



خسرو امیر حسینی

## سخن سر دبیر

# هنوز اندر خم

## یک کوچه ایم

از آن روز که زمام امور کشور از دست ظالم برون شدیم و دوام انقلاب برخواسته از ملت را عهده دار شدیم و دوله‌ها را به دست فراموشی سپردیم بیش از سه دهه می‌گذرد. اگر باور کنیم که ما با زمان مسابقه گذارده‌ایم و حاصل یک روز یافته برابر است با آنچه تاکنون به دست آورده‌ایم و به کمال عقل نزدیک و سیاره‌ها را به تسخیر کشیده‌ایم، نباید در سرزمین اسلام ناب محمدی (ص)، غم نان سفره داشته باشیم. عجب این روزها در کوچه پس کوچه‌های نداشته‌ها می‌گردیم تا خواسته برگ دریافت یارانه را پرکنیم، تا ماهیانه ۴۵۰۰۰۰ ریال به حساب بانکی مان از طریق دولت واریز شود، که بشود یک تکه نان قاتوق. در امثال الحکم خواندم شخصی از گرسنگی مرد تا در

آینده گرسنه نماند. این مختصر گفتیم، بگذریم.

در دهه دوم اسفندماه سال ۱۳۹۲ در تالار بسیار شیک و زیبای صدا و سیما، مراسم روز حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان برگزار شد. بماند که برای ورود به این‌گونه سالن‌ها باید از چتر حفاظتی گذشت و این کاری است بس مشکل، ولی پاسداشت کاری که در آن تولیدکننده و مصرف‌کننده، رو در روی هم به میزان کشیده می‌شوند و مقامات دولتی و بخش خصوصی بدان مهر تایید می‌گذارند و این مهر تایید در لوحی و تقدیرنامه‌ای می‌نشیند و برسکوی افتخار به کسب‌کننده آن تقدیم می‌شود، کاری ارزشمند است. این داشته، نماد یک دل سوخته‌ای است که حق مردم



در کشور ما به لحاظ تاریخی و شاید هم فرهنگی، بار حمایت از مصرف‌کنندگان بیشتر بر دوش دولت نهاده شده است. اگر چه در سال‌های اخیر قانونی برای ساماندهی تلاش‌های مردم نهاد تصویب شده است، لکن چنانچه باید و شاید هنوز حضور پررنگ سازمان‌های مردم نهاد در راه پر پیچ و خم حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به چشم نمی‌خورد.

عدم حضور توانمند سازمان‌های مردم نهاد حافظ حقوق مصرف‌کنندگان، سبب شده است که دولت‌ها برحسب شرایط روز و برای گریز از تنگناهایی که بعضاً خود مسبب آنها بوده‌اند، رویکردهای متفاوت و حتی متناقضی را در پیش گیرند و در بیشتر موارد به جای برخورد اصولی باریشه و منشاء تضييع حقوق مصرف‌کننده، با پیامدها و معلول‌ها مبارزه کنند که طبعاً ناکارآمد و بی‌حاصل بوده است.

یکی از آرمان‌های بلند انقلاب اسلامی در دهه‌های اخیر این بوده است که با تدوین سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های دقیق و سنجیده زمینه تحولات شایسته را در سطح جامعه در جهت ارتقای تولید داخلی و افزایش رغبت ایرانیان به استفاده از کالای داخلی فراهم آورده و تولیدکنندگان را برای رعایت حقوق مصرف‌کنندگان آماده و توانا سازد تا از این رهگذر پدیده رعایت حقوق مصرف‌کنندگان به یک انگیزه عمومی در جامعه تبدیل شود.

با توجه به نکات فوق و مسائل دیگر در تاریخ اجتماعی و فرهنگی کشور، ایجاد فرهنگ رعایت حقوق مصرف‌کنندگان حرکتی آگاهانه و از روی برنامه، مشارکت همگانی و مستمر می‌طلبد. این همان راهی است که کشورهای توسعه یافته رفته‌اند و نقش عظیم خود در این زمینه را مدیون آن هستند. براساس همین احساس نیاز به اهمیت رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در جامعه، به ویژه از سوی تولیدکنندگان و نقش آن در توسعه داخلی است که لازم است تحقیقات در زمینه عوامل و راهکارهای عملی برای ایجاد انگیزه بیشتر در تولیدکنندگان در جهت رعایت حقوق مصرف‌کنندگان انجام گیرد. این تحقیق دارای یافته‌هایی خواهد بود که کاربرد آن‌ها می‌تواند به

را می‌شناسد و بدان ارج می‌نهد، سکوی تقدیم لوح به تولیدکننده به پاس خدمت به مصرف‌کننده، آویزه بزرگی است که می‌باید پاس بداریم. گرچه چندی است به دنبال فراموشی خود و گیرنده بزرگان هستیم و داشته را نمی‌شناسیم و نمونه آن را در ماجرای مرزبانان ربوده شده به عیان دیدیم حرمت ریش سفیدان بزرگان قوم را. آنجا که پای حرمت آید، همان مثال پدر به فرزندان محقق می‌شود که چوب چندان که به هم پیچد، مشکل شکنند و اگر تک شاخه شود، به راحتی ریش سفیدان محل و فامیل دارای اعتباری هستند که سال‌ها صداقت، راستی و درستی در آن بوده و به ظهور رسیده و امروز در شهر و روستا و قبیله، مهر را به پای شورای جوان کشیده‌ایم و بدان پشت کرده‌ایم. این سخن کوتاه کنیم، می‌رویم به گرمی‌داشت روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان.

حقوق مصرف‌کننده‌رامی‌توان‌از‌جنبه‌های گوناگون مورد بررسی قرار داد، در این مجال کوتاه به چند جنبه مهم از حقوق مصرف‌کننده اشاره می‌شود تا وظایف و رویکردهای وزارت صنعت، معدن و تجارت را در مورد آن بازخوانی کنیم:

۱- از آنجا که همه احاد جامعه، به نحوی مصرف‌کننده هستند، گفته می‌شود حقوق عمومی و فراگیر جامعه در این رابطه مطرح است.

۲- سر فهرست این حقوق، حق انتخاب است، زیرا انتخاب بدیهی‌ترین و در عین حال اساسی‌ترین حقی است که هر مصرف‌کننده باید داشته باشد.

۳- فراهم بودن شرایط برخورداری از فرصت طرح و پیگیری کم‌هزینه مطالبات مصرف‌کنندگانی که در داد و ستد، به نوعی مغیوب و متضرر می‌شوند.

در کشورهایی که رعایت حقوق عمومی در دستور کار حکومت‌ها قرار دارد، ساز و کارهای مناسبی برای حفظ حقوق مصرف‌کننده و دفاع از زبان دیدگان در نظر گرفته می‌شود که معمولاً ترکیبی از مقررات و روش‌های دولتی و رویکردها و عملکردهای سازمان‌های مردم نهاد است. معمولاً در کشورهای پیشرفته، سازمان‌های مردم نهاد نقشی پررنگ‌تر از سازمان‌های دولتی در این خصوص دارند.



صورت زیر تشریح شود:

- آگاهی از میزان رعایت حقوق مصرف کنندگان و برنامه ریزی برای ارتقای روزافزون آن.

- آگاهی از الویت‌های موجود در زمینه رعایت حقوق مصرف کنندگان و تشویق و تقویت عوامل موثر در این زمینه.

- برنامه ریزی برای تغییرات مورد نیاز در مجلات تخصصی منتشر شده در زمینه رعایت حقوق مصرف کنندگان.

- نیازسنجی موضوعی تحقیقات علمی انجام شده در زمینه رعایت حقوق مصرف کنندگان.

- کمک به سازمان حمایت از مصرف کنندگان در برآورده کردن نیازهای مربوط به این مسئله و ارائه راهکارهای مناسب از جمله کلاس‌های آموزش روش‌های رعایت حقوق مصرف کنندگان برای تولید کنندگان.

▲ **تعریف مصرف کننده و لزوم حمایت از آن**

مصرف، عملی است که از طرف مصرف کننده با استهلاک و یا به کارگیری آن انجام می‌شود. از لحاظ اقتصادی موضوع مصرف را کالا (مال) یا خدمات تشکیل می‌دهد. قاعدتا مصرف

را می‌توانیم به صورت خلاصه اینگونه تعریف کنیم: مصرف، عبارت است از «به کارگیری خدمات یا مال در یک فاصله زمانی معین برای اشیاع نیازی از نیازهای انسانی».

مصرف کننده در معنای وسیع، اعم است از تمامی اشخاصی که به نوعی از کالا یا خدمات استفاده می‌کنند. ولی در مقابل، مشتری کسی است که در قرارداد خرید و فروش به عنوان طرف خریدار مقابل فروشنده قرار می‌گیرد یا به تعبیر دیگر مخاطب مستقیم عرضه کننده است.

همچنین مصرف کننده را می‌توان بدین شکل هم تعریف کرد: «مصرف کننده کسی است که در فاصله تداول یک کالا و در دوره اخیر این فاصله یا در دوره استهلاک آن، مستقیما کالا یا خدمت را برای رفع نیاز خود مصرف نماید». مصرف کننده معمولا در سلسله اعمالی که برای مصرف کالا یا خدمت انجام می‌دهد این مراحل را طی می‌کنند. انتخاب کالا یا خدمات و به کارگیری یا استهلاک آن

مصرف کننده به معنای استهلاک کننده برای رفع نیازهای زندگی روزمره و آینده خود، از روش عرضه کالا و خدمات، کیفیت آن، گزینه انتخاب و قیمت آن

متاثر می‌شود. این تاثیر بیشتر بستگی به نوع و کیفیت اطلاعات ارائه شده از طرف عرضه کننده کالا و خدمات دارد زیرا برخلاف مصرف کننده، سود و جلب مشتری تنها دغدغه عرضه کننده کالا و خدمات را تشکیل می‌دهد. همینطور در تعامل، عدم آگاهی مصرف کننده به مواصفات، کیفیت و قیمت کالا و خدمات و عدم تجربه در صیغه معاملات، در بیشتر حالات وی را مجبور به قبول شروط و پیشنهادهای عرضه کننده می‌کند.

#### ▲ و سخن آخر

اکنون که دولت تدبیر و امید گام در راه عقلانی کردن رویکردها و عملکرد سازمان‌های دولتی نهاده است، ضروری است که خردورزانه به ریشه تزییع حقوق مصرف کننده پرداخته شود و در عین حال ساز و کاری را سامان دهد که به صورت پویا از حقوق مصرف کننده پاسداری شود، که حاصل آن ارتقای سطح سلامت و رضامندی کل جامعه شود.

▲ **در این باره توصیه‌هایی چند به نظر می‌رسد که می‌تواند تا حدود زیادی کارساز باشد:**

- فراخواندن و حمایت از حضور کارآمد سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حفظ

حقوق مصرف کننده.

- مبارزه با انحصارگری ناموجه در عرصه‌های تولید و تجارت.

- گسترش زمینه و الزامات رقابت سالم در تجارت و تولید.

- ساماندهی استانداردها و ترویج روش‌هایی که ارزیابی کیفیت کالاها را برای مصرف کنندگان شفاف‌سازی کند.

- کارآمد و پاسخگو کردن مراجع مسئول رسیدگی به شکایات زیان دیدگان و مواخذه متخلفان.

- روان‌سازی کارها و حذف باز کاری‌ها، زیرا هزینه‌های فرآیندهای کم‌بازده نهایتا از جیب مصرف کننده پرداخت خواهد شد. - افزایش آگاهی جامعه از جنبه‌های فنی و حقوقی حقوق مصرف کننده.

چنانچه اشاره شد، رویکردها و سیاست‌ها باید به گونه‌ای بازنگری شود تا بخش اندکی از وظایف و عملکرد دستگاه‌های مسئول حفظ حقوق مصرف کنندگان، متوجه برخورد با متخلفان که ظاهرا آسان

ولی در واقع کم‌بازده و ناکارآمد است، شود و بیشترین دغدغه و هم آنها معطوف به استقرار شیوه‌هایی شود که در آن حقوق مصرف کننده به صورت ساختاری تامین شود.