

حقوق مصرف

قسمت سوم و پایانی: نگاه کلی به حقوق مصرف^۱

مترجم: مجید ادیب

در بیشتر کشورها، حقوق مصرف وجود دارد. در این جا، بهتر است بدون توجه به یک کشور معین، ماهیت، مبنا و روش‌های حقوق مصرف، بررسی شود.

ماهیت حقوق مصرف:

حقوق مصرف، محدوده‌ی مشخصی ندارد. تعیین قلمرو حقوق مصرف، نه ممکن است و نه مفید.^۲ هیچ‌یک از رشته‌های حقوق، هرگز مرز مشخصی نداشته است. حقوق مصرف نیز همین‌طور است. برخی نویسندگان، آن را محدود و برخی دیگر، آن را گسترده می‌دانند. جست‌وجوی این که حق با کدام است، بیهوده خواهد بود. تنها راه این است که از کانون حقوق مصرف، آغاز کنیم و کم‌کم به اطراف آن پردازیم و نشان دهیم که برداشت ما از حقوق مصرف چیست.

کانون حقوق مصرف، از قواعدی تشکیل شده است که مبتنی بر دو معیار است. معیار اول، این است که این قواعد، فقط بر روابط میان پیشه‌ور و مصرف‌کننده اعمال می‌شود.

۱. متن حاضر ترجمه‌ای است از زبان فرانسه از کتاب زیر؛

Calais - Auloy (Jean), Steinmetz (Frank), Droit de la Consommation, 7^e éd. Dalloz, 2006.

۲. اما تعریف مفهوم پیشه‌ور و مصرف‌کننده مفید است. زیرا قلمرو اجرای قواعد اصلی حقوق مصرف را مشخص می‌کند. به همین دلیل در توضیحات گذشته (دو قسمت پیشین این یادداشت ترجمه) کوشیدیم این مفاهیم را تعریف کنیم.

معیار دوم، این است که هدف این قواعد، حمایت از مصرف‌کننده است. در نگرش بسیار محدود، حقوق مصرف، فقط شامل همین قواعد است. نمونه‌ی این قواعد در فرانسه، مقررات عرضه‌ی خانگی کالا، اعتبار و شروط تحمیلی است.

نگرش ما از حقوق مصرف، گسترده‌تر است. به نظر ما، این نگرش برای شناخت کامل موضوع، ضروری است. بنابراین، دو معیار ذکرشده را بررسی می‌کنیم.

- از یک سو، برای این که قاعده‌ای جزو حقوق مصرف باشد، از نظر ما کافی است که کاربرد اصلی آن، در رابطه‌ی میان پیشه‌ور و مصرف‌کننده باشد. لازم نیست که این قاعده فقط بر این رابطه حاکم باشد. بنابراین، تضمین از عیوب پنهان، مسئولیت ناشی از فرآورده‌های معیوب، تقلب و فریبکاری و تبلیغات فریبکارانه هم جزو موضوعات حقوق مصرف است.

هرچند که مقررات در این زمینه‌ها، از لحاظ نظری، دامنه‌ی گسترده‌تری دارد، به همین دلیل که کاربرد اصلی این قواعد، بر رابطه‌ی پیشه‌ور و مصرف‌کننده است، در مجموعه‌ی قانون مصرف فرانسه گنجانده شده است.

- از سوی دیگر، نمی‌توان فقط به قواعدی توجه کرد که هدفش حمایت از مصرف‌کننده است. چون گاهی در رابطه‌ی میان پیشه‌ور و مصرف‌کننده، قواعدی اجرا می‌شود که هدفش حمایت از مصرف‌کننده نیست بلکه ممکن است تأثیر مثبت یا منفی بر مصرف‌کننده داشته باشد مانند قواعد عیوب رضا، اجرا نشدن قرارداد و صلاحیت قضایی. روشن است که این قواعد، جزو حقوق مصرف - به معنای دقیق آن - نیست ولی چون ارتباط بسیار نزدیکی با آن دارد جزو موضوعات حقوق مصرف است.

تاکنون فقط قواعد کلی حقوق مصرف ذکر شد. یعنی قواعدی که بر همه‌ی اموال و خدمات ارائه‌شده به مصرف‌کننده اعمال می‌شود. قواعد ویژه‌ای هم برای حمایت از مصرف‌کنندگان یک کالا یا خدمت معین وضع شده است؛ مانند مواد غذایی، دارو، خودرو، مسکن، بیمه و بنگاه مسافرتی. این قواعد ویژه که بسیار است قلمرو حقوق مصرف را گسترده‌تر می‌کند.

بنابراین، حقوق مصرف از قانون مصرف، گسترده‌تر است. البته این قانون، قانون حقوق مصرف و در بردارنده‌ی مهم‌ترین مقررات آن است ولی شامل همه‌ی مقررات حقوق مصرف نیست.

چند رشتگی حقوق مصرف:

همیشه، ماهیت قواعد مورد مطالعه؛ تنها معیار طبقه‌بندی رشته‌های حقوق بود؛ مانند حقوق مدنی، حقوق جزا، حقوق قضایی و حقوق اداری. امروزه حقوق دانان، علاوه بر این طبقه‌بندی سنتی، طبقه‌بندی دیگری ایجاد کرده‌اند که مبتنی بر کارکرد قاعده‌ی حقوقی است. بدون تردید، حقوق بازرگانی، نخستین نمونه از این رشته‌های جدید است. نمونه‌های دیگر طبق این طبقه‌بندی جدید، حقوق کار، حقوق رقابت، حقوق پخش، حقوق محیط زیست و حقوق مصرف است. این طبقه‌بندی، خط عمود بر طبقه‌بندی قبلی است یعنی هر رشته، در مواردی با رشته‌های طبقه‌ی پیشین، تطابق دارد. معنای چند رشتگی حقوق مصرف، همین است.

حال، باید دید چه رشته‌هایی با حقوق مصرف مرتبط است.

۱ - نخست باید به حقوق مدنی اشاره کرد؛ چون رابطه‌ی پیشه‌ور و مصرف‌کننده در بیشتر موارد، موجب قراردادهای حقوق خصوصی می‌شود. برخی نظریه‌های حقوق مدنی مانند تضمین از عیوب پنهان، تعهد ایمنی یا تعهد اطلاع‌رسانی، برای مصرف‌کننده بسیار مهم است و وارد قلمرو حقوق مصرف می‌شود.

برخی مقررات حقوق مصرف، به‌ویژه مقررات شروط تحمیلی با حقوق مدنی ارتباط پیدا می‌کند. اما نمی‌توان حقوق مصرف را فقط امتداد حقوق مدنی دانست چون همان‌طور که خواهیم دید با رشته‌های دیگر نیز ارتباط دارد.

۲ - حقوق بازرگانی، نقش کمتری دارد؛ چون حقوق مصرف فقط شامل بازرگانان نمی‌شود بلکه تکالیفی را برعهده‌ی همه‌ی پیشه‌وران می‌گذارد. با وجود این، برخی از مقررات، بیشتر شامل بازرگانان می‌شود و بنابراین ممکن است با حقوق بازرگانی ارتباط پیدا کند مانند مقررات اعمال تجاری.

۳ - حقوق جزا، نقش مهمی در حقوق مصرف دارد؛ حداقل در فرانسه این طور است. بسیاری از تکالیفی که برای حمایت از مصرف کننده، برعهده‌ی پیشه‌ور گذاشته شده است، ضمانت اجرای کیفری دارد. مثلاً تقلب و فریبکاری، جرم است. در زمینه‌ی تبلیغات، عرضه‌ی خانگی کالا و اعتبار هم ضمانت اجرای کیفری وجود دارد که از راه تهدید، نقش پیش‌گیرانه ایفا می‌کند. کیفری کردن حقوق مصرف، با اعتراض پیشه‌وران روبه‌رو شده است. چون تحمل کیفر که ننگ‌آمیز است برای آن‌ها دشوار است. بدون تردید می‌توان در مواردی از حقوق جزا استفاده نکرد اما برای تضمین رعایت قانون، چاره‌ای جز این نیست که در برخی موارد، ضمانت اجرای کیفری وجود داشته باشد به شرط آن که این ضمانت اجرا با خطا و با منفعت مورد حمایت قانون، تناسب داشته باشد.^۱

۴ - حقوق قضایی نیز، چه دادرسی مدنی و چه دادرسی کیفری در حقوق مصرف نقش دارد؛ چون برای حمایت از مصرف کننده، فقط وضع مقررات کافی نیست بلکه علاوه بر آن، باید دسترسی به دادگستری هم برای وی آسان شود. به همین دلیل است که روش‌های دادرسی ساده وضع شده است و به اتحادیه‌ها اجازه داده شده است که برای دفاع از منفعت جمعی مصرف کنندگان، اقامه‌ی دعوا کنند.

۵ - حقوق اداری به دو لحاظ در حقوق مصرف تأثیر دارد. از یک سو، مأموران دولت، به‌ویژه مأموران اداره‌ی کل رقابت، مصرف و مبارزه با تقلب، موظف‌اند بر رعایت مقررات حمایت از مصرف کننده نظارت کنند و برخی مراجع دولتی مانند پست و بیمارستان‌ها با کاربران‌شان روابطی دارند که همان مسائل روابط میان پیشه‌ور و مصرف کننده را ایجاد می‌کند.

ممکن است طبق این تحلیل، حقوق مصرف، رشته‌ای ناهمگون به نظر آید اما این طور نیست. چون در حقوق مصرف، همه چیز مبتنی بر یک هدف مشترک است و آن، ضرورت حمایت از مصرف کننده در برابر قدرت طرف‌های اقتصادی اوست. به این ترتیب، فاصله‌ها

۱. اگر جزای نقدی به اندازه‌ای باشد که هزینه‌ی تخلف از قانون را بیشتر از رعایت قانون کند، مجازات مناسبی است اما کم‌وبیش بر قیمت و در نتیجه بر مصرف کننده تأثیر می‌گذارد. مجازات‌های دیگر، بیشتر قابل استفاده است؛ مانند انتشار محکومیت.

میان رشته‌های سنتی، کم می‌شود.

اما نباید حقوق مصرف را حقوق مستقل دانست. چون قواعد عمومی حقوق مدنی، حقوق جزا، حقوق قضایی و حقوق اداری، اجرا می‌شود و حقوق مصرف فقط در قلمرو مربوط به خود، قواعد ویژه‌ای اعمال می‌کند که فراتر از تقسیم‌بندی‌های سنتی است.

رشته‌های نزدیک به حقوق مصرف:

اگر از محدوده‌های حقوق مصرف بگذریم ملاحظه می‌کنیم که موضوعات دیگری به آن نزدیک می‌شود و در برخی زمینه‌ها، با آن، وجه اشتراک پیدا می‌کند. نمونه‌ی نخست آن، حقوق رقابت است که بر روابط میان شرکت‌ها حاکم است و بنابراین، بالاتر از حقوق مصرف قرار می‌گیرد. اما در مرز میان این دو رشته، مجموعه‌ی قواعدی وجود دارد که میان این دو رشته مشترک است؛ مانند قواعد منع روش‌های تجاری تهاجمی. به‌طور کلی‌تر، تقریباً همه‌ی قواعد حقوق رقابت، بر مصرف‌کنندگان تأثیر دارد و قواعد حقوق مصرف نیز غالباً بر رقابت تأثیر می‌گذارد. این پیوند به اندازه‌ای نزدیک است که این دو رشته، بدون آن که هر یک هویت خود را از دست بدهد، در یک مجموعه قابل جمع است که می‌توان آن را حقوق بازار نامید.

موضوع نزدیک دیگر، حقوق توزیع (پخش) است که آن نیز بالاتر از حقوق مصرف جا می‌گیرد چون مربوط به مراحل میان تولید تا مصرف است. با این حال، این دو رشته، گاهی در تماس با یکدیگر، با هم تداخل پیدا می‌کنند چون معمولاً مقررات حمایت‌گر مصرف‌کننده، بر امور پخش (و توزیع) هم اعمال می‌شود. اما حقوق توزیع، توصیفی و حقوق مصرف، هدف‌گرا است.

حقوق مصرف با حقوق محیط زیست، تماس‌های بسیاری دارد. فلسفه‌ی این دو رشته، یکی است. چون هر دو، در برابر چرخه‌ای واکنش نشان می‌دهند که در درجه‌ی اول، به دنبال تولید و فروش است و گاهی منافع واقعی انسان را نادیده می‌گیرد. البته ماهیت حقوق محیط زیست با حقوق مصرف تفاوت دارد.

هدف حقوق محیط زیست، حفظ انسان در برابر آسیب به محیط طبیعی زندگی‌اش است و هدف حقوق مصرف، دفاع از انسان در برابر قدرت اقتصادی بنگاه‌هایی است که برای او، مال یا خدمت فراهم می‌کنند. اما امکان تداخل این دو وجود دارد. مثلاً آلودگی آب و کاربرد فرآورده‌های دست‌کاری ژنتیکی شده هم به محیط زیست ربط دارد و هم به مصرف.

مبنای حقوق مصرف:

پرسش. چرا قانون از مصرف‌کننده حمایت می‌کند؟ پاسخ آنان که نگرشی وضعی از حقوق دارند این است که؛ چون مصرف‌کنندگان در نیمه‌ی دوم قرن بیستم، گروه فشار نیرومندی تشکیل دادند تا دولت را وادار کنند که برای حمایت از مصرف‌کننده، قوانینی وضع کند. این پاسخ، درست است اما کافی نیست. درست است که اتحادیه‌های مصرف‌کنندگان، بر قانون‌گذار، تأثیر داشته‌اند اما شکل‌گیری اتحادیه‌ها و توجه به آن‌ها، احتمالاً ناشی از نیاز شدید جامعه بوده است. بنابراین باید مبنای قواعد حمایت‌گر را شناخت. برای این منظور، دلایل موافق و مخالف حقوق مصرف را بررسی می‌کنیم.

موافق. از نظر ما، سه دلیل موجب پیدایش حقوق مصرف شده است: ۱ - به‌طور طبیعی، مصرف‌کننده در برابر پیشه‌ور، در موقعیت ضعف است. ۲ - وظیفه‌ی قانون، حمایت از ضعیف در برابر قوی است. ۳ - حقوق مدنی سنتی نمی‌تواند از مصرف‌کننده حمایت کند. در قسمت اول (و دوم)، به دلایل نابرابری میان پیشه‌ور و مصرف‌کننده اشاره شد. حال، دو علت دیگر را بررسی می‌کنیم.

وظیفه‌ی قانون، حمایت از ضعیف در برابر قوی است. از نظر ما، اگر این تنها وظیفه‌ی قانون نباشد، حداقل، وظیفه‌ی اصلی‌اش است. اگر برخی اشخاص، همیشه قربانی سوءاستفاده از قدرت باشند، زندگی در جامعه ممکن نخواهد بود. قانون از ضعیف حمایت می‌کند تا در جامعه آرامش برقرار کند. آرمان‌گرایی نیست اگر گفته شود که در این‌جا، کارایی و بازدهی، موازین اخلاقی را رعایت می‌کند. فلسفه‌ی حقوق مصرف، شبیه نظریه‌ی

همبستگی است که برخی نویسندگان در حقوق قرارداد، مطرح کرده‌اند. تقریباً باور همه این است که حمایت از مزدبگیران، کشاورزان و تاجران کوچک، ضروری است. به همان دلیل، حمایت از مصرف‌کننده هم ضروری است. این دلایل، به قدری مستحکم است که در برخی کشورها مانند اسپانیا و پرتغال، قانون اساسی، حمایت از مصرف‌کننده را ضروری دانسته است.

این حمایت، از حقوق مدنی سنتی بر نمی‌آید. در قانون مدنی، برای برخی نابرابری‌ها در قرارداد، چاره‌هایی اندیشیده شده است مانند نظریه‌ی عیوب رضا و تضمین در فروش. اما چاره‌های قانون مدنی، معمولاً دور از دسترس مصرف‌کننده است چون وی برای بهره بردن از آن، باید پس از قرارداد و معمولاً پس از اجرای قرارداد، در دادگاه اقامه‌ی دعوا کند. چه کسی پس از خرید یک سطل ماست ترش، دعوای تضمین از عیوب پنهان اقامه می‌کند؟

اگر این سه دلیل را بپذیریم به این نتیجه می‌رسیم که قانون‌گذار، برای برابری رابطه‌ی پیشه‌ور و مصرف‌کننده باید قواعدی کارآمدتر از قواعد قانون مدنی وضع کند. مصرف، پدیده‌ای توده‌ای است. یعنی هرچند منافع، به‌طور جداگانه کوچک است اگر به‌طور کلی در مکان و زمان لحاظ شود، مهم خواهد بود. بنابراین، قواعد جدید باید پیش‌گیرانه و فراگیر باشد؛ در حالی که قواعد قانون مدنی این‌گونه نیست. مثلاً کوشش می‌شود، پیش از آن‌که فرآورده‌های خطرناک، زبانی به بار آورد، از بازار جمع‌آوری شود یا پیش از انعقاد قرارداد، جلوی شروط تحمیلی گرفته شود.

مخالف. قواعد حقوق مصرف، به‌ویژه قواعد پیش‌گیرانه و فراگیر، محدودیت‌هایی برای پیشه‌ور ایجاد می‌کند و بنابراین برخلاف اصل آزادی تجارت و صنعت است. افزایش این قواعد، در صورتی که به بیش از اندازه شود، ممکن است معایبی داشته باشد. درست نیست که مقررات زیادی وضع شود که ممکن است یا به اجرا درنیاید یا اگر به اجرا درآید جلوی فعالیت اقتصادی را می‌گیرد.

به‌علاوه، اگر این گمان برای مصرف‌کننده ایجاد شود که قانون در هر وضعیتی از او حمایت می‌کند و به این صورت، احساس اتکا به دیگران یا حتی محجوریت کند، خطرناک خواهد بود. ممکن است حمایت بیش از اندازه، موقعیت ضعف را که بیشتر مصرف‌کنندگان، دچار آن هستند، تغییر دهد و به‌علاوه، مصرف‌کنندگان نابکار، از آن سوءاستفاده کنند. علاوه بر این، محدودیت‌هایی که برای بنگاه‌های اقتصادی ایجاد می‌شود، هزینه‌ای دارد که لزوماً در قیمت برای مصرف‌کننده تأثیر می‌گذارد و سرانجام، هزینه‌ی حمایت از او، بر دوش خود او خواهد بود.

نباید این انتقادات را از حقوق مصرف، دست کم گرفت. شاید برای برقراری عدالت در روابط طرف‌های معامله، بهتر باشد که رفتار مصرف‌کننده تغییر پیدا کند نه این که قواعد حقوقی افزایش یابد. تا آن‌جا که امکان دارد، مصرف‌کننده باید حمایت از خود را به‌عهده بگیرد. در این‌جا موضوع آگاه‌سازی و آموزش مطرح است.

اما تحول رفتارها به‌فرض که امکان‌پذیر باشد، یک شبه صورت نمی‌گیرد و هرگز همه‌ی مصرف‌کنندگان را از همه‌ی سوءاستفاده‌ها در امان نگه نمی‌دارد. بنابراین، از نظر ما، این انتقادات نمی‌تواند کارایی قواعد حمایت‌گر را زیر سؤال ببرد و حقوق را از عرصه‌ی مصرف، حذف کند. حذف حقوق، مصرف‌کنندگان، به‌ویژه ضعیف‌ترها را در برابر سوءاستفاده از قدرت اقتصادی، بی‌دفاع می‌گذارد.

در نتیجه، موضوع اصلی، مسئله‌ی رعایت اندازه است. یعنی قواعد حمایت‌گر باید کارآمد باشد اما باید نه زیاد باشد و نه بیش از اندازه محدودکننده باشد. شاید لازم باشد که مصرف‌کننده‌ی نابکار از حمایت محروم شود.

روش‌های حقوق مصرف:

قانون‌گذار برای عدالت در روابط میان پیشه‌ور و مصرف‌کننده، روش‌های گوناگونی را به‌کار می‌برد. این روش‌ها را دو به دو معرفی می‌کنیم. هر کدام از این دو عبارتی‌ها از لحاظ نظری ممکن است به‌عنوان راه‌حلی جایگزین، به قانون‌گذار پیشنهاد شود. مطالعه‌ی

کشورهای مختلف نشان می‌دهد که در بیشتر آن‌ها، هر یک از این دو عبارتی‌ها با هم اجرا می‌شود.

حقوق قوام‌یافته، حقوق قوام‌نیافته:

بیشتر مقررات حقوق مصرف، الزام‌آور است و برای پیشه‌ور، تکالیف و مجازات‌هایی تعیین کرده است. این قواعد، از نوع نظم عمومی حمایتی است. قواعد غیرالزام‌آور هم در حقوق مصرف وجود دارد که به پیشه‌وران، فقط رعایت آن توصیه می‌شود. گرایش کشورهای شمال اروپا به این است که حقوق مصرف را قوام‌نیافته بدانند. حقوق فرانسه، آن را نوعی مکمل حقوق قوام‌یافته می‌داند. در فرانسه، حقوقی که به‌طور کامل، قوام‌نیافته باشد، کارایی ندارد.

آگاه‌سازی، حمایت؛ آگاه‌سازی مصرف‌کننده به معنی پذیرش توانایی او در دفاع از خود است. بنابراین، قانون فقط ابزارهای دفاع را در اختیار او قرار می‌دهد. حمایت از مصرف‌کننده به این معنی است که مصرف‌کننده، هرچند آگاه شده باشد در معرض سوءاستفاده‌هایی است که نمی‌تواند از آن جلوگیری کند. بنابراین، قانون می‌خواهد به‌طور مستقیم، از این سوءاستفاده‌ها جلوگیری کند. تکلیف آگاه‌سازی، ممنوعیت فریبکاری و مهلت بررسی، مبتنی بر روش آگاه‌سازی است و بطلان شروط تحمیلی و وضع مقرراتی برای محتوای قرارداد، مبتنی بر روش حمایت است. از نظر ما، مطالعه‌ی دقیقی درباره‌ی انتخاب یکی از این دو روش، صورت نگرفته است. در چه مواردی، آگاه‌سازی، کافی است؟ در چه مواردی، حمایت، ضروری است؟ به این پرسش‌ها باید برحسب طبقه‌ی مصرف‌کننده‌ی مورد نظر و نوع سوءاستفاده، پاسخ داده شود. موضع قانون‌گذار، بیشتر مبتنی بر تجربه است تا بر استدلال.

روش پیش‌گیری، روش درمان؛ هدف برخی از مقررات، پیش‌گیری از زیان دیدن مصرف‌کننده است مانند مقررات جمع‌آوری فرآورده‌های خطرناک از بازار یا حذف شروط تحمیلی از نمونه‌های قرارداد. هدف برخی از مقررات نیز جبران آثار زیان است مانند مقررات

مسئولیت ناشی از فرآورده‌ها یا ابطال شروط تحمیلی قراردادهای منعقدشده. این دو روش باید همراه هم باشد. البته پیش‌گیری بهتر است اما به‌طور کامل، کارآمد نیست. بنابراین، قانون‌گذار نمی‌تواند به جبران توجه نکند.

روش فردی، روش گروهی؛ چاره‌های فردی، ناشی از نگرش سنتی حقوق خصوصی است که معتقد است هر قرارداد، واحدی مجزا است و هر زیان‌دیده، حقوق خاص خود را دارد. حقوق مصرف، این راه‌کارهای فردی را شناسایی و تقویت می‌کند، مثلاً مسئولیت ناشی از فرآورده‌های معیوب را وضع می‌کند یا در فروش، تضمین تطابق را مقرر می‌دارد. اما مصرف، پدیده‌ای توده‌ای است. میلیون‌ها مصرف‌کننده، مخاطب یک نوع تبلیغات بازرگانی هستند، یک نوع فرآورده را می‌خرند و یک نوع سند قرارداد را امضا می‌کنند. به‌همین دلیل، در قوانین جدید، راه‌کارهای گروهی حمایتی وضع شده است. قواعد پیش‌گیرانه، گرایش گروهی دارد. چون پیش‌گیری از منشأ زیان، حمایت از همه‌ی مصرف‌کنندگانی است که ممکن است زیان ببینند. دیگر ابزارهای گروهی، در زمینه‌ی دادرسی است مانند انواع دعاوی که انجمن‌های مصرف‌کنندگان می‌توانند اقامه کنند.