

چالش‌های الگوی کنونی حمایت از حقوق مصرف‌کننده و بایسته‌های الگوی ایرانی

صحیح جهت حمایت از مصرف‌کننده

وحید کریمی^۱، اکبر بشیری^۲، اباست پورمحمد^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۳۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۰۴

چکیده:

مصرف‌کننده و عرضه‌کننده به‌عنوان طرفین یک معامله دارای حق و حقوقی بوده که با توجه به عمومیت مصرف برخی کالا/خدمات در سطح کشور، حقوق مصرف‌کننده جزئی از حقوق شهروندی شناخته شده که دولت‌ها ملزم به حمایت از آن هستند. این پژوهش به روش تحلیلی-توصیفی انجام شده است. سؤال پژوهش اینکه نقاط قوت و ضعف رویه کنونی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در کشور چیست و راهکارهای ارتقای آن به چه صورت است؟ از زمان تصویب قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده زمان زیادی نگذشته و بسیاری از مصادیق حقوق مصرف‌کننده در آن ذکر نشده است. اسناد اجرایی این قانون نیز در خصوص مسئولیت‌ها چندان صراحت ندارند. مسئولیت‌های مدنی و کیفری به‌صراحت در قانون مشخص نشده و در بخش اجرا، مسئولیت نهادهای مختلف یا به درستی تعیین نشده یا با یکدیگر تعارض دارد. از طرف دیگر ظرفیت اقتصادی کشور ما به‌گونه‌ای است که می‌بایست جایگاه حمایت از تولید داخلی نیز در الگوی مذکور پررنگ بوده که گاه با حقوق مصرف‌کننده در تعارض است. ماحصل بحث آنکه برای حمایت صحیح از حقوق مصرف‌کننده، در قدم نخست رشد اقتصادی نیاز است که به‌تبع آن افزایش کیفیت محصولات توجیه‌پذیر باشد. در نهایت با اصلاح قانون مصوب سال ۱۳۸۸ و آئین نامه اجرایی آن، مسئولیت نهادهای مختلف من جمله وزارت دادگستری، سازمان ملی استاندارد، وزارت صمت و قوه قضائیه به‌صراحت و با ذکر جزئیات مشخص شود. در این صورت می‌توان با اجرای الگوی صحیح، حقوق مصرف‌کننده و تولیدکننده توأمان رعایت خواهد شد. ایجاد مسئولیت برای شرکت‌های تولیدی و توزیعی، به واسطه قوانین داخلی مصوب خود، بهترین راهکار برای حمایت از حقوق مصرف‌کننده می‌باشد.

واژگان اصلی: چالش‌های حقوق مصرف‌کننده، حقوق شهروندی، حمایت، حقوق ایران، اسناد بین‌المللی.

۱. دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، واحد مراغه، دانشگاه آزاد اسلامی، مراغه، ایران

۲. استادیار، گروه حقوق خصوصی، واحد مراغه، دانشگاه آزاد اسلامی، مراغه، ایران (نویسنده مسئول)

bshyryakbr3@gmail.com

۳. استادیار، گروه حقوق خصوصی، واحد مراغه، دانشگاه آزاد اسلامی، مراغه، ایران

۱- مقدمه و بیان مسئله

در هر معامله، خریدار و فروشنده دارای حق و حقوقی بوده که این مهم از ابتدای خلقت انسان حسب عرف اجتماعی شکل گرفت. بعدها با ظهور ادیان الهی، تعالیم الهی ناظر بر معاملات گسترش یافته و امروزه در قالب نظام حقوقی، از حقوق هر دو طرف حمایت می‌شود. در برخی مواقع مصرف‌کنندگان به نسبت تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان تعداد کثیری را شامل شده که با ایجاد برخی انحصارات، مصرف‌کنندگان در موضع ضعف قرار می‌گیرند. گاه به سبب برخی اقتضائات سیاسی یا اقتصادی، دولت می‌بایست از برخی تخلفات عرضه‌کنندگان چشم‌پوشی کند و جملگی این عوامل موجب زمینه‌های نقض حقوق مصرف‌کننده شده است؛ همانند نقض حقوق مصرف‌کنندگان خودرو به واسطه حمایت از تولید خودروی داخلی. حقوق مصرف‌کنندگان یکی از مهم‌ترین حقوق عمومی است که دایره‌ی شمول آن بسیار گسترده بوده و تمامی افراد و احاد یک جامعه باید از این حقوق بهره‌مند گردند. علی‌رغم گسترش فناوری‌های نوین و نیاز به حمایت از حقوق مصرف‌کننده که طرف ضعیف‌تر رابطه به شمار می‌آید، در کشور ما به این موضوع کمتر اهمیت داده شده و این نوع از ادبیات اجتماعی در کشور محجور واقع گردیده و قبل از وضع قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در سال ۱۳۸۸ توجه جدی به قشر عظیم مصرف‌کنندگان و آسیب‌های آنان در بازار ضدرقابتی داده نمی‌شد، کما این که هم‌اکنون نیز نیاز به توجه بیشتر به این موضوع و تلاش به منظور عملیاتی کردن قواعد حمایتی از حقوق مصرف‌کننده محسوس است.

نیازمندی‌های شهروندان، یا توسط تولید داخل یا واردات تأمین می‌شود. گاه در اقدامات سازمان‌یافته ارائه‌دهندگان محصولات/خدمات، انحصار پدید آمده و منافع سرمایه‌داران بر حقوق مصرف‌کننده برتری می‌یابد. در این وضعیت مصرف‌کنندگان در موضع ضعف قرار گرفته و نقدینگی آن‌ها به‌ناحق به جیب عرضه‌کنندگان هدایت می‌شود. در تمام جهان، دولت‌ها باهدف حمایت از حقوق مصرف‌کننده که بخشی از حقوق شهروندی است، از اختیارات قانونی خود بهره برده و در صورت وجود خلاهای حقوقی، نسبت به وضع قانون باهدف حمایت از حقوق مصرف‌کننده اقدام نموده‌اند. بنابراین ابزار دولت باهدف حمایت از حقوق مصرف‌کننده، قانون است. در کشور ما قانون مذکور در سال ۱۳۸۸ تصویب شد. اولاً نسبت به تصویب نسبتاً دیرنگام این قانون انتقاداتی وارد است. ثانیاً نسبت به برخی ادبیات این قانون انتقاد وارد شده که زمینه سوءاستفاده عرضه‌کنندگان را فراهم می‌دارد. ثالثاً اختیارات اجرایی دولت در این مورد به‌درستی

مشخص نیست و برپایه برخی منابع حقوقی قدیمی، اقداماتی انجام شده که برای حمایت از حقوق مصرف‌کننده ناکافی است. وضع برخی ادبیات مبهم در این قانون موجب شکل‌گیری الگویی اشتباه در حمایت از حقوق مصرف‌کننده شده است. در این پژوهش محقق بر آن است که ضمن بررسی ماهوی الگوی کنونی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در ایران، به الگوی مشابه در دیگر کشورها و همچنین اسناد بین‌المللی توجه کرده تا بلکه چالش‌های الگوی کنونی کشور ما به‌درستی مشخص شود. در جدول ۱، عموم الگوهای حمایت از حقوق مصرف‌کننده ذکر شده و در انتها ضمن معرفی مختصر الگوی پیشنهادی، قیاسی با دیگر الگوها نیز انجام شده است.

جدول ۱. الگوهای معروف حمایت از حقوق مصرف‌کننده

ردیف	الگو	توضیح	نقاط قوت	نقاط ضعف
۱	حمایت قاطع از تولید	برای رونق تولید تنها منافع تولیدکننده مدنظر است	در نهایت نقطه قوتی نداشته و عده معدودی منفعت کلان دارند.	کاهش کیفیت کالا/خدمات ایجاد انحصار. رشد فساد. نارضایتی مردم.
۲	حمایت قاطع از حقوق مصرف‌کننده	تنها منافع مصرف‌کننده مدنظر است.	موجب رضایت عموم شهروندان می‌شود.	موجب کاهش انگیزه ورود به تولید می‌شود. موجب کاهش تولید ناخالص ملی می‌شود.
۳	الگوی متعادل	در حال حاضر این الگو در جهان طرفدار دارد.	تعادل بین منافع مصرف‌کننده و تولیدکننده برقرار می‌شود.	نیاز به نظارت دقیق دارد.
۴	الگوی پیشنهادی	درصدد رفع نقطه ضعف الگوی متعادل است.	رضایت همه طرفین تامین می‌شود. نیاز است با اعمال تقنینی، مسئولیت‌ها دقیقاً مشخص شود.	در صورت اجرای صحیح، قطع ضعفی ندارد.

در حال حاضر انتقادات زیادی در خصوص عدم حمایت قاطع و کامل از حقوق مصرف‌کننده توسط دولت وجود دارد. این در حالی است که مسئولیت دولتی عملکرد خود در خصوص حمایت از حقوق مصرف‌کننده را کافی می‌دانند. بنابراین در جنبه ایجابی نیاز است که ضمن مطالعه رویه کنونی حمایت از حقوق مصرف‌کننده، نقاط ضعف آن شناسایی و پیشنهادهای اصلاح

آن ارائه شود. از بعد سلبی نیاز است که ضمن شناسایی اقدامات اشتباهی که به ظاهر در جهت حمایت از حقوق مصرف‌کننده انجام می‌شود و نقاط مخفی که در عمل موجب تضییع حقوق مصرف‌کننده می‌باشد، پیشنهاد توقف و حذف آن‌ها به مسئولین ارائه شده تا در عمل رضایت مردم نسبت به حقوق مصرف خود ارتقاء یابد.

۲- اهداف و سؤالات پژوهش

هدف پژوهش آن است که ابتدا در خصوص الگوی کنونی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در کشور مطالعه کامل صورت گرفته و سپس نقاط قوت و ضعف آن شناسایی شود. در ادامه نیز پیشنهادهایی برای رفع نقاط ضعف شناسایی شده ارائه گردد.

سؤال تحقیق این است که در الگوی کنونی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در جمهوری اسلامی ایران نقاط ضعف و راهکارهای دستیابی به اهداف کلی احقاق حقوق مصرف‌کننده چیست؟

۳- پیشینه پژوهش

عبداللهی (۱۳۹۷) در کتاب «مقررات حمایت از حقوق مصرف‌کننده در ایران و اتحادیه اروپا» به قیاس دو قانون «حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ایران مصوب ۱۳۸۸» و «اتحادیه اروپا» پرداخت. غفاری فارسانی (۱۳۹۶) در کتاب «مصرف‌کننده و حقوق بنیادین او» در خصوص نقش آزادی اراده در حوزه مصرف بیان داشت که اکثر کشورهای جهان به اصول حقوق مصرف‌پایبند هستند و به همین مناسبت یک روز را تحت عنوان روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان نام‌گذاری نموده‌اند. محرابی (۱۳۹۵) در تحقیق خود باعنوان «حقوق مصرف‌کننده در ایران» معتقد بوده که ضرورت طرح بحث حمایت از حقوق مصرف‌کننده در ایران مشهود است. باقرزاده (۱۳۹۵) کتابی باعنوان «بازار/دولت و حقوق مصرف‌کننده» نگاشت.

نوآوری پژوهش در این نکته است که برای نخستین بار به صورت جامع ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و حقوقی الگوی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در ایران بررسی شده و سعی گردیده که ضمن قیاس با موارد مشابه در کشورهای جهان و همچنین اسناد بین‌المللی، چالش‌های این حوزه شناسایی شده و به‌عنوان پیشنهادها اصلاحی به قوای سه‌گانه کشور ارائه شود. زیان‌دیدگان

از عدم رعایت حقوق مصرف‌کننده حق تظلم خواهی خود را از نظام دادگستری طلب می‌کنند. قوه مقننه مسئولیت وضع قوانین باهدف حمایت از حقوق مصرف‌کننده را داشته و نهادهای مختلف قوه مجریه مسئول نظارت بر آن هستند. بنابراین هماهنگی بین سه نهاد در این خصوص ضرورت داشته که نیاز است در سطح کلان و در جلسه هماهنگی سران سه قوه ذکر شود.

۴- روش تحقیق

از آنجاکه این تحقیق از پژوهش‌های بنیادی از نوع مطالعه تحلیلی-توصیفی است که در آن از روش‌های استدلال و تحلیل عقلایی بر پایه‌ی مطالعات اسنادی (کتابخانه‌ای) بهره گرفته می‌شود، لذا روش گردآوری اطلاعات روش کتابخانه‌ای می‌باشد که مآخذیابی، گام نخست این پژوهش خواهد بود و از طریق فیش‌برداری یا تحقیق و تفحص در آثار علمی بهره‌مند شده است. تحقیق کنونی فاقد تحلیل کمی می‌باشد. مطالعات تئوری در خصوص حمایت از حقوق مصرف‌کننده انجام شده، سپس ضمن شناسایی نقاط ضعف، راهکارهای اصلاح آن ارائه شده است.

۵- ملاحظات مفهومی و نظری پژوهش

ذیل این قسمت، دو متغیر اصلی پژوهش شامل حقوق مصرف‌کننده و استانداردسازی شرح داده شده است.

۱-۵. حقوق مصرف‌کننده

مصرف‌کنندگان «شهروند» بوده و نیاز است دولت از آنان حمایت نماید. بنابراین حقوق مصرف‌کننده بخشی از حقوق شهروندی دانسته شده است. از واژه شهروند، تعریف دقیقی در فرهنگ‌های لغت فارسی ارائه نشده است. اما در ادبیات گسترده نظریه‌های شهروندی، هسته مشترک تعاریف ارائه‌شده از شهروندی به شرح زیر است: (یزدانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۸).

۱- نوعی پایگاه و نقش اجتماعی مدرن برای تمامی اعضای جامعه.

۲- مجموعه به‌هم‌پیوسته‌ای از وظایف، حقوق، تکالیف و مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی،

سیاسی، حقوق، اقتصادی و فرهنگی همگانی، برابر و یکسان.

۳- احساس تعلق و عضویت اجتماعی مدرن برای مشارکت جدی و فعالانه در جامعه و

حوزه‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی.

۴- برخورداری عادلانه و منصفانه تمامی اعضای جامعه از مزایا، منافع و امتیازات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، حقوقی و فرهنگی فارغ از تعلق طبقاتی، نژادی، مذهبی و قومی. شهروندی از دیدگاه یکی از محققین، جایگاهی اجتماعی است که در رابطه با دولت با سه نوع حق؛ شامل حقوق مدنی، حقوق سیاسی و حقوق اجتماعی همراه است. مفهوم شهروندی منزلتی را نشان می‌دهد که با قانون اعطاء می‌شود. درعین حال، این مفهوم نشان می‌دهد که اشخاص به اعتبار جایگاه‌شان در اجتماع یا واحد سیاسی دارای حقوق هستند. از دیدگاه جغرافیایی انسانی، شهروندی، در واقع شرایط عضویت در واحدهای سیاسی معمولاً دولت ملی است که از حقوق و امتیازات ویژه کسانی محافظت می‌کند و وظایف معینی را انجام می‌دهند. شهروندی بیش از آنکه نظریه باشد، مفهومی است که به شرایط مشارکت کامل در یک جامعه رسمیت می‌دهد (مرشدی و گلدوزیان، ۱۳۹۴: ۶۸).

در کشور ما الگوی حمایت از حقوق شهروندی شامل مندرجات قانون اساسی و منشور حقوق شهروندی بوده که توسط دولت ارائه شده است. این منشور حسب تفسیر موسع از ق.ا. دولت در سال ۱۳۹۵ از منشور حقوق شهروندی رونمایی کرد که مصادیق فراوانی از حقوق شهروندی شامل حق بر صلح، حق بر دادرسی عادلانه و ... در آن درج شده بود. حقوق مصرف-کننده به صورت مستقیم از این منشور قابل استنباط نبوده و لیکن حق و اخواهی و حق شهروندان در خصوص پیشگیری از جرم بی‌ارتباط با حقوق مصرف‌کننده نیست. حق و اخواهی که از یکی از مهم‌ترین حقوق شهروندی می‌باشد، بیان می‌دارد که هر شهروند حق دارد برای احقاق حقوق خویش به نظام قضائی مراجعه نماید و قوه قضائیه موظف است که ضمن حمایت حقوقی از وی، اقدامات لازم برای پیشگیری از احقاق حقوق شهروندی را فراهم دارد. بنابراین می‌توان در الگوی حقوق شهروندی، حقوق مصرف‌کننده را یافت. اما این بیانات حسب تفسیر موسع بیان‌شده و نیازمند تصریح می‌باشد.

از حقوق مصرف‌کننده تعاریف مختلفی بیان شده که عمدتاً در منابع حقوقی جای دارد. خبرگان هر علم به تخصص خود، در خصوص حقوق مصرف‌کننده تعاریفی بیان داشته‌اند. صرف‌نظر از تعصبات خاص، معروف‌ترین نظرات در خصوص تعریف حقوق شهروندی به شرح ذیل است (وتروپ^۱، ۲۰۰۰: ۷۴).

^۱ Weintraub

(۱) حق به دست آوری کالا و خدمات سالم و بی عیب، (۲) حق ایمنی برای مصرف‌کننده، (۳) حق برخورداری از اطلاعات کامل، (۴) حق انتخاب، (۵) حق برخورداری از حمایت دولت و (۶) حق تشکیل نهادهای مدافع حقوق مصرف‌کننده.

در خصوص حق برخورداری از کالا و خدمات سالم، با کیفیت مناسب و عاری از عیوب و خطرات، از ابتدایی‌ترین حقوق مصرف‌کننده است. مصرف‌کننده در دنیای پیچیده‌ی تولید در بسیاری موارد از ترکیبات کالا، کیفیت تولید و طرز استفاده از آن، اطلاعاتی در دست ندارد. مصرف‌کننده به‌طور معمول نه کیفیت کالا را می‌شناسد، نه بر موارد زیان آن وقوف کامل دارد. چه بسا ممکن است در روند تولید، کالاهایی ساخته شوند که معیوب باشند و مصرف‌کننده با استفاده این محصولات دچار زیان و خسارت شود (ویسوانتان^۱، ۲۰۰۸: ۷۵).

وجود کالاهای ایمن در بازار هر کشور، لازمه سلامت و رفاه عمومی شهروندان آن کشور است، لذا حق ایمنی و برخورداری از محصولات ایمن در زمره حقوق بشر و حقوق بنیادین هر مصرف‌کننده به‌شمار می‌رود. نظر به اهمیت فوق‌العاده حق ایمنی، در قوانین حمایت از مصرف‌کننده عمده کشورهای توسعه‌یافته و درحال توسعه توجه ویژه‌ای به این حق شده و تمهیدات مختلفی برای تضمین رعایت آن از سوی عرضه‌کنندگان - اعم از تولیدکننده و توزیع‌کننده - پیش‌بینی گردیده است (پاراحمدی، ۱۳۸۶: ۵۲).

عرضه‌کنندگان کالا و خدمات مکلف‌اند همه اطلاعات چگونگی استفاده از کالا را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهند، اطلاعات کامل شامل قیمت کالا، نام، نشانی و شماره تلفن و علامت تجاری تولیدکننده یا واردکننده، وزن، درجه و کیفیت، محل تولید، تاریخ تولید، تاریخ انقضا، ترکیب ساخت، مواد اولیه و اجزای تشکیل‌دهنده، نوع رنگ، دستورالعمل‌های ضروری، خطرهای جانبی و مشخصات فنی و استاندارد است (تیک فلنر^۲، ۲۰۰۴: ۴۸).

حق برخورداری از بازار رقابتی و ضدانحصار مصرف‌کننده باید از حق انتخاب آزادانه برخوردار باشد و در یک فضای رقابتی قادر شود که از بین انواع کالاها و خدمات، کالا یا خدماتی را که به کیفیت آن اطمینان دارد با قیمتی رقابتی خریداری نماید (چالوا^۳ و کامو^۴، ۲۰۲۱: ۱۱).

¹ Viswanathan

² Twigg-Flesner

³ Chawla

⁴ Kumar

مصرف‌کننده به‌عنوان آخرین عنصر چرخه تولید و توزیع، حقوقی دارد که اگر به‌درستی تأمین و پی‌گیری شود، او با خیالی آسوده به خرید کالا و مصرف خواهد پرداخت و متأسفانه در شرایط فعلی، شاید به‌ظاهر بخشی از این حقوق تأمین‌شده باشد، ولی حقیقت این است که بسیاری از تولیدکنندگان، هنوز خود را به تأمین این حقوق مقید نمی‌دانند و در پی استفاده از فرصت‌ها برای کسب سود بیشتر هستند (فورستروم^۱ و همکاران، ۲۰۲۱: ۴۰۰).

حق ایجاد تشکیلات مستقل و برخورداری این تشکیلات از حمایت دولت، مصرف‌کنندگان می‌توانند با ایجاد تشکل‌های غیردولتی و آنچه امروز با عنوان تشکل‌های مدنی یا NGO مطرح است، با تشکیل اتحادیه‌ها، جمعیت‌ها و انجمن‌ها، حقوق خود را پیگیری کنند. مصرف‌کننده و حقوق وی از زمان تشکیل سازمان جهانی استاندارد ایزو در سال ۱۹۴۷ به‌عنوان یک دغدغه جهانی مطرح شد (جین^۲ و واگمن^۳، ۲۰۲۱: ۵۹).

حکومت اسلامی در خصوص قیمت‌گذاری کالاها و دخالت در آن مسئولیت‌هایی داشته که ذیلاً به بحث در این خصوص پرداخته شده است.

امیرالمؤمنین زمانی که مالک اشتر را به‌عنوان والی مصر تعیین کردند، در نامه‌ای خطاب به ایشان دستورالعمل‌هایی را تعیین کردند. از جمله، فرمودند از احتکار ممانعت کن، زیرا رسول خدا از آن منع فرمودند و باید دادوستد، بدون سخت‌گیری عامل و نرخ‌هایی که موجب اجحاف به هریک از فروشنده و خریدار نباشد انجام پذیرد (توسلی، ۱۴۰۰: ۱۱۵).

در روایتی از امام صادق در مورد قیمت‌گذاری پرسیدند، حضرت فرمودند امیرالمؤمنین بر کسی قیمت تعیین نمی‌کردند، ولی هرکسی که در معامله با مردم کم می‌گذاشت، به او گفته می‌شد: همان‌گونه که مردم معامله می‌کنند معامله کن و یا از بازار مسلمانان خارج شو!، مگر اینکه طعام بهتری از طعام دیگران داشته باشی (عسکری، ۱۴۰۰: ۲۶۷).

مطابق این روایت، فقط در صورتی اجازه داده می‌شد فروشنده‌ای به قیمتی بالاتر از قیمت بازار بفروشد که جنس مرغوب‌تری را ارائه می‌کرد.

کلینی از ابی جعفر فزاری روایت کرده است، روزی امام صادق یکی از غلامان خود را به نام مصادق به حضور طلبید و یک هزار دینار به وی داد و فرمود: «اهل و عیال من زیاد شده و مخارجم

¹ Forsström

² Jin

³ Wagman

سنگین شده است. آماده‌باش که جهت تجارت به شهر ما قوت کی غلام خود را مهیا کرد و با کالاهایی به همراه تجاری به سوی مصر حرکت کرد. چون به مصر نزدیک شدند، با کاروانی که از آنجا خارج شده بود روبه‌رو شدند و از آن‌ها درباره کالایی که به همراه داشتند و آتی اجناسی که مورد نیاز عموم بود پرسیدند و گفتند: وضعیت این اجناس در مصر چگونه است؟ آن‌ها در پاسخ گفتند: از این کالاها در اینجا هیچ موجود نیست. تجار مدینه با شنیدن این سخن، هم سوگند و هم پیمان شدند که سود متاعشان را از هر دیناری به دیناری کمتر نکنند و همین‌طور هم عمل کردند. پس از جمع اموال، به مدینه بازگشتند. مصادق خدمت امام صادق رسید، درحالی که در کیسه که هریک مشتمل بر هزار دینار بود به همراه داشت. عرض کرد تصدقتان! این یک کیسه اصل سرمایه و این یک کیسه دیگر، سود آن است. امام فرمودند: این سود بسیار است. بگو بینم با کالا چه انجام دادی؟ غلام ماجرای هم سوگندی بر سود کلان را تعریف کرد. امام فرمودند: سبحان‌الله، هم سوگند شاد که بر مسلمین کالا نفروشید، مگر با سود دینار به دینار؟ آنگاه امام یکی از دو کیسه را برداشته و فرمودند: این سرمایه اصلی من و نیازی به این سود ندارم. سپس فرمودند: ای مصادق! کارزان با شمشیر آسان‌تر از طلب روزی حلال است» (فراشی و همکاران، ۱۳۹۹: ۵۷).

روایات فوق بیان داشته که حکومت ملزم است که در مواردی که مشکلات اقتصادی ظهور می‌نماید به قضیه ورود کند. مثلاً در زمانی که نرخ برخی کالاها افزایش یا کاهش نامعقول می‌یابد، برای مقابله با آن دست‌به‌کار شده و خود تعیین‌کننده نرخ باشد. در حال حاضر بر مبنای این وظیفه است که در زمان کمبود کالا، دولت راساً نسبت به واردات اقدام می‌نماید و در صورت لزوم دولت خود به انبار کردن اجناس روی آورده تا در موقع مناسب نسبت به تنظیم بازار اقدام نماید. بنابراین می‌توان چنین استنباط کرد که برای تأمین امنیت اقتصادی و اجتماعی کشور، نیاز است که حکومت در مواقع خاص خود وارد عمل شود. جدا از بحث‌های جرم‌شناسانه مرتبط با معاملات صوری، به دلیل اثر منفی این اقدام بر نظم اقتصادی، نیاز است حکومت جهت مقابله با آن اقدام نماید که یکی از این راهکارها، می‌تواند قراردادهای هوشمند باشد که اصل مشروعیت آن از نظر فقهی و حقوقی به اثبات رسیده است.

بنابراین حکومت اسلامی موظف به حمایت از حقوق مصرف‌کننده می‌باشد.

۲-۵ مبانی استانداردسازی

استاندارد مجموعه‌ای از قوانین و مقررات است که توسط برخی نهادهای ذی‌صلاح جهت

استفاده سازمان‌ها، دفاتر، نمایندگی و مؤسسات در سطح ملی و بین‌المللی وضع و تصویب شده است. در این مفهوم استانداردها اجباری هستند و نه اختیاری و ممکن است توسط دولت‌ها یا نهادهای علمی از جمله بعضی از انجمن‌های شغلی اجرا گردند (احمدی، ۱۴۰۰: ۵۸).

به‌عنوان مثال امکان دارد دولت‌ها استانداردهایی برای بهداشت یا رفاه جمعیت یک کشور وضع کند و یا انجمن‌های پزشکان یا وکلا استانداردهایی را برای اصول مختلفی به‌عنوان مأخذی، جهت استفاده اعضای خود تعیین کنند و از الگوی رفتار معینی پیروی کنند. استانداردها اغلب اختیاری هستند؛ اما یک استاندارد می‌تواند توسط یک صنف، صنعت، مراجع دولتی یا توافقات بازرگانی اجباری گردد که این اجبار ممکن است براساس قانون باشد. یک استاندارد را در صورتی که اجباری شده باشد، «ضابطه» می‌نامند (سته^۱ و الیوت^۲، ۲۰۲۱: ۱۵۷۴). منظور از استانداردسازی اساسنامه شرکت‌ها، یکسان‌سازی آن‌هاست. این الزام به یکسان‌سازی می‌تواند با راهکارهای مختلف صورت پذیرد (سیام^۳ و همکاران، ۲۰۲۱: ۱۴۷۵).

در حال حاضر مصادیق استانداردسازی اساسنامه شرکت‌ها انجام شده که ذیلأً به آن‌ها اشاره شده است.

در قانون بورس و اوراق بهادار مصوب ۱۳۸۴، در خصوص اساسنامه نمونه مطالبی بیان شده که به دلیل اشعار قانونی، جنبه اجباری دارد. به‌موجب تبصره ۲ ماده ۹ این قانون، وظایف و حدود اختیارات رئیس سازمان در اساسنامه سازمان تعیین خواهد شد. بر این اساس، اساسنامه سازمان بورس تحت قانونی در همین سال باعنوان «اساسنامه سازمان بورس» به تصویب رسید. بنابراین با تصویب قانون موضوعه، اساسنامه سازمان بورس استانداردسازی شد (شیخ موید و رحمت‌اللهی، ۱۳۹۷: ۱۵۰).

. قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۷۰ تصویب شد. به‌موجب ماده پنجم این قانون، نام با قید کلمه تعاونی، هدف، موضوع، نوع، حوزه عملیات، مدت، مرکز اصلی عملیات و نشانی، میزان سرمایه، مقررات مربوط به عضو، ارکان، مقررات مالی و کار، انحلال و تصفیه می‌بایست در اساسنامه ذکر شود (امامی و قهرمانی، ۱۳۹۹: ۲۰).

۳-۵. چالش‌های حمایت از حقوق مصرف‌کننده

چنانچه اشاره شد، الگوی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در ایران به دلایل مختلف دارای

¹ Csete

² Elliott

³ Syam

چالش‌هایی بوده که در این قسمت به تفکیک در این خصوص صحبت شده است.

۱-۳-۵. چالش‌های تقنینی

قانون‌گذار کشور ما، قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده را بسیار دیر و پرخطا مصوب کرده که از آن با نام چالش‌های تقنینی الگوی حمایت از حقوق مصرف‌کننده نام برده می‌شود. به نظر می‌رسد قانون حاضر نه تنها رافع کاستی‌های قانونی ایران در جهت حمایت واقعی از مصرف‌کننده‌ی آسیب‌پذیر نیست؛ بلکه بسیار دور از مبانی و مفاهیم حقوقی مؤثری است که در قانون بسیاری از کشورها به‌عنوان تجربه آزموده شده بکار رفته و در دکتترین حقوقی کشور نیز قابل دفاع می‌باشد.

در بخش سوم از ماده ۲۳. ا.ج به «حق افراد برای داشتن بیمه جبران خسارت منصفانه و شایسته، برای خود و اعضای خانواده در حدی که متناسب با شأن انسانی باشد» و در بخش اول از ماده ۲۵ آن نیز به «حق داشتن حیات شایسته که مقتضی صحت و سلامت فرد و اعضای خانواده‌اش باشد» سخن به میان آمده است. این موارد به‌هیچ‌وجه در قانون جدید سال ۱۳۸۸ مورد توجه قرار نگرفته و از این نظر نیازمند اصلاح کاستی توسط قانون‌گذار است.

با بررسی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به نظر می‌رسد یکی از اهداف اساسی قانون‌گذار از تصویب این قانون ایجاد نهادها و انجمن‌هایی مستقل است که به‌منظور حمایت از حقوق مصرف‌کننده تشکیل شده و عمده وظایف قانونی آن‌ها حمایت بیشتر از مصرف‌کننده و در نهایت تسهیل در جبران خسارات وارد بر آن‌ها می‌شود. در این قانون و نیز آیین‌نامه اجرایی آن مواد متعددی به تشکیل انجمن‌های مستقل و غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان اختصاص یافته که خود دستاوردی جدید در این عرصه محسوب می‌شود. به‌موجب بند الف ماده یک آیین‌نامه اجرایی این قانون حقوق مصرف‌کننده: «حقوقی است که عرضه‌کنندگان کالا و خدمات منفرداً و مشترکاً از حیث صحت، کمیت، کیفیت و سلامت کالا و خدمات عرضه‌شده مطابق با ضوابط و شرایط مندرج در قوانین و یا مندرجات قرارداد مربوط یا عرف باید در مورد هر شخص حقیقی یا حقوقی که کالا یا خدمتی را خریداری می‌کند در معاملات رعایت کنند».

ایراد مهمی که حقوق‌دانان خصوصی به این قانون وارد کرده‌اند آن است که صورت عام جبران خسارت در این قانون رعایت نشده است. حقوق‌دانان بر پایه مباحث فقهی و همچنین مفاد

مصوب قانونی که در حال حاضر در منابع قانون موجود است وجود سه شرط ۱-بروز خسارت، ۲- فعل/ترک فعل زیان‌بار و ۳-رابطه سببیت بین فعل زیان‌بار با خسارت را برای انتساب مسئولیت مدنی جبران خسارت برشمرده‌اند (بادینی، ۱۳۹۵: ۱۲۱).

۵-۳-۲. چالش‌های اجرایی

در سال ۱۹۷۰، دولت بریتانیا لایحه‌ی «مبارزه با گروگان‌گیری تولید» مذکور را به مجلس این کشور ارائه داد که نهایتاً در پایان همان سال به تصویب نهایی رسید. در مقدمه قانون آمده است که «تمامی سیاست‌های کلان و خرد کشور می‌بایست در راه رونق و تسهیل تولید در همه بخش‌ها باشد. اما تولیدکنندگان حق ندارند به‌واسطه منافعی که برای کشور دارند، سوءاستفاده کرده و از طرفی دیگر منافع کشور را به خطر اندازند.» در ادامه آمده است که «در صورت تشخیص مصداق گروگان‌گیری تولید، دولت این کشور به‌حکم مجلس اعیان حق تملک واحد را دارد.» در حال حاضر کشورهای زیادی که عمدتاً در جهان سوم قرار دارند، به‌واسطه ضعف در تولید، درگیر مافیای تولید نیز شده‌اند که بررسی این قانون می‌تواند راهنمای آنان در مبارزه با این پدیده باشد (پترسمن^۱، ۲۰۱۹: ۱۲۴). به ذکر یک مثال حقوقی در این‌باره توجه شود.

در سال ۱۹۸۹ صاحبان یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های کشتی‌سازی در لیدز که نوع کشتی کامپوزیتی خود را در سال ۱۹۸۵ به ثبت مالکیت فکری رسانده بود، با ثبت چند شرکت صوری، اقدام به خرید اوراق بهادار معادل ۵۰ درصد کل سهام بزرگ‌ترین تولیدکننده کامپوزیت انگلستان و همچنین بزرگ‌ترین واردکننده آن، شدند. متخلفین با حضور در هیئت‌مدیره آن شرکت‌ها، تولید و عرضه کامپوزیت را به کشتی‌سازی محدود کرده و صادرات خود به خارج را به سه برابر افزایش دادند. قیمت کامپوزیت در سال ۱۹۹۰ بیش از ۵۰ درصد افزایش داشت که موجب زیان دیگر شرکت‌های تولیدی شده بود. پس از پیگیری‌های مقامات قضایی این کشور، مسئله انحصار مشخص شد. مطابق قانون این کشور، دولت تنها حق درخواست از مسئولین شرکت خصوصی را داشته که با توزیع بیشتر کامپوزیت، زمینه برای رونق تولید در دیگر بخش‌ها را فراهم دارد. اما پاسخ شرکت کشتی‌سازی، تهدید به تعطیلی واحد و بیکاری ۴۰۰۰ نفری در شهر لیدز بود. اقتصاددانان نیز با واردات کامپوزیت به‌این‌علت مخالف بوده که موجب کاهش ارزش پوند می‌شود. نهایتاً پس از بررسی‌های فراوان، به‌حکم قانون مبارزه با گروگان‌گیری تولید، مجلس اعیان

^۱ Petersmann

به‌عنوان بالاترین مقام نظارتی و قضائی کشور، به دولت اختیار تملک مالکیت مادی کارخانه کامپوزیت و شرکت واردکننده کامپوزیت و همچنین حق مالکیت معنوی کشتی‌های کامپوزیتی را داد که با مجوز قضائی، پلیس این کشور، اوراق بهادار خریداری شده از بورس را به نام دولت انتقال داد و بدین‌صورت مجدداً آرامش به بازار کامپوزیت بازگشت (چو^۱ و کورتز^۲، ۲۰۱۸: ۱۸۵).

از بررسی موارد فوق به‌خوبی دریافته شده که الگوی حمایت از حقوق مصرف‌کننده و تولیدکننده به‌صورت متوازن توسط دولت انگلستان اجرا شده است. البته قابل‌ذکر است که اداره کشور انگلستان به‌صورت کامن‌لایی بوده و این کشور حتی فاقد قانون اساسی است. در کشور ما الگوی حمایت از مصرف‌کننده در بخش اجرا، به علت برخی سیاست‌های حمایت از تولید با مشکل مواجه شده و این نشان از عدم توازن بین سیاست‌های حمایت از تولید و مصرف در الگوی حمایت از مصرف‌کننده دارد. حتی باوجود آن‌که آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو در سال ۱۳۸۹ به تصویب رسید، به دلیل ناکارآمدی دولت در ساماندهی بازار خودرو، اجرای آن عملاً متوقف شد.

۳-۳-۵. چالش‌های قضایی

در خصوص نظارت بر رعایت حقوق مصرف‌کننده، سازمان بازرسی کل کشور نقشی مهم بر عهده دارد. حوزه صلاحیت‌های این سازمان برای رسیدگی به اعتراضات، صرفاً شامل رسیدگی به اعتراضات ناشی از عملکرد شرکت‌ها و مؤسسات و ارگان‌های دولتی یا مؤسسات و شرکت‌های عام‌المنفعه و سازمان‌هایی است که تمام یا قسمتی از سرمایه یا سهام آنان متعلق به دولت است یا دولت به نحوی از انجا بر آن‌ها نظارت دارد یا کمک می‌کند (میری قلعه سری و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۰۵).

۳-۳-۵. چالش‌های اقتصادی

اقتصاد کشور ما از نوع آزاد نبوده و دولت در آن دخالت‌های زیادی دارد. انتقادهای فراوانی نسبت به دخالت دولت در اقتصاد وجود دارد، اما به عقیده اقتصاددانان، در حال حاضر کشور ما توانایی اداره اقتصاد آزاد را ندارد (شهدکار و همکاران، ۱۴۰۰: ۸). حمایت از حقوق مصرف‌کننده که به‌نوعی با اصول اقتصادی سروکار داشته جزء دخالت دولت محسوب نشده و بخشی از حقوق

¹ Cho

² Kurtz

شهروندی بوده که هر دولت ملزم به حمایت از آن است (رحیمی و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۵).

۵-۳-۵. چالش های اداری

ناهماهنگی در بین برخی سازمان‌ها، گاه موجب نادیده گرفتن حقوق شهروندی می‌شود. برای مثال شناسایی تخلف عرضه‌کنندگان در نهایت مستلزم برخورد توسط قوه قضائیه می‌باشد. سازمان تعزیرات حکومتی که حسب قانون تأسیس خود، نوعی نهاد اجرایی-قضائی محسوب می‌شود گاه مستقلاً نسبت به صدور احکام قضائی اقدام کرده و این در حالی است که مسئولیت رسیدگی به جرائم مستقلاً به قوه قضائیه مرتبط است. سازمان بازرسی کل کشور نیز گاه مستقلاً خود نسبت به جرمه عرضه‌کنندگان متخلف اقدام کرده و اتحادیه‌ها نیز اقدامی مشابه انجام می‌دهند. از دیدگاه آئین دادرسی، گزارش هر نهاد از فعل/ترک فعل برخلاف قانون در نهایت می‌بایست توسط نهاد قضائی بررسی شود که در خصوص ارتکاب جرائم، این مسئولیت بر عهده دادسرا و سپس دادگاست. دادرسی عمومی ارتباط مستقیمی با نهادهای مذکور نداشته و این مهم نقض قوه قضائیه در برخی نظارت‌ها را کاهش می‌دهد. نیاز است که در الگوی حمایت از حقوق مصرف‌کننده شعبه خاصی از دادسرا به این مهم اختصاص داده‌شده و نهادهای دیگر همچون اتحادیه‌ها، سازمان بازرسی و ... در نقش ضابط دادگستری زیر نظر دادرسی حمایت از حقوق مصرف‌کننده وارد عمل شوند. بنابراین عدم هماهنگی بین نهادهای قضائی و اجرایی در خصوص حمایت از حقوق مصرف‌کننده از نقاط ضعف الگوی کنونی تلقی می‌شود.

در جدول ۲- ضمن جمع بندی چالش های مذکور، راهکار پیشنهادی حل آن ارائه شده است.

جدول ۲. چالش های حمایت از حقوق مصرف‌کننده حسب تفکیک قوا

ردیف	قوه	چالش	راهکار پیشنهادی
۱	مقننه	۱-عدم توجه به بیمه. ۲-عدم توجه به جبران خسارت.	اصلاح قانون سال ۱۳۸۸ و توجه به موارد مذکور
۲	اجرایی	۱-انحصار در تولید.	واردات محدود و مقطعی خودرو به صورت آزاد.
۳	قضائی	۱-عدم تبیین دقیق مسئولیت سازمان بازرسی کل کشور و ضمانت اجرایی آن	ارائه لایحه اصلاح قانون سال ۱۳۸۸ با هدف تبیین دقیق جزئیات مسئولیت سازمان بازرسی کل کشور و ضمانت اجرای آن.

۴-۵. بایسته های اصلاح الگو

به نقاط ضعف موجود در الگوی کنونی حمایت از مصرف‌کننده اشاره شد. در این قسمت به بایسته‌های اصلاح آن اشاره شده است.

۴-۵-۱. اقدامات اجرایی

همان‌طور که اشاره شد، در الگوی کنونی حمایت از مصرف‌کننده این برنامه جای داشته که محصولاتی که از نظر کیفیت توان رقابت در سطح جهانی را ندارند، به‌عنوان گزینه‌های محدود به مشتریان فروخته‌شده که در وضعیت اقتصادی کنونی این طرح توجیه‌پذیر است. اما نیاز است که در آینده کشور که اقتصاد رشد چشم‌گیری یافته است، برنامه مذکور به این صورت تغییر نماید که ضمن ارتقای کیفیت همان محصولات و توان رقابت با محصولات خارجی، در عرصه جهانی به رقابت پرداخته و دامنه محدود فعلی رقابت را به سطح جهانی ارتقاء دهند. در وضعیت کنونی تغییر این برنامه از الگو ممکن نیست و نیازمندی آن رشد اقتصادی کشور و پیوستن به سازمان تجارت جهانی می‌باشد. ضمن آنکه نیاز است که آئین‌نامه مصوب سال ۹۰ در خصوص حمایت از حقوق مصرف‌کننده کاملاً اصلاح‌شده و جزئیات مهم اجرایی در آن گنجانده شود.

۴-۵-۲. اقدامات تقنینی

به ضعف‌های کثیر «ق.ح.م» اشاره شد. نیاز است که قانون‌گذار کشور موارد ذیل را جهت اصلاح قانون مذکور به کار بندد.

۱- حذف عنوان اشخاص حقوقی در تعریف مصرف‌کننده، ۲- تفکیک نوع مصرف‌کننده به دو نوع حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای، ۳- تصریح در مسئولیت مدنی جبران خسارت به واسطه مصرف کالا/خدمات غیراستاندارد، ۴- جرم‌انگاری ارائه محصول/خدمات بی‌کیفیت، ۵- تصریح در تشریفات دادرسی جرائم حوزه عرضه و تعیین ضابطه تخصصی مرتبط بدان و ۶- تقویت ضمانت‌های اجرایی قانون.

باتوجه به این که «ق.ح.م» از قوانین موضوعه می‌باشد، نیاز است که قوه مقننه نسبت به اصلاح آن اقدام نماید. قوای مجریه و قضائیه نیز می‌توانند پیشنهادات اصلاح تقنینی خود را در قالب لایحه به مجلس شورای اسلامی ارسال دارند.

۵-۵- ایجاد تعهد داخلی شرکت‌ها برای حمایت از حقوق مصرف‌کننده

در اثنای استانداردسازی، می‌توان حقوق مصرف‌کننده را نیز در اساسنامه ذکر نمود تا بدین

صورت از لحاظ اداری، شرکت ارائه‌دهنده ملزم به رعایت آن باشد. بنابراین در این شرایط، گامی در جهت حمایت از حقوق مصرف‌کننده برداشته شده است.

۵-۱-۵. نظارت عالی

استفاده از قراردادهای استاندارد و از پیش تهیه‌شده منحصر به تجارت بین‌المللی نبوده و در داخل نیز می‌تواند استفاده شود. در بسیاری از موارد، این قراردادهای نمونه به‌وسیله شرکت‌ها و موسسه‌های بزرگ و پر قدرت ارائه می‌شوند که دارای قدرت انحصاری و شبه‌انحصاری در عرضه آن کالا یا خدمات هستند. برای جلوگیری از اجحاف شرکت‌های بزرگ و حمایت از مصرف‌کنندگان، در بسیاری از نظام‌های حقوقی ملی، طرف ضعیف در این نوع قراردادها مورد حمایت قرار گرفته است (آنیگو^۱ و آگوبوسین^۲، ۲۰۲۱: ۷۸).

قراردادهای الحاقی، قراردادی نمونه است که معمولاً به‌صورت چاپی بوده و توسط عرضه‌کننده یک کالا یا خدمات که دارای قدرت اقتصادی کاملاً برتری است، تنظیم شده و به مصرف‌کننده آن کالا یا خدمات ارائه می‌شود، و مصرف‌کننده یا باید آن قرارداد را با همه شروط قبول کرده یا کلاً از آن صرف‌نظر کند؛ مثلاً افرادی که نیاز به تلفن دارند مجبورند به شرکت مخابرات مراجعه کرده و قرارداد نمونه‌ای را که از قبل به‌وسیله شرکت مخابرات تهیه‌شده است امضاء کنند. در این موارد افراد نیازمند به تلفن چاره‌ای ندارند جز اینکه قرارداد را با کلیه شرایط مندرج در آن قبول کنند یا از داشتن تلفن صرف‌نظر کنند (کاهیبو^۳ و بوونو^۴، ۲۰۲۱: ۴۷۸).

از حیث مدنی، هر یک از طرفین یک معامله، دارای حقوق و تعهداتی خاص می‌باشند. گاه روح و ماهیت اساسنامه شرکت‌ها، حقوقی خاص برای شخصیت حقوقی قرار داده که در عمل حقوق طرف مقابل را نادیده می‌گیرد. باهدف حمایت از حقوق طرف مقابل، می‌بایست استانداردهای در اساسنامه شرکت‌ها صورت پذیرد. در واقع با اساسنامه استاندارد، می‌توان شرکت‌های ارائه‌دهنده را در مرحله اول نسبت به عموم جامعه و در مرحله دوم نسبت به شخص مصرف‌کننده مسئول دانست و این مهم در چارچوب امورات اداری استانداردسازی اساسنامه قابل تحقق است (نگوین^۵، ۲۰۲۱: ۴۷).

¹ ANYOGU

² AGUBOSIM

³ Cahyo

⁴ Bawono

⁵ Nguyen

برای مثال شرکتی که اقدام به واردات ذرت می‌کند، ممکن است در اساسنامه خود، مسئولیت سلامت این کالا را از خود سلب کرده و فساد آن را به سبب مسئولیت مبتنی بر تقصیر به گمرکات و مسئولین دولتی منتسب نمایند. اما باهدف حمایت از سلامت شهروندان، نیاز است که از طریق اتحادیه واردکنندگان ذرت، تعهدات نسبت به این مهم در اساسنامه شرکت‌های این حوزه جای گرفته شود تا مشکلات آتی این حوزه به حداقل برسد. برای مثال اتحادیه، شرکت‌های واردکننده را به داشتن واحد کنترل کیفیت ملزم کرده و ارائه این گواهی را شرط انعقاد قرارداد در زمان تحویل کالا بداند. در این صورت شرکت‌هایی که به‌طور تخصصی در زمینه واردات ذرت فعالیت دارند، بحث کنترل کیفیت را به‌عنوان یک الزام در اساسنامه خود وارد کرده که اثر کلان آن بر سلامت این محصولات نمایان خواهد شد. شوراهای صنفی در سطح کشور مسئولیت ابلغ قوانین کلی را برعهده داشته و اتحادیه‌ها مبتنی بر آنان اختیار حقوقی در وضع قواعد اختصاصی را دارند. تبعیت واحدهای صنفی از متولیان (اتحادیه، شورا و سازمان ناظر) نیز الزامی بوده و بدین صورت می‌توان با به طریق اداری و خارج از قانون‌گذاری که معمولاً ابزار حمایت از حقوق شهروندی توسط دولت است، حقوق شهروندان را تضمین نمود.

۲-۵-۵. قراردادهای متحد

چنانچه بیان شد، استانداردسازی قراردادهای نیز می‌تواند بخشی از فرآیند استانداردسازی اساسنامه‌ها باشد. باتوجه به اینکه قرارداد سند حقوقی بین ارائه‌دهنده کالا/خدمات با مصرف‌کننده یا توزیع‌کننده است، در صورت استانداردسازی این قراردادها، حقوق طرفین کاملاً رعایت می‌شود. پیش‌تر در حقوق تجارت بین‌الملل بحث فرم قراردادی مطرح بود و یکسان‌سازی قراردادها را دارای اثری به‌مانند اسناد تجاری به‌مانند چک و سفته دانسته‌اند. اسناد تجاری مذکور نیز نوعی قرارداد محسوب شده که به سبب وسعت استفاده از آن و همچنین وجود منابع حقوقی کثیر در این خصوص، تمامی جنبه‌های حقوقی آن صریح است و بنابراین دارای اثر شکلی خواهد بود. فرم قراردادی نیز در اثر کثرت استفاده می‌تواند دارای همین اثر باشد که نیازمند قرارگیری در حقوق اداری شرکت‌هاست. این مقررات اداری است که بر فرم قراردادی اثر داشته و خود فرم قراردادی نیز دارای اثر شکلی است. بنابراین حقوق اداری به صورت غیرمستقیم دارای اثر حقوقی بر تعهدات طرفین خواهد بود. نهادهای دولتی به سهولت و با صدور بخشنامه می‌توانند نسبت به تنظیم فرم قراردادی اقدام نمایند. دولت که خود متولی اصلی حمایت از حقوق مصرف‌کننده است،

در صدور بخشنامه به ذکر این حقوق اقدام خواهد کرد. شرکت‌های خصوصی نیز می‌توانند حسب اساسنامه نمونه، ملزم به تهیه فرم قراردادی شده که اثر شکلی آن در چارچوب قانون، حقوق هر دو طرف را رعایت کند. پیشنهادات متعدد این حوزه به شرح ذیل می‌باشند:

۱. استفاده از فرم قراردادی یکسان باهدف اثر شکلی بر حقوق و تعهدات تولیدکننده/توزیع‌کننده،
۲. نظارت متولیان شرکت‌های تولیدی/توزیعی بر قراردادهای استاندارد با هدف حمایت از حقوق مصرف‌کننده.
۳. ابطال قضائی قراردادهای غیرعادلانه تنظیم شده توسط شرکت‌های تولیدکننده/توزیع‌کننده.
۴. الزام به ذکر اصل تعهدات قراردادی همچون بیمه و ... در اساسنامه متحدالشکل شرکت‌ها.

۵-۳-۵. ذکر جزئیات مسئولیت‌ها

گاه عدم سواد حقوقی و یا عدم نظارت کافی کارشناسان حقوقی به کار گرفته‌شده، موجب تنظیم اساسنامه‌هایی شده که از نظر حقوقی نافذ نمی‌باشند. به‌عنوان مثال، یکی از این مصادیق مهم، حق فروش سهام است. از دیدگاه حقوق مدنی، سلب حقوق مدنی شخص به‌موجب ماده ۹۵۹ «ق.م» نافذ نخواهد بود و در واقع اساسنامه این‌چنینی، تعهدی را بر دوش سهامداران قرار داده که با اصول شخصیه آنان در تضاد است. این مشکل حقوقی در زمان بروز اختلاف خود را نشان خواهد داد. رفع این چالش‌ها در قالب اساسنامه نمونه ممکن است. این مثال ساده نشان از آن دارد که حتی به فرض نداشتن اطلاعات حقوقی سهامداران، می‌بایست کارشناس حقوقی خبره در تنظیم اساسنامه نظارت داشته باشد تا تمامی تعهدات آن نافذ تلقی گردد. از این قبیل مثال‌ها فراوان بوده که جهت اطاله کلام از آن‌ها گذر شده است. اما هدف از ذکر این بحث آن بود که گاه در اساسنامه‌ها، مسئولیت شرکا و مدیران در خصوص اشخاص ثالث تعیین شده و با اصول حقوقی ناسازگار است. بنابراین یکی از کارکردهای اساسنامه نمونه، تحدید مسئولیت‌ها به‌گونه‌ای است که نافذ تلقی شود و این مهم با نظارت کارشناسان حقوقی نهاد متولی امکان‌پذیر است. توافق ساده چند شریک که عمدتاً از سواد حقوقی بی‌بهره‌اند نمی‌تواند پرکننده این خلأ حقوقی بوده و نیاز به وضع مقررات در این مورد محسوس است.

برای مثال طی اساسنامه غیراستاندارد یک شرکت تولید مواد خوراکی، مسئولیت زیان به جان مصرف‌کننده به‌طور کامل بر عهده مدیرعامل قرار گیرد. از این مصادیق به‌وفور مشاهده می‌شود. در این در حالی است که در مثال فوق، حسب تفسیر موسع از قوانین «ق.م.خ»، «ق.م.» و «ق.م.م.»

تمامی افراد مقصر در این مورد از جمله مدیر کنترل کیفیت، مدیر فنی و مدیرعامل در این باره مسئولیت دارند. بنابراین مسئولیت تمامی مدیران و سهامداران می‌بایست به گونه‌ای در اساسنامه تحدید شود که در چارچوب قانون نافذ تلقی گردد. در این صورت آگاهی پرسنل سازمان نسبت به مسئولیت نسبت به مصرف‌کننده بیشتر شده و این مهم گامی در جهت حمایت از حقوق مصرف‌کننده بوده که به طریق اداری ممکن است.

چنانچه بیان شد، باتوجه به راهکارهای موجود برای استانداردسازی اساسنامه (همچون وضع قانون موضوعه، وضع مقررات اجرایی سازمان‌ها و توافق بین اصناف)، در حال حاضر بهترین راهکار اقدام متولیان اداری (دولتی یا عمومی) بوده و بنابراین تمرکز پژوهش بر این اقدام است.

۵-۶- طراحی الگوی حمایت از حقوق مصرف‌کننده

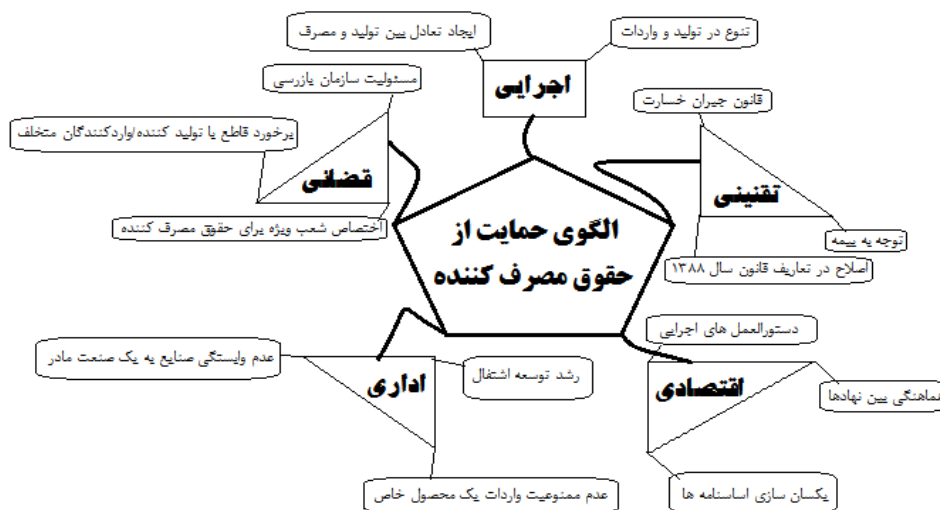
براساس بررسی تئوری منابع استفاد شده در این پژوهش، طرح الگوی اولیه به صورت جدول ۳ تعیین شده و تاکتیک دلفی نیز در مورد آن اجرا گردیده است. بدین صورت که برای هر یافته، منابع تأیید کننده آن تعیین و ذکر گردید تا به اعتبار آن کمک نماید.

جدول ۳- امتیاز بندی عوامل حمایت از حقوق مصرف‌کننده به کمک روش دلفی

عامل اصلی	عوامل فرعی	تعداد منابع همسو	دلفی ۱	دلفی ۲
اجرایی	تنوع در تولید و واردات	۳۰	تأیید شد	تأیید شد
	ایجاد تعادل بین تولید و مصرف	۲۸	تأیید شد	تأیید شد
تقنینی	قانون جبران خسارت	۲۵	تأیید شد	تأیید شد
	توجه به بیمه	۲۲	تأیید شد	تأیید شد
قضائی	اصلاح در تعاریف قانون سال ۱۳۸۸	۲۰	تأیید شد	تأیید شد
	مسئولیت سازمان بازرسی	۱۸	تأیید شد	تأیید شد
	اختصاص شعب ویژه برای حقوق مصرف‌کننده	۱۱	تأیید شد	تأیید شد
اقتصادی	برخورد قاطع با تولید کننده/واردکنندگان متخلف	۹	تأیید شد	تأیید شد
	رشد توسعه اشتغال	۸	تأیید شد	تأیید شد
	عدم وابستگی صنایع به یک صنعت مادر	۵	تأیید شد	تأیید شد
اداری	عدم ممنوعیت واردات یک محصول خاص	۴	تأیید شد	تأیید شد
	هماهنگی بین نهادها	۳	تأیید شد	تأیید شد

دستورالعمل های اجرایی	۲	تأیید شد	تأیید شد
یکسان سازی اساسنامه ها	۱	تأیید شد	تأیید شد

پس از شناسایی عوامل اصلی و فرعی و سپس رتبه‌بندی امتیازات تاکتیک دلفی، شکل ۱ به‌عنوان الگوی حمایت از حقوق مصرف‌کننده، ارائه شد. عوامل براساس اولویت از بالا به پایین طبقه‌بندی شده؛ به قسمی که بالاترین متغیر به‌عنوان مؤثرترین و پایین‌ترین به‌عنوان کم‌اثرترین شناخته می‌شود. با توجه به وسیع بودن پارامترها، ابتدا بخش سمت راست تشکیل شده و بخشی دیگر در سمت چپ ترسیم گردیده است. بخش سمت راست نسبت به سمت چپ، برتری دارد.



شکل ۱- الگوی پیشنهادی حمایت از حقوق مصرف‌کننده

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

با توجه به نوشته بودن قوانین کشور ما، کمتر به حقوق عرفی توجه شده و در صورت عدم صراحت در خصوص مسئولیت‌های یک‌نهاد، معمولاً نسبت به اجرا اقدام نمی‌شود. قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده مصوب سال ۱۳۸۸ تنها به لزوم حمایت از حقوق مصرف‌کننده تأکید کرده و مسئولیت دقیق نظارت بر این مهم را به‌درستی مشخص نکرده است. درعین حال ارگان‌های مختلف همچون سازمان تعزیرات حکومتی، سازمان بازرسی کل کشور، سازمان استاندارد و ... هر

یک حسب آئین‌نامه‌های خود، در خصوص حمایت از حقوق مصرف‌کننده مسئولیت‌هایی دارند. لیکن یا این مسئولیت‌ها به‌درستی مشخص نشده و یا به‌صورت موازی بین ارگان‌ها تعیین شده است. بنابراین پس از جریان تقنینی ذکر جزئیات مسئولیت‌ها، نیاز است که هماهنگی اداری بین ارگان‌های مختلف توسط بالاترین مقام اجرایی کشور و در صورت لزوم مذاکره بین سران سه قوه انجام شده تا بتوان شاهد اجرای کامل حمایت از حقوق مصرف‌کننده بود.

مبتنی بر نتیجه تحقیق، به قوای مقننه و قضائیه پیشنهاد می‌شود که با وضع قوانین موضوعه و یا صدور بخشنامه، نهادهای اجرایی حامی حقوق مصرف‌کننده در نقش ضابط خاص دادگستری در مورد حمایت از حقوق مصرف‌کننده را تعیین نمایند.

به قانونگذار کشور پیشنهاد می‌شود که ضمن اصلاح قانون مصوب سال ۱۳۸۸، شرایط لزوم جبران خسارت مصرف‌کننده به سبب ارائه کالا/خدمات ناسالم مشخص شده و تشریفات اداری رسیدگی به آن نیز به صراحت ذکر شود. همچنین نیاز است که در خصوص بیمه محصول/خدمات نیز در قانون مذکور مطالبی ذکر شود.

به ارگان‌های متولی تولید و عرضه، همچون اتحادیه‌ها، پیشنهاد می‌شود که از اختیارات نظارتی خود برای یکسان‌سازی اساسنامه شرکت‌ها استفاده کرده تا حقوق مصرف‌کننده به عنوان یک تعهد حقوقی شرکت از بعد منبع حقوق داخلی تعیین شود.

منابع

- احمدی، رحیم (۱۴۰۰). بررسی نسبت فلسفه اخلاق و حقوق شهروندی در اندیشه سیاسی ایمانوئل کانت، دانشگاه تبریز، کارشناسی ارشد.
- امامی، محسن؛ قهرمانی، حسین (۱۳۹۹). رابطه حقوق شهروندی و امنیت ملی با نگاهی به نظام حقوقی ایران، فصلنامه دانش انتظامی، دوره ۱۳، شماره ۴۹، صص ۱۲-۲۴.
- آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، مصوب ۱۳۸۹.
- آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، مصوب ۱۳۹۰.
- بادینی، حسن (۱۳۹۵). فلسفه مسئولیت مدنی، تهران، شرکت سهامی انتشار، ج ۱، چ ۳.
- باقرزاده، احد (۱۳۹۵). دولت و حقوق مصرف‌کننده، قم، موسسه توسعه علم، ج ۱، چ ۲.
- توسلی، محمداسماعیل (۱۴۰۰). «تحلیل ماهیت پول، اقتصاد اسلامی»، دوره ۴۸، صص ۱۰۷-۱۳۰.
- رحیمی، مجید؛ ندری، کامران؛ یزدانی، مهدی (۱۴۰۰). «نحوه اثرگذاری مهم‌ترین متغیرهای مؤثر بر ساز و کار انتقال سیاست پولی در اقتصاد ایران با رویکرد الگوهای خودرگرسیون برداری تعمیم یافته پارامتر متغیر زمان»، اقتصاد کاربردی، دوره ۳۸، شماره ۱۱، صص ۱۵-۳۱.
- شهدکار، فاطمه؛ ترابی، تقی؛ رهنمای رودپشتی، فریدون (۱۴۰۰). «شناخت و اولویت بندی عوامل مؤثر بر اجرای اقتصاد دایره‌ای در بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط»، اقتصاد کاربردی، دوره ۳۸، شماره ۱۱، صص ۱-۱۴.
- شیخ موحد، مهدی؛ رحمت الهی، حسین (۱۳۹۷). «ارزیابی تحقق‌پذیری آزادی آموزش و پژوهش در منشور حقوق شهروندی و قانون اساسی کشور ایران (مطالعه موردی: کلانشهر شیراز)»، فصلنامه برنامه ریزی منطقه‌ای، دوره ۸، شماره ۳۲، صص ۱۴۱-۱۵۲.
- عبدالهی، مریم (۱۳۹۷). مقررات حمایت از حقوق مصرف‌کننده در ایران و اتحادیه اروپا، تهران: ویهان، ج ۱، چ ۳.
- عسکری، سجاد (۱۴۰۰). نسبت‌شناسی ارز و رمزارز در نظام تقنینی ایران، مجله حقوقی دادگستری، دوره ۸۵، شماره ۱۱۳، صص ۲۶۳-۲۸۳.
- غفاری فارسانی، بهنام (۱۳۹۶). مصرف‌کننده و حقوق بنیادین او، تهران، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ج ۱، چ ۳.
- فراتی، مریم؛ شاملو، باقر؛ گلدوزیان، ایرج (۱۳۹۹). «بیت کوین؛ پولشویی و راهکارهای مقابله»، تحقیقات حقوقی بین‌المللی، دوره ۵۰، صص ۵۵-۷۱.

- قانون اساسی ایران، مصوب ۱۳۵۸، بازنگری شده در سال ۱۳۶۹
- قانون تعزیرات حکومتی، مصوب ۱۳۶۷ با آخرین اصلاحات.
- قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، مصوب ۱۳۸۶.
- قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، مصوب ۱۳۸۸.
- قانون مجازات اسلامی، مصوب ۱۳۹۲.
- قانون مسئولیت مدنی، مصوب ۱۳۳۹.
- محرابی، مختار (۱۳۹۵). حقوق مصرف‌کننده در ایران، پنجمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت و دومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری‌های باز، تهران.
- مرشدی، مهدی؛ گلدوزیان، ایرج (۱۳۹۴). «وضعیت رعایت حقوق شهروندی متهم در تحقیقات پلیسی در پرتو قانون آیین دادرسی کیفری سال ۱۳۹۲»، فصلنامه دانش انتظامی آذربایجان غربی، دوره ۲۸، شماره ۱، صص ۵۹-۹۴.
- منصور، جهانگیر (۱۳۹۵). قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران- قانون مدنی، تهران، انتشارات دوران، ج ۱، چ ۱.
- میثاق بین‌المللی حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، مصوب ۱۹۶۶.
- میری قلعه سری، سید حسن؛ احسان پور، سیدرضا؛ اسماعیلی، مهدی (۱۳۹۹). «جایگاه سازمان بازرسی کل کشور در مقابله با فساد اداری و احقاق حقوق شهروندی»، حقوق پزشکی، دوره ۱۴، شماره ۱، صص ۳۰۱-۳۱۱.
- یاراحمدی، علی حسین (۱۳۸۶)، «شیوه‌های حمایت از مصرف‌کنندگان ژاپنی و راهکارهایی برای مصرف‌کنندگان ایرانی»، فصلنامه مجلس و پژوهش، سال ۱۴، شماره ۵۷، صص ۳۳-۴۴.
- یزدانی، مهدی؛ پیمانی‌اصل، احسان؛ جربانی، حسین (۱۳۹۲). «بررسی رعایت حقوق شهروندی از دیدگاه فرماندهان و مدیران»، فصلنامه دانش انتظامی خراسان جنوبی، دوره ۲، شماره ۲۳، صص ۷۷-۴۹.

ANYOGU, F., & AGUBOSIM, B. C. (2021). A CRITICAL OVERVIEW OF THE FEDERAL COMPETITION AND CONSUMER PROTECTION ACT. INTERNATIONAL REVIEW OF LAW AND JURISPRUDENCE (IRLJ), 3(3).

Cahyo, D. D., & Bawono, B. T. (2021). A Justice Reform In Consumer Protection In Development Of Financial Technology. Law Development Journal, 3(3), 475-480.

- Chawla, N., & Kumar, B. (2021). E-commerce and consumer protection in India: The emerging trend. *Journal of Business Ethics*, 1-24.
- Cho, S., & Kurtz, J. (2018). Convergence and Divergence in International Economic Law and Politics. *European Journal of International Law*, 29(1), 169-203.
- Csete, J., & Elliott, R. (2021). Consumer protection in drug policy: The human rights case for safe supply as an element of harm reduction. *International Journal of Drug Policy*, 91, 102976.
- Forsström, D., Spångberg, J., Petterson, A., Brolund, A., & Odeberg, J. (2021). A systematic review of educational programs and consumer protection measures for gambling: an extension of previous reviews. *Addiction Research & Theory*, 29(5), 398-412.
- Jin, G. Z., & Wagman, L. (2021). Big data at the crossroads of antitrust and consumer protection. *Information Economics and Policy*, 54, 100865.
- Nguyen, D. T. (2021). FINANCIAL LITERACY AND FINANCIAL CONSUMER PROTECTION-A LITERATURE REVIEW AND SOME RECOMMENDATIONS FOR VIETNAM.
- Petersmann, E. U. (2019). Constitutional functions and constitutional problems of international economic law. Routledge.
- Syam, M., Ismansyah, I., Azheri, B., & Hasbi, M. (2021). Consumer protection enforcement law characteristics on civil law aspects in Indonesia. *Linguistics and Culture Review*, 5(S2), 1471-1481.
- Twiggs Flesner, C. (2004). Information Disclosure about the Quality of Goods: Duty or Encouragement?. *Information Rights and Obligations: A Challenge for Party Autonomy and Transactional Fairness*.
- Viswanathan, V. N. (Ed.). (2008). Consumer rights in service sector. Concept Publishing Company.
- Weintraub, R. J. (2000). The Restatement Third of Conflict of Laws: An Idea Whose Time Has Not Come. *Ind. LJ*, 75, 679.