

建立和完善消费者权益保护的民间组织体系

日期: 2003-03-26 作者: 陈树文 仲维良 阅读: 409

建立和完善消费者权益保护的民间组织体系

陈树文 仲维良

保护消费者权益,是市场经济发展过程中提出的一个重大社会问题。随着消费者权益保护法等法律法规的实和消费者保护组织的建设以及“3.15”消费者权益宣传活动的深入发展,消费者权益保护意识和保护能力日益增强。但是,现在市场上假冒伪劣产品仍屡禁不止,消费者团购买、使用商品和接受服务而受到损害的现象司空见惯,这表明消费者权益保护工作任重道远。

在市场上,生产者、经营者和消费者都是地位平等的谋求经济利益的当事人,生产经营者的目标是实现利润最大化,消费者的目标是实现效用最大化,二者的目标是通过一方符合另一方意志行为的交易过程来实现的。但是,在市场交易竞争活动中,生产经营者是以组织化的企业或企业集团形式出现的,而消费者则是“为了个人目的购买或者使用商品和接受服务的个体社会成员”,也就是分散的、单个的自然人。按照产业组织理论的揭示,组织化的企业比单个的自然人具有极大的竞争强势。所以在市场竞争中,消费者是处于弱势地位。消费者不得不经常丧失自己的意志,屈从生产经营者的不平等交易条件。消费者不仅不能通过购买和消费产品和服务实现追求效用最大化的目的,还要承担自身经济利益上的损失。在我国改革后实行的“分灶吃饭”的财政体制使各级地方政府不仅是国家权力机关,而且具有独立的经济利益。那个地方企业利润多,地方的财政收入也多,地方政府的政绩也大。有些地方政府为了自身的利益,不仅不打击“假冒伪劣”等侵害消费者权益的行为,相反对本地生产、经销“假冒伪劣”的问题不管不问,甚至支持和纵容。这种地方保护主义更加剧了生产经营者的强势和消费者的弱势。还有,生产经营者和消费者在市场交易竞争中,生产经营者通晓商品的技术、了解市场行情,具有操纵消费者的强势;消费者则缺乏购买商品或服务的相关知识,特别是随着生产的不断发展和商品交换规模的日益扩大,商品的品种、规格层出不穷,消费者对各种商品质量、性能及使用方法等方面了解的程度和准确性大大削弱,在这种情况下消费者不得不依赖于经过生产经营者加工过的产品广告等促销诱导信息,从而使消费者的主权受到了更大限制,自然就处于被操纵的弱势,利益不断受到侵害。改革开放以来,我国开始重视消费者权益的保护工作,明确规定:保护消费者的合法权益是各级人民政府应尽的职责。还建立了由工商行政管理部门、技术质量监督部门、物价部门、卫生部门等组成的消费者权益保护系统,受理消费者提出的申诉和进行行政救济。1993年我国通过了《消费者权益保护法》,在此基础上形成了《产品质量法》、《反不正当竞争法》、《广告法》、《商标法》、《食品卫生法》、《药品管理法》、《计量法》、《环境保护法》等构成的法律保护系统,依法保护消费者的权益。这两个行政和法律系统的共同作用,对规范生产经营者的行为。保护消费者的权益发挥了积极的作用。但是,这两个消费者权益的保护系统也有它的局限性:

(1) 保护的事后性。这两个保护系统是以法律和行政的强制力为依托,对损害消费者权益的行为既成事实才采取的消极保护方式。(2) 保护的有限性。消费者权益法律是对侵害消费者权益行为的最一般、最下限的规定,而大量的“不合理但并不违法”的侵害消费者权益的行为是难以追究或不足以追究法律责任的。(3) 保护的有限性。由于分散的消费者面对有组织的生产经营企业打官司,投诉费用高,诉讼风险大,投诉的预期效益低,赔付金额少,加之没有“标额”投诉法庭和举证的艰难,也影响了消费者的诉讼能力和愿望,许多因侵权而受害的消费者往往忍气吞声,自认倒霉。(4) 保护的随意性。消费者权益受损的纠纷、争议和矛盾虽然很多,但绝大部分没有或不可能法庭相见,往往更多地是运用行政手段通过行政机构协调和处理。有的执法人员缺乏职业道德或为金钱所收买,就可能玩忽职守,对消费者的投诉置之不理或拖着不办。地方保护主义对侵犯消费者权益者庇护、姑息、纵容也不断发生。在西方一些主要资本主义国家,起初也只是采取行政和法律手段来保护消费者权益,但由于种种原因仍不时出现顾此失彼的问题。为此消费者通过各种途径纷纷自己组织起来,为了维护自身的权益与生产经营企业进行抗衡,配合官方对它们的市场经营活动进行监督。1936年世界上第一个消费者自我保护的民间组织——“美国消费者联盟”在美国诞生。此后,一场旨在保护自己的权益,改善其地位的消费者运动在世界各地轰轰烈烈地兴起,各类消费者组织也蓬勃发展,对市场上的不正当经营活动具有很大的威慑作用,使得生产经营者不得不刮目相视。我国的《消费者权益保护法》第12条明确规定:“消费者享有依法成立维护自身合法权益的社会团体的权利。”这是法律赋予消费者自我保护的特殊权利。消费者权益民间保护组织就是由消费者依法成立的旨在维护自身合法权益的社会团体。这些组织不是直接消费主体,不是商品生产经营主体,也不是国家政权机关,不是政府职能的变异,它是整合生产经营者和消费者的衔接与联系,使之成为一个和谐整体的社会性民间组织。保护消费者的合法权益是消费者组织的宗旨,消费者组织的一切活动都以维护消费者的合法权益为其出发点,并始终围绕这一中心而活动。我国的消费者权益保护的民间组织体系基本构架应该有四个层次:第一个是主体层次。消费者协会是我国消费者权益民间保护体系的主体,在法律许可和政府支持下,中国消费者协会及地

标题 搜

<<< 推荐新闻:

- ◆ 关于举办“提高科技自...
- ◆ 关于公布“知识产权创...
- ◆ 征稿、征订启事
- ◆ 重要消息:山东省科技...
- ◆ 面向理事单位征稿通知
- ◆ 杂志理事单位名单
- ◆ 管理箴言

<<< 阅读排行:

- ◆ 杂志理事单位名单
- ◆ 会计信息失真问题的思...
- ◆ 以知识管理为核心的人...
- ◆ 价值链管理与作业成本...
- ◆ 征稿、征订启事
- ◆ 新世纪企业管理的总体...
- ◆ 管理箴言
- ◆ 重要消息:山东省科技...
- ◆ 管理箴言
- ◆ 太阳纸业2002年度...

过刊查询
山东软科学



方名级消费者协会相继成立。全国各级消费者协会大约3000多个，在履行向消费者提供消费信息、咨询服务和宣传教育；沟通政府与消费者的联系，参与政府有关部门对商品和服务的监督、检查，就有关消费者权益问题向政府有关部门反映、查询、建议；受理消费者的投诉，并对投诉事项进行调查、调解，涉及商品和服务质量问题，提请鉴定部门鉴定，并告知鉴定结论；就损害消费者合法权益的行为，支持消费者提起诉讼或转交政府有关行政机关处理对损害消费者合法权益行为，通过大众传播媒介予以揭露、批评等职能方面发挥了积极作用，为消费者维权提供了最核心的组织保证。第二个是辅助层次。消费者民间保护组织仅有消费者协会是很不够的，还应该建立对消费者协会起辅助作用的其他各种类型的消费者民间组织。根据世界范围消费者权益保护发展新趋势，在强化法律和政府部门对消费者权益进行保护的同时，也进一步加强以消费者协会为主体的消费者权益保护民间组织体系的建设，而且在有些国家，其他类型的消费者权益保护民间组织已经发展成为一种职业性的组织，也发挥了越来越重要的作用。其他消费者民间组织是指消费者协会系统之外其他消费者民间组织，如消费者组织联合会，消费者事务协调处理会，在社区、学校、医院、机关、企事业单位设立的各种类型的民间消费者权益保护组织等。这些组织的主要任务，是受理消费者的申诉；给消费者提供咨询；对不法生产经营者进行起诉Z代理消费者进行索赔和谈判；通过自己的检验机构，对产品质量进行鉴定并做出书面鉴定报告；通过自己办的报刊杂志，公布一些不正当交易和竞争的违法行为；为政府提供建议等。

第三个是支持层次。这就是指为消费者民间保护组织开展活动提供基金支持和智力支持的社会团体，如消费者保护基金会，消费者保护法学研究会、消费者研究会等。这些消费者组织的任务主要是筹措和建立一定量的基金，支持消费者民间保护组织处理消费者权益保护的事务，支持弱小的消费者，特别是农民消费者解决与生产经营者的争端和诉讼所需要的费用；研究消费者权益保护法及其相关法律法规知识，使广大消费者掌握维权、投诉、诉讼等相关程序、内容和要求，提高消费者维权意识和维权能力；抓住绿色消费、科技创新、经济全球化、网络经济发展给消费者权益保护带来的新情况、新问题，不断地探索、研究，提高消费者组织维护消费者合法权益的能力和前卫性。

第四个是社会层次。消费者合法权益的保护是全社会的共同责任，赋予其他的一些社会团体如合作经济协会、公共关系协会、质量管理协会、老年人协会、残疾人协会等一定的保护消费者权益的职能，接受消费者的投诉，进行市场监督、检查，评议商品和服务，开展消费者权益保护宣传，这就使消费者民间保护组织体系更具有了社会性，进而形成和营造良好的维护消费者合法权益的社会氛围和监督机制。口(作者单位：大连理工大学)(2002年第五期管理百业栏目)

【目前共有0篇对该新闻的评论】

【发表评论】