

ایزو و مصرف کنندگان



- زمانی که محصول نهایی الزامات مصرف کننده را برآورده کند، هم مصرف کننده هم تولید کننده یا خدمات دهنده را در موقعیت برنده قرار می دهند.
- استانداردهای ایزو از توسعه و تجارت کالاها و خدماتی که انتظارات مصرف کنندگان را از منظر ایمنی و سلامت، متناسب بودن با هدف، حفاظت از محیط زیست و سایر قابلیت ها را برآورده سازند، پشتیبانی می کند.
- نمایندگان مصرف کنندگان در توسعه استانداردهای ایزو مشارکت کرده و به تعیین ویژگی های محصول که نیازهای مصرف کننده را برآورده می کند، کمک می کنند.

مشارکت دادن علائق مصرف کننده در استانداردسازی به اعتمادسازی در کالاها و خدمات توسعه یافته مطابق با ویژگی ها منجر می شود و این اطمینان را به وجود می آورد که کالاها و خدمات مطابق را نیازهای مصرف کننده نهایی تهیه شده اند.

زمانی که یک محصول بخشی از یک قطعه یا بخشی از یکی از تجهیزات صنعتی باشد یا جزو یکی از خدمات باشد، ممکن است یک استاندارد ایزو ویژگیهای اجرایی و ایمنی لازم را تعیین کند. در این صورت مصرف کننده نهایی می تواند یک سازنده یا متخصص خدمات باشد. اما در سایر موارد مصرف کننده نهایی متعلق به عموم جامعه است؛ یعنی مصرف کننده*. دامنه گسترده کالاها و خدمات مصرف کننده که تحت تاثیر استانداردهای ایزو هستند شامل موارد متعددی است، از جمله؛ دوچرخه، کالسکه بچه، کارتهای بانک، ایمنی محصولات مصرف کننده، خدمات پرداخت از طریق شبکه، فراخوان محصول و تجارت لب مرز کالاهای دست دوم. در نتیجه، موضوعات مصرف کننده در قلب برنامه ریزی های استراتژیک ایزو، منشور اخلاقی آن و وظیفه فعلی تدوین استاندارد است.



چرا ایزو برای اطلاعات ورودی مصرف کنندگان ارزش قائل است؟

ایزو به دنبال اطمینان نسبت به این موضوع است که استانداردهای این سازمان مرتبط با بازار هستند و نیازهای مصرف کننده نهایی را برآورده می کنند، بارها شده است که یک مصرف کننده در معرض عرضه جهانی روبه فزونی کالاها و خدمات قرار گرفته است.

خواه مصرف کنندگان کاربر مستقیم باشند یا نباشند، استانداردها اغلب با مفاهیم گسترده تری از محصولات و تجارت کالاها و خدمات نظیر موارد اخلاقی فعالیت های تولیدی، تاثیر بر محیط زیست، الزامات تغییر فناوری و سیستم ها در زمینه تهیه اطلاعات برای مصرف کنندگان یا توجه به شکایات آنها مواجه هستند.

* ایزو مصرف کننده را به عنوان یک فرد از عامه جامع معرفی می کند که کالا، دارایی یا خدماتی را با هدف شخصی، ایتباع کرده یا مصرف می کند.

چه چیزهایی برای مصرف کننده مهم

است؟

استانداردها اغلب مشخصات کالاها و خدمات و نیز روش اندازه گیری و آزمون آنها را تعیین می کنند. هدف نمایندگان مصرف کنندگان از تاثیر بر ویژگی های یک کالا یا خدمات، برآوردن سطح بالاتری از موارد مورد انتظار در آن کالا یا خدمات است، برخی از این موارد عبارتند از:

- کیفیت و قابلیت اعتماد
- حفاظت از ایمنی و سلامت
- سازگاری بین محصولات
- هماهنگی در حمل خدمات
- انتخاب بیشتر کالا و خدمات
- اطلاعات شفاف در مورد محصول
- رقابت منصفانه تر، و قیمت های کمتر برای مصرف کنندگان
- مناسب بودن محصولات برای گروه های در معرض آسیب (کودکان، افراد مسن)
- حفاظت از محیط زیست

چگونه ایزو شامل نظرات مصرف کنندگان

می شود

سازمان ایزو اطلاعات ورودی حاصل از نظرات مصرف کننده را در دو سطح سازمان داده و تشویق می کند:

- در زمینه تدوین استاندارد از طریق مشارکت سازمان ملی مربوط به آن مصرف کننده و سازمان بین المللی مصرف کننده
- در سطح سیاست گذاری از طریق مشارکت عضو ایزو در کمیته حمایت از مصرف کنندگان (ISO/COPOLCO). اعضای ISO/COPOLCO متشکل از سازمان های ملی استاندارد (NSBs) یا سازمان های مصرف کننده تحت اختیار NSBs است. همچنین ISO/COPOLCO نظرات کارشناسان صنایع و مراجع ذی صلاح عمومی را جلب می کند.

چالش اصلی افزایش مشارکت مصرف کننده در استانداردها و خط مشی در تمام سطوح به ویژه از سوی کشورهای در حال توسعه است. کارگاه های بین المللی سازمان های عضو

دو سازمان بین المللی که اعضای مرتبط با ISO/COPOLCO هستند عبارتند از سازمان بین المللی مصرف کنندگان (CI) و کمیته بین المللی برق و الکترونیک (IEC). همچنین ISO/COPOLCO با سازمان های دیگر بین المللی مصرف کننده همکاری دارد.

چگونه استانداردها از اطلاعاتی که توسط

مشتریان وارد می شود، سود می برند؟

زمانی که نمایندگان مصرف کنندگان در تدوین استانداردها مشارکت می کنند، قادر خواهند بود دورنمای ارزشمندی را ارائه دهند. آنها می توانند داده هایی را در زمینه ایمنی ارائه کرده و تضمین کنند که این داده ها به طور درستی مودر توجه قرار گرفته اند، همچنین مثالهایی از چگونگی استفاده (یا استفاده نادرست) واقعی از کالاها و خدمات ارائه کنند.



ISO/COPOLCO بروشورهای اطلاع رسانی را چاپ کرده و سایر مواد و برنامه های آموزشی را برای همین منظور فراهم می کنند.

بروشور ایزو با نام *صدای شما مهم است (Your voice matters)* دلایل لزوم مشارکت مصرف کنندگان در استانداردسازی و نحوه انجام این کار را توضیح می دهد.

ابزار آموزش از راه دور به نام مصرف کنندگان و استانداردها: مشارکت برای جهانی بهتر، منبع موجزی برای دسترسی به مراجع بیشتر فراهم می کند (ر.ک به

[www.iso.org/sites/consumersstandards/ind\(ex.htm](http://www.iso.org/sites/consumersstandards/ind(ex.htm)

مشارکت ایزو در موضوعات مربوط به

مصرف کننده

کمیته بین المللی برق و الکترونیک (IEC) که استانداردهایی را برای محصولات برقی فراهم می کند، به منظور تدوین راهنماهای ISO/IEC مرتبط با شمول حوزه های مرتبط با مصرف کننده در تدوین استانداردهای و تنظیم پیشنهادات در زمینه امور استانداردسازی های جدید در ISO/COPOLCO مشارکت می کند.

- محصولات مرتبط با کودکان و ایمنی اسباب بازیها
- لوازم مکانیکی پیشگیری از بارداری
- اطلاع رسانی بهداشتی
- امنیت اجتماعی
- نانوفناوری
- ایمنی تصاویر
- لوازم آرایش (روشهای آزمون محصولات ضد آفتاب)
- محصولات مراقبت از لنزهای تماسی

ابداعات با محوریت مشتری در سازمان ایزو

ISO/COPOLCO کارگاه بین المللی سالانه ای را برگزار می کند که بر موضوع مشتری مداری متمرکز است. این کارگاه منجر به دریافت پیشنهاداتی می شود که ایزو آن را در قالب کار جدید استانداردسازی به هیئت مدیره ارائه می کند، از جمله؛

- خدمات- نظیر استانداردسازی در صنعت گردشگری
- مسئولیت اجتماعی- دستورالعمل هایی در زمینه شیوه مدیریت اخلاقی

ISO/COPOLCO مشارکت نمایندگان مصرف کنندگان را در پروژه های استانداردهای در دست تدوین ایزو و IEC سازمان می دهد. حوزه های دارای اولویت عبارتند از؛

- موضوعات مربوط به ایمنی و عملکرد وسایل برقی خانگی
- خدمات (راهنماهای عمومی، گردشگری، خدمات مالی، تامین آب و دفع فاضلاب)
- موضوعات مربوط به ایمنی در برابر آتش
- کالاهای دست دوم
- افراد پیر و افراد ناتوان
- موضوعات زیست محیطی (مدیریت زیست محیطی، استفاده از انرژی، تغییرات آب و هوایی)
- ایمنی آب- پیشگیری از غرق شدن
- علائم گرافیکی و سیستم های اطلاع رسانی عمومی
- موضوعات مربوط به بازار جهانی (مجموعه قوانین رفتاری، اداره کردن شکایات، سیستم های حل منازعات، حریم خصوصی، فراخوان محصولات بازرگانی الکترونیک و خدمات پرداخت از طریق شبکه)

طور روزافزونی آزاد شده است. برنامه استانداردسازی ایزو فراتر از استانداردهای کالاهای سنتی گسترش یافته است و موضوعات اجتماعی نظیر محیط زیست، مسئولیت اجتماعی و استانداردسازی خدمات را نیز در بر می گیرد.



ایزو برای ذی نفعان ارزش قائل است. با فراهم کردن بازخورد با ارزش و یک "کنترل واقعی" برای مشخصاتی همچون ایمنی، بوم شناسی، قابلیت اعتماد، کارایی، سازگاری، خدمات مشتری، انتقال اطلاعات و قیمت منطقی، مشتریان در تضمین ارتباط جهانی ایزو و پاسخدهی به بازار نقش حیاتی ایفا می کنند.

- استانداردهای "خدمات مشتری": مجموعه قوانین رفتاری، اداره کردن شکایات، و سیستم های خارجی حل منازعات مشتریان
- دستورالعمل کلی - شرح خط مشی در زمینه مشارکت مشتری و نیازهای افراد پیر و کم توان
- دستورالعمل هایی برای استاندارد نویسان (جنبه های ایمنی، بسته بندی، اطلاعات کالا، راهنمای استفاده، علائم گرافیکی و تدارکات خدمات)
- موضوعات مشتریان در زمینه تجارت الکترونیک
- خدمات پرداخت از طریق شبکه
- فراخوان محصول
- ایمنی محصولات مصرفی
- تجارت لب مرز کالاهای دست دوم

در انتظار آینده: مصرف کننده و منافع

اجتماعی

با ظهور و ورود اینترنت و دیگر فناوریهای اطلاع رسانی و جهانی سازی، دسترسی به اطلاعات به

این دورا به یاد داشته باشید:

ISO Online: www.iso.org

ISO Café: www.iso.org/isocafe

مجله ای که باید خوانده شود:

ISO Focus+ (در ژانویه ۲۰۱۰ به بازار عرضه شد) خلاصه اطلاعاتی است از دامنه کامل استانداردهای ایزو، از جمله استانداردهای فنی، مدیریتی، بهترین عملکرد و ارزیابی انطباق و برای محصولات، خدمات، فرایندها، سیستم ها، مواد و تخصص ها. این مجله به زبان انگلیسی و فرانسه به چاپ می رسد.

www.iso.org/isofocus+

کمیته حمایت از مصرف کنندگان (ISO/COPOLCO)

اطلاعات فراوان، شامل انتشارات و مراجع مفید در بخش Consumer سایت ایزو به آدرس www.iso.org قابل دسترسی است.

دیپارتمان مرکزی ایزو:

International Organization for Standardization
1, chemin de la Voie Creuse, Case postale 56
CH-1211 Genève 20, Switzerland
Tel. + 41 22 749 01 11
Fax + 41 22 733 34 30
E-mail central@iso.org
Web www.iso.org