

حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ، متولیان ، الزامات

حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان از دیرباز در فرهنگ ملل مختلف وجود داشته است و هر کشوری به فراخور وضعیت و شرایط خود به این مهم ، به صورت مستقیم یا غیرمستقیم، پرداخته است .

در سطح بین المللی نظامهای حقوقی اغلب کشور های جهان حق مصرف‌کننده را مقدم داشته و تلاش دارند تولیدکنندگان، واردکنندگان، توزیع‌کنندگان و فروشندگان را تشویق و ترغیب بلکه وادار کنند تا حقوق مصرف‌کنندگان را در کالاهای تولیدی خود مورد توجه قرار دهند بر همین اساس سازمان ملل حقوقی را به عنوان حقوق پایه به عنوان رهنمود به کشورهای عضو پیشنهاد نموده است.

- حق برخورداری از سلامتی و ایمنی مصرف‌کننده اطمینان حاصل کند که کالایی که در اختیار او قرار می گیرد، هیچ گونه آسیبی به تندرستی او وارد نمیکند.
- حق داشتن اطلاع رسانی صحیح و کامل کلیه اطلاعات لازم برای انتخاب آگاهانه کالا در دسترس مصرف‌کننده گذارده شود و مصرف‌کننده در قبال تبلیغات گمراه کننده یا اطلاعات نادرست مورد حمایت قراربگیرد.
- حق برخورداری از بازار رقابتی و ضد انحصار مصرف‌کننده باید از حق انتخاب آزادانه برخوردار باشد و در یک فضای رقابتی قادر شود که از بین انواع کالاها و خدمات، کالا یا خدماتی را که به کیفیت آن اطمینان دارد با قیمتی رقابتی خریداری نماید.
- حق لحاظ شدن تامین نیازهای اساسی در تصمیم گیری ها (دولت ها مکلفند در تصمیمات اجرایی خود منافع مصرف‌کنندگان را لحاظ کنند و نیازهای اساسی آنان را تامین نمایند).
- حق داشتن جبران خسارت (مصرف‌کننده از حق خسارت برخوردار است و باید خسارت وارد به وی در نتیجه خرید کالاهای نامطلوب یا عرضه نادرست کالاها و خدمات جبران شود و به دعاوی او در این مورد به طرز منصفانه رسیدگی شود.)
- حق آموزش (آموزش مصرف‌کننده و افزایش تخصص و مهارت وی در انتخاب کالاها و خدمات باید مورد توجه قرار گیرد.)
- حق داشتن محیط زیست سالم مصرف‌کننده حق دارد که از محیط کار سالمی برخوردار باشد به گونه ای که از مشکلات زیست محیطی که رفاه وی و نسل های آتی را تهدید می کند در امان باشد.
- حق داشتن تشکل (مصرف‌کنندگان اجازه دارند که برای حفظ حقوق یا حمایت از منافع خویش به ایجاد تشکلهای صنفی اقدام کنند. دولتها باید در چارچوب منافع با سازمان های مصرف‌کنندگان، توزیع‌کنندگان و تولیدکنندگان همکاری نزدیک داشته باشند و مقررات با استانداردهای لازم برای نظارت بر فعالیت های آنان تدوین نمایند.)

در کشور ما نیز از سال های قبل از انقلاب و به خصوص در قالب قانون نظام صنفی در سال ۱۳۵۰ به صورت مدون به این مهم پرداخته شده است و شاید بتوان تصویب قانون تأسیس سازمان حمایت تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان در سال ۱۳۵۶ را شاخص ترین اقدام در دوران قبل از انقلاب با محوریت حمایت از مصرف‌کنندگان در قبال نوسانات نامتناسب قیمت‌های داخلی و خارجی و کنترل آنها در این زمینه برشمرد .

پس از انقلاب نیز اساسنامه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در سال ۱۳۵۸ به تصویب شورای انقلاب رسید و اصلاحیه های متعدد در قانون نظام صنفی (که البته در مثبت بودن روند اصلاحات به نفع مصرف‌کنندگان علامت سؤال جدی وجود دارد) به تصویب رسید . تصویب قانون تعزیرات حکومتی در سال ۱۳۷۳ و تأسیس سازمان های بازرسی و نظارت بر قیمت و توزیع کالا و خدمات و تعزیرات حکومتی را شاید بتوان اولین گام جدی برای تحقق حقوق مصرف‌کنندگان در کشور دانست . در این سال با تأسیس این دو سازمان ، احقاق حقوق مصرف‌کنندگان از بخش صنفی (که خود یک طرف شکایات بود) جدا و به مجموعه ای بی طرف سپرده شد . البته این روند با بهبود فضای اقتصادی کشور در سال های ۱۳۸۳ و ۱۳۸۴ با عدم دوراندیشی مسئولین وقت وزارت بازرگانی و سازمان مدیریت و برنامه ریزی ، سازمان بازرسی و نظارت (شاید بر خلاف قانون) در سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اقدام شد و عملاً موضوع مدعی‌العمومی در مطالبات مردمی به ورطه فراموشی سپرده شد . قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶ اولین قانون با رویکرد حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان بود که هیچگاه نتوانست حقوق مصرف‌کنندگان خودرو را احقاق کند . شاید دلیل این امر این بود که در آیین نامه اجرایی این قانون ، رسیدگی به شکایات مردمی در زمینه خودروهای تولید داخل به وزارت صنایع و معادن وقت (که خود مالک یا طرفدار واحدهای خودروسازی داخلی است و انتظار عدالت یا اقدام مؤثری از آن نمی توان داشت) سپرده شد و عملاً این قانون ابتر ماند. اما اقدام نهایی در این زمینه در سال ۱۳۸۸ بوقوع پیوست که پس از سال ها انتظار ، قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به تصویب رسید و مصرف‌کنندگان امید پیدا کردند با اجرای این قانون ، محملی برای طرح شکایات و مطالبات خود پیدا کرده اند (هرچند که متأسفانه در آخرین اصلاحیه قانون نظام صنفی کشور و با لابی گسترده بخش صنفی ، مواد متعددی از این قانون که مربوط به احقاق حقوق مصرف‌کنندگان در بخش صنفی بود لغو و بلا اثر گردید !!!)

در گام اول ببینیم در قانون چه وظایف و اختیاراتی برای انجمن های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به عنوان نهادی غیردولتی و قانونی در نظر گرفته شده است .

این انجمن ها قرار است مستند به ماده ۱ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ، با رصد و پایش بازار اعم از اقدامات تولیدکنندگان، واردکنندگان، توزیع کنندگان، فروشندگان کالا و ارائه کنندگان خدمات اعم از فنی و حرفه‌ای و همچنین کلیه دستگاهها، موسسات و شرکتهایی که مشمول قانون بر آنها مستلزم ذکر یا تصریح نام است و به طور مستقیم یا

غیرمستقیم به صورت کلی یا جزیی کالا یا خدمت به مصرف‌کننده ارایه می‌نمایند، مواردی که به حقوق مصرف‌کنندگان ارتباط پیدا می‌کند نظیر صحت و سلامت کالا و خدمات عرضه شده مطابق با ضوابط و شرایط مندرج در قوانین و یا مندرجات قرارداد مربوطه یا عرف در معاملات، ارائه ضمانتنامه‌ای را که در بردارنده مدت و نوع ضمانت است همراه با صورتحساب فروش که در آن قیمت کالا یا اجرت خدمات و تاریخ عرضه درج شده باشد به مصرف‌کنندگان، ارائه اطلاعات لازم شامل؛ نوع، کیفیت، کمیت، آگاهی‌های مقدم بر مصرف، تاریخ تولید و انقضای مصرف، جلوگیری از فروش اجباری یک یا چند نوع کالا یا خدمت به همراه کالا یا خدمت دیگر، داشتن نشان استاندارد در مورد کالا و خدمات مشمول استاندارد اجباری، الزام کلیه عرضه‌کنندگان اعم از تولیدکنندگان و واردکنندگان کالاهای سرمایه‌ای از جمله خودرو (سنگین یا سبک) ماشین آلات صنعتی، کشاورزی، راهسازی، لوازم خانگی، مصنوعات الکتریکی و الکترونیکی، صوتی، تصویری و وسایل ارتباطی مکلف به داشتن نمایندگی رسمی و تعمیرگاه مجاز، تامین قطعات یدکی و ارایه سرویس و خدمات بعد از فروش، الصاق برچسب روی کالا، یا نصب تابلو در محل کسب یا حرفه، قیمت واحد کالا یا دستمزد خدمت را به طور روشن و مکتوب به گونه‌ای که برای همگان قابل رویت باشد توسط کلیه عرضه‌کنندگان کالا و خدمات، ارائه کلیه اطلاعات لازم درخصوص انجام کار و ارایه خدمت را در اختیار مراجعان در ابتدای کار توسط کلیه دستگاه‌های دولتی و عمومی، سازمانها، شرکتها، بانکها، نهادها، شهرداری‌ها و همچنین دستگاه‌هایی که شمول قانون بر آنها مستلزم ذکر یا تصریح نام است، جلوگیری از تبلیغات خلاف واقع و ارایه اطلاعات نادرست که موجب فریب یا اشتباه مصرف‌کننده از جمله از طریق و سایل ارتباط جمعی، رسانه‌های گروهی و برگه‌های تبلیغاتی شود، جلوگیری از هرگونه تبانی و تحمیل شرایط از سوی عرضه‌کنندگان کالا و خدمات، که موجب کاهش عرضه یا پایین آوردن کیفیت، یا افزایش قیمت شود، آگاه‌سازی مصرف‌کنندگان از طریق رسانه‌های گروهی و ارتباط جمعی، انتشار نشریه، برگزاری مصاحبه و همایش و تشکیل دوره‌های آموزش عمومی و تخصصی، ارایه نظریات مشورتی و همکاری با دستگاه‌های ذیربط اجرایی به جهت اجرای موثر مقررات امور مربوط به حقوق مصرف‌کنندگان، بررسی شکایات و ارایه خدمات مشاوره‌ای و حقوقی به مصرف‌کنندگان و ارجاع دعاوی به مراجع ذیربط در صورت درخواست خواهان را مورد بررسی قرار دهند. همانطور که ملاحظه می‌کنید مسئولیتی بس خطیر به عهده این انجمن‌ها گذاشته شده است و لازم است انجمن‌ها خود را برای انجام آن کاملاً مجهز نمایند.

از زمان تصویب قانون تاکنون بیش از ۶ سال می‌گذرد که ۲ سال ابتدایی آن به تدوین اساسنامه و تمهید مقدمات تشکیل انجمن‌های شهرستانی، استانی و ملی اختصاص پیدا کرد و هم اکنون یک دوره ۴ ساله از فعالیت این انجمن‌ها گذشته و شروع دوره ۴ ساله دوم را شاهد هستیم.

جایگاه انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

وظایف و مسئولیت‌هایی که برای انجمن‌ها در نظر گرفته شده است بخش عمده‌ای از وظایفی است که سازمان‌های دولتی در گذشته و حال به آن پرداخته‌اند بنابراین این انجمن‌ها باید آمادگی لازم برای جایگزینی خود با سیستم‌های

دولتی را داشته باشند و طوری برنامه ریزی و اقدام نمایند که عملکرد قابل دفاعی نسبت به گذشته به مصرف کنندگان ارائه دهند.

این انجمن ها بایستی علاوه بر ایفای نقش نماینده مصرف کنندگان در مراجع تصمیم گیری ، به حل و فصل شکایات مردمی در زمینه هایی که نام برده شد نیز بپردازند و از طرف دیگر خود به عنوان وکیل مدافع مردم و مدعی العموم نسبت به اجرای قانون و در صورت لزوم طرح شکایت در مراجع ذیصلاح نظیر سازمان تعزیرات حکومتی نیز اقدام نمایند . همچنین ارتباط با تشکل های مشابه در سایر کشورها و بهره گیری از تجارب آنان ، اطلاع رسانی و آموزش مصرف کنندگان نیز از موضوعات بسیار مهم در این زمینه بشمار می رود . بنابراین بایستی این انجمن ها را در بخش های حقوقی ، آموزشی ، اطلاع رسانی و ... بسیار تقویت کرد . اگر این آمادگی و توان در این انجمن ها بوجود آید می توان انتظار داشت نتیجه اقدامات انجمن به صورت ملموس در سطح جامعه و بویژه نزد مصرف کنندگان مشاهده شود و دستگاه های دولتی که کار موازی با انجمن ها را در حال حاضر انجام می دهند از پرداختن به اینگونه امور با خیالی آسوده ، پرهیز کنند.

الزامات

در حال حاضر بنظر می رسد انجمن ها شرایط لازم را برای رسیدن به جایگاه واقعی خود ندارند . نداشتن نیروی انسانی و تشکیلات متناسب ، نبود درآمد پایدار ، وجود مخالفینی که نه در آشکار بلکه در پنهان در کار این انجمن ها خلل ایجاد می کنند (نظیر سازمان های صنفی که با تغییر قوانین حمایت از حقوق مصرف کنندگان، به نفع بخش صنفی خود اقدام می کنند) ، عدم برنامه ریزی راهبردی در سطح ملی و منطقه ای و ... از جمله مهم ترین دلایل این موضوع به شمار می رود. بنظر اینجانب، اقداماتی که این انجمن ها باید در دستور کار خود داشته باشند تا بتوانند نقش خود در زمینه رعایت حقوق مصرف کنندگان را به خوبی ایفا نمایند به شرح زیر است :

- ایجاد باور قلبی به اهمیت نقش و جایگاه انجمن در رعایت حقوق مصرف کنندگان در خود و سایر دستگاه ها و تشکل ها
- پیگیری برای ایجاد تشکیلات متناسب و چابک برای پاسخگویی به انتظارات موجود
- ایجاد درآمدهای متناسب و پایدار به نحوی که امکان برنامه ریزی و اجرای برنامه های کلان و میان مدت و بلند مدت بر اساس آن مهیا باشد
- اولویت دادن به مباحث آموزش و اطلاع رسانی به خصوص در زمینه هایی که بیشتر مورد نیاز و استقبال مردمی است
- بازنگری و اصلاح قانون ، اساسنامه ، آیین نامه ها و مرتبط به ویژه اصلاح ماده ۹۶ قانون نظام صنفی کشور که مواد ۱۵ و ۱۵ و ۱۷ و ۲۲ قانون حمایت (مواد مرتبط با نحوه رسیدگی به شکایات و حمایت از حقوق

مصرف‌کنندگان و جرایم و مجازات‌ها در بخش صنفی) را لغو نموده ، با توجه به شرایط روز و با بهره‌گیری از تجارب حاصله در دور اول فعالیت و تجارب سایر کشورها

- شناخت محیط مرتبط ، اعم از بخش تولید و واردات ، توزیع و فروش ، دستگاه‌های دولتی و غیردولتی و برنامه‌ریزی برای هر بخش و اولویت دادن به اصلاح رفتار در بخش‌های تولید و واردات

البته بخش دولتی نیز باید راهبرد تقویت این انجمن‌ها را در اولویت خود قرار دهد و برای واگذاری امور به این تشکل غیردولتی ، تردید نکند . بدیهی است هم در بخش دولتی و هم در بخش غیردولتی زمینه‌های بسیار زیادی از فعالیت وجود دارد که می‌توان در آینده به آن پرداخت .