

บันทึกการหารือเพื่อจัดทำความร่วมมือคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ

ระหว่าง สำนักงาน กสทช. องค์กรผู้บริโภคสากล (Consumers International : CI) มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค

ที่เมืองมุมไบ ประเทศอินเดีย วันที่ ๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗

โดย ส่วนงาน กสทช.สุภิญญา กลางณรงค์

ภายหลังจากการเข้าร่วมประชุม เข้าร่วมการอบรม Digital Broadcasting Technologies and Implementation ซึ่งจัดโดย ITU Asia Pacific Centres ณ เมืองนิวเดลี ประเทศอินเดีย เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์การเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์จากระบบแอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัลกับผู้เข้าร่วมจากนานาประเทศแล้ว คุณสุภิญญา กลางณรงค์ กสทช.ด้านผู้บริโภคและการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชน และคณะได้เดินทางไปประชุมหารือกับคุณสารี อ๋องสมหวัง เลขาธิการมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค และ Dato' Indrani Thuraisingham Head of Consumer International office for Asia Pacific and the Middle East เพื่อเตรียมการจัดทำข้อตกลงความร่วมมือระหว่างองค์กรผู้บริโภคสากล (Consumer International : CI) และมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค (มพบ.) เกี่ยวกับความร่วมมือกับสำนักงาน กสทช. ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย ตามที่ กสทช. สุภิญญาฯ มีแนวคิดและ ริเริ่มแสวงหาความร่วมมือจากหน่วยงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในประเทศไทยและระหว่างประเทศ โดยมีประเด็นหารือสรุปโดยสังเขป ได้ดังนี้

๑. มีการหารือเรื่องกรอบข้อตกลงความร่วมมือ ได้แก่

๑.๑ การจัดสัมมนา เสวนา ประชุม หรือกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์อื่นๆ

๑.๒ การพัฒนาบุคลากร ของ สำนักงาน กสทช. โดยแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับประเทศต่างๆ ที่มีประสบการณ์ด้านงานคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

๑.๓ การสร้างเครือข่ายและเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

๑.๔ การแลกเปลี่ยนและสร้างสรรค์เอกสารหรือแหล่งข้อมูลความรู้ต่างๆ ร่วมกัน

๒. เตรียมการจัดพิธีลงนามข้อตกลงความร่วมมือระหว่าง สำนักงาน กสทช. มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค และองค์กรผู้บริโภคสากล โดยจัดขึ้นในวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๕๗ ณ สำนักงาน กสทช. ก่อนการจัดงาน การประชุมนานาชาติเรื่อง “การคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ” โดยให้ประสานงานในรายละเอียดและเรียนเชิญเลขาธิการ สำนักงาน กสทช. เป็นผู้ลงนามในวันเวลาดังกล่าว (รายละเอียดดังเอกสารแนบ ๑ และ ๒)

๓. การจัดการเตรียมการประชุมนานาชาติ เรื่อง “การคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล : International Conference: Consumer Protection in the Digital Age” โดยเชิญผู้เข้าร่วม ได้แก่ บุคลากรของสำนักงาน กสทช. องค์กรด้าน คุ้มครองผู้บริโภค เครือข่ายผู้บริโภค และผู้แทนองค์กรผู้บริโภค จากประเทศต่างๆ อาทิ มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย อังกฤษ สวิตเซอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น (รายละเอียดตั้งเอกสารแนบ ๓)

ข้อมูลองค์กรผู้บริโภคสากล : Consumers International (CI)

Consumer International (CI) คือ องค์กรที่เป็นการรวมตัวกันของกลุ่มหรือหน่วยงานที่ทำงานด้าน คุ้มครองผู้บริโภค โดยมีความเป็นอิสระ และเป็นปากเสียงให้กับผู้บริโภคทั่วโลก โดยปัจจุบันมีสมาชิกทั้งสิ้น ๒๒๐ องค์กร จาก ๑๑๕ ประเทศ CI ได้สร้างความเคลื่อนไหวทางสังคมในระดับนานาชาติที่ ช่วยคุ้มครองและ สร้างความเข้มแข็งให้กับผู้บริโภค โดยไม่แสวงหาผลกำไร ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. ๑๙๖๐ ทำหน้าที่ช่วยคุ้มครอง ผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัยจากการบริโภคสินค้าและบริการ

วิสัยทัศน์ของ CI คือ ยึดหลักให้ผู้บริโภคตระหนักถึงสิทธิผู้บริโภคเป็นหัวใจสำคัญในการตัดสินใจบริโภค สินค้าและบริการ และผู้บริโภคทุกคนควรได้รับสินค้าและบริการที่มีความเหมาะสมและปลอดภัย

ข้อมูลมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค (มพบ.)

มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค เป็นองค์กรพัฒนาเอกชนสาธารณประโยชน์ โดยเริ่มมาจากการทำงานตั้งแต่ ปี พ.ศ. ๒๕๒๖ ในนาม คณะกรรมการประสานงานองค์กรเอกชนเพื่อการพัฒนาสาธารณสุขมูลฐาน (คปอ.ส.) ซึ่งมีบทบาทต่อการ พัฒนาสาธารณสุขทั้ง ผลักดันนโยบายห้ามผสมสารคาเฟอีนในยาแก้ปวดลดไข้ การรณรงค์ให้ชื่อสามัญทางยาใน ฉลากเอกสารกำกับยา การรณรงค์ให้มียาแก้ปวดลดไข้สารเคมีในการเกษตร ฯลฯ

จากบทเรียนจากการทำงานในนาม คปอ.ส. ทำให้เกิดความตระหนักถึงสุขภาพแบบองค์รวมว่า ต้องดูแล คุณภาพชีวิตของประชาชนหรือผู้บริโภคอย่างรอบด้าน ถึงจะนำมาสู่การมีสุขภาวะที่ดีที่สุด จึงจัดทะเบียนจัดตั้งมูลนิธิ เพื่อผู้บริโภคขึ้นในปี พ.ศ. ๒๕๓๙ โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ ส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองตามสิทธิอันพึงมี พึงได้ สนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้บริโภคและองค์กรผู้บริโภคต่าง ๆ ได้มีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค และ วัตถุประสงค์สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ ส่งเสริมการศึกษา วิจัยและเผยแพร่ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ การคุ้มครอง ผู้บริโภค เพราะการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพที่สุดก็คือ การที่ผู้บริโภคคุ้มครอง ดูแลตัวเองได้ ดังนั้น ข้อมูล ความรู้ต่าง ๆ ที่จะช่วยให้ผู้บริโภค “ฉลาดและเท่าทันต่อสถานการณ์ปัญหาในสังคมบริโภคนิยม ” จึงจำเป็นอย่าง ยิ่งต่อการคุ้มครองผู้บริโภค..