

مطالعه تطبیقی حقوق مصرف کننده در نظام های حقوقی

شهرام وظیفه رضائی

کارشناس ارشد حقوق تجارت بین الملل، وکیل دادگستری

نام نویسنده مسئول:

شهرام وظیفه رضائی

چکیده

با پیشرفت جوامع نیازهای بشر بیشتر و تولیدات کشورها هم به تبع آن بیشتر شد. در این میان دو طرف به وجود آمد تولید کننده و مصرف کننده. پیرامون تولیدات مسائل و مشکلات دیگر نیز به وجود آمد که حمایت از مصرف کننده را ایجاب می کرد. حمایت از مصرف کنندگان، منوط به رعایت حقوق آنها است. این حقوق شامل، حق بدست آوردن کالاها و خدمات با کیفیت سالم و استاندارد، حق برخورداری از اطلاعات لازم در مورد کالاها و خدمات، حق رویت و دستیابی به نمونه کالاها، حق برخورداری از حمایت دولت، حق دریافت کالاها و خدمات بهداشتی و سالم و حق شکایت از متخلفان اقتصادی می باشد، که تمامی موارد مذکور به نوعی به قوانین خاص نیاز پیشنهاد محقق بر آن است که دستگاه ها و قوانین، در زمینه اطلاع رسانی تبلیغاتی حقوق مصرف کننده به مصرف کنندگان و عرضه کنندگان، فعالیت بیشتری از خود نشان دهد تا زمینه آگاهی هر دو قشر را بیشتر فراهم آورد تا از جرایم در این زمینه، کاسته شود و این مهم میسر نمی شود تا زمانی که حقوق کشورهای دیگر مورد بررسی قرار گرفته که به وسیله این تطبیق، مزایا و معایب مشخص شده و راهکار و قانون مناسبی تدوین گردد.

واژگان کلیدی: مصرف کننده، تعزیرات حکومتی، حقوق شهروندی.

مقدمه

در عصر کنونی که تغییرات گسترده‌ای در عرصه‌های مختلف به وجود آمده است و این تحولات تاثیر مستقیم بر شیوه زندگی مردم و نحوه تولید کالا و خدمات داشته و همراه با تنوع و پیچیدگی محصولات تولیدی و خطر ناشی از مصرف کالاهای غیر استاندارد بوده است، تمامی افراد بشر به عنوان مصرف کننده دارای حقوقی هستند که تولیدکنندگان و عرضه کننده کالاها و خدمات بایستی آن را مراعات نمایند. امروزه، حمایت از حقوق مصرف کننده زیان دیده، یکی از وظایف دشوار دولت‌ها، از جمله راه‌های برقراری عدالت اجتماعی محسوب می‌گردد. در این باره، صرف نظر از زیان‌های مادی که مصرف کننده را متأثر می‌سازند، صدمات و زیان‌های معنوی هستند که متعاقب زیان‌های مادی دامن گیر مصرف کننده می‌گردند و نباید نادیده گرفته شوند. (آزادی، ۱۳۹۳، ص ۲۳)

با توجه به این که مصرف کننده با تنوع محصولات تولیدی و خطر ناشی از مصرف کالاهای نامرغوب و همچنین مصرف نادرست کالاها مواجه می‌باشد، در این راستا، تولید و توزیع کالاها به صورت انبوه، ایجاد و توسعه فروشگاه‌های بزرگ، توسعه تبلیغات و فراهم آوردن امکانات تحصیل اعتبار، مسلح شدن سرمایه‌داران به سلاح‌های پیچیده روانی جهت وادار کردن مصرف کنندگان به مصرف بیشتر، پیچیدگی روند تولید و افزایش خوراکی‌های ساخته شده از مواد رنگ شده شیمیایی و آنزیم‌های گوناگون و... همگی سلامت مصرف کنندگان را تهدید می‌کنند.

به لحاظ اهمیت و حساسیت این مهم و به دلیل تماس روزمره مردم با کالاهای مصرفی و خدمات مورد نیاز، وظیفه دولت هاست که برای جلوگیری از نابسامانی‌ها و تشتت در این امر، دست به کار شده و از طریق راه کارهای حقوقی، قانونی و فرهنگی، مشکلات موجود را حل نمایند

۱- اهمیت و ضرورت موضوع

در روزگاری که مصرف کننده نقش اساسی و تعیین کننده در تمامی فعالیتهای تولیدی داشته و سودآوری و ادامه حیات اقتصادی بنگاه‌ها در گرو جلب رضایت آنهاست و در دورانی که تمام تلاش بنگاه‌ها در این جهت است که کالایی که دقیقاً مد نظر مصرف کننده است، تولید شده و در زمان مشخصی که مصرف کننده تعیین کرده، تحویل داده شود، جای بسی تعجب است که در همین زمان کشورهایی نیز مشاهده می‌شوند که بدلیل ساز و کارهای اقتصادی نامناسب و ساختار حقوقی ناکارآمد، مصرف کنندگان آنها از حداقل حقوق خود نیز بی بهره بوده و تمام تلاشهای آنها در جهت استیفای حقوق مسلم خود، راه به جایی نمی‌برد.

متأسفانه کشور ما نیز به نوعی در دسته دوم قرار می‌گیرد و موارد متعددی مشاهده می‌شود که بنگاهها حتی در صورت وارد آوردن خسارت جانی به مصرف کننده (به علت تولید کالای معیوب) نیز هیچ مسوولیتی را متقبل نمی‌شوند. این مسئله در جامعه ما به یک معضل اساسی تبدیل شده است و لزوم توجه جدی به حقوق مصرف کننده را ایجاب می‌کند.

۲- تعریف مصرف کننده و سیر تاریخی حمایت حقوقی از مصرف کننده در ایران

ماده ۱ قانون حمایت از حقوق مصرف کننده مصوب ۸۸/۷/۱۵ مجلس شورای اسلامی در تعریف مصرف کننده می‌گوید «مصرف کننده: هر شخص حقیقی یا حقوقی است که کالا یا خدمتی را خریداری می‌کند.» از نظر قانون مذکور، مصرف کننده هر شخص حقیقی یا حقوقی است که کالایی را برای رفع نیاز خود و یا اشخاص تحت تکفل یا تحت اداره خود می‌خرد، تهیه می‌کند یا از آن استفاده می‌نماید و یا خدمتی را به این منظور مورد استفاده قرار می‌دهد. در همه کشورها و از جمله ایران بعد از اجرای سیستم مدرن و اجرای شیوه‌های قانون گذاری به منظور حمایت از مصرف کنندگان، صرف نظر از مباحث مربوط به معاملات از جهات گران فروشی و احتکار، ابتدا به صحت و سلامت محصولات غذایی و دارویی توجه گردید و اقدامات و ضمانت‌های خاصی برای عرضه کنندگان این اقلام در نظر گرفته شد و سپس با در نظر گرفتن قواعدی الزم آور، به برخی از اقلام که می‌توانند ماهیت و طبیعت نهفته خطرناکی داشته باشند توجه گردید و اکنون مخصوصاً بعد از انقلاب اسلامی، قوانین تدوینی به صورت یک قاعده کلی برای هر کالایی درآمده که اگر هر کالا و یا خدمتی موجب صدمه و خسارت به مصرف کننده و یا هر شخصی شود، سازنده یا عرضه کننده، مسوول جبران خسارت است و نه فقط تولید کننده بلکه عرضه کننده اعم از خرده فروش، دلال و واسطه هم مسوول هستند. مبنای این مسوولیت، تعهد ضمنی فروشنده به تسلیم کالای سالم به خریدار می‌باشد و قاعده عقلانی و فقهی لاضرر، لزوم جبران خسارت به مصرف کننده را تبیین می‌کند.

بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، اقدامات قابل توجهی در راستای حمایت از مصرف کننده و جلوگیری از تضییع حقوق آن برداشته شد که ابتدا در چهارچوب قانون نظام صنفی مصوب ۵۹/۴/۱۳ شورای انقلاب، مقررات و ضوابطی در خصوص صنوف و لزوم رعایت حقوق مشتری و تصریح به این که خریداران و مصرف کنندگان می‌توانند شکایات خود را مطرح نمایند، تصویب گردید و به لحاظ مشکلاتی که

در رسیدگی محاکم وجود داشت، توفیق چندانی حاصل نشد و به ناچار، ستادهای مبارزه با گران فروشی تشکیل گردید و متعاقباً به جهت عدم توفیق ستادهای مذکور و نابسامانی وضع اقتصادی که موجبات نارضایتی قشر کم درآمد را فراهم آورده بود، رسیدگی به تخلفات اقتصادی به دادگاه ها و دادسراهای انقلاب محول گردید.

با تصویب قانون تعزیرات حکومتی مصوب ۶۹/۱۲/۲۳ مجمع تشخیص مصلحت نظام، گام مهم تری جهت نظارت و رعایت حقوق مصرف کننده برداشته شد و مجمع در سال ۷۴ طی ماده واحده ای به منظور نظارت و کنترل بیشتر بر امور اقتصادی، کلیه امور تعزیرات حکومتی بخش دولتی و خصوصی را به سازمان تعزیرات حکومتی جهت رسیدگی واگذار نمود و سازمان بازرسی و نظارت (سازمان حمایت از مصرف کننده فعلی) ایجاد گردید و اینک با اصلاح قانون نظام صنفی در سال ۱۳۸۲ بخشی از خلاء های قانونی مربوط به اصناف و بازار مرتفع شده است.

در مجموعه مقررات حمایتی ایران، قانون حمایت از مصرف کنندگان و تولید کنندگان که در نوع خود قانونی مترقی در راستای جلوگیری از تضییع حقوق مصرف کنندگان است در سال ۱۳۸۸ به تصویب نهایی مجلس شورای اسلامی و تایید شورای نگهبان رسید و در حال حاضر لازم الاجرا می باشد.

۳- بررسی حمایت حقوقی از مصرف کننده در برخی کشورها

۳-۱- در ایالات متحده آمریکا

در آمریکا نخستین کشوری است که پرچم حمایت از مصرف کننده را به دوش گرفته است. در حال حاضر، تمامی شهروندان و شهرهای آمریکا توسط دولت و جمعیت های حمایت از مصرف کننده زیر پوشش حمایتی قرار دارند. نظارت بر کالاهای مصرفی، آزمایش و مقایسه کالاها و آموزش های آگاهی دهنده و راهنمایی به افراد مصرف کننده از برنامه های مهمی هستند که برای حمایت از مصرف کننده به اجرا در می آیند.

دو میلیون نفر از مردم آمریکا در اتحادیه حمایت از مصرف کنندگان رسماً عضویت دارند. اتحادیه مذکور، کلیه کارهایی را که انجام داده و می دهد در نشریه دوره ای خود چاپ نموده و به آگاهی مردم می رساند. تقریباً کلیه سازمان های کارگری کشور با اتحادیه مذکور همکاری می کنند. این اتحادیه از پشتیبانی قوه مقننه نیز برخوردار است و با همین حمایت های قانونی، خدمات شایسته ای ارائه می دهد. (سالکی، ۱۳۸۵، ص ۶۲)

شعبه های اتحادیه در ایالات مختلف در عین حفظ هدف، با روش های مناسب و مقتضی محیط خودکار می کنند و کوشش دارند تا تعداد بیشتری را به همکاری دعوت نمایند. نمایندگی این اتحادیه در شهر بزرگ و پر جمعیت نیویورک در مقام سخنگوی مردم شهر شناخته شده است. علاوه بر افراد مصرف کننده مقیم نیویورک، سازمان ها و نهادهای سیاسی و اجتماعی و صنفی مانند سندیکاهای کارگری و شرکت های تعاونی که از گروه های فعال این ایالت محسوب می گردند، با اتحادیه مصرف کنندگان همکاری داشته و هر یک به سهم خود، تعهداتی را عهده دار می شوند.

در کنار اقدامات حمایتی فوق الذکر، دولت آمریکا نیز مسئولیت هایی را قبول نموده و تاکنون کارهای مثبتی را در این زمینه صورت داده است. برای ایجاد هماهنگی در امور مربوط به مصرف کنندگان و در ارتباط با مسائل جاری و روزمره کشور، اداره ای در دفتر ریاست جمهوری کشور تاسیس شده که نقش مشاوره با رئیس جمهوری را در مسائل مربوط به مصرف کنندگان ایفا می کند و وی را از جریان کارها آگاه می سازد.

از گام های حمایتی که در سال ۱۹۷۲ توسط دولت فدرال برداشته شده، تصویب قانون تاسیس کمیسیون رسیدگی به ایمنی کالاهای مصرفی بود. به موجب این قانون، تولید هرگونه کالاهای خارج از استاندارد ممنوع شناخته شده و به کالاهای زیر استاندارد، اجازه پخش و توزیع داده نمی شود. مطابق همین قانون، تولیدکنندگان مکلف شدند که در صورت وارد آمدن هرگونه زیان مالی و خسارت جانی به مصرف کننده که بر اثر محصولات آنها روی دهد، غرامت ادعا شده را بدون هیچ عذر و بهانه ای بپردازند. برای اطمینان و حمایت از مصرف کنندگان، قوانین مخصوصی جهت تولید دارو، اتومبیل، تنباکو، سیگار و مواد غذایی وضع گردیده و به مورد اجرا گذاشته شده است. کنترل بر مواد دارویی و غذایی از وظایفی است که دولت به طور پیگیر در انجام آن می کوشد. (سالکی، ۱۳۸۵، ص ۶۳)

۳-۲- کشور کانادا

سال ۱۹۷۴ میلادی را باید مبدأ ظهور اولین جامعه مصرف کنندگان در کانادا دانست که با انگیزه مطالعه مشکلات طبقه مصرف کننده آغاز به کار کرد. جامعه مصرف کنندگان کانادا به زودی دریافت که حفظ حقوق آنها زمانی میسر است که بتواند در برابر دسایس سوداگرانه بخش توزیع و تولید بایستد. جامعه مذکور دریافت که برای رسیدن به این مقصود، آموزش مصرف کنندگان و آگاهی دادن به

یکایک آنان لازم می باشد. طبق آماری قدیمی که با استفاده از منابع سازمان بین المللی کار به دست آمده، حدود ۶۰/۰۰۰ نفر از مصرف کنندگان کانادایی در اتحادیه صنفی خود عضو هستند. این اتحادیه علاوه بر یک نشریه، کیفیت و ماهیت کالاهای ساخته شده تفسیر می شود. که حاوی ارزش های علمی و فنی است و از نظر بالا بردن سطح علمی و فنی مصرف کنندگان با ارزش می باشد. (سالکی، ۱۳۸۵، ص ۶۸)

۷۵٪ هزینه های جاری جامعه مصرف کنندگان کانادا با حق عضویت پرداختی اعضاء و ۲۵٪ آن از منابع دولتی تامین می گردد.

۳-۳- کشور هلند

در سال ۱۹۵۳، سازمان حمایت از مصرف کنندگان هلند رسماً شروع به کار کرد و امروز بیش از چهارصد هزار نفر از مصرف کنندگان در آن عضویت دارند. ایجاد یک آزمایشگاه برای مقایسه کالاها، انتشار نشریه ماهانه برای بررسی جنبه های کیفی فرآورده های صنعتی، آگاهی دادن به مصرف کنندگان و رسیدگی به شکایات مصرف کنندگان به عنوان یک مرجع رسمی بر عهده این سازمان است. نمایندگان اتحادیه مصرف کنندگان هلند به عنوان وکیل از سوی اعضای خود در مراجع قانونی و مصرف کنندگان هلند به عنوان وکیل از سوی اعضای خود در مراجع قانونی و غیر دولتی حضور یافته و در صورت تقاضای عضو یا اعضاء به استیفای حقوق آنها می پردازند. تعیین قیمت کالاهای مصرفی و بررسی ابعاد کیفی و درجه بندی کالا که معمولاً پیش از عرضه و فروش انجام می گیرد، با حضور نماینده این سازمان به عنوان چشم و گوش سازمان مصرف کنندگان صورت می پذیرد. آنها مراقب اند که مبادا در این رهگذر، حقوق مصرف کننده نادیده انگاشته شود. به منظور ایجاد هماهنگی در برنامه های مربوط به حمایت از مصرف کننده، بین اتحادیه کارگری و شرکت های تعاونی مصرف و انجمن های محلی، همکاری نزدیکی صورت می گیرد و از مدت ها پیش برای تنظیم و اجرای برنامه های مورد نظر، یک مرکز تاسیس شده است (سالکی، ۱۳۸۵، صص ۶۹-۷۰).

۳-۴- کشور انگلستان

یکی از کارآمدترین سازمان های حمایت از مصرف کننده در سال ۱۹۵۷ در کشور انگلیس آغاز به فعالیت کرد. این نهاد صنفی و اجتماعی، پرخواننده ترین نشریه صنفی که به «ویچ» شهرت دارد با ۶۱۰/۰۰۰ تیراژ منتشر می کند که منعکس کننده مطالب متنوعی درباره مسائل مصرفی و مصرف کنندگان می باشد. دریافت حق عضویت از مصرف کنندگان عضو، منبع تامین مالی هزینه های این سازمان است و توانسته یک سازمان بزرگ پژوهشی را تاسیس و اداره کند. موسسه تحقیقاتی مذکور که در سال ۱۹۶۳ به خدمت مصرف کنندگان درآمد، ارزشیابی کالاهای مصرفی را به عهده دارد و مقایسه فرآورده های تولیدی کشور با استانداردهای قانونی و بررسی جنبه های کیفی و ایمنی کالاهای مصرفی از کارهای این موسسه پژوهشی است.

۳-۵- کشور بلژیک

دو میلیون نفر از ساکنان کشور بلژیک برای حمایت از خود در سازمان هایی تحت نام حمایت از مصرف کنندگان عضویت یافته اند. در سال ۱۹۵۷، فعالیت اولین نهاد صنفی از این نوع آغاز شد. بیشتر اعضای این نهادها را زنان کشور بلژیک تشکیل می دهند. جوامع مصرف کنندگان این کشور سعی دارند که اعضاء و مصرف کنندگان را در جریان کم و کیف کالاهای مصرفی قرار داده و اطلاعات سودمندی جمع آوری کنند و برای این منظور، کلیه کالاهای تولید شده را معاینه و آزمایش کرده و با ضوابط علمی و فنی مورد مقایسه قرار می دهند و بدی و خوبی مواد اولیه به کار رفته و مشخصات فنی آن را در معرض اطلاع مصرف کنندگان می گذارد. مصرف کنندگان بلژیکی از مجرای اطلاعات سازمان حمایت از مصرف کنندگان می آموزد که با وقوف به اهمیت جنس و اطلاع از هزینه های تولید به خرید و مصرف کالا اقدام کنند. بدین ترتیب، مصرف کننده بلژیکی می تواند مطمئن باشد که در سایه مراقبت های یک سازمان مجاز و مجرب، هیچ قیمتی به او تحمیل نشده و در بازار مورد اجحاف قرار نمی گیرد. (سالکی، ۱۳۸۵، صص ۷۶-۷۷)

۴- نظام های گوناگون حمایت از مصرف کننده

- الف- نظام انگلوساکسون
- ب- نظام کشورهای اسکاندیناوی
- ج- فدراتیو بازار مشترک اروپا

الف - نظام انگلوساکسون:

از نظر تاریخی، اولین تشکیلات با فرمول انگلوساکسون در سال ۱۹۲۹ در آمریکا توسط دانشگاهیان پدید آمد. جمعیت مصرف کننده انگلستان با تاخیر در سال ۱۹۵۷ تشکیل شد. در سیستم انگلوساکسون، تشکیلات حمایت مصرف کنندگان از طریق دریافت حق عضویت از اعضا و انتشار روزنامه و مجله (که تبلیغات کالاها و خدمات در آنها ممنوع است) به حیات خود ادامه می دهند و نتیجتاً همان اندازه که از استقلال در برابر تولید کنندگان برخوردارند، در مقابل دولت نیز مستقل اند. اعضا در جریان انتخابات آزاد بدون کنترل دولت انتخاب می شوند و از نظر مالی به دولت متکی نیستند.

ب - نظام کشورهای اسکاندیناوی:

این سیستم، آمیزه ای از مصرف کنندگان و قوای عمومی است، بدین ترتیب که تشکیلات مصرف کنندگان زیر نظر شورای منتخب دولت فعالیت می کنند. نمونه بارز این سیستم، نروژ است. دولت نروژ در سال ۱۹۵۳ در وزارت خانواده و مصرف کنندگان، شورایی مرکب از ۷ عضو تشکیل داده که وظیفه حمایت از مصرف کنندگان را بر عهده دارد.

رئیس این شورا منتخب شاه است و ۹۵ درصد بودجه شورا توسط دولت تامین می گردد. در عین حال، اعضای شورا مقررات اساسنامه را رعایت کند. از کارهای جالب این شورا، تاسیس انستیتویی است برای بررسی و اجرای طرح برچسب گذاری، اطلاعات و صدور گواهی مرغوبیت کالا. (امیدی، ۱۳۷۴، صص ۱۰-۱۱)

هزینه های شورای مصرف کنندگان سوئد که در سال ۱۹۵۷ تشکیل شده، توسط دولت پرداخت می شود. این شورا نه تنها به نمایندگی از مصرف کنندگان بلکه به نمایندگی از تولید کنندگان و توزیع کنندگان نیز عمل می نماید. این شورا از ۱۴ عضو تشکیل می گردد که توسط شاه منصوب می شوند. ترکیب شورا بدین گونه است: ۷ نفر نمایندگان مصرف کنندگان، حداقل ۳ نفر نمایندگان صنعت و تجارت و بقیه از دانشگاهیان و کارشناسان حرفه ای. در دانمارک نیز از سال ۱۹۳۵ وضع به همین منوال است.

ج - نظام فدراتیو بازار مشترک اروپا:

این سیستم به گروه های متشکل ولی پراکنده مصرف کنندگان که در راستای یک هدف تشکیل شده اند (نظیر سندیکاها و جمعیت های خانوادگی) امکان می دهد پکه از یک سو با یکدیگر متحد شوند و از سوی دیگر، مصرف کنندگان منفرد را متمرکز کنند. در سیستم فدراتیو بازار مشترک، گروه های مصرف کننده در عین استقلال، با دولت همکاری داشته و از کمک های آن برخوردار می شوند.

به عنوان نمونه، در فرانسه تشکیلات خصوصی مصرف کنندگان و تشکیلاتی نظیر انستیتوها و کمیته های دولتی به موازات هم برای حفظ حقوق مصرف کنندگان فعالیت می کنند. تعداد این تشکیلات در کشور فرانسه آن چنان که لوک بیل در سال ۱۹۷۶ ارائه کرده، بالغ بر سی تشکل می باشد. فعالیت تشکیلات خصوصی و دولتی حمایت از مصرف کنندگان اساساً در سه محور، عینیت پیدا می کند:

۱- دادن اطلاعات لازم به مصرف کنندگان در مورد کالاها و خدمات به نحوی که هر مصرف کننده به حق انتخاب خود به طور واقعی دست یابد و نیز اطمینان از این که تبلیغات فریبنده نباشد و تولیدکنندگان نتوانند دروغ گفته و به دروغ عمل کنند.

۲- کنترل کیفیت و مرغوبیت کالا

۳- دفاع از منافع مصرف کننده در مراجع قضایی در مواقع ضروری (امیدی، ۱۳۷۴، صص ۱۲-۱۳)

۵- ناتوانی حقوق خصوصی کلاسیک در حمایت از مصرف کننده

با توجه به عدم تعادل روابط بین افراد حرفه ای و مصرف کننده و لزوم حمایت مقنن از ضعیف، این سوال مطرح می شود که آیا قانون مدنی توان تضمین حقوق مصرف کننده را دارد؟ حقوق خصوصی کلاسیک برای تضمین حمایت از مصرف کننده ناتوان است. اگر چه در قانون مدنی به چاره هایی علیه عدم تعادل قراردادی برخورد می کنیم مانند تئوری عیوب رضا که برای تضمین در بیع به کار می رود، اما چاره های قانون مدنی برای مصرف کننده غیر قابل دسترس است برای این که این راه حل ها، متضمن اقامه دعوی در محاکم می باشند، که باید پس از انعقاد قرارداد اغلب پس از اجرای آن به صورت فردی انجام شود. آیا کسی که یک ظرف ماست فاسد می خرد برای تضمین عیوب مخفی اقامه دعوی خواهد کرد؟ (رضانی، ۱۳۸۸، ص ۲۸)

با مطالعه قانون مدنی متوجه می شویم که این قانون در بخش قراردادها و الزامات خارج از قرارداد بر روی دو محور عمده استوار است. اول، اصل حاکمیت اراده و دوم، عنصر تقصیر. مطابق اصل حاکمیت اراده چون فرض است که دو طرف قرارداد از آزادی اراده برخوردار بوده و اراده هر کدام به طور مساوی بر انعقاد قرارداد حاکم است. هر یک از طرفین ازادانه شرایط و منویات خود را بر قرارداد اعمال می کند. حال آن که امروزه پیوندهای اجتماعی از حد قرارداد گذشته و همبستگی های گوناگون، تکالیفی به بار آورده که همه آنها را نمی توان در قالب حاکمیت اراده ریخت. امروزه در یک سوی قرارداد مصرف، غول های اقتصادی و شرکت های بزرگ و در سوی دیگر، مصرف کننده نیازمند قرار دارند و البته واضح است که این اصل چگونه به اجرا در می آید (کاتوزیان، ۱۳۷۱، ص ۲۱۴).

محور دوم، عنصر تقصیر می باشد یعنی قانون کلی در الزامات خارج از قرار داد این است که شخص در صورتی مسئول زیان های ناشی از کار خویش است که مرتکب تقصیر شده باشد (کاتوزیان، ۱۳۸۱، ص ۱۴۰).

بر مبنای این نظریه برای این که زیان دیده بتواند جبران خسارت خود را از کسی بخواهد، باید ثابت کند که تقصیر او سبب ورود خسارت شده است. در احراز تقصیر زیان دیده نقش مدعی را دارد و باید دلایل اثبات را بیاورد. در مسئولیت های قراردادی، گاه اثبات عدم انجام تعهد برای این منظور کافی است ولی در مسئولیت قهری، تقصیر همیشه برخلاف اصل است و نیاز به اثبات دارد. لذا مصرف کننده زیان دیده باید راه دشواری را برای جبران خسارت طی کند که اگر قراردادی وجود داشته باشد، کار ساده است در غیر این صورت باید هفت خان رستم را بپیماید که خان اول، پیداکردن سازنده کالا است و سپس اثبات تقصیر تولید کننده و در مرحله بعد، گرفتار شدن در پیچ و خم دستگاه قضایی که نهایتاً معلوم نیست که با توجه به وسعت امکانات تولید کنندگان، زیان دیده بتواند خسارت خود را دریافت کند (اسماعیل زاده، ۱۳۷۴، ص ۴۱).

بنابراین، از مصرف کننده باید به طور جدی و در قلب مقرراتی خاص حمایت کرد به دلیل این که مصرف کننده در میان قدرت های عظیم اقتصادی از توان لازم برخوردار نیست و وظیفه قانون حمایت از ضعیف در مقابل قوی است این وظیفه ای می باشد که اخلاق نیز بر آن تاکید دارد و بالاخره حقوق خصوصی کلاسیک با توجه به تحولات عظیمی که در عرصه زندگی ایجاد شده، به تنهایی توان حمایت از مصرف کننده را در برابر غول های اقتصادی ندارند.

قانون مدنی بر دو محور اصلی یعنی آزادی و اراده و نظریه تقصیر استوار است. اثبات تقصیر نیز توسط مصرف کننده مدعی، امری است مشکل و گاه غیر ممکن. به همین دلیل در کشورهای پیشرفته، حرکتی جهت تدوین مقرراتی خاص در حمایت از مصرف کننده ایجاد شده که نهایتاً منجر به وضع حقوقی خاص به نام حقوق مصرف کننده شده است. بنا به آنچه گفته شد، برخی معتقدند که در ایران نیز باید به دنبال تدوین چنین قواعدی در حمایت از مصرف کننده باشیم؛ جامعه ما به راهی می رود که کشورهای اروپایی و آمریکایی سال ها پیش رفته اند پس می توان از تجربه های آنان استفاده کرد و از آن، نمونه سود مند برگزید (کاتوزیان، ۱۳۷۱، ص ۲۶۳).

آیا در جامعه ای که روز به روز به مسائل حادث و پیچیده آن افزوده می شود می توان علم حقوق را در حالت کلاسیک آن حفظ نمود و در آن تجدیدنظر نکرد و کلیه پدیده های جدید را از عینک قواعد قدیم نگاه نمود؟ امروزه حقوق ایران بدان جهت که کشور در آستانه جهش اقتصادی است، احتیاج به دگرگون شدن دارد. حقوق را باید از دیدگاه علمی و با عنایت به زیر بنای جامعه مورد بررسی قرار داد. حقوق امروز حقوقی است فنی و اقتصادی که باید قابل انطباق با خواسته های فناوری جامعه ما بوده و به مشکلاتی که امروز در اثر هجوم اقتصاد صنعتی به وجود آمده است، پاسخگو باشد. نهایتاً باید گفت که از ضروریات یک جامعه این است که علم حقوق از آخرین قواعد و نهادهای روز متاثر شده و همگام با آن پیش رود. (یکتا، ۱۳۸۶، ص ۶۲).

۶- خلأ قانونی و اجرایی حمایت از مصرف کنندگان

خلأ قانونی و اجرایی که برای استیفای حقوق مصرف کنندگان وجود دارد این است که: قوانین موجود کشور حامی حقوق مصرف کنندگان نبوده و آنچه تاکنون در این زمینه مدنظر قرار گرفته وجود سازمان حمایت است که داعیه حمایت همزمان از تولیدکننده و مصرف کننده دارد. این سازمان کوچکترین توجهی به منافع مصرف کنندگان نداشته و نمی توان در تاریخ تشکیل آن حفظ منافع مصرف کننده را پیدا کرد و در مجموع امکان حمایت توأم از تولید و مصرف در یک سازمان وجود ندارد.

در هر معامله ای عرضه کنندگان کالا اطلاعات بیشتری نسبت به مصرف کنندگان داشته و پنهان کردن این اطلاعات منافع مصرف کننده را به خطر می اندازد. بر این اساس تضمین کیفیت کالایی که به مصرف کننده فروخته می شود از موارد حمایت از حقوق مصرف کننده است. در همه دنیا سازمان های غیردولتی منافع مصرف کنندگان را حفظ می کنند چراکه همیشه یکی از طرف های رعایت این حقوق دولت است و باید سازمانی غیردولتی وجود داشته باشد که مقامات دولتی در شکل گیری آن نقش نداشته باشند. در ضمن باید اضافه کرد، نمی توان از یک سو احقاق حقوق مردم و واگذاری امور به آنها را مدنظر داشت و از سوی دیگر دولت حاضر به دست برداشتن از انحطاط طلبی خود نباشد. گرچه در همه دنیا به تشکل های غیردولتی قدرت زیادی داده نمی شود اما وقتی دولت متوجه شود که جامعه از تصمیم اتخاذ شده ناراضی است مجبور به اصلاح آن خواهد بود. در واقع تشکل های غیردولتی گروه های فشاری هستند که با پشتیبانی مردم حقوق مصرف کنندگان را تامین نموده و باید آگاهی مصرف کننده از این حقوق نیز با اطلاع رسانی مناسب صورت گیرد. تشکیل این انجمن ها ضروری بوده و بدون آن نمی توان حقوق مصرف کنندگان را استیفا کرد.

نتیجه گیری و پیشنهادات

بی گمان نظم عمومی و انصاف ایجاب می کند که تدبیری برای جلوگیری از رخداد چنین حوادث و مشکلاتی اندیشیده شود. اولین گام، وضع قوانین است که اولاً نظام تولید و توزیع و مصرف را سامان بخشیده و از وقوع صدمات و خسارات مادی و معنوی ناشی از عدم رعایت حقوق مصرف کننده جلوگیری کند. ثانیاً، در صورت بروز و ورود خسارت، مرجعی وجود داشته باشد که آسان ترین و سریع ترین راه برای جبران خسارت مصرف کننده و مجازات متخلف فراهم آورد (باقرزاده، ۱۳۸۱، ص ۲۲).

حمایت از حقوق مصرف کنندگان و جلوگیری از تضییع حقوق آنها در وهله اول مستلزم ساز و کار و مقرراتی است که ضمن رسیدگی فوری و به موقع شکایات او، خسارات وارده به مصرف کننده را جبران نماید همچنین پیشنهاد می گردد:

- ۱- تدوین و تنظیم قانون چه در مورد قانون ماهوی و چه در این دادرسی مربوطه و خاص آن
- ۲- آگاه سازی مصرف کنندگان از طریق رسانه های گروهی و ارتباط جمعی، انتشار نشریه، برگزاری مصاحبه و همایش و تشکیل دوره های آموزشی عمومی و تخصصی.
- ۳- ارائه نظریات مشورتی و همکاری با دستگاه های ذی ربط اجرایی به جهت اجرای موثر مقررات امور مربوط به حقوق مصرف کننده.

۴- بررسی شکایات و ارائه خدمات مشاوره ای و حقوقی به مصرف کنندگان.

۵- ارجاع دعاوی به مراجع ذی ربط در صورت درخواست خواهان.

منابع و مراجع

- [۱] اسماعیل زاده، هادی، ۱۳۷۴، نگاهی به حقوق مصرف کننده، تهران، انتشارات سازمان گروه تحقیق و مطالعات قوانین و موانع توسعه.
- [۲] اعظمی زنگنه، عبدالمجید، ۱۳۶۴، حقوق بازرگانی، تهران، انتشارات سخن.
- [۳] امیدی، مهرانگیز، ۱۳۷۴، نگاهی به حقوق مصرف کننده، اصفهان، چاپ اول، انتشارات سازمان برنامه و بودجه.
- [۴] باقرزاده، احد، ۱۳۶۸، ضرورت رویکرد نظری حقوق مصرف کننده به حقوق بشر، مجله حقوقی دادگستری، شماره ۷، تهران.
- [۵] باقرزاده، احد، ۱۳۸۱، بازار، دولت و حقوق مصرف کننده، تهران، انتشارات توسعه قلم.
- [۶] بوشهری، جعفر، ۱۳۸۳، حقوق جزا- جبران خسارت، تهران، چاپ شرکت سهامی انتشار.
- [۷] تاجمیری، امیر تیمور، ۱۳۸۵، حقوق مدنی، شیراز، انتشارات فرهنگی آفرینه.
- [۸] جعفری لنگرودی، محمد جعفر، ۱۳۷۲، ترمینولوژی حقوق، تهران، انتشارات گنج و دانش.
- [۹] جعفری لنگرودی، محمد جعفر، ۱۳۷۵، دایره المعارف حقوق مدنی، تهران، انتشارات مشعل آزاد.
- [۱۰] جعفری تبار، حسن، ۱۳۷۵، مسئولیت مدنی سازندگان و فروشندگان کالا، چاپ اول، تهران، نشر دادگستر.
- [۱۱] حسین نژاد، حسینقلی، ۱۳۷۰، مسئولیت مدنی، چاپ اول، تهران، جهاد دانشگاهی شهید بهشتی.
- [۱۲] رضائی، محمد تقی، ۱۳۸۸، حمایت کیفری حقوق مصرف کننده و تطبیق آن با حقوق فرانسه، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق (ع)، قم.
- [۱۳] سالکی، حسین، ۱۳۸۵، حمایت از حقوق مصرف کننده، تهران، انتشارات پیشبرد.
- [۱۴] شهیدی، مهدی، ۱۳۷۷، تشکیل قراردادها و تعهدات، جلد اول، تهران، نشر حقوق دانا.
- [۱۵] صالحی، جواد، ۱۳۹۱، مبانی و قلمرو تعهد به ارائه اطلاعات به مصرف کننده کالا، مقاله ۶، دوره ۱، شماره ۱، تهران.
- [۱۶] عمید، حسن، ۱۳۶۹، فرهنگ عمید، جلد اول، تهران، انتشارات امیرکبیر.
- [۱۷] فرهادی، مریم، ۱۳۸۷، مقررات در بخش بازرگانی داخلی در راستای حمایت از مصرف کننده، پایان نامه کارشناسی ارشد، علوم اقتصادی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- [۱۸] قاسمی حامد، عباس، ۱۳۷۵، مروری اجمالی بر نظریه ی تعهد به ارائه اطلاعات در قرارداد از دیدگاه حقوق فرانسه، مجله کانون وکلا، ش ۱۰، تهران.
- [۱۹] قاسم زاده، سید مرتضی، ۱۳۷۸، مبانی مسئولیت مدنی، تهران.
- [۲۰] کاتوزیان، ناصر، ۱۳۷۴، حقوق مدنی، الزام های خارج از قرارداد، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- [۲۱] کاتوزیان، ناصر، ۱۳۷۱، حقوق مدنی، عقود معین، جلد اول، تهران، انتشارات بهمن.
- [۲۲] کاتوزیان، ناصر، ۱۳۸۳، قواعد عمومی قراردادها، ج ۵، چاپ چهارم، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- [۲۳] کاتوزیان، ناصر، ۱۳۸۱، مسئولیت ناشی از عیب تولید، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- [۲۴] کاتوزیان، ناصر، ۱۳۷۱، وقایع حقوق، چاپ اول، کاشان، نشر یلدا.
- [۲۵] کیایی، عبدالله، ۱۳۷۶، التزامات بایع و مشتری قبل و بعد از تسلیم مورد معامله، چاپ اول، تهران، نشر ققنوس.
- [۲۶] محمد بیگی، داود، ۱۳۸۸، ویژگی های رسیدگی به دعاوی مصرف کننده، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه قم.
- [۲۷] منتفی، مصطفی، ۱۳۸۵، نقش استانداردهای سازایی کالاها در حمایت از حقوق مصرف کننده، الزامات و راهبردهای حقوق مصرف کننده، چاپ سازمان حمایت، تهران، شماره ۱۸.
- [۲۸] یعقوبی، عبدالهاشم، ۱۳۶۷، روش رسیدگی عملی به پرونده ها در شعب سازمان تعزیرات حکومتی، تهران، چاپ فردوسی، تهران.
- [۲۹] یکتا، فرشاد، ۱۳۸۶، مفهوم حقوق اقتصادی در ایران، مدرسه عالی بازرگانی.
- [30] American Jurisprudence, (1997) "Product Liability", Vol.63, 2th Edition, Jurisprudence Publisher.
- [31] Jerry, Philips J., (1977), "The Standard for Determining Defectiveness in Products Liability", Washington law Review.
- [32] Holley, David M., (1988), "Information Disclosure in Sales", Journal of Business Ethics, Vo.17.

- [33] Krawiec, Kimberly D. and Kathryn Zeiler, (2005), "Common Law Disclosure Duties and the Sin of Omission", Virginia Law Review, Vol. 91, No.8.
- [34] Miller and Lovell, (1997), "Product liability", 1th Edition, Butterworth Publishing.
- [35] Oslan, Sarah L. and Kimball, Anne C., (2000), "To Limits on the Use of Tort Law to Encourage Consumer Safety", Consumer law Review.
- [36] Twigg, Christian F., (2004), "Information Disclosure About the Quality of Goods; Duty or Encouragement?", University of Hull.