามศักยภาพตนเอง

คุณชัยพร จันท์หอม : เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค จ.ตรัง



เรื่องโครงสร้างก็มีความสำคัญ แต่โครงสร้างที่เข้มแข็งมักเป็นความหวังของประชาชน จะทำให้ประชาชนขาดความตื่นตัว ขาดการเรียนรู้ อ่อนแอแล้วก็เป็นเหยื่อ คิดว่าถ้าเราทำเรื่องสิทธิผู้บริโภค สิทธิพลเมือง สิทธิประชาธิปไตย โดยที่ฝากความหวังไว้กับระบบโครงสร้างด้านเดียว มันอันตรายมันต้องทำควบคู่กันไป ระหว่างเชิงโครงสร้างกับพลังของสังคม ฉะนั้นเราควรมีกระบวนการอะไรที่ทำให้ผู้บริโภคตื่นตัว ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคที่เป็นสตรี บุรุษ เยาวชน ให้ตื่นตัวขึ้นมารับรู้เรื่องราว เหมือนกับคำว่า ร้องทุกข์ 1 ครั้งดีกว่าพันครั้ง

เช่นเรื่องน้ำดื่มที่ขาดมาตรฐาน ก็เป็นปัญหาที่น่าจะติดตาม น้ำดื่มปลอดภัยสามารถเป็นประเด็นให้ผู้บริโภคตื่นตัวขึ้นมาได้ ถ้าเรามีเครื่องมือที่มันสามารถทำได้ง่าย มีวันของผู้บริโภคในการดูประเด็นน้ำดื่มที่ปลอดภัย ทำพร้อมๆกันทั่วประเทศ มันจะเห็นคนที่หิ้วน้ำดื่มมาดูแล้วเห็นของจริงว่าปนเปื้อนหรือไม่ มีตะกอนหรือไม่ เห็นความเสี่ยงต่อสุขภาพ ความเสียหายย้อนหลังที่เขาดื่มมาแล้วเป็นปีๆ สารพิษที่สะสม เรื่องเหล่านี้หาจุดประกายได้ ถ้าเราวางการรณรงค์เดือนละ 1 วันเช่น วันนี้เรื่องชิมมือถือเสื่อมทุกจุดทั่วประเทศมาชุมนุมกัน ณ จุดใดสักจุด อีกวันก็เรื่องน้ำด้อยคุณภาพ อาสาสมัครทำงาน 12 วัน มันจะเห็นกระบวนการเข้าร่วมของประชาชนในเรื่องพลัง บวกกับให้มีพลังวิชาการมาช่วย ไม่ว่าจะเรื่องสุขภาพ สุขภาวะ การจ่ายแบบที่ไม่เป็นธรรม แล้วมีกระบวนการหน่วยงานที่รับผิดชอบจะต้องมาเดินต่อในประเด็นนั้นๆ

ส่วนเรื่องกลไกก็เป็นเรื่องที่ต้องทำต่อไป เพราะถ้าลำพังมูลนิธิผู้บริโภคเหนื่อย ต้องมีเครื่องมือมาช่วย

อาจารย์ภาณุ พิทักษ์เผ่า : ร้านครัวเพื่อนสุขภาพ



เป็นไปได้ไหมถ้าเรามีสภาผู้บริโภค แล้วก็มิกิจกรรม
ที่ให้สมาชิกได้พบกันทุกเดือน ให้เขาได้มีโอกาสร้องทุกข์
ร้องเรียนในเรื่องที่เขาประสบ แล้วมีศูนย์ร้องทุกข์ที่มีเบอร์
โทรศัพท์ให้สามารถโทรปรึกษาบรรยายทุกข์ได้ โดยมีอาสา
สมัครไปลงทะเบียนไว้ว่ายินดีทำงานโดยไม่รับเงิน สัปดาห์
ละกี่วัน เริ่มจากความเป็นจริง ฟังตนเองโดยไม่สำคัญว่าจะ

ได้งบประมาณจากไหน อาจจะเป็นบริจาคสมทบจากคนที่เห็นประโยชน์และเห็นด้วยว่าเป็นทำเพื่อเมืองที่เรา
อยู่ มีเวทีแบบวันนี้ตามกำลังที่เราทำได้ ปีละ 3-4 ครั้ง เป็นเวทีที่ออกแบบจากปัญหาที่เราประสบ เรื่องที่
คนโทรมาร้องทุกข์ ก็เป็นสถิติให้เราแยกได้ว่า มีคนที่กำลังเผชิญทุกข์อยู่ ในเรื่องต่างๆอะไรบ้าง

เพิ่งกลับมาจากอิตาลี งาน Slow Food มี 150 ประเทศทั่วโลก มีประเด็น GMO ว่า ตอนนี้การ
เข้าถึงเมล็ดพันธุ์ที่มีบริษัทข้ามชาติเข้าไปครอบครอง เอาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านไปจดทะเบียนสิทธิบัตร
เรื่องนี้กระทบกับเราโดยตรง ก็คุยกันว่า ถ้าประเด็นเหล่านี้ มีหน่วยงานองค์กรที่ทำ เป็นที่ยืนสำหรับเรา
ทุกคนที่เกี่ยวข้อง เป็นเรื่องสุขภาพที่ยั่งยืน อาจเริ่มจากเรื่องเล็กๆโดยที่เราฟังตนเองกัน มีอาสาสมัคร
จากคนที่มีใจร่วมกัน

คุณรอซิติ เลิศอริยะพงษ์กุล : สมาคมยุวมุสลิมแห่งประเทศไทย

ขออนุญาตเคลียร์ความเข้าใจ ฟังตั้งแต่เช้าจนถึงเวลานี้ ไม่รู้จะตอบโจทย์สำหรับคนที่ตั้งโจทย์รี
ยัง ฟังดูมี 2 โจทย์ใหญ่ๆ แต่เวลานำเสนอดูเหมือนจะสับสนกับโจทย์ เหมือนกับจะซังน้ำหนักไปมา อัน
นี้จะเคลียร์ความเข้าใจตนเองเหมือนกันว่า ที่นั่งฟังอยู่นี้เข้าใจหรือเปล่า

คำว่าองค์กรอิสระในเชิงนโยบายให้ได้มาซึ่งตัวนี้ จะเคลื่อนกันยังไง จะเอากันยังไง จะเคลื่อน
แบบไหน จะเคลื่อนโดยเป็นส่วนหนึ่งของ สนช. หรือถ้าแยกออกไปเลยจะมีวิธีการอย่างไร กับอีก
ประเด็นที่ว่าประเด็นของพื้นที่คืออะไร ทุกคนก็ยกประเด็นของพื้นที่ขึ้นมาแล้วเราจะจัดการอย่างไร ใคร
จะเป็นเจ้าภาพประเด็นไหน ก็ยังไม่มีความชัดเจนเหมือนกันว่า แล้วที่เราคุยกัน เราได้ประเด็นรียัง หรือ
เราคุยกันไปอย่างนี้เรื่อยๆจนกว่า 4 โมงครึ่ง หรือไว้รอครั้งหน้า นี่เป็นการเคลียร์ความเข้าใจตนเองด้วย

อาจารย์ชโลม เกตุจินดา : ผู้ดำเนินการสัมมนา

มันมีความหลากหลาย ใครจะเสนอประเด็นไหน สนใจอะไรก็เสนอมาเลย พอ 4 โมงส่วนที่
อยากจะถามความชัดเจน คงเป็นส่วนของ อ.วิทยาว่า พอฟังแล้วจะมีข้อเสนอแนะอะไรกับการเคลื่อน
ขบวนของพวกเราทางนี้

คุณเสาวนีย์ กุลสมบุรณ์ : ผู้ปฏิบัติงานจากกระทรวงสาธารณสุข

เห็นว่าแต่ละเครือข่ายมีบทเรียน มีความสนใจที่ต่างกัน แต่ละชุมชนมีวาระของตัวเองมีบทเรียน มีความสนใจ เพราะชุมชนจะต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งภายใต้สถานการณ์ของเขา เพราะฉะนั้นการกำหนดประเด็นหนึ่งเดียวอาจจะลำบาก แต่เสนอว่าถ้าทำงานชิ้นนี้ ส่งเสริมให้ชุมชนแต่ละที่ก่อรูปการดำเนินการของตนเอง แต่กลไกตรงกลางน่าจะเป็นหน่วยทำหน้าที่ในการจัดกลุ่ม สังเคราะห์ เสริมศักยภาพ

อย่างโครงการยุวมุสลิม มีประเด็นเคลื่อนไหวในภาคใต้บริบทความเชื่อ วัฒนธรรม ศาสนา แล้วก็ เป็นงานของตัวเอง หรือบางทีก็กำลังสนใจเรื่องของอาหารสุขภาพ การที่เสริมหรือสร้างโอกาสให้แต่ละ ทีมปฏิบัติการท่ามกลางวาระที่สนใจสำคัญมาก จะทำให้ผู้ทำงานเกิดฉันทะ และเกิดการเรียนรู้

อาจารย์เริงชัย ตันสกุล : กลุ่มรักบ้านเกิด ตอนนี้เป็นมูลนิธิรักบ้านเกิด

ประเด็นสภาผู้บริโภค มองว่าหลังสถานีรถไฟหาดใหญ่ ที่เราเคยจัดทุกอาทิตย์มันหายไปนาน แล้ว ตอนนี้อยากจะเปิดยกเอาประเด็นผู้บริโภคเรื่องใดเรื่องหนึ่งและเป็นเรื่องของการปฏิรูปการเมือง ด้วย

อีกเรื่องคือ เรื่องที่พวกเราเป็นจำเลยในศาลกันอยู่ ศาลยกฟ้องแล้วยังถูกอุทธรณ์อีก ขณะที่ผู้ อุทธรณ์มีเงินเดือน แต่ผู้ที่เป็นจำเลยไม่มีเงินเดือน ก็เดือดร้อนตอนนี้จะหาทางช่วยเหลือกันได้อย่างไร บ้าง วันนี้อยกให้เงินบ้างได้มั๊ย เคยได้ยินว่า อยกจะเข้ามาช่วยในเรื่องของความทุกข์ทั้งหลาย ทำยังไงที่ อยก. และองค์กรอื่นๆไม่ว่าจะเป็น สสส. สปสช. ส.อะไรก็แล้วแต่ สามารถที่จะเห็นความเดือดร้อนความ สุขตรงนี้บ้างได้มั๊ย เรามีสหภาพนายอยู่หน่วยงานเดียวที่ช่วยเหลือ และยังทำอยู่ทุกวัน ทำไปถึง 3 จังหวัด ภาคใต้ด้วย

อยากเสนอว่า เวทีวันนี้เราได้ประโยชน์เยอะเลย ถ้าเป็นไปได้ มีปีละ 3-4 ครั้งได้มั๊ย 6 เดือนหน ก็ยังดีกว่าไม่มีซะเลย

คุณสมจิต ฟุ้งศธรรม : ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จ.สงขลา



เคยได้รับร้องเรียนเรื่องไฟฟ้า น้ำดื่ม ล่าสุดคุณถาวรที่เจอจิ้งจกในกล่องนมเปรี้ยว แก่เป็นโจทก์ อยู่ดีๆตอนนี้กลายเป็นจำเลยแล้ว ฉะนั้นถ้าเราจะเปิดสภาผู้บริโภค เราต้องนึกถึงคนที่มียศพลหรือ บริษัทที่มันใหญ่ๆ จะส่งผลต่อผู้ร้องเรียนยังไงบ้าง

คุณกัจ ดิษฐาอภิชัย : ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จ.พัทลุง



ประเด็นของหลังสถานีรถไฟหาดใหญ่ สามารถจะเคลื่อนได้ นั่นคือ เรากำลังสร้างโรงเรียนการเมืองบนถนน แต่ประเด็นของสื่อบุคคลตัวเล็กๆที่มีอยู่เป็นร้อยเป็นพันแต่ละวันๆ ในชุมชนสร้างขึ้นมามี้ง งานศพ งานแต่ง ร้านน้ำ ร้านขนม ที่ไปยืนคอยขายน้ำอย่างขี้นข้างมีเยอะแยะซะหมด เพราะฉะนั้นประเด็นเล็กๆ เราน่าจะลอง ต่อไปอาจจะก่อรูปเป็นประเด็นใหญ่ขึ้นมาได้

คุณสารี อ่องสมหวัง : มุลนิธิเพื่อผู้บริโภค

องค์การอิสระผู้บริโภคที่กำลังจะเกิดขึ้น มันไม่ได้ใหญ่โตมโหฬาร หรือเกิดเป็น สคบ.อีกชุดหนึ่ง มันไม่ใช่ ตัวชีวิตที่สำคัญอีกอันหนึ่งก็คือว่า กลุ่มผู้บริโภคต้องมากขึ้น องค์การอิสระผู้บริโภคไม่ได้ไปใช้อำนาจรัฐไปบอกว่า ผู้ประกอบการคนไหนดีคนไหนไม่ดี แต่รัฐจะนำอะไรมาฟังความเห็นกันหน่อย เรามีฐานะมากขึ้นที่จะเสนอ แต่ก็ไม่ได้นั่งเทียนเสนอไปเลย มันต้องไปรับฟังว่า ผู้บริโภคคิดเห็นอย่างไร องค์การผู้บริโภคคิดอย่างไร

คุณรอซิติ เลิศอริยะพงษ์กุล : สมาคมยุวมุสลิมแห่งประเทศไทย

ถามว่าจริงๆแล้ว ความเข้มแข็งของผู้บริโภคเกิดขึ้นได้อย่างไร นี่คือโจทย์สำคัญ เคยไปนั่งอยู่ที่สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคที่ปิ่นัง วังหนึ่งมีคนเกือบ 10 ถือสินค้าบางอย่างที่รู้สึก ว่าโดนเอาเปรียบ มาร้องเรียน ก็มีฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์ตลอด รู้สึกสงสัยว่าทำไมคนเขาใส่ใจกับเรื่องเล็กน้อยเหล่านี้ ถ้าเป็นเราๆไม่สนใจหรอก เรื่องนี้แค่ 10 บาท 20 บาท ปล่อยไป ที่โน้นบางครั้งแค่ถั่วแบ่งขายที่น้ำหนักไม่ตรงกับที่เขียนไว้ที่ห่อ เขาก็มาร้องเรียนที่ศูนย์ ศูนย์ก็เรียกบริษัทที่เกี่ยวข้องมาเพื่อทำการชี้แจง สำนึกเหล่านี้มันเกิดขึ้นมาได้อย่างไร ทำไมบ้านเราไม่เกิดสำนึกเหล่านี้

เราพยายามที่จะทำที่ยะลา เราคิดว่าองค์กรเราเข้มแข็ง พร้อมทั้งจะเดินหน้าได้ทุกอย่าง แต่คนไม่เคยสนใจเราหรอก เมื่อวิกฤติเกิดขึ้นกับเขานั้นแหละเขาถึงมาสนใจเรา

คุณสมปฤดี คลาดนาน : เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค จ.ตรัง

ที่ผ่านมาจากจังหวัดตรังเรามาจากฐานของเครือข่ายผู้บริโภค เรารณรงค์เรื่องสิทธิผู้บริโภคมาระดับหนึ่งแล้ว ทำงานทั้งรับเรื่องร้องเรียน สิทธิต่างๆ รณรงค์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อปากต่อปาก เวทีสภากาแฟ ส่วนหนึ่งเรามีอาสาสมัครอยู่ในพื้นที่ที่เป็นมือเป็นเท้าให้กับแกนหลักๆ วันนี้เราก็คงอยากเห็นเหมือนกับคำว่า สภาผู้บริโภคมันไม่ใช่ออกมาพูดหรือบ่นกันอย่างเดียว แต่มันต้องมีกรณีเป็นรูปธรรมให้คนอื่นสามารถเห็นว่าเรื่องแบบนี้เราทำได้จริง วันนี้จังหวัดตรังพร้อม เพราะว่าในพื้นที่เราเคลื่อนเป็นเครือข่าย

อาจารย์ชโลม เกตุจินดา : ผู้ดำเนินการสัมมนา

เชิญอาจารย์วิทยาในฐานะที่ทำเรื่ององค์ความรู้ กลไก มองเชิงบวก ทำงานกับรัฐ ว่าประเด็น เย็นๆจะเคลื่อนกันยังไง

ดร.วิทยา กลสมบูรณ์ : ผู้จัดการแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ

มันก็คงไม่ง่ายเพราะถ่างยากก็คงเกิดไปนานแล้ว แล้วมันมีพลังด้านที่เห็นเป็นรูปธรรมอยู่ อย่างเช่น มีสมาคมของคุณชาตวิทย์เข้าไปยื่นเรื่องที่ สนช.ว่าขอให้ตั้งอนุกรรมการชุดหนึ่งเกี่ยวกับเรื่องคุ้มครองผู้บริโภค แล้วเขาจะขอเป็นผู้ดำเนินการ หรือถ้าเกิดมีเช็คลิสต์องค์กรผู้บริโภค แต่ละจังหวัดที่ไปดู ชื่อก็ปรากฏว่ามีสมาคมแบบนี้เยอะเลย เกิดขึ้นแล้วจดทะเบียนไม่เหมือนกับพวกเรา คำถามที่จะมีต่อไปก็คือว่า ต่อๆไปถ้ามีแล้วมันจะยังไง เช่น ตอนนี้อาจารย์เรามีตัวตนแล้วจะจัดทำรายชื่อผู้สมัครเป็นผู้แทนภาคผู้แทนจังหวัดไว้ล่วงหน้าเลยรึเปล่า

ที่สำคัญถ้าเราวิเคราะห์ดู สคบ. จุดยืนเค้าก็คือ ร่าง พรบ.คุ้มครองแล้วสอดเรื่ององค์การอิสระผู้บริโภค ตรงนี้จะเป็นทางเลือกที่เค้าเสนอให้เลือก ในระดับบนวันที่ 20 จะไปพบทาง สนช. คำถามที่จะมีคือประเด็นต่อไปของพวกเราว่าทิศทางยุทธศาสตร์ภาคใต้ ถ้ามองเฉพาะเรื่องนี้พวกเรามีกลยุทธ์กลวิธีอย่างไรหลังจากได้ฟังข้อมูลหมดแล้ว

ในแนวปฏิบัติของเราอย่างน้อยที่สุด เรื่องนี้เป็นสิ่งสำคัญต้องทำกรอบทำบอร์ต จะทำต่อโดยรวมมือกับสหพันธ์มูลนิธิ จะทำโดยตรงจัดการความรู้คนในพื้นที่ทั้งหมดดูว่าเข้าใจตรงกันมั้ย ตรงนี้คือโจทย์ที่คิดกันว่าจะทำต่ออย่างไร อย่างที่พูดกันถึงสถานการณ์ผู้บริโภคมีปัญหาตั้งแต่เรื่องระดับบุคคล รวมๆกันแล้วก็ปัญหาใหญ่ เช่น เรื่องโทรศัพท์มือถือ สุดท้ายแล้วจะจัดลำดับความสำคัญปัญหาอย่างไร แต่ละหน่วยงานจะจัดเวทียังไงที่ทำแล้วมีพลัง อย่างวันนี้ก็ดีที่มีสถาบันทางวิชาการเข้ามาด้วย ถ้ามีเวทียังไงทุกเดือน หรือ 3 เดือน 6 เดือนมีเวทีใหญ่ครั้งนึง เอาผู้ที่ดูแลระดับบนมาเลย ให้เลขาธิการ สคบ.ลงมาฟังเค้าจะได้เปลี่ยนใจไม่เอาองค์การอิสระผู้บริโภคไปอยู่กับเค้า แล้วพยายามพูดให้เค้าเห็นภาพทั้งหมด

สรุปแนวทางการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในภาคใต้

ผศ.ภก.พงศ์เทพ สุธีรวิทย์ : ผู้อำนวยการ สวรส.ภาคใต้ มอ.



ขออนุญาตสรุปว่า กระบวนการที่จะเคลื่อนต่อไป ควรจะทำอะไรบ้าง

1. เราพบว่า ระบบการประสานงาน การเชื่อมร้อยทั้งในระดับภาค ระดับจังหวัด ต้องสร้างกลไกที่จะเป็นตัวเชื่อมประสานทั้งในระดับภาคและระดับจังหวัด กลไกดังกล่าวอาจจะออกมาในรูปแบบของศูนย์ประสานงานหรือเครือข่าย หรือจะพัฒนาเป็นสภาผู้บริโภคก็แล้วแต่ ขณะนี้ศักยภาพที่จะสร้างระบบหรือกลไกประสานงานตรงนี้ สงขลาน่าจะมีความพร้อมมากกว่าเพื่อน เนื่องจากมีสถาบันวิชาการ ศูนย์วิจัย สสจ. ที่เชื่อมร้อยกันพอสมควร เริ่มที่สงขลาแล้วขยายไประดับภาค

กลไกประสานงานตรงนี้ต้องทำหน้าที่ Mapping ให้เห็นว่า มันมีใครทำอะไรอยู่บ้าง ทั้งภาครัฐ เอกชน และวิชาการ สิ่งที่จะทำได้ตรงนี้ก็จะต้องมีการมาพูดคุยกันให้บ่อย เพื่อให้เห็นว่าต้องทำอะไรบ้าง ดำเนินการยังไง ถ้ามีผู้ประสานงาน ต้องดูว่าเครือข่ายแต่ละจังหวัด จะเล่นประเด็นอะไร แล้วก็ดูว่าใครที่จะลงไปสนับสนุนได้บ้าง

2. การตั้งศูนย์ อาจจะอยู่ส่วนกลางก็ได้ สสจ.ก็ได้ มหาวิทยาลัยก็ได้ แต่ต้องมีข้อมูลสมควร
3. การสื่อสารสาธารณะ เช่น วิทยูทูบชน สื่อต่างๆ
4. การจัดเวทีสาธารณะ เปิดพื้นที่ให้คนเข้ามามีปฏิสัมพันธ์กับเรามากขึ้น แล้วส่วนกลางก็ต้องช่วยสนับสนุนให้เรื่องเหล่านี้เกิดขึ้นได้

อาจารย์ชโลม เกตุจินดา : ผู้ดำเนินการสัมมนา

น่าจะพอสรุปได้แล้วว่า วัตถุประสงค์ของการจัดเวทีครั้งนี้มี 3 เรื่อง

1. เรื่องการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำอย่างไรให้พุดลงลึกเรื่องจิตสำนึกของคนทำงานได้ ปรับกระบวนการทัศน์หรืออะไรก็แล้วแต่
2. เกิดการวิเคราะห์สถานการณ์ผู้บริโภคร่วมกันในระดับพื้นที่และระดับประเทศ เป็นเรื่องของการจัดการความรู้ แล้วสามารถวางยุทธศาสตร์ในการเคลื่อนที่ได้
3. ทำอย่างไรให้มีทิศทาง ยุทธศาสตร์ สอดคล้องกับคนทำงานและประเด็นปัญหาของพื้นที่

จบการสัมมนา

ภาคผนวก...ตารางแสดงฐานงานเดิมของเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคภาคใต้

พื้นที่	กิจกรรม	ปี	แหล่งสนับสนุน
โครงการ บริโภค เพื่อชีวิต สงขลา	โครงการ Consumer Right Protection Project	2539 - 2540	รัฐบาลออสเตรเลียผ่านองค์การเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศของออสเตรเลีย (AusAID)
	สนับสนุนและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ผู้บริโภคและกลุ่มองค์กรผู้บริโภคในการเฝ้าระวังและติดตามผลิตภัณฑ์ด้านสาธารณสุข ปีที่ 1 , ปี 2	2541 - 2543	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กระทรวงสาธารณสุข
	โครงการพัฒนาเครือข่ายและส่งเสริมการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดสงขลา	2544 - 2546	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กระทรวงสาธารณสุข
	โครงการสร้างสุขภาพอย่างไรไม่พึ่งอาหารเสริม (ร่วมกับมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคและเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค)	2545- 2546	สำนักงานสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
	โครงการการวิจัยเพื่อพัฒนาระบบเครือข่ายการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพเชิงบูรณาการในจังหวัดสงขลา	2547	สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.)
	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดสงขลา	2548- 2549	สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.)
โครงการ บริโภคสร้าง สรรค์ สู่ ราษฎร์ธานี	กิจกรรม"สำรวจน้ำดื่มบรรจุขวด "ร่วมกับมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคและเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค จังหวัดต่าง ๆ ในการสำรวจสถานการณ์ปัญหา น้ำดื่มบรรจุขวดในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี	2541	
	โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งกลุ่มองค์กรผู้บริโภค	2543- 2544	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
		2545- 2546	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
	โครงการสร้างสุขภาพอย่างไรไม่พึ่งอาหารเสริม (ร่วมกับมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคและเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค)	2545- 2546	สำนักงานสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดสุราษฎร์ธานี	2548- 2549	สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.)

พื้นที่	กิจกรรม	ปี	แหล่งสนับสนุน
เครือข่าย คุ้มครองผู้ บริโภค จังหวัดสตูล	เริ่มต้น พ.ศ.2542 โดยการประสานงานของมูลนิธิ เพื่อผู้บริโภค ประสานงานมายังเครือข่ายประชา คมจังหวัดสตูล เพื่อให้ดำเนินกิจกรรมการคุ้ม ครองผู้บริโภคในจังหวัดสตูล	2542	
	ปี พ.ศ.2543 เกิดเป็นเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดสตูล	2543	
		2545- 2546	สำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา(อย.)
	โครงการสร้างสุขภาพอย่างไรไม่พึ่งอาหารเสริม (ร่วมกับมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคและเครือข่ายองค์กร ผู้บริโภค)	2545- 2546	
	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดสตูล	2548- 2549	
ชมรม พิทักษ์สิทธิ ผู้บริโภค ประชาคม ทับเที่ยง จังหวัดตรัง			
	โครงการสร้างสุขภาพอย่างไรไม่พึ่งอาหารเสริม (ร่วมกับมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคและเครือข่ายองค์กร ผู้บริโภค)	2545- 2546	
	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดตรัง	2548- 2549	
หมายเหตุ...ประสานและสนับสนุนกระบวนการอย่างต่อเนื่องโดย มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค			

ภาคผนวก...รายชื่อผู้เข้าร่วมสัมมนาเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคภาคใต้

1.	โครงการบริโภคสร้างสรรจังหวัดสุราษฎร์ธานี นางสาวสรินนา เพชรรัตน์ 103/20 การเคหะแห่งชาติ ต.มะขามเตี้ย อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000
2.	ชมรมพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคประชาคมทับเที่ยง จังหวัดตรัง นางสาวสมปฤดี คลาดนาน 63 หมู่ 8 ต.นาข้าวเสีย อ.นาโยง จ.ตรัง 92000
3.	ชมรมพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคประชาคมทับเที่ยง จังหวัดตรัง นายชัยพร จันทร์หอม 42 ม.4 ต.นาโยงใต้ อ.เมือง จ.ตรัง 92170
4.	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสตูล นางกัลยทรรศน์ ดิ่งหวัง อาคารห้องสมุดประชาชนอำเภอละงู ต.กำแพง อ.ละงู จ.สตูล 91110
5.	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสตูล นางวราภรณ์ ละเหมาะ อาคารห้องสมุดประชาชนอำเภอละงู ต.กำแพง อ.ละงู จ.สตูล 91110
6.	โครงการศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดพัทลุง นายสำเร็จ สุดสวาท เลขที่ 29 ม.4 ต.ท่ามิหรำ อ.เมือง จ.พัทลุง 93000
7.	โครงการศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดพัทลุง 176 นายกาจ ดิษฐาอภิชัย ม.9 ต.ทะเลน้อย อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93150
8.	โครงการศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดสงขลา นางสมจิต พึ่งทศธรรม 131/1 ถ.ไทรงาม ต.บ่อยาง อ.เมือง จ.สงขลา 90000

9.	โครงการศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดปัตตานี นางกัลยา เอี้ยวสกุล 2 หมู่ 9 บ้านโคกม่วง ต.แม่ลาน อ.แม่ลาน จ.ปัตตานี 94180
10	โครงการศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดปัตตานี นายนิรพงศ์ สุขเมือง 57 หมู่ 2 ต.ปะกาฮารัง อ.เมือง จ.ปัตตานี 94000
11	เครือข่ายแรงงานนอกระบบ ภาคใต้ นางสาวพันธ์ วรรณบริบูรณ์ เลขที่5 หมู่บ้านไทยสมุทร ต.ควนลัง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
12.	สมาคมยุวมุสลิมแห่งประเทศไทย นายรอซดี เลิศอริยะพงษ์กุล 63/1 ถ.สีโรรส 6 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000
13.	สมาคมยุวมุสลิมแห่งประเทศไทย นายอิลฟาน ตอแลมา 63/1 ถ.สีโรรส 6 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000
14	กลุ่มผู้บริโภคเข้มแข็งสงขลา นายอับดุลอาซีด หินมุসা ภาควิชาศัลยศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ มอ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
15	กลุ่มผู้บริโภคเข้มแข็งสงขลา นายกำราบ พานทอง 71/3 หมู่ 3 ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90112
16	กลุ่มผู้บริโภคเข้มแข็งสงขลา นายรุ่งเรือง จารุมโนกุล ภาควิชาพยาธิวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มอ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
17	กลุ่มผู้บริโภคเข้มแข็งสงขลา นางรัชนีกุล ชนะวรรณโณ ร.ร.พะตงประธานคีรีวัฒน์ ต.พะตง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90230
18	นายสิทธิศักดิ์ ตันมงคล 2/11 หมู่บ้านชวนชื่นนครินทร์ ต.น้ำน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110

19	กลุ่มผู้บริโภคเข้มแข็งสงขลา นางชโลม เกตุจินดา เลขที่ 2 หมู่บ้านไทยสมุทร ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
20	ชมรมส่งเสริมสิทธิผู้บริโภคจังหวัดสงขลา นายวรรณชัย สุวรรณกาญจน์ 125 ซ. 5 รัตนอุทิศ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
21	โครงการบริโภคเพื่อชีวิตสงขลา นางสาวจุฑา สังขชาติ 132/2 ซ.10 ถ.ราษฎร์อุทิศ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
22	กลุ่มไทรงาม นางวันดี อัมพันทอง 144/41 ถ.ริมทางรถไฟนอก ต.บ่อยาง อ.เมือง จ.สงขลา
23	นายรัฐมิ่ง มะแข็ง 104/1 ม.7 ต.มองอ อ.ระแงะ จ.นราธิวาส
24	นางวันญาติ มะ 51/2 ม.3 ต.ปะลูลู อ.ระแงะ จ.นราธิวาส
25	นางสาวอัญชิษฐา พรหมอินทร์ 132/2 ซ.10 ถ.ราษฎร์อุทิศ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา
26	กลุ่มมานีมานะ นายโตมร อภิวันชนากร 123/10 ม.1 ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา
27	กลุ่มมานีมานะ นางสาวรัตนสุดา ถาวรรัตน์ 123/10 ม.1 ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา
28	ผศ.พงศ์เทพ สุธีรวุฒิ สถาบันวิจัยระบบสุขภาพภาคใต้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา
29	รศ.ดร.เรียงชัย ต้นสกุล คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา
30	อ.ภาณุ พิทักษ์เฝ้า ร้านครัวเพื่อสุขภาพ 49 ถ.จุดอนุสรณ์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา

31	นายธรรมรัตน์ ทนคง สำนักงานจังหวัดสงขลา ศาลากลางจังหวัดสงขลา อ.เมือง จ.สงขลา
32	นางสายใจ ปริยะวาทิ ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์สงขลา

ภาพประกอบ









