

مطالعه‌ای راجع به نقش سازمان‌های غیردولتی در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در کشور

فروغ مصطفی منتقمی

عضو هیأت علمی مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
fmontaghami@yahoo.com

اما این سازمان‌ها در کشور ما فعالیت چشمگیری ندارند. سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده جزء ساختار دولتی نیستند، اما برای تأسیس و افزایش فعالیت این سازمان‌ها در کشور، مساعدت و حمایت دولت و سازمان‌های دولتی از آن‌ها ضرورت دارد.

مقدمه

سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، با رعایت قوانین و مقررات ملی ناظر بر تأسیس و اداره آن‌ها، خارج از ساختار دولتی، برای دستیابی به اهداف تعیین شده در زمینه حمایت از حقوق مصرف‌کننده، تأسیس می‌شوند. با توجه به اهمیت فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در افزایش آگاهی‌های عمومی نسبت به حقوق مصرف‌کنندگان و استیفای حقوق آنان، این مقاله به مطالعه‌ای درباره سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان پرداخته است. در ابتدای مقاله مبانی نظری و حقوقی تشکیل این

حقوق مصرف‌کننده / سازمان‌های غیردولتی / حمایت مصرف‌کننده / ایران / قوانین و مقررات

چکیده

سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده خارج از ساختار دولتی، برای حمایت از حقوق مصرف‌کننده فعالیت می‌کنند. شماری از اقدامات و نقش‌های این سازمان‌ها در زمینه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان عبارت‌اند از: نظارت بر عملکرد سازمان‌های دولتی؛ ارتباط با دولتمردان و نمایندگان مجالس قانون‌گذاری و ارائه مشاوره به این دو گروه در موارد لزوم؛ دادخواهی در مراجع قضایی و شبه‌قضایی؛ آزمایش فنی محصولات؛ اطلاع‌رسانی به مصرف‌کنندگان؛ مبارزه برای جلوگیری از فروش محصولات زیان‌بار و مشارکت در ارائه الگوهای مصرف پایدار. سازمان‌های مزبور در کشورهای مختلف، برای دستیابی به اهداف خود، اقدامات گوناگون انجام می‌دهند؛

سازمان‌ها و حقوق اساسی مصرف‌کننده ذکر شده است. سپس وظایف و نقش‌های عمده سازمان‌های مزبور در جوامع مورد مطالعه قرار گرفته است و پس از بررسی مقررات راجع به این سازمان‌ها و وضعیت آن‌ها در ایران، در پایان، نتیجه‌گیری و پیشنهادهای قابل ذکر، برای استفاده از نقش سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در کشور ارائه شده است.

۱. کلیات

در ابتدای این مبحث مبانی نظری و حقوقی تشکیل سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ذکر می‌شود. سپس شماری از حقوق اساسی مصرف‌کنندگان، که در سطح بین‌المللی شناسایی شده‌اند، مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

۱-۱. مبانی نظری و حقوقی تشکیل سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

گروه‌های داوطلب مردمی از دیرباز در مناطق مختلف دنیا فعالیت داشته‌اند. با بروز تحولات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی و طرح نیازهای جدید در جامعه بشری و برای پاسخ‌گویی به نیازهای موجود، گروه‌های کوچک محلی و ملی به صورت انجمن‌ها و موسسات تشکیل یافته سازمان‌دهی شدند. این تشکرها به مرور زمان، در برخی از کشورها به صورت بازیگرانی قدرتمند در کنار دولت‌ها در عرصه‌های گوناگون به ایفای نقش پرداختند. مفهوم «سازمان غیردولتی» [۱] به عنوان گروهی تشکیل یافته و برخاسته از میان مردم، در کشور ما نیز پذیرفته شده است. گروهی از سازمان‌های غیردولتی، سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده نام دارند. این سازمان‌ها با نام‌هایی مانند انجمن، سازمان یا اتحادیه فعالیت می‌کنند و برای انجام فعالیت‌های خاص و دستیابی به اهداف مشخص در زمینه حمایت از حقوق مصرف‌کننده، تأسیس می‌شوند.

به طور کلی، مبانی حقوقی تأسیس سازمان‌های غیردولتی، استفاده افراد و گروه‌های اجتماعی از حق تشکیل اجتماعات و فعالیت در این اجتماعات است. آزادی تشکیل اجتماعات و حضور در آن‌ها در دنیا به عنوان حقوق بین‌المللی شناخته شده‌اند و شناسایی آن‌ها به بیش از ۵۰ سال قبل باز می‌گردد. آزادی

اجتماعات و حضور در آن‌ها در اسناد مختلف بین‌المللی شناسایی شده است. ماده (۲۰) اعلامیه جهانی حقوق بشر [۲] ۱۹۴۸، بند (۱) ماده (۱۱) کنوانسیون اروپایی حقوق بشر [۳] و مواد (۲۱) و (۲۲) میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی [۴] این حقوق را شناسایی کرده‌اند. در نظام‌های حقوقی کشورهای مختلف نیز قانون‌گذاری‌هایی برای پذیرش این حقوق صورت گرفته است. افزون بر آن، در برخی از کشورها، حق تأسیس سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده و فعالیت شهروندان در آن‌ها در قانون اساسی و قوانین خاص حمایت از حقوق مصرف‌کننده شناسایی شده است. [۵]

در کشور ما، با توجه به مفاد اصل (۲۶) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، تأسیس انواع سازمان‌های غیردولتی - در صورت تحقق یافتن شرایط پیش‌بینی شده - منع قانونی ندارد و افراد می‌توانند آزادانه، با مشارکت در فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی، برای دستیابی به اهداف این سازمان‌ها تلاش کنند.

فعالیت سازمان‌های غیردولتی تبلور توانمندی‌های فکری، علمی و عملی اجتماع است که به طور مستقل و فارغ از دخالت مستقیم دولت، با تعامل افراد با یکدیگر و عضویت و مشارکت آنان در تشکلهای اجتماعی انجام می‌شود. سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده، مانند سایر سازمان‌های غیردولتی، بر مبنای حق تشکیل اجتماعات و حضور و فعالیت در آن‌ها، در کشورهای مختلف تأسیس می‌شوند. ماده (۱۰) قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ [۶]، نحوه تشکیل انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان را مقرر داشته است. بر اساس این ماده، انجمن مورد نظر تشکلی غیرانتفاعی، غیردولتی و دارای شخصیت حقوقی مستقل است که پس از ثبت در وزارت بازرگانی رسمیت می‌یابد. قانون مزبور نحوه تأسیس انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، با مشارکت اعضای شورای موسس را تعیین کرده و تصویب اساس‌نامه انجمن را نیز بر عهده شورای مزبور گذاشته است.

۲-۱. حقوق اساسی مصرف‌کنندگان

مصرف‌کننده به عنوان مفهومی جدید که در برابر تولیدکننده قرار می‌گیرد، پس از انقلاب صنعتی مطرح شد و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، به عنوان گروه‌هایی که در برابر فروشندگان، به توجه ویژه نیازمند هستند، اهمیت روزافزون یافت. در قرن بیستم میلادی، پیشینه تعیین حقوقی به عنوان حقوق اساسی مصرف‌کننده و الزام به رعایت آن‌ها، به صدور اعلامیه مورخ ۱۵ مارس ۱۹۶۲ میلادی جان اف. کندی [۷] رییس جمهور ایالات متحده به کنگره این کشور باز می‌گردد. برخوردار نبودن اتومبیل‌های حاصل از تولید انبوه از ایمنی لازم و مخاطرات بیشمار ناشی از آن‌ها و سایر کالاهای معیوب و زیان‌بار برای مصرف‌کنندگان امریکایی، طی سال‌های دهه ۱۹۱۰ تا دهه ۶۰ میلادی، به فعال‌تر شدن جنبش حمایت از مصرف‌کننده در امریکا و واکنش کندی نسبت به شناسایی و حمایت از حقوق مردم این کشور منتهی شد. وی حقوق هر امریکایی را به شرح زیر برشمرد: حق ایمنی، حق آگاهی، حق انتخاب و حق نمایندگی. علاوه بر حقوق اعلام شده از سوی کندی - که تحت عنوان «منشور حقوق مصرف‌کننده» [۸] ارائه شد - قطعنامه شماره ۳۹/۲۴۸ مصوب ۹ آوریل سال ۱۹۸۵ مجمع عمومی سازمان ملل نیز خطوط کلی و رهنمودهایی را برای حمایت از مصرف‌کنندگان ارائه داده است [۹] که در آن‌ها حقوق اساسی مصرف‌کننده به صورت تلویحی بیان شده است. «مصرف‌کنندگان بین‌المللی» [۱۰] که سازمانی غیردولتی است و در سطح بین‌المللی، برای حمایت از مصرف‌کننده فعالیت می‌کند، افزون بر حقوق اعلام شده توسط رییس جمهور امریکا، چهار حق دیگر را در زمره حقوق اساسی مصرف‌کننده قرار داده و آن‌ها را به شرح زیر تعیین نموده است: حق رفع نیازهای اساسی، حق جبران، حق آموزش و حق برخورداری از محیط زیست سالم [۱۱]. در کشورهای مختلف، سازمان‌های غیردولتی حمایت از مصرف‌کننده، برای بهره‌مند شدن مصرف‌کنندگان از این حقوق تلاش می‌کنند. حقوق اساسی مصرف‌کنندگان به شرح زیر است:

۲-۱-۱. حق رفع نیازهای اساسی [۱۲]

بقای انسان با مصرف برخی از کالاها و خدمات تداوم می‌یابد. بنابراین، حق رفع نیازهای اساسی مصرف‌کنندگان باید در سیاست‌گذاری‌ها، تدوین قوانین و مقررات و سایر اقدامات دولت‌ها مورد توجه قرار گیرد تا با استفاده از آن‌ها، نیازهای اساسی کلیه افراد به صورتی مطلوب رفع شود. تعدادی از نیازهای اساسی انسان عبارت‌اند از: غذا، پوشاک، مسکن، مراقبت‌های بهداشتی، آموزش و رعایت اصول بهداشت. رفع نیازهای اساسی افراد بشر - حداقل در موارد ذکر شده - لازمه ادامه بقا و بهره‌مندی انسان‌ها از شرایط مناسب برای زندگی است.

۲-۱-۲. حق ایمنی [۱۳]

مصرف‌کنندگان باید نسبت به آسیب‌های ناشی از مصرف کالاها، فرایندهای تولید و عرضه محصولات و خدماتی که سلامت، ایمنی و حیات آن‌ها را تهدید می‌کنند، مورد حمایت قرار گیرند تا نگرانی آن‌ها نسبت به نیازمندی‌های بلند مدت و احتیاجات روزمره ایشان، با ایجاد پوشش‌های مناسب از سوی دولت، نهادهای دولتی مسئول حمایت از مصرف‌کننده و سازمان‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان رفع شود و دسترسی آنان به کالاها و خدمات مورد نیاز، با برخورداری از کیفیتی مطلوب و ایمنی لازم، امکان‌پذیر گردد. اجزای تشکیل‌دهنده یا مواد اولیه و ترکیبات محصولات باید دارای کیفیتی باشند که با مصرف آن‌ها، علاوه بر رفع نیازهای مورد انتظار مصرف‌کننده، سلامت و ایمنی مصرف‌کنندگان نیز تامین گردد.

۲-۱-۳. حق آگاهی از اطلاعات [۱۴] مورد نیاز

مصرف‌کننده حق دارد برای انتخاب مناسب و تصمیم‌گیری آگاهانه درباره مصرف کالاها و خدمات مورد نیاز، اطلاعات مفید، کافی و متناسب با واقعیات را دریافت نماید؛ تا بتواند با مقایسه کالاها، مشابه، به اقدامی منطقی و مسئولانه مبادرت کند. مصرف‌کنندگان باید در قبال گمراهی ناشی از تبلیغات نادرست راجع به سلامت، ایمنی و هزینه واقعی کالاها و خدمات حمایت

شوند. وادار ساختن مصرف کننده به ارتکاب خطا در انتخاب، ممکن است به واسطه آگهی‌های مربوط به برچسب‌زنی و بسته‌بندی و قیمت‌گذاری صورت گیرد؛ یا با ابزاری مانند تبلیغات و ارائه اطلاعات نادرست در اینترنت روی دهد. اطلاع‌رسانی به مصرف کننده، با ملزم ساختن بنگاه‌ها به رعایت شرایط تعیین شده در قوانین و دستورالعمل‌های ناظر بر بسته‌بندی و برچسب‌زنی و قیمت‌گذاری صورت می‌گیرد؛ تا برخی از اطلاعات مربوط به فرایند تولید محصولات و عناصر تشکیل دهنده آن‌ها برای آگاهی مصرف‌کنندگان اعلام شود و از تضییع حقوق مصرف کننده، به علت ناآگاهی وی نسبت به اطلاعات لازم برای خریداری و مصرف کالاها و خدمات مورد نظر جلوگیری گردد. اطلاعات راجع به هر کالا، متناسب با نوع و مشخصات آن و طبقه‌بندی‌های موجود- مانند مواد خوراکی، آشامیدنی، دارویی و بهداشتی و کالاهای خطرناک- باید ارائه شود و به صورتی مناسب، در دسترس مصرف‌کنندگان قرار گیرد. چنانکه درباره مواد غذایی عرضه شده، برخی از اطلاعات راجع به آن‌ها که باید بر بسته بندی کالاها درج گردد، عبارت است از: نام کالا، اجزاء و ترکیبات آن، تاریخ تولید و تاریخ انقضای مصرف و نام تولیدکننده.

۴-۲-۱. حق انتخاب [۱۵]

مصرف‌کنندگان برای بهره‌مند شدن از حق انتخاب، باید در شرایطی قرار گیرند که با قیمت‌های رقابتی کالاها و خدمات در بازار مواجه باشند؛ تا بتوانند با مقایسه محصولات موجود، از حیث کیفیت و قیمت، به گزینش منطقی بپردازند و کالاها و خدمات مناسب و مورد نیاز خود را با کیفیتی برتر و پرداخت بهایی کمتر، خریداری کنند. در صورت وجود انحصارات، لازم است درباره رضایت بخش بودن کیفیت کالاها و خدمات و منصفانه بودن قیمت آن‌ها تضمین داده شود. گرچه در شرایطی که انحصارات بر اقتصاد حاکم باشند، جلب رضایت مصرف کننده با عرضه کالاها و خدمات دارای کیفیت مطلوب و قیمت منصفانه، میسر نمی‌شود. زیرا از یک سو، مصرف کننده از حق انتخاب محروم است و ناگزیر می‌شود برای رفع نیازهای خود، در شرایط غیر

رقابتی به خریداری کالاها و خدمات انحصاری مبادرت نماید. از سوی دیگر، عرضه‌کننده انحصاری، با فقدان رقیب در بازار، برای تولید و عرضه کالا و خدمات، به بهبود و ارتقای کیفیت، یا ارائه آن‌ها با قیمت منصفانه توجهی نخواهد داشت. زیرا مصرف‌کنندگان، تنها با خریداری کالا و خدمات از عرضه‌کننده انحصاری می‌توانند نیازهای خود را رفع کنند و عرضه‌کننده از این نکته آگاه است که مصرف‌کنندگان نمی‌توانند به عرضه‌کنندگان رقیب مراجعه کنند تا برای جلب رضایت مشتریان و ترغیب آنان به خرید کالا یا خدمت عرضه شده از سوی خود، کیفیت محصول را ارتقا بخشد و در صورت فقدان نظارت بر قیمت‌گذاری از سوی مراجع قانونی، می‌تواند بهای سنگینی را در برابر عرضه کالا یا خدمت مورد نظر، که در مواردی فاقد کیفیت مطلوب است، دریافت نماید؛ یا قیمت مزبور را بی‌توجه به غیرمنصفانه بودن آن، افزایش دهد. زیرا در صورت وجود شرایط رقابتی- که در آن عرضه‌کنندگان متعدد در بازار حضور دارند، قیمت کالاها و خدمات، قیمتی منصفانه خواهد بود. در کشورهای مختلف، متناسب با دیدگاه‌های دولتمردان، برای برخوردار شدن مصرف‌کنندگان از حق انتخاب، سیاست‌گذاری شده و قوانین و مقرراتی از قبیل قانون رقابت تصویب شده است؛ تا مصرف‌کنندگان با استفاده از آن‌ها و ایجاد فضای رقابتی در بازار، بتوانند با مراجعه به عرضه‌کنندگان متعدد، کالاها و خدمات مورد نیاز خود را خریداری نمایند. شایان ذکر است مقصود از شرایط رقابتی بازار برای مصرف‌کنندگان، وجود وضعیتی است که در آن کالاها و خدمات به صورت آزاد و منصفانه برای حفظ یا افزایش استانداردهای زندگی مصرف‌کنندگان، در بلند مدت، در دسترس آن‌ها قرار گیرد.

۵-۲-۱. حق نمایندگی [۱۶]

حق نمایندگی، حق حمایت از منافع مصرف‌کنندگان از سوی نمایندگان آنان است. این حق، نمایندگی در سازمان‌های دولتی یا دیگر مراجع سیاست‌گذاری و نمایندگی در توسعه کالاها و خدمات، قبل از تولید یا آغاز عرضه آن‌ها را در برمی‌گیرد. بنابراین، مصرف‌کنندگان باید دارای نمایندگانی باشند که در

هنگام تدوین سیاست‌های مرتبط با مصرف‌کنندگان و اقدامات مربوط به تولید و عرضه خدمات، از حقوق آن‌ها حمایت نمایند. برخورداری مصرف‌کنندگان از حق نمایندگی با استفاده از دو شیوه انجام می‌شود.

در شیوه نخست، حضور نمایندگان مصرف‌کنندگان در مراجع تصمیم‌گیری راجع به حقوق و منافع مصرف‌کننده، به عنوان رویه‌ای پذیرفته شده در کشورها صورت می‌گیرد. نمونه متداول در این روش، حضور مصرف‌کنندگان و نمایندگانی از سوی سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در تصویب استانداردهای ملی است. تصمیم‌گیری راجع به استانداردها با حمایت از حقوق مصرف‌کننده پیوندی نزدیک دارد و حضور مصرف‌کنندگان و نمایندگانی از سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، اقدامی در جهت بهره‌مند شدن مصرف‌کنندگان از حق نمایندگی است.

در شیوه دوم برخورداری مصرف‌کنندگان از حق نمایندگی، تعدادی از نمایندگان مصرف‌کنندگان در مراجع تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری راجع به مصرف‌کنندگان حضور می‌یابند و فرایند تصویب قوانین و مقررات مربوط به حقوق و منافع مصرف‌کنندگان مشارکت می‌کنند. این حضور و مشارکت، در قوانین خاص حمایت از حقوق مصرف‌کننده و مقررات حاکم بر رویه‌های تصویب قوانین و مقررات کشورها پیش‌بینی شده است و به صورت الزامات قانونی در نظام‌های حقوقی کشورها وجود دارد.

۶-۲-۱. حق جبران [۱۷]

حق جبران به عنوان یکی از حقوق اشخاص زیان‌دیده، در نظام‌های حقوقی مختلف پذیرفته شده است. مصرف‌کنندگان حق دارند برای رسیدگی منصفانه به دعاوی خود و حل و فصل اختلافات ناشی از مصرف کالاها و خدمات، به دادگاه‌های صالح مراجعه کنند و در مواردی مانند آسیب‌های حاصل از مصرف کالاها یا تدلیس (فریبکاری در عرضه کالاها یا نامرغوب یا خدمات غیر رضایت‌بخش)، بتوانند غرامت دریافت نمایند و در صورت لزوم، از مساعدت حقوقی مورد نیاز، یا جبران خسارت در

دعاوی با خواسته نه چندان گزاف بهره‌مند شوند. در نظام‌های حقوقی مختلف، شیوهایی برای حل و فصل اختلافات مربوط به حقوق مصرف‌کنندگان وجود دارد و در کشورهای دارای سطوح بالای حمایت از حقوق مصرف‌کننده، مراجع صالح و دادگاه‌های خاصی برای رسیدگی سریع به دعاوی مصرف‌کنندگان ایجاد شده است تا حقوق قانونی مصرف‌کنندگان استیفا گردد و در موارد مقتضی، خسارات وارد شده به آنان جبران شود. برای استیفاء حق جبران خسارت مصرف‌کنندگان، شیوه‌های گوناگون در نظام‌های حقوقی پیش‌بینی شده است. ممکن است اقامه دعوا به صورت فردی از سوی مصرف‌کننده زبان دیده انجام شود، یا یک یا چند مصرف‌کننده، به نمایندگی از سوی مصرف‌کنندگان زبان دیده، به اقامه دعوی جمعی مبادرت کنند. علاوه بر آن، اقامه دعاوی راجع به مصرف‌کننده از سوی دولت، یا سازمان غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، به نمایندگی از سوی مصرف‌کنندگان نیز امکان‌پذیر است.

۷-۲-۱. حق آموزش [۱۸]

مصرف‌کنندگان - به خصوص در کشورهای توسعه نیافته - از آموزش‌های کافی برای انتخاب کالاها و خدمات مناسب و استفاده از آن‌ها برای رفع نیازهای خود، بی‌بهره هستند. از این رو، ضرورت دارد با استفاده از رسانه‌های همگانی و ارائه گزارش‌های مستمر از سوی سازمان‌های دولتی مسئول و سازمان‌های غیردولتی حمایت از مصرف‌کننده، آموزش‌های موردنیاز به مصرف‌کنندگان ارائه شود؛ تا برای آگاهی از قیمت‌ها، انتخاب کالاها و خدمات و عرضه‌کنندگان مناسب، از شیوه‌های مناسب استفاده کنند و در صورت وارد آمدن خسارت‌های مادی و آسیب‌های جسمی و روانی به آن‌ها، از روش‌های احقاق حقوق خویش آگاه شوند و برای جبران خسارت خود اقدام نمایند. الزامی شدن آموزش دادن به مصرف‌کنندگان با گنجاندن این حق در قوانین اساسی و قوانین خاص حمایت از حقوق مصرف‌کننده، اقدامی است که به برخورداری مصرف‌کنندگان از آموزش‌های لازم و ارتقای سطح آگاهی‌های آنان کمک می‌کند.

نقش‌های عمده سازمان‌های غیردولتی در حمایت از حقوق مصرف‌کننده به شرح زیر است:

۱- ۲. مددکار دولت در پاسخ‌گویی به نیازهای مصرف‌کنندگان

سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در عرصه‌هایی فعالیت می‌کنند که گروهی از دولت‌ها به علت‌هایی مانند داشتن مسئولیت‌های متعدد، فقدان امکانات لازم، یا ناتوانی در پاسخ‌گویی به نیازهای موجود، برای تأمین انتظارات مصرف‌کنندگان و حل مشکلات آن‌ها، حضور چشمگیر، فعالیت‌های کافی یا نقش موثری نداشته‌اند. این سازمان‌ها برای رفع نیازهای شناسایی شده و پرکردن خلأهای موجود در زمینه حقوق مصرف‌کننده، به صورت خودجوش و با فعالیت افراد علاقه‌مند و داوطلب، شکل می‌گیرند. با استفاده از توانمندی‌ها، کارایی و اثربخشی موجود در این سازمان‌ها و خلاقیت و نوآوری و استفاده از راهکارهای سازنده و اجرای طرح‌های مناسب و انجام اقدامات غیرسیاسی پیش‌بینی شده در اساس‌نامه‌های خود، به رفع نیازهای مصرف‌کنندگان می‌پردازند. ایفای این نقش فواید گوناگون دارد. نخستین فایده نقش ذکر شده این است که انجام فعالیت‌های سازمان‌های مورد نظر، برای دستیابی به اهداف تعیین شده و پاسخ‌گویی به نیازهای مصرف‌کنندگان، با استفاده از ساختار ساده موجود در سازمان‌های غیردولتی، با هزینه‌ای کمتر از سازمان‌های دولتی و با سرعتی بیشتر و کارایی و اثربخشی بهتر از بخش دولتی، امکان‌پذیر می‌شود. فایده دیگر نقش مزبور این است که سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، فارغ از دیوان‌سالاری دولتی و موانع و محدودیت‌های سازمان‌های دولتی، با به کار گماردن نیروی انسانی متخصص و دارای انگیزه مناسب برای فعالیت، استفاده از حق عضویت اعضای خود و جذب کمک‌های مالی اعطا شده به آن‌ها، از بار مالی دولت‌ها می‌کاهند؛ به آن‌ها مساعدت می‌کنند و مددکار دولت به شمار می‌آیند. تلاش سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان برای ارتقای سطح آگاهی‌های مردم و فرهنگ‌سازی در زمینه حفظ حقوق مصرف‌کنندگان موثر

علاوه بر حقوق ذکر شده برای مصرف‌کننده، در سطوح بالاتر حمایت از مصرف‌کننده- به ویژه در کشورهای توسعه یافته صنعتی- حق دیگری نیز برای مصرف‌کنندگان شناخته شده و فعالیت‌های گسترده‌ای برای حمایت از آن صورت گرفته است. زندگی در محیط زیست سالم حقی است که نسل کنونی بشر، به عنوان ساکنان کره زمین و نسل‌های آینده، باید از آن بهره‌مند باشند. پس از روشن شدن آثار نامطلوب ناشی از استفاده بی‌رویه از منابع برای تولید، به ویژه با گسترش جهانی شدن، چالش‌های جدیدی برای جامعه بشری ایجاد شد؛ مانند کاهش منابع، وجود فقر در میان گروه کثیری از مردم دنیا و تغییر آب و هوا. هر یک از این موضوعات به شکلی به محیط زیست نیز ارتباط می‌یابد و سلامت آن را تهدید می‌کند. از این رو، با اجرای برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت سعی می‌شود از تخریب روزافزون محیط زیست ممانعت گردد.

۲. وظایف و نقش‌های عمده سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، در عرصه حمایت از مصرف‌کننده نقش‌های مختلفی را ایفا می‌کنند. نقش‌های عمده این سازمان‌ها را می‌توان به دو گروه نقش‌های سنتی و نقش‌های جدید تقسیم کرد. مقصود از نقش‌های سنتی این سازمان‌ها وظایف و نقش‌هایی است که موسسات غیردولتی از آغاز فعالیت‌های سازمان یافته خود، در زمینه حمایت از حقوق مصرف‌کننده برعهده گرفته‌اند؛ مانند اطلاع‌رسانی به مصرف‌کنندگان. سازمان‌های غیردولتی، طی سال‌های متمادی این نقش‌ها را ایفا کرده‌اند. اما مقصود از نقش‌های جدید این سازمان‌ها تکالیف و نقش‌های دیگری است که سازمان‌های غیردولتی، با توجه به ایجاد نیازهای جدید برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در جوامع معاصر، برعهده گرفته‌اند، مانند نقش این سازمان‌ها در ایجاد الگوهای مصرف جدید و به عبارت دیگر، نقش سازمان‌های غیردولتی در مصرف پایدار. تکالیف و

است. افزون بر فواید ذکر شده، با اقدامات سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده مانند اطلاع‌رسانی، تبلیغات، پژوهش و آموزش به عموم مردم، مخاطبان این سازمان‌ها از حقوق خود آگاه می‌شوند و فرهنگ حمایت از حقوق مصرف‌کننده در کشورها ارتقا می‌یابد. علاوه بر آن، با فعالیت سازمان‌های غیردولتی و استفاده از حضور افراد علاقه‌مند و حساس نسبت به امور اجتماعی، اقتصادی و حقوقی در عرصه‌های مرتبط با حقوق مصرف‌کننده، احساس مسئولیت شهروندان تقویت می‌شود و مشارکت آنان در امور کشور افزایش می‌یابد. دولت‌ها نیز از ارتقای آگاهی‌های عمومی نسبت به حقوق مصرف‌کننده و رشد مسئولیت‌پذیری در مردم و افزایش مشارکت آنان در رفع مشکلات کشور سود می‌برند. زیرا با مشارکت آگاهانه مردم در برطرف شدن کاستی‌های موجود در زمینه حمایت از حقوق مصرف‌کننده، دستیابی به اهداف تعیین شده از سوی تصمیم‌گیرندگان و برنامه‌ریزان کشور، با سرعت بیشتری امکان‌پذیر خواهد شد.

۲-۲. نظارت بر عملکرد سازمان‌های دولتی و عمومی در زمینه سیاست‌گذاری‌ها و تصمیم‌گیری‌های مرتبط با منافع مصرف‌کنندگان و حمایت از حقوق آنان

سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده، بر عملکرد سازمان‌ها و نهادهای دولتی و عمومی نظارت دارند و با ایفای نقش به عنوان گروه‌هایی دارای دیدگاه‌های کارشناسانه و انتقادی، می‌توانند ناظر اقدامات و سیاست‌گذاری‌های دولت‌ها و سازمان‌های دولتی و عمومی باشند و برای اصلاح سیاست‌گذاری‌های سازمان‌های مورد نظر در جهت حمایت از حقوق و منافع مصرف‌کنندگان، فعالیت کنند. سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده درباره عملکرد سازمان‌های دولتی و عمومی در زمینه‌های مرتبط با حقوق مصرف‌کنندگان، به مقامات دولتی اطلاع‌رسانی می‌کنند و با ارائه هشدار به آن‌ها برای بهبود امور و اصلاح عملکرد سازمان‌های مورد نظر، در اموری که به حقوق مصرف‌کنندگان و حفظ منافع و

آنان ارتباط دارند، تأثیرگذار هستند. از جمله اقداماتی که برای نظارت سازمان‌های غیردولتی بر عملکرد موسسات دولتی و عمومی از سوی سازمان‌های غیردولتی تعدادی از کشورها انجام می‌شود، درخواست دریافت اطلاعات مورد نیاز سازمان‌های غیردولتی، در حوزه‌های مربوط به موضوع فعالیت‌های سازمان‌های دولتی و عمومی است. در گروهی از کشورها، حق دسترسی مردم به اطلاعات در قانون اساسی تضمین شده است. اما در صورتی که درباره حق دسترسی به اطلاعات در قوانین و مقررات کشورها الزاماتی موجود نباشد، بهره‌مندی مردم از اطلاعات فاقد حمایت قانونی است و حتی در صورت درخواست شهروندان، دولت و سازمان‌های دولتی و عمومی قانوناً ملزم نخواهند بود اطلاعات درخواست شده را به متقاضیان ارائه دهند. از این رو در سال‌های اخیر در برخی از کشورها از جمله هند (۲۰۰۵)، ژاپن (۲۰۰۱) و ترکیه (۲۰۰۳) قوانینی به نام «قانون آزادی اطلاعات» [۲۰] یا عنوانی دیگر به تصویب رسیده است [۲۱] در کشور ما «قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات» مصوب جلسه مورخ ۱۳۸۷/۱۱/۶ مجلس شورای اسلامی، در تاریخ ۱۳۸۸/۱۱/۴ جهت اجراء ابلاغ شده است. [۲۲] با استناد به قوانین مزبور، افراد و سازمان‌های غیردولتی می‌توانند برای استیفای حق قانونی خود، که در قوانین مصوب داخلی به نام «حق دسترسی به اطلاعات» شناسایی شده است، از سازمان‌های دولتی و موسسات عمومی درخواست نمایند اطلاعات مورد نیاز را در اختیار آن‌ها قرار دهند. اما استثنائاتی در این زمینه وجود دارد؛ مانند مواردی که در قانون منع شده باشد، از قبیل اطلاعات طبقه‌بندی شده و محرمانه دولتی که برای تامین امنیت ملی، یا رعایت مصالح دیگر، از ارائه آن‌ها به اشخاص متقاضی خودداری می‌شود. بنابراین سازمان‌های غیردولتی با استناد به قوانینی که حق دسترسی آن‌ها به اطلاعات موجود در سازمان‌های دولتی و عمومی را شناسایی کرده است، می‌توانند پس از دریافت اطلاعات مزبور، نقش نظارتی خود بر عملکرد این سازمان‌ها را ایفا کنند. با فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده و گسترش نظارت آن‌ها بر امور عمومی، هماهنگی میان دولت و مردم افزایش می‌یابد و

با انتقال اطلاعات گردآوری شده از سوی این سازمان‌ها و اظهار نظر و ارائه پیشنهادها و راهکارهای مناسب از سوی آن‌ها، نیازهای اقتصادی و حقوقی کشور در زمینه حمایت از حقوق مصرف‌کننده و سیاست‌گذاری‌های مرتبط با حفظ منافع مصرف‌کنندگان در موسسات عمومی و دولتی مورد توجه قرار می‌گیرد.

۲-۳. ایجاد ارتباط میان مردم و مقامات دولتی و نمایندگان مجالس قانون‌گذاری و ارائه مشاوره به این دو گروه در موارد لزوم

سازمان‌های غیردولتی نقش رابط میان مردم و دولت را ایفا می‌کنند. از یک سو، مقامات دولتی و نمایندگان مجالس قانون‌گذاری را از انتقادات، پیشنهادها، نیازها و مطالبات مردم آگاه می‌سازند. از سوی دیگر، به اعضای خود و گروه‌های ذی‌نفع، راجع به دیدگاه‌های دولتمردان و نمایندگان مجالس قانون‌گذاری اطلاع‌رسانی می‌کنند. افزون بر آن، با مخاطب قراردادن گروه‌های هدف از طریق تبلیغات، افکار عمومی را تحت تأثیر قرار می‌دهند و با تلاش برای تشریک مساعی مردم نسبت به رفع مشکلات موجود در برابر حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و حفظ منافع آنان، زمینه مناسبی را برای مشارکت گروه‌های مختلف، در یافتن شیوه‌های مطلوب برای رویارویی با مشکلات، مهیا می‌کنند. افزون بر آن، براساس مقررات شماری از کشورها، ضرورت دارد نمایندگانی از این سازمان‌ها، به عنوان اعضای اصلی، در نهادهایی مانند شورای مصرف‌کنندگان حضور داشته باشند و در فرآیند رفع مشکلات مصرف‌کنندگان و حمایت از حقوق آنان فعالیت کنند. افزون بر آن، سازمان‌های غیردولتی در مواردی نقش مشاور مقامات و سازمان‌های دولتی و نمایندگان مجلس را ایفا می‌کنند و توصیه‌های لازم را به آن‌ها ارائه می‌دهند. در فرآیند قانون‌گذاری برخی از کشورها، از نمایندگان سازمان‌های غیردولتی دعوت می‌شود در جلسات کمیته‌های پارلمانی شرکت کنند. نمایندگان مزبور، در مذاکرات قبل از تقدیم قوانین به مجالس قانون‌گذاری مشارکت دارند و راجع به پیش‌نویس قوانین مورد بررسی، اظهار نظر می‌کنند. حضور فعال

این نمایندگان، در کنار مقامات دولتی و نمایندگان مجلس فوایدی دارد.

اولاً تعامل ایجاد شده میان این سه گروه به آشنایی بیشتر آن‌ها با موضوعات مورد توجه طرف‌های دیگر گفت‌وگو منجر می‌شود. ثانیاً در ایجاد ذهنیت مثبت در مقامات دولتی و نمایندگان مجالس قانون‌گذاری، نسبت به لزوم حمایت از حقوق مصرف‌کننده موثر خواهد بود.

ثالثاً تداوم ارتباطات موجود در زمینه‌سازی برای تصویب مقررات راجع به حقوق مصرف‌کننده و تدوین مقررات تکمیلی و اصلاحی مورد نیاز به منظور ارتقای سطح حمایت از حقوق مصرف‌کننده، نقش موثری خواهد داشت. این موارد در کشورهای در حال توسعه مانند ایران اهمیت خاصی دارد. زیرا یکی از مشکلات و موانع موجود در برابر تصویب و لازم‌الاجرا شدن قوانین راجع به حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، به ویژه مقررات متناسب با فضای کنونی تجارت جهانی، آشنابودن مقامات دولتی با موضوعات مربوط به حمایت از مصرف‌کننده است. این نقش با گسترش جهانی‌شدن و ایجاد فضای رقابتی در عرصه‌های مختلف، بیش از پیش اهمیت یافته است. وجود فضای رقابتی در صورت استفاده از مقررات مورد نیاز و نهادهای نظارتی در عرصه‌های مختلف تولید، توزیع، مصرف و خدمات پس از فروش می‌تواند منافع مصرف‌کنندگان را تأمین کند، اما فقدان مقررات جامع و عدم نظارت کافی بر فعالیت‌های بنگاه‌ها در بازار موجب می‌شود عرضه‌کنندگان با انجام اقدامات غیراخلاقی و غیرقانونی در مواردی از قبیل قیمت‌گذاری، حقوق مصرف‌کنندگان را تضییع نمایند. سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده می‌توانند در کنار دولت‌ها با استفاده از اقدامات خود، برای مقابله با پیامدهای منفی ناشی از این امور، نقش مؤثری ایفا کنند.

۲-۴. نمایندگی مصرف‌کنندگان برای اقامه دعوا در مراجع قضایی و شبه قضایی

دادخواهی در مراجع قضایی و شبه‌قضایی (مانند شوراهای حل اختلاف) از جمله اقداماتی است که سازمان‌های غیردولتی برای دستیابی به اهداف خود در زمینه حمایت از حقوق

مصرف‌کنندگان به آن می‌پردازند. براساس نظام حقوقی کشورهای مختلف، سازمان‌های غیردولتی می‌توانند برای دادخواهی در مراجع قضایی و شبه‌قضایی به نمایندگی از سوی مصرف‌کنندگان نقش خود به عنوان حامی مصرف‌کنندگان را ایفا نمایند. نمونه قابل ذکر، نظام حقوقی کشور هند است.

مطابق قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۹۸۶ هـ.م، علاوه بر امکان اقامه دعوی فردی از سوی مصرف‌کننده، اقامه دعوی مرتبط با مصرف‌کننده توسط انجمن حمایت از مصرف‌کنندگان نیز امکان‌پذیر است. [۲۳] دادخواهی در مراجع قضایی و شبه‌قضایی به عنوان یکی از حقوق سازمان‌های غیردولتی، در بند (چ) ذیل ماده (۴) آیین‌نامه اجرایی تاسیس و فعالیت سازمان‌های غیردولتی مصوب جلسه مورخ ۸۴/۳/۲۹ هیات وزیران شناسایی شده است. بنابراین حسب مورد، سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در کشور می‌توانند برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و استیفای حقوق آنان و به نمایندگی از ایشان یا به عنوان شاکی، در دادگاه‌های صالح یا مراجع شبه قضایی که برای رفع اختلافات میان مصرف‌کنندگان و عرضه‌کنندگان ایجاد شده است، اقدامات قانونی لازم را انجام دهند. حق اقامه دعوا از سوی سازمان‌های غیردولتی در ماده (۱۶) آیین‌نامه مزبور نیز مقرر شده است. با شناسایی این حق برای سازمان‌های مزبور، سازمان غیردولتی می‌تواند در زمینه‌های مرتبط با موضوع فعالیت خود و به نمایندگی از منافع عمومی، در مراجع قضایی علیه اشخاص حقیقی و حقوقی به اقامه دعوا بپردازد و جبران خسارت‌های وارد شده به مصرف‌کنندگان متضرر را درخواست نماید. علاوه بر موارد ذکر شده، حق اقامه دعوا از سوی سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در ماده (۴۸) قانون تجارت الکترونیکی نیز شناسایی شده است.

مطابق ماده (۲) آیین‌نامه اجرایی ماده (۴۸) این قانون، سازمان غیردولتی در موارد زیر می‌تواند در مراجع قضایی، یا سایر مراجع صالح، به طرح شکایت مبادرت کند: به تقاضای مصرف‌کننده متضرر؛ به تقاضای یک یا چند مصرف‌کننده، درحالی که تعداد کثیری از مصرف‌کنندگان ضرر مشترکی را

متحمل شده‌اند و اقدام مستقل سازمان، بدون تقاضای شاکی خصوصی. با توجه به مواد مرتبط با حق اقامه دعوا از سوی سازمان‌های غیردولتی مقرر در آیین‌نامه تاسیس و فعالیت سازمان‌های غیردولتی و موارد مقرر در دو ماده اخیر و لزوم تأمین مصالح عامه، این سازمان‌ها، می‌توانند بدون درخواست مصرف‌کننده متضرر، به اقامه دعوی مرتبط با مصرف‌کنندگان مبادرت نمایند و حقوق آنان را با اقدام قانونی در مراجع صالح استیفا کنند.

۵-۲. آزمایش محصولات مختلف و اطلاع‌رسانی به مصرف‌کنندگان راجع به کمیت و کیفیت آن‌ها

انجام آزمایش‌های فنی راجع به بررسی مشخصات کالاهای مورد استفاده از سوی مصرف‌کنندگان، یکی از اقدامات مهم سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده است. این سازمان‌ها با استفاده از تجهیزات پیشرفته موجود در آزمایشگاه‌های خود، کالاهای گوناگون را بررسی و آزمایش می‌کنند. سپس مشخصات کالاهای مشابه، اما با نشان‌های تجاری مختلف را با یکدیگر مقایسه می‌نمایند و با توجه به شاخص‌هایی مانند سطح کیفیت هر کالا، قابلیت‌های کالاهای مزبور برای تأمین نیازها و انتظارات مصرف‌کنندگان، آن‌ها را درجه‌بندی می‌کنند. علاوه بر آن، قیمت محصولات مشابه را در نظر می‌گیرند و براساس کیفیت کالاها، فهرست انواع کالاها را ارائه می‌دهند. افزون بر آن، برتری‌های یک محصول بر محصول مشابه، با نشان تجاری دیگر را نیز مشخص می‌کنند. این اقدام در بهره‌مند شدن مصرف‌کنندگان از حق انتخاب کالا و خریداری و مصرف محصولات دارای ایمنی بالا و کیفیت برتر، نقش مهمی دارد. مصرف‌کنندگان با توجه به انتظارات خود از محصول مورد نظر، مانند ماشین لباسشویی یا آب‌میوه‌گیری برقی و در نظر داشتن هزینه اختصاص داده شده برای خریداری آن، از میان محصولات مشابه دارای نام‌های تجاری مختلف، محصول مورد نظر خود را انتخاب خواهند کرد. [۲۴]

توانمندی و ظرفیت‌های آزمایشگاه‌های موجود در کشورهای مختلف، برای انجام آزمایش‌های فنی مربوط به کیفیت و ایمنی

محصولات با یکدیگر تفاوت دارد. در آلمان سازمانی که به آزمایش محصولات می‌پردازد، سالانه ۱۷۰۰ محصول را آزمایش می‌کند. نتایج آزمایش‌ها در مجلاتی با شمارگانی بیش از ۸۰۰/۰۰۰/ نسخه منتشر می‌شود [۲۵].

۲-۶. مبارزه برای جلوگیری از فروش محصولات زیان‌بار نسبت به سلامت و ایمنی مصرف‌کنندگان یا عرضه‌شده از سوی بنگاه‌ها بدون رعایت مقررات زیست‌محیطی

یکی از اقدامات سازمان‌های غیردولتی، مبارزه برای جلوگیری از عرضه و فروش محصولاتی است که با مصرف آن‌ها سلامت و ایمنی مصرف‌کنندگان به خطر می‌افتد. سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در برخی از موارد، برای جلوگیری از آسیب دیدن مصرف‌کنندگان و آلودگی محیط زیست، به عنوان گروه‌های فشار عمل می‌کنند؛ از قبیل تولید و عرضه دانه‌هایی که با استفاده از اصلاح ژنتیک تولید می‌شوند و در فرآیند تولید مواد غذایی به کار می‌روند؛ وارد شدن مواد شیمیایی به خاک، که به محیط زیست آسیب وارد می‌کند و در پی آن علاوه بر آلودگی خاک، سلامت جسمی مصرف‌کنندگان نیز تهدید می‌شود. این سازمان‌ها با مشارکت مصرف‌کنندگان تلاش می‌کنند عرضه‌کنندگان بزرگ، مانند شرکت‌های چندملیتی را وادار نمایند تا در عرضه محصولات، انواع حقوق مصرف‌کننده مانند حق ایمنی و استفاده از کیفیت مطلوب کالاها و حق استفاده از محیط زیست سالم را محترم بشمارند و با رعایت مقررات زیست‌محیطی، به فعالیت‌های تولیدی بپردازند. نمونه‌های بارز مبارزه با تولیدات زیان‌بار برای محیط زیست و مصرف‌کنندگان عبارت‌است از: تحریم خریداری محصولات شرکت‌های چندملیتی تولیدکننده انواع آفت‌کش و داروهای دارای عوارض تهدیدکننده سلامت مصرف‌کنندگان. برخی از شیوه‌های مورد استفاده در این مبارزه عبارت‌اند از: تحریم خریداری محصول مورد نظر، یا محصولات عرضه‌شده از سوی عرضه‌کنندگانی با نشان تجاری معین و اطلاع‌رسانی راجع به این اقدام، با استفاده از وسایل ارتباطی مختلف مانند درج در نشریات

و اعلام تحریم در پایگاه‌های اینترنتی؛ تبلیغات علیه عرضه و فروش محصولات خاص با اطلاع‌رسانی درباره زیان‌های ناشی از این گونه محصولات و خودداری از خریداری سهام شرکت‌های مورد نظر. اعلام تحریم از سوی سازمان‌های غیردولتی و تبلیغات در این زمینه با استفاده از انتشار اطلاعات راجع به محصولات مورد نظر یا فرایندهای تولید محصولاتی که محیط زیست را به خطر می‌افکنند، در جلوگیری از تولید و عرضه محصولات فاقد ایمنی یا زیان‌بار و توجه بنگاه‌ها به اعمال مقررات زیست‌محیطی حائز اهمیت است. زیرا بنگاه‌ها در برابر فشارهای ناشی از اجرای تحریم و تبلیغات سازمان‌های حمایت از مصرف‌کنندگان و تأثیر آن‌ها بر افکار عمومی - به ویژه در کشورهای توسعه یافته صنعتی - از عهده دفاع از خود بر نمی‌آیند و نمی‌توانند با ذکر توجیهاتی برای تولید و عرضه آن‌ها، سازمان‌های اعلام‌کننده تحریم و مصرف‌کنندگان معترض را متقاعد کنند. بنابراین ناگزیر خواهند شد محصولات فاقد ایمنی، یا مضر موجود در بازار را جمع‌آوری کنند و از عرضه آن‌ها به مصرف‌کنندگان خودداری نمایند. در مواردی عرضه‌کنندگان در پی تحریم، مشتریان خود را به کلی از دست می‌دهند و تحریم به ورشکستگی بنگاه‌ها منجر می‌شود. در برخی از موارد نیز، بنگاه‌ها با به فروش نرفتن کالاهای خاصی مواجه می‌شوند. انتشار تخلفات عرضه‌کنندگان از سوی مصرف‌کنندگان، با استفاده از اینترنت در سطحی گسترده و غیرقابل کنترل، اطلاع‌رسانی از سوی سازمان‌های غیردولتی و تأثیر آن‌ها بر افکار عمومی، نقش مهمی در موفقیت سازمان‌های حمایت از مصرف‌کننده در این مبارزات ایفا می‌کند. [۲۶]

۲-۷. مشارکت در ترویج استفاده از الگوهای مصرف پایدار

پس از روشن شدن آثار نامطلوب ناشی از افزایش تولید و استفاده بی‌رویه از منابع موجود در کره زمین، به ویژه با گسترش جهانی شدن، چالش‌های جدیدی در جامعه بشری ایجاد شد؛ مانند کاهش منابع، افزایش دمای کره زمین و تغییر آب و هوا. هر یک از این موضوعات بر محیط زیست نیز تأثیرگذار است و سلامت آن و زندگی نوع بشر را تهدید می‌کند. از این رو، برای حفظ

محیط زیست اقداماتی انجام شده است تا از آلودگی و تخریب روزافزون آن ممانعت شود و از افزایش بیشتر دمای کره زمین جلوگیری گردد. از جمله اقداماتی که دولت‌ها، نهادهای بین‌المللی و سازمان‌های غیردولتی به آن‌ها توجه دارند، ارائه شیوه‌ها و الگوهایی برای تولید و مصرف است تا با استفاده از آن‌ها، علاوه بر رفع نیازهای اساسی انسان‌ها، محیط زیست نیز در فرآیند تولید و مصرف آسیب نبیند، یا کمترین آسیب به آن وارد گردد و تولید و مصرف بشر، به صورتی سازگار با محیط زیست استمرار یابد. در فرآیند ارائه الگوهای مصرف پایدار، ایجاد تغییر در الگوهای مصرف جوامع اهمیت خاصی دارد. الگوهای مصرف طی سال‌های طولانی و تحت تأثیر عوامل مختلف شکل می‌گیرند. بنابراین تغییر الگوهای مصرف مورد استفاده در هر جامعه، ارائه الگوهای مصرف پایدار، پذیرش آن‌ها و پیروی از الگوهای جدید از سوی گروه‌های مصرف‌کننده فرآیندی پیچیده و دارای ابعاد گوناگون است. دستیابی به این هدف مستلزم همکاری دولت، بنگاه‌ها، سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده، سازمان‌های غیردولتی حامی محیط زیست و جلب مشارکت عموم مردم و به بیان دیگر، کلیه مصرف‌کنندگان است. [۲۷]

ترویج الگوهای مصرف پایدار موضوعات زیر را در بر می‌گیرند: رفع نیازهای اساسی، فراهم ساختن کیفیت بهتر زندگی، کمینه کردن استفاده از منابع طبیعی و همچنین انتشار پسماندها و آلاینده‌ها در چرخه زندگی و به خطر نیفکندن نیازهای نسل‌های آینده. [۲۸] الگوهای مصرف پایدار با توجه به عوامل مختلف مانند شرایط و موضوعات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی و انجام تحقیقات مورد نیاز به صورتی سازگار با محیط زیست در هر کشور تهیه و ارائه می‌شود تا مردم به تدریج، پس از آشنایی با آن‌ها، از الگوهای جدید استفاده کنند. [۲۹]

سازمان‌های غیردولتی، با اقداماتی که برای دستیابی به اهداف خود در زمینه حمایت از حقوق مصرف‌کننده انجام می‌دهند، می‌توانند در شکل‌گیری و ترویج الگوهای مصرف پایدار نقش موثری ایفا نمایند. این سازمان‌ها از یک سو، با ایجاد ارتباط با دولت‌ها و سازمان‌های دولتی و سازمان‌های حمایت از مصرف‌کنندگان، یا موسسات تأثیرگذار بر ارائه الگوهای مصرف

پایدار همکاری می‌کنند و به موضوعات زیر می‌پردازند: انجام تحقیقات مورد نیاز راجع به نیازهای مصرف‌کنندگان، فرهنگ مصرف‌کننده و مبادله اطلاعات و نتایج مطالعات انجام شده. از سوی دیگر، با اطلاع‌رسانی به مصرف‌کنندگان، آموزش دادن به آنان برای انتخاب و مصرف کالاها و توجه به موضوعاتی از قبیل مصرف انرژی و اهمیت رفتار مصرف‌کننده در حفظ محیط زیست و ایجاد الگوی مصرف پایدار، احساس مسئولیت آنان را افزایش می‌دهند. این اقدامات در فرهنگ‌سازی در زمینه اصلاح الگوی مصرف جامعه و ترویج الگوهای مصرف جدید مؤثر خواهند بود. مصرف‌کنندگان با آگاهی از این نکته که مصرف کالاها و خدمات، علاوه بر رفع نیازهای آنان، آثار متعدد دیگری نیز دارد، بیش از پیش به انتخاب خود اهمیت خواهند داد و به عنوان عوامل ایجادکننده تقاضا در اقتصاد، بر چرخه مصرف تأثیرگذار خواهند بود و می‌توانند به تداوم تولید کالاها و ادامه مصرف آن‌ها کمک کنند؛ یا با خودداری از انتخاب برخی از محصولات، از تولید و مصرف آن‌ها جلوگیری نمایند. بنابراین سازمان‌های غیردولتی از جهات مختلف، در فرآیند ایجاد الگوهای مصرف جدید در جوامع و استفاده از الگوهای مصرف پایدار، به ایفای نقش می‌پردازند. اما ایفای این نقش و ارتقای سطح فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی ایجاب می‌کند مشکلات و موانع موجود فراروی توسعه فعالیت‌های این سازمان‌ها رفع گردد و میان دولت و سازمان‌های دولتی با سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده، تعامل بیشتری ایجاد شود.

۳. مقررات راجع به سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و وضعیت این سازمان‌ها در ایران

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران در اصل (۲۶) آزادی تشکیل اجتماعات مختلف و انجام فعالیت از سوی آن‌ها، با رعایت شرایط ذکر شده را شناسایی کرده است. اصل مزبور مقرر داشته است: "احزاب، جمعیت‌ها، انجمن‌های سیاسی و صنفی و انجمن‌های اسلامی یا اقلیت‌های دینی شناخته شده آزادند، مشروط به اینکه اصول استقلال، آزادی، وحدت ملی،

موازین اسلامی و اساس جمهوری اسلامی را نقض نکنند. هیچکس را نمی‌توان از شرکت در آن‌ها منع کرد یا به شرکت در یکی از آن‌ها مجبور ساخت." با توجه به مفاد اصل (۲۶) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، تأسیس سازمان‌های غیردولتی، در صورتی که این سازمان‌ها اصول استقلال، آزادی، وحدت ملی، موازین اسلامی و اساس جمهوری اسلامی را نقض نکنند، منع قانونی ندارد و افراد می‌توانند آزادانه با مشارکت در فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی برای دستیابی به اهداف این سازمان‌ها تلاش کنند. اما در کشور ما راجع به فعالیت‌های تشکلی سازمان‌های غیردولتی، قانون جامع و خاصی وجود ندارد تا اهداف قانون‌گذار نسبت به سازمان‌های غیردولتی، اصطلاحات و تعاریف مربوط به این سازمان‌ها و حقوق و تکالیف سازمان‌های غیردولتی برای جلوگیری از ایجاد ابهام در این موارد، به طور مشخص و صریح در آن تعیین شده باشد. اما تصویب و لازم‌الاجرا شدن طرح قانونی راجع به سازمان‌های غیردولتی، که در مجلس شورای اسلامی در حال بررسی و نهایی شدن است، می‌تواند به تقویت جایگاه قانونی سازمان‌های غیردولتی در کشور کمک کند و استفاده از مقررات پیش‌بینی شده در آن و مقررات ناظر بر تشکیل انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، مندرج در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، در ایجاد زمینه‌های مناسب برای تأسیس سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده موثر خواهد بود. در شرایط فعلی، مهم‌ترین مقررات موجود در نظام حقوقی کشور ما که برخی از موضوعات مربوط به انواع تشکلی‌ها و سازمان‌های غیردولتی را در بردارد، آیین‌نامه اجرایی ماده (۱۸۲) قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران است که نسخه نهایی آن با عنوان آیین‌نامه اجرایی تأسیس و فعالیت سازمان‌های غیردولتی در جلسه مورخ ۸۴/۳/۲۹ هیات وزیران به تصویب رسیده و ویژگی‌ها، حقوق و تکالیف سازمان‌های غیردولتی را تعیین کرده است. [۳۰] طبق مفاد این آیین‌نامه، سازمان‌های غیردولتی براساس شرایط مقرر در آیین‌نامه پس از اخذ پروانه فعالیت، تأسیس و ثبت می‌شوند و مانند سایر اشخاص حقوقی، واجد شخصیت حقوقی خواهند شد و می‌توانند دارای حقوق و تکالیف

قانونی باشند. بنابراین، برای نیل به اهداف تعیین شده در اساس‌نامه خود، از حقوقی از قبیل فعالیت در حوزه‌های مربوط به آن‌ها برخوردار می‌گردند. مانند اظهار نظر و ارائه راهکارهای مناسب در فرایند برنامه‌ریزی‌های مراجع دولتی و عمومی غیردولتی و اظهار نظر و پیشنهاد راهکارهای مناسب در مورد آثار و نتایج فعالیت‌های دستگاه‌های دولتی و عمومی غیردولتی، نقایص و مشکلات موجود به مراجع و دستگاه‌های قانونی ذی‌ربط؛ کمک به اجرای برنامه‌ها و پروژه‌های دستگاه‌های دولتی و عمومی غیردولتی، از طریق توافق و تفاهم با آن‌ها؛ برگزاری اجتماعات و راه‌پیمایی در جهت دستیابی به اهداف سازمان؛ انتشار نشریه؛ دادخواهی در مراجع قضایی و شبه‌قضایی و انجام هر گونه عملیات دیگر برای تأمین اهداف مقرر در اساس‌نامه «سازمان».

از یک سو، در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸، تشکیل انجمن حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان که تشکلی غیرانتفاعی است، مورد توجه قرار گرفته و موادی از قانون مزبور به این انجمن‌ها اختصاص داده شده است. چنانکه ماده (۱۲) قانون مورد نظر، وظایف قانونی انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، موضوع ماده (۹) این قانون را به شرح زیر برشمرده است: آگاه‌سازی مصرف‌کنندگان از طریق رسانه‌های گروهی و ارتباط جمعی؛ انتشار نشریه؛ برگزاری مصاحبه و همایش و تشکیل دوره‌های آموزشی عمومی و تخصصی؛ ارائه نظریات مشورتی و همکاری با دستگاه‌های ذیربط اجرایی به جهت اجراء مؤثر مقررات امور مربوط به حقوق مصرف‌کنندگان؛ بررسی شکایات و ارائه خدمات مشاوره‌ای و حقوقی به مصرف‌کنندگان و ارجاع دعاوی به مراجع ذیربط در صورت درخواست خواهان. وظایف و اختیارات ذکر شده در ماده مزبور شماری از نقش‌های سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان را در بر دارد، اما به علت عدم تشکیل انجمن‌های موضوع قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، ایفای این نقش‌ها نیز در کشور ما تحقق نیافته است. از سوی دیگر در بررسی‌های انجام شده راجع به وجود سایر سازمان‌های غیر دولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در کشور، اطلاعات

موقفی به دست نیامده است. در سال ۱۳۸۱ انجمنی مستقل، غیردولتی، غیرانتفاعی و غیرسیاسی به نام "انجمن حمایت از مصرف‌کنندگان" از سوی گروهی از ایرانیان، که در میان آن‌ها نام برخی از اقتصاددانان کشور نیز وجود دارد، تأسیس شد و به ثبت رسید؛ اما راجع به اقدامات عملی این انجمن در زمینه حمایت از مصرف‌کنندگان اطلاعاتی در دست نیست. با مطالعه مطالب منتشر شده در نشریات کشور و پایگاه‌های اینترنتی که به انتشار اطلاعات در کشور می‌پردازند، تنها فعالیتی که از سوی انجمن حمایت از مصرف‌کنندگان در کشور ما انجام شده و در منابع خبری داخلی انعکاس یافته، صدور اطلاعیه‌هایی از سوی این انجمن است. [۳۱] بنابراین در کشور ما در عرصه‌های مختلف حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، عملاً جز صدور اطلاعیه‌های مزبور، فعالیت دیگری انجام نمی‌شود و مصرف‌کنندگان ایرانی از خدمات و پوشش‌های حمایتی که از سوی سازمان‌های غیردولتی در کشورهای دیگر ارائه می‌شود، محروم هستند. این خلأ با فقدان قوانین متناسب با فضای کنونی اقتصاد بین‌الملل و عصر جهانی شدن که در آن مخاطرات گوناگون مانند پیامدهای ناشی از آزادسازی‌های تجاری، مصرف‌کنندگان کشور را تهدید می‌کند، موجب شده است زمینه آسیب‌پذیری بیشتری برای مصرف‌کنندگان ایجاد شود. زیرا در صورت فعال بودن سازمان‌های حمایت از حقوق مصرف‌کننده در عرصه‌هایی مانند آموزش و اطلاع‌رسانی به مصرف‌کنندگان و وجود مقررات حمایتی مناسب برای مصرف‌کنندگان و استفاده از آن‌ها، بهره‌مند شدن از شیوه‌های مناسب برای خنثی کردن آثار نامطلوب جهانی شدن بر مصرف‌کنندگان مانند استفاده از تبلیغات غیرواقعی عرضه‌کنندگان قدرتمند و ترویج مصرف کالاهای مورد نظر آن‌ها به منظور اشاعه الگوهای مصرف خاص امکان‌پذیر خواهد بود.

شایان ذکر است برای تأسیس سازمان‌های غیردولتی، فعالیت سازمان‌های نوپا، استمرار و گسترش فعالیت‌های این سازمان‌ها موانع و مشکلات گوناگون فراروی این سازمان‌ها قرار می‌گیرد. مطالعات انجام شده از سوی پژوهشگران نشان داده است موانع و مشکلات مختلف در فرایند تأسیس و گسترش فعالیت‌های

سازمان‌های غیردولتی ایجاد می‌شود. [۳۲] برای تأسیس سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و گسترش فعالیت‌های آن‌ها موانع و مشکلات ذکر شده در برابر این گروه از سازمان‌های غیردولتی نیز قرار دارد. مشکلات و موانعی که در برابر سازمان‌های غیردولتی قرار می‌گیرند، در روند شکل‌گیری و استمرار فعالیت‌های این سازمان‌ها، یا توسعه آن‌ها نقش منفی ایفا می‌کنند. این موانع با استفاده از معیارهای مختلف طبقه‌بندی می‌شوند. برای تأسیس هر سازمان در آغاز موانع و مشکلاتی وجود دارد که موسسان برای رفع آن‌ها باید تلاش کنند. مشکلات مزبور در حیطه‌های مختلف ذهنی، محیطی، مالی، قانونی و اجرایی در برابر تأسیس این سازمان‌ها مطرح می‌گردند. تعدادی از مشکلات موجود پس از تأسیس سازمان‌های غیردولتی مطرح می‌شوند و به صورت موانعی در برابر توسعه و گسترش فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی جلوه می‌کنند. این مشکلات ممکن است ریشه درون سازمانی داشته باشند، یا منشأ آن‌ها در خارج از سازمان باشد. بررسی مشکلات مزبور در این مقاله نمی‌گنجد. تأسیس سازمان‌های غیردولتی باید فارغ از دخالت مستقیم دولت و صاحب منصبان دولتی انجام شود، اما ایجاد زمینه‌های مناسب برای تأسیس و گسترش فعالیت‌های این سازمان‌ها و رفع موانع موجود در برابر آن‌ها، ایجاب می‌کند سطح فرهنگ حمایت از حقوق مصرف‌کننده در کشور ارتقا یابد. افزون بر آن، ضرورت دارد دولت، وزارت‌خانه‌ها و سازمان‌های دولتی مربوط - مانند وزارت بازرگانی و سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان - و نمایندگان مجلس، با ایجاد تسهیلات لازم و تصویب مقررات مورد نیاز، از فعالیت سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده حمایت نمایند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

برای تأسیس و فعالیت سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در کشور، موضوعات و پیش‌نیازهای متعددی در سطح کشور و در سطح سازمانی باید مورد توجه قرار گیرد و اقدامات گوناگون باید انجام شود مانند ایجاد زمینه‌های مناسب و

رفع موانع مختلف، تهیه اساسنامه سازمان و لزوم ثبت آن مطابق قوانین و مقررات، برخوردار شدن سازمان از شخصیت حقوقی و رسمیت یافتن و قانونی بودن فعالیت‌های سازمان. از این رو آگاهی مؤسسان و مدیران سازمان از موضوعات مزبور، انجام برنامه‌ریزی‌های لازم و در صورت امکان، استفاده از خدمات مشورتی موجود برای تأسیس سازمان‌های مشابه، از جمله اقداماتی هستند که می‌توانند در فایق آمدن بر مشکلات مؤثر باشند. برای تأسیس یک سازمان غیردولتی و گسترش فعالیت‌های آن ضرورت دارد اقداماتی انجام شود که در بدو تأسیس و برای ادامه فعالیت آن، باید مورد توجه قرار گیرد و استمرار یابد. توجه به هر یک از اقدامات و توصیه‌های زیر به بهبود فرایند تأسیس، رویارویی با مشکلات و آغاز فعالیت سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده و ادامه و گسترش و ارتقای سطح تلاش‌های آن‌ها کمک خواهد کرد. برای ایجاد زمینه‌های مناسب برای تأسیس سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تحقق یافتن اهداف آن‌ها، توصیه‌های زیر قابل ذکر است:

۱) فرهنگ‌سازی جهت ایجاد زمینه‌های مناسب برای مشارکت مردم در فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده و آشنایی دولتمردان و نمایندگان مجلس با این سازمان‌ها

برای فرهنگ‌سازی و ایجاد زمینه‌های همکاری بیشتر مردم با سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، ضرورت دارد درباره فعالیت‌های این سازمان‌ها و نقش آن‌ها در پاسخ‌گویی به نیازهای جامعه، مانند تغییر الگوی مصرف و ارائه الگوهای مصرف پایدار و حمایت از حقوق مصرف‌کننده اقدامات زیر انجام شود: ایجاد پایگاه‌های اینترنتی برای اطلاع‌رسانی راجع با این سازمان‌ها، تهیه برنامه‌های آموزشی مناسب و ارائه آن‌ها از رادیو و تلویزیون، انتشار نشریات آموزشی، برگزاری همایش و کارگاه‌های آموزشی راجع به ضرورت حمایت از حقوق مصرف‌کننده و فواید آن. اقدامات ذکر شده زمینه‌ساز گسترش و توسعه فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق

مصرف‌کننده خواهد بود. زیرا از یک سو، ارتقای سطح آگاهی‌های مردم درباره اهمیت همکاری بیشتر آن‌ها با این سازمان‌ها و فرهنگ‌سازی برای توسعه فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، در رشد مسئولیت‌پذیری افراد جامعه و ایجاد گرایش آن‌ها به عضویت در سازمان‌های مزبور موثر خواهد بود. از سوی دیگر، آشنایی دولتمردان و نمایندگان مجلس با این سازمان‌ها باعث می‌شود اشخاص مزبور در ارائه تسهیلات اداری و قانونی مورد نیاز برای تأسیس و فعالیت سازمان‌های غیردولتی، آگاهانه مشارکت کنند.

۲) تسریع در تصویب قانونی جامع راجع به سازمان‌های غیردولتی

ضرورت دارد برای گسترش فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی قانونی جامع در کشور درباره سازمان‌های غیردولتی تصویب گردد تا تأسیس این سازمان‌ها با استناد به آن انجام شود و جایگاه قانونی سازمان‌های غیردولتی، با تکیه بر قانون مزبور، مستحکم‌تر گردد. وجود قانون خاص ناظر بر سازمان‌های غیردولتی - به ویژه در صورت تصریح راجع به شناسایی حقوق این سازمان‌ها و تعدیل در تعیین تکالیف قانونی سازمان‌های غیردولتی و محدود کردن فعالیت‌های این سازمان‌ها - از یک سو به روشنتر شدن حقوق آن‌ها و کاهش محدودیت‌های سازمان‌های غیردولتی منجر خواهد شد. از سوی دیگر وجود قانون لازم‌الاجرا به تقویت وضعیت سازمان‌های غیردولتی در نظام حقوقی کشور کمک خواهد کرد. زیرا در شرایط کنونی ویژگی‌ها و حقوق و تکالیف این سازمان‌ها در آیین‌نامه اجرایی تأسیس و فعالیت سازمان‌های غیردولتی که از سوی هیأت وزیران در قالب مصوبه‌ای به تصویب رسیده، تعیین شده است. در مقایسه میان استناد به قانون و مصوبه هیأت وزیران، متکی بودن تأسیس سازمان‌های غیردولتی بر مقررات مندرج در قانون مصوب مجلس به معنای برخورداری از مقررات دارای ثبات و استحکام بیشتر و ضمانت اجرایی قویتر است. بنابراین با تصویب قانون مورد نظر، زمینه مناسب‌تری برای نظارت قانونی تعدیل شده بر سازمان‌های غیردولتی به منظور جلوگیری از تبدیل آن‌ها

به موسساتی اقتصادی و انتفاعی، افزایش تعداد این سازمان‌ها و به بیان دیگر، توسعه مشارکت مردمی در امور کشور ایجاد خواهد شد.

۳) استفاده از اطلاعات و تجربیات کارشناسان و متخصصان در زمینه‌های مرتبط با تأسیس سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

برای تأسیس و اداره مطلوب سازمان غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده و جلوگیری از مشکلاتی که در آینده در برابر فعالیت سازمان‌های غیردولتی ایجاد خواهد شد، ضرورت دارد مؤسسان و رهبران سازمان‌های غیردولتی در آغاز تأسیس از آگاهی‌ها و تجربه‌های کارشناسان مختلف مانند حقوق‌دانان و اقتصاددانانی که دارای سوابق علمی و کاربردی درباره امور مربوط به مصرف‌کنندگان هستند، استفاده کنند تا با دیدگاهی روشن نسبت به امور مرتبط با فعالیت سازمان مورد نظر و اهداف آن، فعالیت خود را آغاز نمایند و موضوعاتی مانند تدوین اساسنامه سازمان و محورهای مهم مندرج در آن، از قبیل تعیین اهداف سازمان، اقدامات پیش‌بینی شده برای دستیابی به آن‌ها و... مورد توجه قرار گیرد. زیرا ترسیم بهینه اهداف و مأموریت‌های یک سازمان و چارچوب حقوقی تنظیم‌کننده و ناظر بر اداره و انحلال سازمان‌های غیر دولتی یکی از عوامل مهم توسعه و رشد این سازمان‌ها به شمار می‌آید. استفاده از تجربیات سازمان‌های بین‌المللی فعال در زمینه حقوق مصرف‌کننده و سازمان‌های غیردولتی ملی حمایت از حقوق مصرف‌کننده سایر کشورها نیز مفید خواهد بود.

۴) اعتمادسازی در درون سازمان غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و خارج از آن

ایجاد شفافیت و پاسخ‌گویی در امور داخلی مربوط به سازمان و در روابط موجود با اشخاص خارج از سازمان برای تداوم فعالیت یک سازمان اهمیت خاصی دارد و به عنوان اقدامی اساسی باید مورد توجه قرار گیرد. توصیه می‌شود با استفاده از پایگاه‌های اینترنتی برای اطلاع‌رسانی درباره فعالیت‌ها، درآمدها و هزینه‌های

سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده اقدام شود تا با شفاف‌سازی این امور، شبهه‌های احتمالی راجع به آن‌ها رفع گردد. زیرا ضرورت دارد سازمان‌های غیرانتفاعی در چارچوب اساس نامه اهداف خود، فعالیت‌های خاصی را انجام دهند. اما هدف آن‌ها از فعالیت، کسب سود و تقسیم آن در میان اعضا نیست. با انتشار اطلاعات راجع به موضوعات ذکر شده و به روز کردن آن‌ها نسبت به ماهیت سازمان‌های غیردولتی و عملکرد آن‌ها در گروه‌های ذی‌نفع، اعضای سازمان و سازمان‌های نظارتی اطمینان لازم ایجاد می‌شود.

۵) تلاش برای تقویت انگیزه‌های اعضای سازمان غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و حفظ عضویت آن‌ها

برای تقویت انگیزه‌های اعضای سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، توصیه می‌شود اقداماتی مانند گزارش‌دهی مستمر راجع به فعالیت‌های این سازمان‌ها و دستاوردهای آن‌ها و قدردانی موردی از افرادی که فعالیت‌های برجسته‌تری برای دستیابی به اهداف سازمان داشته‌اند، انجام شود؛ تا عضویت اعضا و ادامه فعالیت‌های آنان در سازمان تداوم یابد.

۶) جذب افراد علاقه‌مند و داوطلب برای فعالیت در زمینه حمایت از حقوق مصرف‌کننده

جذب افراد علاقه‌مند و داوطلب برای فعالیت در عرصه‌های مرتبط با حقوق مصرف‌کننده، برای افزایش شمار اعضای سازمان و استفاده از همکاری آنان در آینده ایجاد می‌کند اقدامات زیر از سوی مؤسسان سازمان غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده و اعضای آن انجام شود: گفت‌وگوهای شفاهی با دوستان، همکاران، بستگان و سایر افراد جامعه.

۷) برقراری ارتباط با سازمان‌های دولتی، موسسات عمومی، نهادها و افراد مرتبط با حقوق مصرف‌کنندگان

برقراری ارتباط با سازمان‌ها، نهادها و افرادی که به نحوی با حقوق مصرف‌کنندگان آشنا هستند یا به فعالیت‌های مرتبط با مصرف‌کنندگان می‌پردازند؛ مانند دانشگاه‌ها، موسسه استاندارد و

کارشناسان مختلف از قبیل متخصصان صنایع غذایی و حقوقدانان و اقتصاددانان برای استفاده از مشارکت افراد مورد نظر برای دستیابی به اهداف سازمان پیشنهاد می‌گردد.

۸) برنامه‌ریزی برای گسترش فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده و ارتقای سطح آن‌ها

برنامه‌ریزی برای گسترش و ارتقای سطح فعالیت‌های سازمان با اقدامات زیر توصیه می‌شود: انتشار نشریات مستمر و کتاب‌ها و گزارش‌های مرتبط با حمایت از حقوق مصرف‌کننده، انتشار تحقیقات راجع به موضوعات جدید، مانند پیامدهای منفی ناشی از مصرف کالاهای تولید شده با استفاده از فناوری‌های جدید و استفاده از درآمدهای حاصل از اقدامات ذکر شده.

۹) ارتباط با سازمان‌های غیردولتی مشابه و سایر سازمان‌های غیردولتی فعال در زمینه موضوعات مرتبط با حقوق مصرف‌کننده مانند سازمان‌های حامی محیط زیست یا علاقه‌مند به ایجاد الگوی مصرف پایدار

شبکه‌سازی و عضویت در آن مزایای گوناگون دارد. سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده، با برقراری ارتباط با سازمان‌های غیردولتی مشابه و سایر سازمان‌های غیردولتی فعال در زمینه‌هایی که به صورتی با حقوق مصرف‌کننده ارتباط دارند، مانند سازمان‌های حامی محیط زیست یا سازمان‌های علاقه‌مند به ایجاد الگوی مصرف پایدار، می‌توانند از یک سو، سطح اطلاعات خود را ارتقا دهند و از تجربه‌های مدیریتی آن‌ها بهره‌مند شوند و از آن‌ها در جهت دستیابی به اهداف تعیین شده استفاده کنند. از سوی دیگر، با آگاهی بیشتر راجع به موضوعات مربوط به مصرف‌کنندگان مانند پیامدهای ناشی از مصرف کالاها و خدمات بر محیط زیست و نقش الگوهای مصرف پایدار در افزایش سطح رفاه مردم، از اطلاعات دریافت شده برای ارتقای سطح فعالیت‌های خود و بهبود کیفیت زندگی مصرف‌کنندگان بهره‌برداری نمایند.

۱۰) ارائه برخی خدمات موردنیاز به مصرف‌کنندگان در حوزه‌های مربوط به فعالیت‌های سازمان غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده با دریافت حق الزحمه

سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده با ارائه خدمات مورد نیاز به مصرف‌کنندگان در زمینه‌های مرتبط با موضوع فعالیت‌های آن‌ها و دریافت حق الزحمه، علاوه بر تأمین بخشی از بودجه مورد نیاز، می‌توانند برای گسترش اقدامات خود، اقدام نمایند و از منابع مزبور به سود کلیه مصرف‌کنندگان استفاده کنند.

پی‌نوشت

۱. راجع به تعریف سازمان غیردولتی (Non-governmental organization) اتفاق نظر وجود ندارد. در ایران اصطلاح «سازمان مردم نهاد» را معادل سازمان غیردولتی قرار داده‌اند. با استفاده از سه حرف نخست سه واژه به کار رفته در اصطلاح مزبور نام اختصاری «سمن» را ساخته‌اند. از این رو، در ایران در مقالات، کتاب‌ها و دستورالعمل‌های راجع به سازمان‌های غیردولتی کلمه «سمن» به معنای سازمان غیردولتی یا سازمان مردم نهاد به کار می‌رود. با توجه به دیدگاه‌های موجود راجع به این سازمان‌ها و موضوع فعالیت آن‌ها، طبقه‌بندی‌ها و تعاریف گوناگون راجع به شناسایی و تفکیک انواع سازمان‌های غیردولتی ارائه شده است. برای مطالعه درباره این سازمان‌ها و آگاهی از انواع طبقه‌بندی و تعاریف ارائه شده راجع به سازمان‌های غیردولتی، حوزه‌های فعالیت آن‌ها و عناصر کلیدی مورد نظر در انواع سازمان‌های غیردولتی به منابع زیر رجوع کنید:

محمودرضا گلشن‌پژوه، ۱۳۸۶، راهنمای سازمان‌های غیردولتی، ص. ۲۹-۳۴.

http://en.wikipedia.org/wiki/Non-governmental_organizations (last visited: 2011/01/01)

<http://www.gdrc.org/ngo/ngo-keywords.html> (last visited: 2008/10/12)

۲. برای آگاهی از متن این اعلامیه و مفاد ماده مزبور ر.ک.

<http://www.unhchr.ch/udhr/lang/eng.htm> (last visited: 2010/01/30)

n_legislation(last visited: 2011/01/01)

۲۲. برای آگاهی از مفاد این قانون ر.ک. روزنامه رسمی، شماره ۱۸۹۱۵ مورخ ۱۳۸۸/۱۱/۱۴.

The Consumer Protection ACT,1986 ,Available at:
http://search.yahoo.com/search;_ylt=A0geusudp iRKnV8AwaJXNyoA?p=consumer+protection+act+of+India+doc.&y=Search&fr=yfp-t-501&fr2=sb-top&sao=1(last visited:2009/06/01)

۲۳. قسمتهایی از مطالب مندرج در این مبحث با استفاده از اطلاعات ارائه شده در منابع زیر تهیه شده است:
<http://www.which.co.uk/about-which/what-we-do/campaign-with-you/>(last visited:2010/05/15)
<http://www.which.co.uk/about-which/what-we-do/campaign-with-you/index.jsp>(last visited:2010/05/15)

24. <http://www.epe.be/workbooks/sourcebook/1,16.html>(last visited:2009/06/16)

۲۵. بخشی از مطالب مندرج در این مبحث با استفاده از اطلاعات ارائه شده در مأخذ زیر تهیه شده است:
<http://www.ghchealth.com/revolt-against-the-empire.html> (last visited: 2009/07/05)

۲۶. برای تهیه این مبحث، از اطلاعات دریافت شده از مأخذ زیر استفاده شده است:
<http://www.oecd.org/dataoecd/50/21/194003.pdf>. (last visited:2009/11/22)

27. <http://www.un.org/esa/sustdev/marrakech/gpaper2chap7.pdf> (last visited:2009/07/10)

۲۸. بخشی از مطالب مندرج در این مبحث، با استفاده از اطلاعات ارائه شده در مأخذ زیر تهیه شده است:
<http://www.regency.org/earth-check.php?nolo=earth-summit92/chapter4pdf>(last visited:2009/07/10)

۲۹. ماده (۱۸۲) قانون برنامه سوم توسعه مصوب سال ۱۳۷۹ مقرر داشته است: "وزارت کشور مکلف است با رعایت قوانین نسبت به تهیه طرحهای مربوط به ایجاد و تقویت تشکلهای مردمی (صنفي - تخصصی)، سازمانهای غیردولتی و سازمانهای محلی با هدف زمینهسازی برای واگذاری اعمال تصدی دولت به آنها و تقویت نظارت‌های سازمان یافته مردمی بر فعالیت‌های دستگاههای دولتی، اقدام نموده و

۳. برای آگاهی از مفاد ماده (۱۱) کنوانسیون مزبور (European Convention on Human Rights) ر.ک. http://www.hrcr.org/docs/Eur_Convention/euroconv4.html(last visited:2010/01/30)

۴. برای آگاهی از متن این میثاق و مفاد مواد مزبور ر. ک. <http://www.hrcr.org/docs/Civil&Political/intlcivpol5.html>(last visited:2010/01/30)

۵. برای مشاهده نمونه‌هایی از این نوع حمایت ر. ک. <http://www.allaboutturkey.com/anayasa.htm>(last visited:2009/12/22)

The Consumer Protection ACT,1986 ,Available at:
http://search.yahoo.com/search;_ylt=A0geusudp iRKnV8AwaJXNyoA?p=consumer+protection+act+of+India+doc.&y=Search&fr=yfp-t-501&fr2=sb-top&sao=1(last visited:2009/06/01)

۶. این قانون پس از تصویب در جلسه مورخ ۱۳۸۸/۷/۱۵ مجلس شورای اسلامی و تأیید از سوی شورای نگهبان در تاریخ ۱۳۸۸/۷/۲۳، به تصویب نهایی رسید و لازم‌الاجرا شد.

7. John F. Kennedy
 8. The Bill of Consumer Rights
 ۹. برای مطالعه مندرجات این قطعنامه ر.ک. UN,Department of International Economic and Social Affairs(1986), *Guidelines for Consumer Protection*.
 10. Consumers International
 ۱۱. بخشی از مطالب ارائه شده در این مبحث، با استفاده از اطلاعات مندرج در مأخذ زیر تهیه شده است:
<http://www.consumersinternational.org/Templates/Internal.asp?NodeID=95043&int1stParentNodeID=89647&int2ndParentNodeID=89657>(last visited: 2009/05/06)

12. The Right to Basic Needs.
 13. The Right to Safety.
 14. The Right to be Informed.
 15. The Right to Choose (choice).
 16. The Right to Representation.
 17. The Right to Redress.
 18. The Right to Education.
 19. The Right to a Healthy Environment.
 20. Freedom of Information Act.

۲۱. برای آگاهی از قوانین مزبور ر.ک. http://en.wikipedia.org/wiki/freedom_of_informatio

<http://www.gdrc.org/ngo/ngo-keywords.html> (last visited:2008/10/12)
<http://www.ghchealth.com/revolt-against-the-empire.html>(last visited: 2009/07/05)
<http://www.hrcr.org/docs/Civil&Political/intlcivpol5.html>(last visited:2010/01/30)
http://www.hrcr.org/docs/Eur_Convention/euroconv4.html(last visited:2010/01/30)
<http://www.majlis.ir/pdf/Reports/9589.pdf> (last visited: 2009/06/26)
<http://www.oecd.org/dataoecd/50/21/194003.pdf>. (last visited:2009/11/22)
<http://www.regency.org/earth/check.php?nolo=earthsummit92/chapter4pdf>(last visited:2009/07/10)
<http://www.sharghian.com/mag/archive/005590.html>(last visited: 2009/06/29)
<http://www.unhchr.ch/udhr/lang/eng.htm>(last visited:2010/01/30)
<http://www.un.org/esa/sustdev/marrakech/gpaper2chap7.pdf> (last visited:2009/07/10)
<http://www.which.co.uk/about-which/what-we-do/campaign-with-you/>(last visited:2010/05/15)
<http://www.which.co.uk/about-which/what-we-do/campaign-with-you/index.jsp>(last visited:2010/05/15)
The Consumer Protection ACT,1986 ,Available at:
http://search.yahoo.com/search;_ylt=A0geusudp iRKnV8AwaJXNyoA?p=consumer+protection+act+of+India+doc.&y=Search&fr=yfp-t-501&fr2=sb-top&sao=1(last visited:2009/06/01)
 UN, Department of International Economic and Social Affairs, *Guidelines for Consumer Protection*, New York: UN,1986).

پس از تصویب هیات وزیران به مورد اجرا گذارد. " آیین نامه موضوع این قانون نخستین بار در جلسه مورخ ۸۱/۱۱/۹ هیأت وزیران تصویب شد و پس از اعمال اصلاحاتی در آن سرانجام به صورت یک پارچه در آیین نامه ذکر شده به تصویب رسید. برای آگاهی از مفاد این آیین نامه ر.ک. روزنامه رسمی، شماره ۱۷۶۰۰ مورخ ۱۳۸۴/۵/۱۰.
 ۳۰. برای آگاهی از برخی از اطلاعیه‌های مذکور ر.ک.
<http://ebtekarnews.com/Ebtekar/News.aspx?NID=20312>(last visited: 2009/07/09)
<http://www.foodna.ir/5466.html>(last visited: 2009/07/09)
 ۳۱. برای آگاهی بیشتر راجع به مشکلات و موانع موجود در برابر سازمان‌های غیردولتی ر. ک
<http://www.majlis.ir/pdf/Reports/9589.pdf> (last visited:2009/06/26)

منابع

روزنامه رسمی، شماره ۱۷۶۰۰، مورخ ۱۳۸۴/۵/۱۰.
 روزنامه رسمی، شماره ۱۸۹۱۵، مورخ ۱۳۸۸/۱۱/۱۴.
 قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران.
 قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸.
 گلشن پژوه، محمودرضا، *راهنمای سازمان‌های غیردولتی*، تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر، ۱۳۸۶.
<http://ebtekarnews.com/Ebtekar/News.aspx?NID=20312> (last visited: 2009/07/09)
http://en.wikipedia.org/wiki/freedom_of_information_legislation(last visited: 2011/01/01)
http://en.wikipedia.org/wiki/Non-governmental_organizations (last visited: 2011/01/01)
<http://www.consumersinternational.org/Templates/Internal.asp?NodeID=95043&int1stParentNodeID=89647&int2ndParentNodeID=89657>(last visited: 2009/05/06)
<http://www.epe.be/workbooks/sourcebook/1,16html> (visited:2009/06/16)
<http://www.foodna.ir/5466.html>(last visited: 2009/07/09)