

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

نقش سازمان های غیردولتی در حمایت از
حقوق مصرف کننده در کشور



مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

WWW.ITSR.IR

- سرشناسه : مصطفی منتقمی، فروغ، ۱۳۳۶ -
- عنوان و نام پدیدآور : نقش سازمان‌های غیر دولتی در حمایت از حقوق مصرف‌کننده در کشور/ فروغ مصطفی منتقمی.
- مشخصات نشر : تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۹۱.
- مشخصات ظاهری : ۱۵۵ ص.
- شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۹-۴۰۰-۴
- وضعیت فهرست‌نویسی : فیا
- یادداشت : کتابنامه.
- موضوع : مصرف‌کنندگان--ایران--حمایت
- موضوع : سازمان‌های غیردولتی--ایران
- موضوع : مصرف‌کنندگان--حمایت
- شناسه افزوده : موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی
- رده بندی کنگره : HC ۴۸۰/م ۶۶۴ ۱۳۹۱
- رده بندی دیویی : ۳۴۰.۹۵۵/۲۸۱
- شماره کتابشناسی ملی : ۲۸۱۳۲۹۱

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۹-۴۰۰-۴

نام کتاب: نقش سازمان‌های غیردولتی در حمایت از حقوق مصرف‌کننده در کشور

پدیدآورنده: فروغ مصطفی منتقمی

ناظر علمی: مسعود طارم‌سری

اصلاح و صفحه‌آرایی: سولماز دمندانی

چاپ اول: ۱۳۹۱

شمارگان: ۳۰۰ نسخه

قیمت: ۴۰۰۰۰ ریال

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

ناشر: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

تمام حقوق برای ناشر محفوظ است.

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از بلوار کشاورز، شماره ۱۲۰۴، تلفن: ۶۶۹۳۹۳۲۹

وبسایت: www.itsr.ir

پست الکترونیکی: info@itsr.ir

پیشگفتار

سازمان‌های غیردولتی یا تشکلهای مردمی عبارت‌اند از سازمان‌هایی غیرسیاسی که با کوشش آزادانه و داوطلبانه افراد، خارج از ساختار دولتی برای دستیابی به اهداف مشخص غیرانتفاعی، مانند هدف‌های عام‌المنفعه سازماندهی و ثبت می‌شوند و به صورت قانونمند، مشارکتی و در چارچوب قوانین و مقررات ناظر بر آن‌ها در کشور محل تأسیس خود، فعالیت می‌کنند. گروهی از این سازمان‌ها برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در عرصه‌های مختلف، از جمله استیفای حقوق آنان تشکیل می‌شوند. اهمیت موضوعاتی از قبیل تقویت روحیه مشارکت در مردم و افزایش مسئولیت‌پذیری آن‌ها به منظور استفاده از مشارکت سازمان‌یافته مردمی در دستیابی به اهداف توسعه‌ای کشور و ضرورت بهره‌گیری از توانمندی‌های موجود در تشکلهای مردمی برای کوچک‌ساختن دولت تا حدی که تنها به اعمال حاکمیت پردازد، موجب شد در قوانین و مقررات کشور از جمله قانون برنامه سوم توسعه، قانون برنامه چهارم توسعه کشور و قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ ایجاد تسهیلاتی برای تأسیس سازمان‌های غیردولتی غیرانتفاعی و حضور آن‌ها در عرصه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی مورد توجه قرار گیرد و مقرراتی در این زمینه وضع گردد. بر اساس مفاد قانون مزبور، انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان تشکلهای غیرانتفاعی، غیردولتی و دارای شخصیت حقوقی مستقل هستند که پس از ثبت در وزارت صنعت، معدن و تجارت رسمیت می‌یابند. این قانون وظایفی به شرح زیر را برای انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان بر شمرده

است: آگاه‌سازی مصرف‌کنندگان از طریق رسانه‌های گروهی و ارتباط جمعی؛ انتشار نشریه؛ برگزاری مصاحبه و همایش و تشکیل دوره‌های آموزشی عمومی و تخصصی؛ ارائه نظرات مشورتی و همکاری با دستگاه‌های ذی‌ربط اجرایی برای اجرای مؤثر مقررات مربوط به حقوق مصرف‌کنندگان؛ بررسی شکایات و ارائه خدمات مشاوره‌ای و حقوقی به مصرف‌کنندگان و ارجاع دعاوی مصرف‌کنندگان به مراجع ذی‌ربط در صورت درخواست خوانان. ویژگی‌های انجمن‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مانند برخورداری از ساختار تشکیلاتی ساده و فارغ بودن از سلسله مراتب اداری، پیچیدگی و دیوان‌سالاری موجود در سازمان‌ها و ادارات دولتی باعث می‌شود دستیابی به حمایت از حقوق مصرف‌کننده از طریق فعالیت‌های ذکر شده با سرعتی بیشتر و کارایی بالاتر از کارایی سازمان‌های دولتی تحقق یابد. از سوی دیگر از طریق سپردن تدریجی برخی از امور مربوط به حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و حفظ منافع آن‌ها به تشکل‌های مردمی و استفاده از نقش این سازمان‌ها در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان کشور در عرصه‌های گوناگون، گام‌هایی در جهت کاهش بار مسئولیت سازمان‌های دولتی و کوچک‌سازی دولت به منظور پرداختن به اعمال حاکمیت طی گردد. علاوه بر آن با پذیرفته شدن کشور ما در سازمان تجارت جهانی به عنوان عضو ناظر و الحاق ایران به این سازمان طی سال‌های آینده، ابعاد جدیدی از حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مانند رویارویی با مخاطرات ناشی از گسترش روند جهانی شدن بر آنان از قبیل ترویج الگوهای مصرف خاص از سوی عرضه‌کنندگان قدرتمند در کشور نیز مورد توجه قرار گرفته و بر اهمیت نقش سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده افزوده است. طی سال‌های اخیر به منظور رفع کاستی‌های موجود در زمینه حمایت از حقوق مصرف‌کننده در کشور، تحقیقاتی با رویکرد حمایت از حقوق مصرف‌کننده در موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی انجام شده و یافته‌های حاصل از آن‌ها منتشر شده است. در این راستا و با توجه به اهمیت بهره‌گیری از فواید حاصل از اقدامات سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق

مصرف کننده، تحقیق دیگری با عنوان «نقش سازمان‌های غیردولتی در حمایت از حقوق مصرف کننده در کشور» در موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی اجرا شده است. با این امید که انتشار یافته‌های این تحقیق برای رفع کاستی‌های موجود در زمینه استفاده از نقش سازمان‌های غیردولتی در حمایت از حقوق مصرف کننده و ارتقای سطح حمایت از مصرف کنندگان در کشور مفید باشد.

در پایان از سرکار خانم فروغ مصطفی‌منتقمی پدیدآورنده این کتاب و آقای مسعود طارم‌سری ناظر طرح و همچنین همکاران شرکت چاپ و نشر بازرگانی که با تلاش گروهی آنان در مراحل مختلف، تهیه و انتشار گزارش تحقیق این کتاب میسر شده است، تشکر و تقدیر می‌شود.

مهدی فتح‌اله

رئیس موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
مقدمه	ط
فصل اول: کلیات راجع به سازمان‌های غیردولتی و حمایت از حقوق مصرف‌کننده	
مقدمه	۱
۱- ماهیت و ساختار «سازمان‌های غیردولتی»	۲
۱-۱- تعریف سازمان غیردولتی	۲
۲-۱- بررسی مبانی نظری و حقوقی تأسیس و علل شکل‌گیری سازمان‌های غیردولتی	۳
۳-۱- انواع سازمان‌های غیردولتی و مشخصات کلی آن‌ها	۸
۴-۱- ویژگی‌های مشترک و مزایای سازمان‌های غیردولتی	۱۳
۲- سازمان‌های غیردولتی در حقوق ایران و وضعیت این سازمان‌ها در کشور	۲۰
۱-۲- تأسیس سازمان‌های غیردولتی مطابق قوانین و مقررات جمهوری اسلامی ایران	۲۲
۲-۲- مقررات مندرج در آیین‌نامه اجرایی تأسیس و فعالیت سازمان‌های غیردولتی	۲۳
۳-۲- وضعیت سازمان‌های غیردولتی در کشور	۳۶
۳- مفهوم حمایت از حقوق مصرف‌کننده و جنبه‌های مختلف حقوق مصرف‌کننده	۳۷
۱-۳- مفهوم مصرف‌کننده	۳۸
۲-۳- مفهوم حقوق مصرف‌کنندگان و حمایت از حقوق مصرف‌کننده	۳۹
۳-۳- تعریف مصرف‌کننده در قوانین ایران	۴۰
۴-۳- بررسی علل عمده حمایت از حقوق مصرف‌کننده با استفاده از سازوکارهای مختلف ..	۴۳
۵-۳- لزوم شناسایی حقوق مصرف‌کننده و آثار اجتماعی، اقتصادی و حقوقی ناشی از آن	۴۶

۳-۶- حقوق اساسی مصرف‌کننده ۴۸

فصل دوم: فعالیت‌ها و نقش‌های مختلف سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق

مصرف‌کننده ۶۲

۱- فعالیت‌ها و نقش‌های سازمان‌های غیردولتی در زمینه حمایت از حقوق

مصرف‌کننده ۶۲

۱-۱- اقدامات پیش‌بینی شده برای سازمان‌های غیردولتی در حقوق ایران ۶۳

۱-۲- فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در ایران ۷۱

۱-۳- فعالیت‌ها و نقش‌های سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده ۷۵

۱-۴- موانع و مشکلات فراروی تأسیس و گسترش فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی ۸۸

فصل سوم: سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در کشورهای

منتخب ۹۶

۱- وضعیت و نقش سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در ترکیه ۹۶

۲- سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در مالزی و اهداف و

فعالیت‌های آن‌ها ۱۰۰

۳- سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در هند، اهداف و

فعالیت‌های آن‌ها ۱۰۲

۴- سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در آمریکا ۱۰۶

۴-۱- فعالیت‌های عمده سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در آمریکا ۱۰۶

۴-۲- فعالیت‌های «اتحادیه مصرف‌کنندگان» ۱۰۸

۴-۳- نقش‌ها و فعالیت‌های «فدراسیون مصرف‌کنندگان آمریکا» ۱۱۳

۵- سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در اتحادیه اروپایی ۱۱۵

۵-۱- اهداف و فعالیت‌های «اتحادیه ملی مصرف‌کنندگان» انگلستان ۱۱۹

۵-۲- اهداف و اقدامات «انجمن مصرف‌کنندگان» انگلستان ۱۲۰

فصل چهارم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها ۱۲۴

۱- نتیجه‌گیری ۱۲۴

(۱) ویژگی‌های سازمان‌های غیردولتی و فواید حاصل از فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی

حمایت از حقوق مصرف‌کننده ۱۲۴

(۲) مهم‌ترین نقش‌ها و اقدامات سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده ۱۲۵

۳) مشکلات و موانع موجود برای تأسیس سازمان های غیردولتی در کشورهای در حال

توسعه ۱۲۶

۲- پیشنهادها ۱۲۸

۱) فرهنگ سازی برای گسترش فعالیت های سازمان های غیردولتی و تغییر دیدگاه های منفی

موجود در دولتمردان نسبت به سازمان های غیردولتی ۱۲۹

۲) مساعدت لازم از سوی دولت برای تأسیس و فعالیت سازمان های غیردولتی از جمله

انجمن های حمایت از حقوق مصرف کننده و انجمن علمی حمایت از حقوق

مصرف کننده ۱۳۰

۳) تصویب قانونی جامع راجع به سازمان های غیردولتی ۱۳۰

۴) استفاده از اطلاعات و تجربیات کارشناسان و متخصصان در زمینه های مرتبط با تأسیس

سازمان غیردولتی حمایت از حقوق مصرف کنندگان ۱۳۱

۵) حفظ سوابق اقدامات انجام شده و تهیه فهرستی از آن ها ۱۳۲

۶) اعتمادسازی در درون سازمان و خارج از آن ۱۳۲

۷) تلاش برای تقویت انگیزه های اعضای سازمان غیردولتی و حفظ عضویت آن ها ۱۳۳

۸) تلاش در جهت جذب افراد علاقه مند و داوطلب ۱۳۳

۹) برقراری ارتباط با سازمان های دولتی، مؤسسات عمومی، نهادها و افراد مرتبط با حقوق

مصرف کنندگان ۱۳۳

۱۰) برنامه ریزی برای گسترش فعالیت های سازمان و ارتقای سطح آن ها ۱۳۳

۱۱) ایجاد ارتباط با سازمان های غیردولتی مشابه و سایر سازمان های غیردولتی فعال در زمینه

موضوعات مرتبط با حقوق مصرف کننده مانند سازمان های حامی محیط زیست یا

سازمان های علاقه مند به ایجاد الگوهای مصرف پایدار ۱۳۴

۱۲) ارائه برخی از خدمات مورد نیاز به مصرف کنندگان در حیطه های مربوط به فعالیت های

سازمان غیردولتی با دریافت حق الزحمه ۱۳۴

۱۳) ایجاد مراکز اطلاع رسانی یا کمیته هایی در سازمان غیردولتی برای اطلاع رسانی به

مصرف کنندگان راجع به موضوعات مختلف ۱۳۵

منابع و مراجع ۱۳۶

الف- منابع فارسی ۱۳۶

ب- منابع انگلیسی ۱۳۷

ج- اینترنت ۱۳۷

د- قوانین و مقررات ۱۴۲

مقدمه

سازمان‌های غیردولتی با استفاده از مشارکت مردمی در تحقق اهداف کشورها مانند حمایت از اقشار آسیب‌پذیر اجتماعی، کمک‌رسانی به نیازمندان و ارتقای سطح آگاهی گروه‌های مختلف مردم و دستیابی به توسعه نقش‌های کلیدی ایفا می‌کنند. این سازمان‌ها تحت تأثیر عواملی مانند شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، جغرافیایی و تاریخی ملت‌ها شکل گرفته‌اند و با برخورداری از ویژگی‌هایی متناسب با عوامل ذکر شده در عرصه‌های گوناگون به ایفای نقش پرداخته‌اند. تشکیل گروه‌های داوطلب مردمی به گذشته‌های دور بازمی‌گردد. این گروه‌ها از دیرباز با حضور افراد علاقه‌مند و نیکوکار در مناطق مختلف ایجاد شده‌اند و برای امداد رسانی و کمک به اقشار آسیب‌دیده و نیازمند فعالیت داشته‌اند. با بروز تحولات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در دنیا و طرح نیازهای جدید در جامعه بشری، برای پاسخ‌گویی به نیازهای موجود، گروه‌های کوچک محلی و ملی به صورت انجمن‌ها و موسسات شکل یافته سازمان‌دهی شدند و در عرصه‌های گوناگون به ایفای نقش پرداختند. این تشکله‌ها به مرور زمان در برخی از کشورها به صورت بازیگرانی قدرتمند در کنار دولت‌ها ظاهر شده و با اقدامات خود بر سیاست‌گذاری‌های آن‌ها تأثیرگذار بوده‌اند. با ایجاد مفهوم حقوق شهروندی در جوامع مدرن، طرح تکالیف دولت در قبال مردم و ناتوانی دولت‌ها در تأمین منافع برخی از گروه‌های اجتماع، فعالیت سازمان‌های غیردولتی اهمیت خاصی یافت. این سازمان‌ها به صورت خودجوش و داوطلبانه برای مقابله با معضلاتی مانند فقر، افزایش جمعیت و تخریب محیط‌زیست تأسیس شدند. اما اقدامات و

موضوعات مورد توجه آن‌ها طی سه دهه اخیر افزایش و اهمیت چشم‌گیری یافت. سازمان‌های غیردولتی را با استفاده از معیارهای مختلف مانند نوع و موضوع فعالیت و سطوح عملیاتی آن‌ها به انواع مختلف تقسیم می‌کنند. این سازمان‌ها با استفاده از سرمایه اجتماعی و مشارکت مردم، به عنوان بخش سوم جامعه در کنار بخش‌های دولتی و خصوصی در عرصه‌های مختلف حضور دارند و برای دستیابی به اهداف خود فعالیت می‌کنند. هدف گروهی از سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان است. اهمیت تقویت روحیه مشارکت در مردم و افزایش مسئولیت‌پذیری آن‌ها و استفاده از مشارکت سازمان‌یافته مردمی برای دستیابی به اهداف توسعه‌ای کشور موجب شده است در قانون برنامه سوم توسعه و همچنین قانون برنامه چهارم توسعه کشور به ایجاد تسهیلات قانونی برای تأسیس سازمان‌های غیردولتی و حضور آن‌ها در عرصه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی توجه شود و مقرراتی در این زمینه وضع گردد. ماده (۱۸۲) قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور مصوب ۱۳۷۹/۱/۱۷ وزارت کشور را مکلف نموده است با رعایت قوانین نسبت به تهیه طرح‌های مربوط به ایجاد و تقویت تشکل‌های مردمی (صنفی-تخصصی)، سازمان‌های غیردولتی و سازمان‌های محلی با هدف زمینه‌سازی برای واگذاری اعمال تصدی دولت به آن‌ها و تقویت نظارت‌های سازمان‌یافته مردمی بر فعالیت‌های دستگاه‌های دولتی اقدام نماید و پس از تصویب هیات وزیران آن‌ها را اجرا کند. ماده (۹۸) قانون برنامه چهارم توسعه مصوب ۱۳۸۳/۶/۱ نیز دولت را مکلف نموده است برای حفظ و ارتقای سرمایه اجتماعی، رضایت‌مندی عمومی و گسترش نهادهای مدنی طی سال اول برنامه اقداماتی را انجام دهد و بند (و) ذیل ماده مزبور دولت را ملزم ساخته است با اعمال سیاست‌های تشویقی، امکان گسترش کمی و کیفی نهادهای مدنی را فراهم کند. از سوی دیگر با پذیرفته شدن کشور ما در سازمان تجارت جهانی به عنوان عضو ناظر و الحاق ایران به این سازمان طی سال‌های آینده، ابعاد جدیدی از حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در کشور مورد توجه قرار گرفته و بر اهمیت نقش سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده افزوده است مانند رویارویی با مخاطرات ناشی

از گسترش روند جهانی شدن و پیامدهای توسعه فضای رقابتی بر مصرف کنندگان. بنابراین، انجام تحقیقی برای یافتن موانع موجود در زمینه تأسیس و گسترش فعالیت سازمان‌های غیردولتی و ارائه راهکارهایی برای تسهیل و گسترش فعالیت‌های این سازمان‌ها می‌تواند به ایجاد پوشش‌های حمایتی مناسب با فضای کنونی تجارت بین الملل برای مصرف کنندگان کشور کمک کند و برای توسعه مشارکت سازمان‌یافته علاقه‌مندان به حمایت از حقوق مصرف کنندگان مورد استفاده قرار گیرد. با توجه به اهمیت استفاده از ظرفیت‌های مردمی و توانمندی موجود در سازمان‌های غیردولتی برای حمایت از حقوق مصرف کنندگان و لزوم سیاست‌گذاری مناسب در کشور برای بهره‌گیری از نقش این سازمان‌ها در جهت حمایت از حقوق مصرف کنندگان و گسترش و ارتقای نقش مزبور، این کتاب برای انجام مطالعه‌ای تطبیقی درباره سازمان‌های غیردولتی و بررسی نقش آن‌ها در حمایت از حقوق مصرف کننده و مباحث مربوط به این موضوعات و پاسخ‌گویی به پرسش‌های زیر اجرا شده است:

مفهوم و تعریف سازمان غیردولتی چیست؟ سازمان‌های غیردولتی چه ویژگی‌هایی دارند؟ سازمان‌های غیردولتی چه نقش‌هایی را در جوامع برعهده دارند؟ فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی چه فوایدی دارد؟ آیا سازمان‌های غیردولتی می‌توانند برای حمایت از حقوق مصرف کنندگان نقش موثری ایفا کنند؟ مقررات حاکم بر سازمان‌های غیردولتی در کشور چیست؟ با استفاده از تجربیات سایر کشورها چه اقداماتی برای تسهیل فعالیت سازمان‌های غیردولتی برای تقویت نقش این سازمان‌ها در جهت حمایت از حقوق مصرف کنندگان ضرورت دارد؟

برای انجام مطالعات مربوط به این طرح که به شیوه تحلیلی و تطبیقی انجام شده است منابع کتابخانه‌ای در دسترس و اطلاعات دریافت شده از طریق اینترنت بررسی شده است. علاوه بر آن قوانین و مقررات جاری کشور راجع به سازمان‌های غیردولتی و وضعیت سازمان‌های غیردولتی در ایران و نقش‌ها و فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی ملی حمایت از حقوق مصرف کننده در ترکیه، مالزی، هند، ایالات متحده آمریکا و اتحادیه اروپایی نیز

مورد مطالعه قرار گرفته است. یافته‌های حاصل از اجرای این تحقیق برای پاسخ‌دادن به پرسش‌های مطرح شده و استفاده از تجربه‌های مربوط به فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در کشورهای منتخب برای تأسیس و فعالیت این نوع سازمان‌ها در ایران و استفاده از نقش آن‌ها در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در کشور، در چهار فصل به شرح زیر ارائه شده است. در فصل اول کلیات راجع به سازمان‌های غیردولتی، حمایت از حقوق مصرف‌کننده، قوانین و مقررات ناظر بر این سازمان‌ها و وضعیت سازمان‌های غیردولتی در ایران مورد بررسی قرار گرفته است. فصل دوم به بررسی فعالیت‌ها و نقش‌های مختلف سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده و مشکلات موجود در برابر این سازمان‌ها پرداخته است. در فصل سوم نقش‌ها و فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در کشورهای منتخب مورد مطالعه قرار گرفته و در فصل چهارم نتیجه‌گیری و توصیه‌های حاصل از اجرای طرح ارائه شده است.

با این امید که انتشار یافته‌های حاصل از این کتاب برای ایجاد پوشش‌های حمایتی مناسب با شرایط کنونی تجارت بین‌الملل برای مصرف‌کنندگان کشور، به خصوص اقشار آسیب‌پذیر اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد.