

## نقش مقررات سازمان جهانی تجارت در توسعه حقوق مصرف کننده

سپیده زبردست، دانشجوی دکتری، گروه حقوق، تهران جنوب واحد بین الملل کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، جزیره کیش، ایران

[zebardastsepideh@yahoo.com](mailto:zebardastsepideh@yahoo.com)

سید قاسم زمانی (نویسنده مسئول)، استاد، گروه حقوق بین الملل، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران،

ایران. [zamani@atu.ac.ir](mailto:zamani@atu.ac.ir)

حسین شریفی طرازکوهی، استاد، گروه حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه امام حسین، تهران، ایران. [hsharifit@yahoo.com](mailto:hsharifit@yahoo.com)

رضا موسی زاده، استاد، عضو هیأت علمی گروه حقوق بین الملل، دانشکده روابط بین الملل وزارت امور خارجه، تهران، ایران.

[rmousazadeh8@gmail.com](mailto:rmousazadeh8@gmail.com)

### چکیده

بحث فعلی در مورد مقررات مصرف کننده در بازارهای آزاد بر دو فرضیه متمرکز است: جهانی شدن اقتصادی تلاش های دولت ها برای حمایت از مصرف کنندگان را از بین می برد. و اینکه موسسات تجارت آزاد بین المللی، به ویژه سازمان جهانی تجارت (WTO)، نمی توانند به طور موثر با اختلافات متقابل فزاینده بین المللی در مقررات مصرف کننده کنار بیایند. باید به این موضوع توجه داشت که چرا مقررات مصرف کننده اغلب سختگیرانه شده است و اینکه چرا تنها زیرمجموعه کوچکی از تفاوت های فراملی در مقررات مصرف کننده منجر به ایجاد اختلافات تجاری می شود که حل آنها بسیار دشوار است و چگونه می توان این زیرمجموعه را شناسایی کرد. بر این اساس با روش تحلیلی - توصیفی و به صورت کتابخانه ای درصدد بررسی نقش سازمان جهانی تجارت در توسعه حقوق مصرف کننده می باشد. یافته های تحقیق نشان می دهد که تا نگرانی های سازمان جهانی تجارت در مورد حمایت از مصرف کننده و پیامدهای آن برای کشورهای در حال توسعه، سازمان مزبور را بر آن داشته است تا نقایص موجود را با توجه به مقررات این سازمان برطرف نماید.

### کلمات کلیدی:

سازمان جهانی تجارت، حقوق مصرف کننده، اقتصاد، اختلافات تجاری.

در دنیایی که به طور فزاینده جهانی شده با بازاری عمیقاً بین‌المللی شده، یکی از حداقل عناصر جهانی شدن جوامع امروز است. با این حال، حتی قانون نیز روز به روز بیشتر و بیشتر بین‌المللی می‌شود و از مرزهای حوزه‌های قضایی ملی عبور می‌کند. در مورد حقوق مصرف‌کننده نیز چنین است، جایی که تمایل قابل توجهی برای توسعه قوانین فراملی، یا حداقل، اصول شناخته شده بین‌المللی حقوق مصرف‌کننده وجود دارد.<sup>۱</sup>

برخی از کاستی‌های حقوق مصرف‌کننده در عرصه جهانی که به طور همزمان مصرف‌کنندگان را در بسیاری از حوزه‌های قضایی مختلف تحت تاثیر قرار داده است ارتباط روزافزون قوانین بین‌المللی مصرف‌کننده را نشان داده است و نیاز به پاسخ به این موضوعات حقوق مصرف‌کننده در دنیا را برجسته کرده است. این امر به ویژه هنگامی که به اجرای قوانین مصرف‌کننده می‌رسد بیشتر است. علاوه بر این، تغییرات اساسی اخیر و پیشرفت‌های بیشتر دستورالعمل‌های سازمان ملل متحد برای حمایت از مصرف‌کننده (از این پس «دستورالعمل‌های سازمان ملل») و فعالیت‌های جهانی مرتبط بعدی در حوزه حمایت از مصرف‌کننده، نیازمند بررسی بیشتر در این زمینه است.<sup>۲</sup>

بنابراین، این مقاله در نظر دارد با بررسی انتقادی پدیده بین‌المللی شدن حقوق مصرف‌کننده و با پیشنهاد جهت‌گیری برای توسعه آتی حقوق مصرف‌کننده بین‌المللی، به پژوهش در این زمینه کمک کند. بحث اصلی مطرح شده در این مقاله این است که تلاش‌ها در جهت بین‌المللی‌سازی حقوق مصرف‌کننده نیاز به تمرکز دقیق‌تری بنا به دلایل مزبور دارد: اولاً ایجاد حداقل استانداردهای پذیرفته‌شده جهانی برای حمایت از مصرف‌کننده دارد و دوم، توسعه و تسهیل همکاری‌ها به عنوان یک اقدام ضروری.

مصرف‌کنندگان از عناصر مهم نظام اقتصادی هر کشور هستند. اهمیت مصرف برای توسعه اقتصادی یک کشور در ادبیات اقتصادی بسیار مورد تاکید قرار گرفته است. از این رو، نیاز به حمایت از منافع مصرف‌کنندگان برای تشویق مصرف وجود دارد. در دنیای جهانی شده کنونی، موضوع حمایت از مصرف‌کننده اهمیت جهانی یافته است. به طور کلی، حمایت از مصرف‌کننده به معنای حمایت از مصرف‌کنندگان در برابر اعمال ناعادلانه، فریبنده یا متقلبانه است. گام‌های زیادی از سوی جامعه بین‌المللی برای حفاظت از منافع مصرف‌کننده برداشته شده است. سازمان جهانی تجارت، یک سازمان بین‌المللی جهت توسعه تجارت آزاد بین کشورها است که به طور رسمی در سال

<sup>1</sup> Durovic, M., & Micklitz, H.-W. The internationalisation of consumer law: A game changer. (London: Springer, 2017), 15.

<sup>2</sup> United Nations. United Nations guidelines for consumer protection. (UNCTAD/DITC/CPLP/MISC/2016/1). (New York, NY: United Nations Conference on Trade and Development, 2016). Retrieved from [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditceplpmisc2016d1\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditceplpmisc2016d1_en.pdf).

۱۹۹۵ به وجود آمد. **منافع** سازمان جهانی تجارت در مورد حمایت از مصرف کننده در دو موافقت نامه مهم آن به نام های اقدامات بهداشتی و بهداشت گیاهی (SPS)<sup>۳</sup> و موانع فنی فراروی تجارت (TBT)<sup>۴</sup> گنجانده شده است.<sup>۵</sup>

لذا با توجه به مسائل مطروحه، این مقاله به چهار قسمت تقسیم می شود. در بخش اول حقوق مصرف کننده و تعریف آن را مورد توجه قرار خواهیم داد. در بخش دوم دلایل و ضرورت های حمایت از مصرف کننده مورد توجه واقع شده است. در بخش سوم **حمایت از حقوق مصرف کننده در سازمان جهانی تجارت** مورد توجه قرار دادیم که در ابتدای آن نگرانی های سازمان جهانی تجارت در مورد حمایت از مصرف کننده و تاثیرات آن بر موضوعات حمایتی مورد بحث واقع شده است. در عناوین بعدی نیز **پیشنهادات برای توسعه حقوق مصرف کننده در سازمان جهانی تجارت** و تاثیر مثبت سازمان جهانی تجارت بر حقوق مصرف کننده؛ موفقیت در پیشبرد سیاست ها یا حمایت واقعی را مورد تحقیق و پژوهش قرار دادیم. **در بخش چهارم نیز رویه سازمان جهانی تجارت در ارتباط با حل اختلافات مرتبط با حقوق مصرف کننده را بیشتر مدنظر خود قرار دادیم** که در زیرمجموعه های آن به استانداردهای محصولات تولیدی و تاثیر آن بر شکل گیری و اختلافات، تاثیرات مقررات گذاری بر رویه حل فصل اختلافات در مورد حقوق مصرف کنندگان، توجیه و یافتن ریشه های اختلافات تجاری در مورد حقوق مصرف کننده، دلایل بروز اختلافات در مورد حقوق مصرف کننده و پرداخت غرامت برای تضمین حقوق مصرف کننده مورد توجه قرار گرفته است.

## ۱- حقوق مصرف کننده

واژه های مصرف کننده و تأمین کننده از اصطلاحات کلیدی در حوزه حقوق تجارت به شمار می آیند. از این رو، برای شناخت حقوق و تکالیف این دو نسبت به همدیگر، تبیین درست و دقیق مفهوم حقوقی این اصطلاحات ضروری به نظر می رسد. از آنجا که مصرف کنندگان، در معاملات تجاری، در مقایسه با تأمین کنندگان و فروشندگان کالا و خدمات ضعیف شمرده می شوند به همین سبب، هم در سطح داخلی و هم در سطح بین المللی قوانین و مقررات خاصی برای حمایت از مصرف کننده به تصویب رسیده است.<sup>۶</sup>

<sup>۳</sup> Sanitary and phytosanitary measures and agreements

<sup>۴</sup> Technical barriers to trade

<sup>۵</sup> Lima Marques, C., & Wei, D. (Eds.). *Consumer law and socioeconomic development: National and international dimensions*. (Cham: Springer, 2017), 47.

<sup>۶</sup> . غلام نبی فیضی چکاب و تقی اسدی، «مفهوم حقوقی مصرف کننده و تأمین کننده کالا و خدمات در حقوق ایران و مقررات اروپایی»، (دانش حقوق مدنی، دوره ۴، شماره ۱، بهار و تابستان، ۱۳۹۴)، ۶۸

مصرف کننده به عنوان مفهومی جدید که در برابر تولید کننده قرار می گیرد، پس از انقلاب صنعتی مطرح شد و حمایت از حقوق مصرف کنندگان، به عنوان گروههایی که در برابر فروشندگان، به توجه ویژه نیاز مند هستند، اهمیت روز افزون یافت. در قرن بیستم میلادی، پیشینه تعیین حقوقی به عنوان حقوق اساسی مصرف کننده و الزام به رعایت آنها، به صدور اعلامیه مورخ ۱۵ مارس ۱۹۶۲ میلادی جان اف کندی رییس جمهور ایالات متحده به کنگره این کشور باز می گردد. برخوردار نبودن اتومبیلهای حاصل از تولید انبوه از ایمنی لازم و مخاطرات بیشمار ناشی از آنها و سایر کالاهای معیوب و زیان بار برای مصرف کنندگان آمریکایی، طی سال های دهه ۱۹۱۰ تا دهه ۶۰ میلادی، به فعال تر شدن جنبش حمایت از مصرف کننده در امریکا و واکنش کندی نسبت به شناسایی و حمایت از حقوق مردم این کشور منتهی شد. وی حقوق هر امریکایی را به شرح زیر برشمرد: حق ایمنی، حق آگاهی، حق انتخاب و حق نمایندگی. علاوه بر حقوق اعلام شده از سوی کندی که تحت عنوان «منشور حقوق مصرف کننده» ارائه شد - قطعنامه شماره ۲۴۸/۳۹ مصوب ۹ آوریل سال ۱۹۸۵ مجمع عمومی سازمان ملل نیز خطوط کلی و رهنمودهایی را برای حمایت از مصرف کنندگان ارائه داده است که در آنها حقوق اساسی مصرف کننده به صورت تلویحی بیان شده است. حق رفع نیازهای اساسی، حق جبران، حق آموزش و حق برخورداری از محیط زیست سالم در کشورهای مختلف، سازمانهای غیردولتی حمایت از مصرف کننده، برای بهره مند شدن مصرف کنندگان از این حقوق تلاش می کنند.<sup>۷</sup>

همواره در دهه های اخیر شاهد چگونگی آزادسازی بازار جهانی و توسعه فناوری بر روابط مصرف کنندگان بوده ایم. امروزه، مصرف کننده امکانات بیشتری برای دریافت اطلاعات پیچیده در مورد کالاها، کارها و خدمات مختلف از منابع مختلف دارد. توسعه اینترنت و شبکه های اجتماعی مرزهای بین مردم و شرکت ها را لغو کرد. علاوه بر این، این توسعه منجر به ظهور عصر جدیدی از ارتباطات و تسهیل دسترسی به بازارهای جهانی برای مصرف کنندگان از سراسر جهان شد.

در عصر فراملی شدن، مصرف کنندگان نیز با چالش های بیشتری روبرو هستند. به عنوان مثال در اغلب موارد، مصرف کننده نسبت به فروشنده در موضع ضعیف تری قرار دارد و نیازمند حمایت است. تبلیغات و روش های مدرن فروش و غیره موجب می شود مصرف کننده محصولی را دریافت کند که مورد نیاز وی نبوده یا بسیار فراتر از نیازهای واقعی بوده است (خرید اجباری). امکان دارد محصولی که در اینترنت عرضه می شود حین تحویل همان کالایی نباشد که عرضه شده است. ممکن است استفاده مناسب از محصول نیاز به اطلاعات

<sup>۷</sup> فروغ مصطفی منتقمی، «مطالعه ای راجع به نقش سازمان های غیردولتی در حمایت از حقوق مصرف کنندگان در کشور»، (مجله بررسی های بازرگانی، شماره ۴۷، خرداد و تیرماه، ۱۳۹۰)، ۵۷

زیاد داشته باشد به طوری که اگر این اطلاعات ارائه نشده، یا آموزش داده نشود، آنچنان که شایسته است نتوان از محصول استفاده کرد.<sup>۸</sup>

لذا با توجه به تنوع روش‌های فروش و فناوری جدید، تغییر شیوه‌های تجاری و پدیده گردشگری انبوه، مصرف‌کنندگان در معرض خطرات جدید و روش‌های متقلبانه، فریبنده و غیرمنصفانه قرار می‌گیرند. محصولات و خدمات (به ویژه محصولات مالی) به تدریج پیچیده می‌شوند و ارزیابی آنها حتی برای متخصصان نیز دشوار است. اعطای وام‌های ارزان قیمت به مصرف‌کنندگان کم درآمد، علت اصلی بحران مالی جهانی در نظر گرفته می‌شود. در بسیاری از موارد، اطلاعات و تبلیغات گمراه‌کننده به مصرف‌کنندگان ارائه می‌شود. اختلافات ناشی از مصرف فرامرزی اغلب با بازده پایین برای مصرف‌کنندگان سنگین است<sup>۹</sup> چالش‌های مختلف در مورد حقوق مصرف‌کننده می‌تواند منجر به خطرات جدید و فریبکارانه و فریبنده شود. و اعمال ناعادلانه در این زمینه باید در نظر داشت که مصرف‌کننده به‌عنوان سمت ضعیف‌تر روابط قراردادی باید خود را با روش‌ها، فناوری‌ها و غیره جدید تطبیق دهد و برای امکان تأمین منافع خود از آنها استفاده کند.<sup>۱۰</sup>

با توجه به اینکه شرکت‌ها به‌منظور تحقق محصولات خود، دائماً به دنبال و بهبود روش‌های جدید تأثیرگذاری بر مصرف‌کننده هستند، چنین مصرف‌کننده‌ای طرفی ناامن در روابط مصرف‌کننده است و نیاز به حمایت بیشتر دارد. با توجه به این نوع حمایت، باید توجه داشت که با توسعه تجارت اینترنتی و با امکان خرید کالا از نقاط مختلف جهان بدون خروج از منزل، مصرف‌کننده نه تنها در سطح ملی نیازمند نوعی حمایت است، بلکه در سطح بین‌المللی. به همین دلیل مصرف‌کننده‌ای که از طریق اینترنت در کشور دیگری کالا می‌خرد، از امکان حمایت در سطح ملی محروم می‌شود. علاوه بر این، مصرف‌کننده همیشه نمی‌تواند به طور موثر از حقوق خود از طریق یک مرجع تخصصی حمایت از مصرف‌کننده در کشور خرید کالا محافظت کند. دلایل سطح پایین حمایت یا عدم وجود آن می‌تواند متفاوت باشد، به عنوان مثال، ناآگاهی از قانون<sup>۱۱</sup>

عدم دسترسی به مرجع تخصصی حمایت از مصرف‌کننده در یک کشور خارجی، هزینه‌های زیاد برای وکیل در مقایسه با ضرر انجام شده و ... اما مصرف‌کننده باید چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی مورد

<sup>۸</sup> . سید احد یوزباشی، یوسف مولایی و عادل عباسی، «مطالعه تطبیقی حمایت از مصرف‌کننده بعدی در حقوق ایران و ترکیه»، (نشریه علمی مطالعات حقوقی معاصر، سال یازدهم، شماره بیست و یکم، پاییز و زمستان، ۱۳۹۹)، ۳۰۲

<sup>۹</sup> Marques C. L., Wei D. (ed.). Consumer Law and Socioeconomic Development: (National and International Dimensions. Springer, 2017). 3-4

<sup>۱۰</sup> Grainger, Andrew, Trade facilitation: a conceptual review. (Journal of World Trade, 45 (1).2011).39

<sup>۱۱</sup> . Carine Piaguet. New Trends and Key Challenges in the Area of Consumer Protection: In-depth Analysis. European Parliament.( Directorate-General for Internal Policies of the Union);. 2014. URL: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2014/518773/IPOL\\_IDA%282014%29518773\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2014/518773/IPOL_IDA%282014%29518773_EN.pdf)

حمایت قرار گیرد. چنین حمایتی در صورت مراجعه به سازمان های بین المللی حمایت از مصرف کننده امکان پذیر است.<sup>۱۲</sup>

در عین حال، باید توجه داشت که علیرغم وجود تعداد قابل توجهی از سازمان های بین المللی حمایت از مصرف کننده و اقدامات حقوقی بین المللی در زمینه حمایت از مصرف کننده، به سختی می توان ادعا کرد که مصرف کننده از سطح مناسبی از حمایت از حقوق خود به عنوان یک شرکت کننده در روابط مصرف کننده برخوردار است.

در بعد بین المللی سازی حمایت از مصرف کننده، توجه اصلی باید به منافع مصرف کننده معطوف شود. معمولاً منافع مصرف کننده را می توان به عنوان تمایل مشروع به استفاده از مزایای مشهود یا ناملموس معین تعریف کرد. بنابراین، می توان ادعا کرد که منافع مصرف کننده هدف اصلی هر فروشنده ای است که بر فروش کالا، کار و خدمات مستقیماً به مصرف کننده متمرکز است. بنابراین، درک صحیح از منافع مصرف کننده کلیدی در تحقیق در مورد مسئله بین المللی سازی حمایت از مصرف کننده است.<sup>۱۳</sup>

اگرچه موضوعات مصرف کننده شامل طیف گسترده ای از موضوعات است، اما منافع مصرف کننده را می توان در سه سطح طبقه بندی کرد: منافع اساسی، اقتصادی و اجتماعی:

- منافع اساسی به فرصت مشارکت در مصرف مربوط می شود. در واقع این مقوله بر دسترسی به مصرف و توزیع عادلانه و عادلانه آن دسته از کالاهایی است که برای بقا ضروری هستند، به عنوان مثال. آب، غذا یا دارو منافع اساسی مصرف کننده نیز شامل سلامتی می شود، یعنی نفعی که سلامت مصرف کننده توسط محصولات و خدماتی که مصرف می کند آسیب نبیند یا به خطر نیفتد.

- منافع اقتصادی اغلب به عنوان منافع مصرف کننده «کلاسیک» شناخته می شود. در حالی که منافع اساسی بر دسترسی به بازار متمرکز است، منافع اقتصادی به حمایت از مصرف کننده در بازار مربوط می شود. بیشترین

---

<sup>12</sup> Twigg-Flesner C., Micklitz H. Think Global – Towards International Consumer Law, (*Journal of consumer policy*. 2010. Vol. 33. Issue. 3.) 201–207.

<sup>13</sup> Durovic M., Micklitz H. W. *Internationalization of Consumer Law: (A Game Changer. – Springer, 2016)*. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=gVV7DQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Internationalization+of+Consumer+Law:+A+Game+Changer&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKewj565XruofYAhUjDZoKHYYQeDmIQ6AEIjAA#v=onepage&q=Internationalization%20of%20Consumer%20Law%3A%20A%20Game%20Change&r&f=false>

علاقه در این زمینه، به حداکثر رساندن منفعت مصرف کننده با توجه به کالاها و خدمات خریداری شده است. این همچنین شامل بهترین کیفیت ممکن محصول با کمترین قیمت است.<sup>۱۴</sup>

- علایق اجتماعی به علاقه مصرف کنندگان به محیط زیست محیطی و اجتماعی گسترده تر مربوط می شود. در حالی که بدون شک مصرف کنندگان می خواهند در یک محیط زیست محیطی و اجتماعی دست نخورده زندگی کنند، روشن نیست که آنها تصمیمات خرید خود را به گونه ای اتخاذ کنند که حفاظت از محیط زیست، ریشه کنی فقر یا حقوق کار را ارتقا بخشد. برای اکثر مصرف کنندگان هنوز فاصله ای بین زندگی روزمره که در آن ملاحظات اقتصادی هنوز تا حد زیادی غالب است و میزان آگاهی از حمایت از منافع اجتماعی باقی می ماند. مصرف کننده ای که تصمیم به خرید کالاها یا خدمات مفید از نظر زیست محیطی یا اجتماعی می گیرد به رفاه عمومی یا کل جامعه نیز منتفع خواهد شد، اما در بسیاری از موارد سود اقتصادی مستقیم برای خود مصرف کننده غیرقابل اندازه گیری باقی می ماند. در مقابل، مصرف کننده ای که کالاهای مضر از نظر زیست محیطی یا اجتماعی، مانند کالاهایی که توسط کار کودکان تولید می شود، خریداری می کند، بعید است که پیامدهای اجتماعی این موضوع را درک کند.<sup>۱۵</sup>

لذا امروزه می توان از بین المللی شدن حمایت از مصرف کننده در جنبه هر یک از سه سطح منافع مصرف کننده صحبت کرد. همه آنچه در بالا گفته شد ناشی از جهانی شدن تقریباً تمام حوزه های فعالیت زندگی بشر است. جهانی شدن بدون شک بخشی جدایی ناپذیر از جامعه مدرن است که در ظهور منافع سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، اخلاقی و حقوقی فراتر از مرزهای یک دولت خاص آشکار می شود. در نتیجه، منافع خاص موضوع مقررات حقوقی دو یا چند دولت است و در نتیجه، رعایت اصول مشترک حقوقی را ایجاب می کند. در اصل، حمایت از مصرف کننده بیشتر در سطح ملی مطرح می باشد. امروزه جهانی شدن اقتصادی نیاز به داشتن استانداردهای جهانی برای حمایت از مصرف کنندگان را در سطح ملی و بین المللی افزایش می دهد و قوانین مصرف کننده مستلزم گنجانیدن بعد بین المللی آن است. به عنوان یک رشته مستقل، حقوق مصرف کننده با اولویت دادن به مصرف کننده به جای خود معامله، از شاخه های حقوقی سنتی مانند قانون مدنی و حقوق تجارت متمایز است.<sup>۱۶</sup> در مصرف فرامرزی مردم دنیا، آسیب پذیری مصرف کننده همچنان پابرجاست و در بیشتر موارد بسیار واضح تر از آن چیزی است که در معاملات داخلی منعکس می شود. کلودیا لیما مارکز<sup>۱۷</sup> به

<sup>14</sup> Bourgoignie T. Characteristics of consumer law, (*Journal of Consumer Policy*, Vol. 14. Issue. 3.1992) 293-315.

<sup>15</sup> Consumer Interests and Sustainable Development in International Trade Law, *Federation of German Consumer Organizations (vzbv)*, Policy Brief [https://www.ecologic.eu/sites/files/download/projekte/1850-1899/1885/1885\\_vzbv\\_policy\\_brief.pdf](https://www.ecologic.eu/sites/files/download/projekte/1850-1899/1885/1885_vzbv_policy_brief.pdf)

<sup>16</sup> Bourgoignie T. Characteristics of consumer law, (*Journal of Consumer Policy*, Vol. 14. Issue. 3.1992) 314

<sup>17</sup> Claudia Lima Marques

برخی ویژگی‌های عجیب و غریب معاملات بین‌المللی مصرف‌کننده اشاره کرد: قراردادهای بین‌المللی مصرف‌کننده طولانی مدت و تکراری نیستند، هزینه‌های حفظ حقوق بسیار بالاتر است، مصرف‌کننده علاوه بر موانع زبانی، با قوانین خارجی آشنا نیست. حوزه‌های قضایی و در دسترسی به عدالت مشکل بیشتری دارد.<sup>۱۸</sup>

در زمینه جهانی، حقوق مصرف‌کننده باید به «یک رشته واقعا بین‌المللی» تبدیل شود.<sup>۱۹</sup> جامعه بین‌المللی نیاز به توسعه اصول مشترک و همچنین ابزارهای مشخص برای اجرای اهداف "حمایت از مصرف‌کننده" مندرج در معاهدات بین‌المللی یا اسناد حقوقی دارد. با در نظر گرفتن بین‌المللی شدن مبادلات مصرف‌کننده، بعد بین‌المللی حقوق مصرف‌کننده باید شامل تعدادی موضوع باشد.<sup>۲۰</sup> از این رو، با در نظر گرفتن کامل واقعیت جهانی شدن اقتصاد مصرف‌کننده، حمایت از مصرف‌کننده باید هسته اصلی حقوق مصرف‌کننده باشد. در این مورد، مصرف‌کننده نه تنها باید توسط قوانین ملی، بلکه توسط قوانین بین‌المللی نیز حمایت شود. به همین دلیل، جامعه بین‌المللی باید اصول منحصر به فرد حمایت از مصرف‌کننده بین‌المللی را ایجاد کند.

برخی از نویسندگان این واقعیت را برجسته می‌کنند که دو دلیل اصلی برای بین‌المللی شدن فزاینده حقوق مصرف‌کننده وجود دارد. اولین مورد این است که تجربه رویکردهای نظارتی ملی مختلف در قبال حمایت از مصرف‌کننده معمولاً نوعی مانع مادی غیر تعرفه‌ای برای تجارت بین‌المللی است [۶]. معامله‌گران بزرگ جهانی در بازار از یک سیاست مصرف‌کننده یکپارچه حمایت می‌کنند که فعالیت‌های تجاری آنها را تسهیل می‌کند. همسویی رژیم‌های نظارتی متنوع حمایت از مصرف‌کننده در میان کشورهای مختلف، توسعه تجارت فرامرزی را تشویق می‌کند و به این ترتیب، فعالیت‌های تجاری را افزایش می‌دهد.<sup>۲۱</sup>

از این نظر، بین‌المللی شدن حقوق مصرف‌کننده با پدیده جهانی شدن در همه عرصه‌های جامعه، معاملات تجاری و بازار مطابقت دارد. یک چالش خاص نحوه حمایت از مصرف‌کنندگان در سطح جهانی است. آزادسازی تجارت، به عنوان یک پیش‌نیاز ضروری برای جهانی شدن و توسعه سیستم‌های یکپارچه حمایت از مصرف‌کننده را می‌توان به عنوان اهداف مکمل و نه متضاد در نظر گرفت. با این حال، این سوال باقی می‌ماند که سطح حمایت از مصرف‌کننده در سطح جهانی چقدر باید باشد.

---

<sup>18</sup> Marques C. L., Wei D. (ed.). Consumer Law and Socioeconomic Development: (National and International Dimensions. Springer, 2017). 37

<sup>19</sup> Twigg-Flesner C., Micklitz H. Think Global – Towards International Consumer Law, (Journal of consumer policy. 2010. Vol. 33. Issue. 3.) 206.

<sup>20</sup> Marques C. L., Wei D. (ed.). Consumer Law and Socioeconomic Development: (National and International Dimensions. Springer, 2017). 1

<sup>21</sup> . Grainger, Andrew, Trade facilitation: a conceptual review. (Journal of World Trade, 45 (1).2011).37



دلیل دوم بین المللی شدن حقوق مصرف کننده این است که بسیاری از کشورهای توسعه نیافته و در حال توسعه یا اصلاً رژیم حقوق مصرف کننده ندارند یا رژیم های توسعه یافته کافی ندارند. سازمان های بین المللی از ایجاد و بهبود قوانین مصرف کننده در این موارد حمایت می کنند. این پدیده به دلیل بحران مالی جهانی به طور فزاینده ای در خارج از کشورهای در حال توسعه رواج یافته است. فقدان یک سیستم کافی حمایت از مصرف کننده به وقوع بحران کمک کرد.<sup>۲۲</sup>

همچنین باعث شده است که مصرف کنندگان، به ویژه مصرف کنندگان آسیب پذیر، از پیامد بحران به شکلی ناموجه و مناسب رنج ببرند. نکته مهم این است که نقایص رژیم های نظارتی حمایت از مصرف کننده نه تنها در کشورهای در حال توسعه، بلکه در تعدادی از کشورهای توسعه یافته نیز مشاهده شده است.<sup>۲۳</sup> موارد فوق بار دیگر نیاز مبرم به بین المللی سازی مناسب حقوق مصرف کننده و حمایت از حقوق مصرف کننده را تایید می کند. برای این امر، قبل از هر چیز، لازم است این واقعیت را به عنوان یک موضوع پذیرفت که منافع مصرف کننده نه تنها در سطح ملی بلکه در سطح بین المللی نیز در درجه اول قرار گیرد. در عین حال، جامعه بین المللی نیاز به تصویب یک سند حقوقی بین المللی واحد (کنوانسیون) در مورد حمایت از حقوق مصرف کننده دارد. چنین کنوانسیونی باید کشورها را در یک دیدگاه مشترک از اصول اساسی حمایت از مصرف کننده و مسئولیت در قبال نقض آنها متحد کند.

## ۲- دلایل و ضرورت های حمایت از مصرف کننده

مصرف کنندگان می خواهند که بازارهایشان بهترین طیف ممکن از کالاها و خدمات را با بهترین قیمت ممکن و استانداردهای مناسب به آنها ارائه دهد. بازارهای رقابتی می توانند کمک کنند زیرا در یک محیط رقابتی، کسب و کارها برای جذب مشتری باید کارآمد، نوآور باشند و محصولات با کیفیت بهتر را با قیمت های پایین تر ارائه دهند.

متأسفانه، شواهد نشان می دهد که کسب و کارها به حال خود رها شده و به طور اختیاری تبانی می کنند تا سود خود را افزایش دهند و بازارها را مخدوش کنند یا از سایر شیوه های تجاری ناعادلانه برای بیرون راندن رقبا استفاده کنند. این بدان معناست که مصرف کنندگان به اطلاعات و قوانین و سیاست های عمومی مناسب نیاز دارند

<sup>22</sup> . Marques C. L., Wei D. (ed.). *Consumer Law and Socioeconomic Development: (National and International Dimensions)*. Springer, 2017). 24

<sup>23</sup> Durovic M., Micklitz H. W. *Internationalization of Consumer Law: (A Game Changer)*. – Springer, 2016). URL: <https://books.google.com.ua/books?id=gVV7DQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Internationalization+of+Consumer+Law:+A+Game+Changer&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwj565XruofYAhUjDZoKHYQeDmIQ6AEIJJAA#v=onepage&q=Internationalization%20of%20Consumer%20Law%3A%20A%20Game%20Changer&f=false>

تا اطمینان حاصل شود که کسب و کارها از انجام اقدامات تجاری ناعادلانه، بر اساس تسلط ناروا بر بازار یا تشکیل قراردادهای کارتل، منع می‌شوند.

در حالی که مزایای سیاست رقابت هم برای کارایی و هم برای مصرف‌کنندگان مدت‌هاست که تایید شده است، چهره رقابت در دهه‌های گذشته به‌طور چشمگیری تغییر کرده است. از آنجایی که اقتصادها به‌طور فزاینده‌ای مرزهای خود را باز کرده‌اند، اقتصادهای خود را آزاد کرده و انحصارات دولتی قبلی را خصوصی می‌کنند، ایجاد رژیم‌های رقابت ملی موثر هم در کشورهای توسعه یافته و هم در کشورهای در حال توسعه به یک موضوع مبرم تبدیل شده است. فشارها برای آزادسازی اقتصادها منجر به خروج دولت و افزایش آزادی کسب و کار شده است. با این حال، شیوه‌های ضد رقابتی ادامه یافته و تأثیر آن‌ها به حدی افزایش یافته است که اکنون از طریق مقررات‌گذاری مجدد و ایجاد نسل دوم سیاست در سطح ملی و فراملی مورد توجه قرار گرفته است. چالش تنها در ایجاد آژانس‌های رقابت داخلی با پشتوانه سیاسی و زیرساخت‌های قانونی و کارشناسی مناسب لازم برای نظارت، تنظیم و اجرای رقابت نیست. به ویژه در اقتصادهای در حال توسعه و در حال گذار، اغلب نیاز به پرورش «فرهنگ رقابت» در داخل دولت و جامعه مدنی وجود دارد، جایی که قبلاً وجود نداشت.<sup>۲۴</sup>

همانطور که کسب و کارها فعالیت‌های خود را در سراسر جهان گسترش می‌دهند، ترویج رقابت در اقتصادهای ملی حتی پیچیده‌تر می‌شود. به‌طور گسترده تایید شده است که نیاز به کنترل بیشتر رویه‌های تجاری محدودکننده، به‌ویژه شرکت‌های چندملیتی بزرگ‌تر وجود دارد که می‌توانند فعالیت‌های خود را برای فعالیت در کشورهایی با قوانین رقابت و رژیم‌های اجرایی ضعیف تطبیق دهند. با این حال، همکاری بین‌المللی برای مقابله با چنین شیوه‌های ضد رقابتی با سرعتی برابر با عملیات تجاری فرامرزی توسعه نیافته است. در حالی که توافق‌های مختلفی در سطح دوجانبه، منطقه‌ای و چندجانبه وجود دارد، منتقدان پیشنهاد کرده‌اند که تنها یک توافق‌نامه چندجانبه الزام‌آور می‌تواند وظایفی را که اکنون برای ارتقای بازارهای سالم در سطح ملی و بین‌المللی مورد نیاز است، انجام دهد.<sup>۲۵</sup>

بنابراین توجه به گات/WTO به عنوان یک چارچوب بالقوه برای رقابت چندجانبه جامع‌تر معطوف شد. یک گروه کاری در کنفرانس وزیران WTO سنگاپور در سال ۱۹۹۶ تشکیل شد تا توافق‌نامه‌های مرتبط با رقابت را که قبلاً در دستور کار سازمان جهانی تجارت قرار دارد و موضوعات گسترده‌تر مربوط به تعامل بین تجارت و سیاست رقابت

<sup>24</sup> Li, G., Hou, Y., & Wu, A. Fourth Industrial Revolution: Technological drivers, impacts and coping methods. (*Chinese Geographical Science*, 27(4), 2017), 626-627.

<sup>25</sup> Thomas K. Epprecht, "Global Markets, Phantom Risks, and Globalized Losses: A Challenge for the Insurance Industry," (*Swiss Political Science Review* 6, no. 2, 2000): 119-121.

بررسی کند. در نشست وزیران سازمان جهانی تجارت در دوحه در سال ۲۰۰۱، یک چارچوب رقابت چندجانبه برای افزایش سهم سیاست رقابت در تجارت و توسعه بین‌المللی به رسمیت شناخته شد. همچنین توافق شد که اصول راهنمای مذاکرات در پنجمین جلسه کنفرانس وزیران در سال ۲۰۰۳، در کانکون، بر اساس "اجماع صریح" به تصویب برسد. با این حال، مخالفت‌هایی بر سر گنجاندن رقابت در دستور کار سازمان جهانی تجارت، به ویژه از سوی کشورهای در حال توسعه، که بسیاری از آنها هنوز در حال ایجاد رژیم‌های رقابتی مؤثر در سطح ملی هستند، ظاهر شده است. این احساس وجود دارد که آنها بهتر می‌توانند تخصص محدود، مهارت‌های مذاکره و منابع مالی خود را در این مرحله به جای دیگری هدایت کنند.<sup>۲۶</sup>

در واقع، زمانی که رقابت در کنار بهداشت عمومی، آموزش و سایر مسائل عمومی فوری قرار می‌گیرد، ممکن است یک اولویت سیاست داخلی در نظر گرفته نشود. بنابراین، اهداف یک توافقنامه رقابت چندجانبه در سازمان جهانی تجارت ممکن است با اولویت‌های نهفته در تجارت داخلی و سیاست‌های رقابتی آن‌ها متفاوت باشد و احتمالاً با آنها در تضاد باشد. برخی دیگر استدلال می‌کنند که برعکس، با توجه به اینکه کارتل‌های بین‌المللی و سایر رویه‌های تجاری محدودکننده، به‌ویژه از سوی شرکت‌های چندملیتی، چنین آسیب‌هایی را به مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان کشورهای در حال توسعه وارد می‌کنند، همکاری رسمی بین‌المللی بر روی این شیوه‌ها عملاً مقداری از فشار بر پایگاه منابع محدود آنها را کاهش می‌دهد. علاوه بر رفع نیازهای مصرف‌کننده و توسعه تاکید داشتند.

حقوق مصرف‌کننده یک رشته حقوقی نسبتاً جوان است. به طور سنتی، سال ۱۹۶۲ به عنوان سال تولد قانون و سیاست مصرف‌کننده مدرن در نظر گرفته می‌شود. این سالی است که جان اف کندی، رئیس جمهور ایالات متحده، سخنرانی معروف خود را ایراد کرد و در آن پایه‌های توسعه بعدی یک چارچوب نظارتی را که منحصرأ به حمایت از مصرف‌کنندگان نه تنها در ایالات متحده، بلکه در سراسر جهان اختصاص داده شده بود، تنظیم کرد.<sup>۲۷</sup> در نهایت، توسعه یک چارچوب نظارتی جدید برای حمایت از مصرف‌کنندگان منجر به ایجاد یک رشته حقوقی جدید: قانون مصرف‌کننده شد. در طول پنجاه و هشت سال گذشته، حقوق مصرف‌کننده به حوزه حقوقی جداگانه‌ای تبدیل شده است که به شیوه‌های مختلف و به ابعاد مختلف در سراسر جهان گسترش یافته است. اتحادیه اروپا زمینه بسیار مناسبی را برای شکوفایی قانون مصرف‌کننده فراهم کرده است و اتحادیه اروپا پیشرفته‌ترین رژیم نظارتی را برای حمایت از مصرف‌کننده در سطح جهانی ایجاد کرده است.<sup>۲۸</sup>

<sup>26</sup> . Jeffrey Lee Gertler, "Dispute Settlement in the W.T.O. a brief overview", (Paper from the Legal Affairs Division. *WTO Secretariat*. March 1995). PP. 1.2.

<sup>27</sup> Ramsay, I., Consumer law, regulatory capitalism and the 'new learning' in regulation. (*Sydney Law Review*, 28(1),2006), 9-35.

<sup>28</sup> Stuyck, J., European consumer law after the treaty of Amsterdam: Consumer policy in or beyond the internal market? (*Common Market Law Review*, 37(2),2000), 397-400.

باید توجه داشت که اجماع گسترده‌ای وجود دارد که مصرف‌کنندگان باید از رقابت استقبال کنند. در یک محیط رقابتی، شرکت‌ها نه تنها مجبورند کالاها و خدمات مطلوب را به کارآمدترین روش تولید کنند، بلکه اگر می‌خواهند بقای خود را حفظ کنند، آنها را با کیفیت و قیمت مناسب تخصیص دهند. بنابراین، سیاست رقابت در ترویج بازارهای رقابتی یا "عادلان" به جای ارتقای منافع رقبا، برای مصرف‌کنندگان سودمند است. با ترویج فرآیند رقابتی به جای شرکت‌های فردی، سیاست رقابت ذاتاً نسبت به مصرف‌کنندگان تعصب دارد و در خدمت تعادل سلطه منافع تولیدکننده است که در فرآیندهای سیاست‌گذاری نمایندگی می‌شود.<sup>29</sup>

سیاست رقابت برای ترویج بازارهای رقابتی از طریق، به عنوان مثال، محدود کردن شیوه‌های محدودکننده کسب‌وکارها، مانند قیمت‌گذاری برای ایجاد یا حفظ یک انحصار یا کارتل، کار می‌کند، در حالی که به طور همزمان کارایی اقتصادی را تشویق می‌کند و در نتیجه به توسعه کمک می‌کند. تولیدکنندگانی که با تبانی برای تثبیت قیمت‌ها یا تقسیم قلمرو، کارتل تشکیل می‌دهند، انگیزه کمی برای بهبود تکنیک‌ها و مشخصات تولید خود دارند. به طور مشابه، ادغام‌ها ممکن است منجر به تمرکز ناسالم بازار شود و موقعیتی از تسلط ایجاد کند که یک شرکت می‌تواند در صورت عدم وجود رقبا برای تضمین رقابت سالم برای وفاداری مشتری از آن سوء استفاده کند.<sup>30</sup>

همزمان با توسعه قانون ملی حمایت از مصرف‌کننده، تلاش‌هایی برای بین‌المللی کردن قوانین مصرف‌کننده صورت گرفته است. بین‌المللی کردن حقوق مصرف‌کننده برای دستیابی به دو هدف اصلی در نظر گرفته شده بود:

(۱) ایجاد حداقل استانداردهای جهانی قابل اجرا برای حمایت از مصرف‌کننده،

(۲) لغو موانع توسعه تجارت فرامرزی.<sup>31</sup>

تمایز بین این دو هدف ممکن است بسیار مهم باشد زیرا آنها ماهیت دوگانه بین‌المللی شدن حقوق مصرف‌کننده را منعکس می‌کنند. ماهیت دوگانه حقوق بین‌الملل مصرف‌کننده نیز نشان‌دهنده تنش بین، از یک طرف، اصرار برای ایجاد حداقل استانداردهای جهانی حمایت از مصرف‌کننده و از سوی دیگر، نیاز به لغو تفاوت‌های فرامرزی به منظور افزایش تجارت بین‌المللی است.

<sup>29</sup> . Andreas Ziegler, "Can International Judges Sufficiently Protect Consumer Interests"? (*Swiss Political Science Review* 6, no. 3, 2000), 90-95

<sup>30</sup> . Thomas Bernauer und Dieter Ruloff (eds.), *Handel und Umwelt: Zur Kompatibilität internationaler Regime* (Opladen: Westdeutscher Verlag, 2000), 46.

<sup>31</sup> . Stuyck, J., & Durovic, M., *The external dimension of EU consumer law*. In M. Cremona & H.-W. Micklitz (Eds.), *The external dimension of EU private law*. (Oxford: Oxford University press, 2016.), 143.

بر این اساس، اولین هدف از بین‌المللی‌سازی حقوق مصرف‌کننده، تعیین یک معیار «کف» برای حمایت از مصرف‌کننده است که در هر حوزه قضایی پذیرفته شده است. معیار بین‌المللی در قانون مصرف‌کننده به طور فزاینده‌ای در کار تنظیم‌کننده‌ها و سیاست‌گذاران قرار می‌گیرد. معیارگذاری ممکن است تأثیر قابل توجهی بر سیاست مصرف‌کننده در سطح جهانی داشته باشد.<sup>۳۲</sup> از این نظر، حقوق بین‌الملل مصرف‌کننده را می‌توان به‌عنوان سرچشمه تکامل تمدن بشری درک کرد، جایی که حق حمایت در حین عمل به‌عنوان مصرف‌کننده به یکی از حقوق اساسی بشر تبدیل شده است، که در جهان معاصر اهمیت ویژه‌ای دارد. مدل اقتصادی آن بر اساس مصرف در این زمینه، هدف اصلی حقوق بین‌الملل مصرف‌کننده ایجاد حداقل سطح حمایت از مصرف‌کننده در سطح جهانی است که از هر مرز ملی فراتر رود. امروزه مسئله حمایت از مصرف‌کننده به موضوع دموکراسی و ارزش‌های اساسی دموکراتیک هر جامعه تبدیل شده است و توسعه قانون مصرف‌کننده را می‌توان بخشی از روند دموکراتیزاسیون کشورها، ملت‌ها و جوامع دانست. هر شهروند نیز به‌طور مستقیم یک مصرف‌کننده است. همانطور که در همان ابتدای توسعه قانون مصرف‌کننده توسط پرزیدنت کندی گفته شد: "مصرف‌کنندگان، طبق تعریف، همه ما را شامل می‌شوند."<sup>۳۳</sup>

تمرکز این دسته از قواعد حقوق بین‌الملل مصرف‌کننده، حمایت از مصرف‌کنندگان است، یعنی تدوین قوانینی که مصرف‌کنندگان را در برابر سوء استفاده‌های احتمالی توسط بازرگانان به دلیل وجود نابرابری در قدرت‌های چانه‌زنی محافظت می‌کند - صرف نظر از اینکه مصرف‌کننده کجاست. یا تاجر بر اساس هستند. هدف از این رویکرد تنها تعیین قوانین اساسی است و به سیستم‌های حقوقی ملی واگذار شده است که سیستم‌های ملی حمایت از مصرف‌کننده جامع و کارآمد را در راستای نیازها و ویژگی‌های خود توسعه و اجرا کنند. در چارچوب این هدف اول، نیروی محرکه اصلی توسعه این نوع قوانین، سازمان ملل متحد و به ویژه کنفرانس سازمان ملل متحد برای تجارت و توسعه (UNCTAD) بوده است. در مقیاس جهانی، ابزار اصلی برای پیگیری بین‌المللی شدن قانون مصرف‌کننده، دستورالعمل‌های سازمان ملل برای حمایت از مصرف‌کننده است. با این حال، اختیارات UNCTAD در مورد اجرای قانون مصرف‌کننده بسیار محدود بوده است.<sup>۳۴</sup>

بین‌المللی شدن بازار همچنین به توسعه برخی از معامله‌گران به‌عنوان بازیگران جهانی کمک کرده است. به‌عنوان مثال، امروزه یکی از بزرگترین شرکت‌های جهانی آمازون است. ابتدا به‌عنوان یک کتابفروشی آنلاین شروع به کار

<sup>32</sup> . Ramsay, I, Consumer law and policy: Text and materials on regulating consumer markets (3rd ed.). (Oxford: Hart Publishing, 2007),

16

<sup>33</sup> . Ibid

<sup>34</sup> Wilhelmsson, T, The abuse of the "Confident Consumer" as a justification for EC Consumer Law. (*Journal of Consumer Policy*, 27(3),2004), 317-337.

کرد، اما به سرعت به انواع محصولات مصرفی مانند لوازم الکترونیکی، مد و کالاهای خانگی گسترش یافت. آمازون محصولات ارائه شده در وبسایت خود را در ۳۰۰ حوزه ارسال می‌کند. چنین بین‌المللی‌سازی معاملات مصرف‌کننده همچنین مستلزم پاسخ نظارتی «بین‌المللی» کافی از قانون مصرف‌کننده است. از این نظر، هدف اصلی قانون مصرف‌کننده بین‌المللی باید حفظ حداقل سطح حمایت از مصرف‌کننده باشد که هیچ صلاحیتی نباید زیر آن قرار گیرد. تحولات فناورانه و مزایای بالقوه آن برای جامعه هرگز نباید بهانه ای برای کاهش سطح حمایت از مصرف‌کننده باشد.<sup>۳۵</sup>

هدف دوم ایجاد انگیزه برای توسعه یک قانون بین‌المللی مصرف‌کننده یکسان، ریشه کن کردن موانع تجارت فرامرزی است. اختلاف در رژیم‌های حمایت از مصرف‌کننده می‌تواند به‌عنوان مانعی برای تجارت تلقی شود. در واقع، سازمان جهانی تجارت قواعد متمایز حقوق مصرف‌کننده را در یک حوزه قضایی به عنوان "مانع غیر تعرفه ای برای توسعه تجارت فرامرزی" می‌بیند.<sup>۳۶</sup> هدف قانون مصرف‌کننده بین‌المللی در اینجا در درجه اول ایجاد استانداردهای برابر در چارچوب‌های نظارتی حمایت از مصرف‌کننده به منظور افزایش عملکرد معاملات بین‌المللی مصرف‌کننده است. تمرکز بین‌المللی کردن قوانین در اینجا آشکارا بر حمایت از مصرف‌کنندگان نیست، بلکه بر تسهیل الزامات انطباق برای تاجران است که مایل به تجارت منطقه ای یا جهانی هستند.

انگیزه این رویکرد در این دیدگاه نهفته است که مصرف‌کنندگان و کسب‌وکارها از یک بازار به شدت جهانی و رقابتی سود کافی نمی‌برند، جایی که بزرگترین انتخاب کالاها و خدمات به دلیل موانع مختلف مرتبط با قوانین مصرف‌کننده محدود شده است. این تلاش برای استانداردسازی رژیم‌های نظارتی به منظور افزایش دسترسی به بازار بیشتر توسط سیاست واقعی مصرف‌گرایی، که افزایش مصرف فرامرزی را در اولویت قرار می‌دهد، پشتیبانی می‌شود. از یک طرف، مشاغل به دنبال اطمینان قانونی هستند. با توجه به فعالیت‌های فرامرزی خود، بازرگانان، به ویژه شرکت‌های کوچک و متوسط، با عدم اطمینان در مورد رعایت قوانین قابل اجرا قانون مصرف‌کننده مواجه هستند. از این نظر، انسجام مقرراتی برای تسهیل تجارت فرامرزی از اهمیت اساسی برخوردار است. از سوی دیگر، چالش اعتماد مصرف‌کننده از اهمیت اساسی برخوردار است، زیرا مصرف‌کنندگان می‌خواهند بدانند که هنگام خرید فرامرزی از آنها محافظت می‌شود تا مشارکت آنها در بازار مصرف جهانی تسهیل شود. تجارت فرامرزی باید قابل پیش‌بینی باشد و هدف در اینجا تضمین اطمینان حقوقی هم برای مشاغل و هم برای مصرف‌کنندگان به عنوان محرک‌های کلیدی بازار رقابتی، نوآورانه و پویا است.

<sup>35</sup> . Izaguerri, A. International consumer protection at the United Nations: Towards global governance? *Journal of Consumer Policy*, forthcoming, published online 30 August 2019), 37.

<sup>36</sup> . Grainger, A, Trade facilitation: A conceptual review. (*Journal of World Trade*, 45(1),2011), 52.

در چارچوب این هدف دوم بین‌المللی‌سازی حقوق مصرف‌کننده، انتظار می‌رود سازمان جهانی تجارت (WTO) نقش رهبری را ایفا کند. با این حال، به طور شگفت‌انگیزی، تا به امروز، فعالیت WTO در زمینه حمایت از مصرف‌کننده جهانی حداقل بوده است.<sup>۳۷</sup> در عوض، ابتکارات منطقه‌ای مختلف یکسان‌سازی الزامات قانون مصرف‌کننده را در سطوح منطقه‌ای دنبال کرده‌اند. این مسئله در مورد اتحادیه اروپا، انجمن کشورهای آسیای جنوب شرقی (ASEAN)، جامعه اقتصادی و پولی آفریقای مرکزی، CARICORUM، و بازار مشترک برای شرق و جنوب آفریقا مورد توجه بوده است.<sup>۳۸</sup>

در بحث قبلی، دو هدف (معرفی حداقل استاندارد قابل قبول، بین‌المللی و حداقل برای حمایت از مصرف‌کننده، و استانداردسازی الزامات قانون مصرف‌کننده برای تسهیل تجارت فرامرزی) فرآیند بین‌المللی‌سازی حقوق مصرف‌کننده متمایز تلقی شد. با این حال، باید تاکید کرد که در واقعیت، این دو هدف ممکن است همپوشانی داشته باشند. بارزترین نمونه، مورد اتحادیه اروپا است. در مورد اکثر دستورالعمل‌های اروپایی که به بدنه قانون مصرف‌کننده اتحادیه اروپا تعلق دارند، اهداف اولیه آنها هم‌دستیابی به سطوح بالای حمایت از مصرف‌کننده در سطح اروپایی و هم تقویت بازار داخلی از طریق لغو قانون مصرف‌کننده بوده است.<sup>۳۹</sup>

### ۳- حمایت از حقوق مصرف‌کننده در سازمان جهانی تجارت

#### ۱-۳- نگرانی‌های سازمان جهانی تجارت در مورد حمایت از مصرف‌کننده و تأثیرات آن بر موضوعات حمایتی

منافع سازمان جهانی تجارت در مورد حمایت از مصرف‌کننده در دو موافقت‌نامه مهم آن مورد توجه قرار گرفته است. یعنی اقدامات بهداشتی و بهداشت گیاهی (SPS) و موانع فنی فراروی تجارت (TBT). محدودیت‌های تجاری مرتبط با سلامت در این دو توافق‌نامه مورد توجه قرار گرفته است. هدف قرارداد اقدامات بهداشتی و گیاهی حفاظت از زندگی و سلامت انسان، حیوان و گیاه در برابر آفات و بیماری‌های ناشی از

<sup>37</sup>. Durovic, M., & Micklitz, H.-W, The internationalisation of consumer law: A game changer. (London: Springer, 2017), 20

<sup>38</sup>. United Nations, Report of the Intergovernmental Group of Experts on Consumer Protection Law and Policy on its third session. (TD/B/C.I/CPLP/15). (Geneva: United Nation Conference on Trade and Development, 2018). Retrieved from [https://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/cicplpd15\\_en.pdf](https://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/cicplpd15_en.pdf).

<sup>39</sup> Crowell and Moring: Interim Evaluation of the European Union's Trade Barrier Regulation (TBR), (Brussels/Washington DC 2005), Available at: [http://trade.ec.europa.eu/do-clib/docs/2005/october/tradoc\\_125451.pdf](http://trade.ec.europa.eu/do-clib/docs/2005/october/tradoc_125451.pdf)

واردات مواد غذایی و محصولات کشاورزی است. قرارداد موانع فنی فراروی تجارت با مشخصات محصول مانند اندازه، شکل، وزن و الزامات مواد بسته بندی از جمله برچسب زدن و ایمنی حمل و نقل سروکار دارد.

مواد ۳،۱ و ۳،۲ موافقتنامه اقدامات بهداشتی و بهداشت گیاهی به شرح زیر است: "اعضا اقدامات بهداشتی و بهداشتی گیاهی خود را بر اساس استانداردها، دستورالعمل‌ها و توصیه‌های بین‌المللی بنا خواهند کرد. اقدامات بهداشتی و بهداشت گیاهی که مطابق با استانداردها، دستورالعمل‌ها و توصیه‌های بین‌المللی باشد، برای حفاظت از حیات یا سلامت انسان، حیوان یا گیاه ضروری تلقی خواهد شد". یعنی یکی از موانعی که می‌تواند در مقابل سازمان جهانی تجارت مانع حمایت موثر از اقدامات حمایتی مصرف کننده شود، محیط زیست خواهد بود.

ماده ۴ موافقتنامه موانع فنی فراروی تجارت به کشورهای عضو پیشنهاد می‌کند که اطمینان حاصل کنند که نهادهای استاندارد کننده دولت مرکزی آنها آیین نامه عملکرد خوب برای تهیه، پذیرش و بکارگیری استانداردها را می‌پذیرند و از آنها پیروی می‌کنند. یعنی مواردی مثل امنیت غذایی و سلامتی انسان‌ها از جمله مواردی می‌باشد که می‌تواند حمایت از حقوق مصرف کننده را تحت الشعاع قرار دهد.

نگرانی‌های سازمان جهانی تجارت در مورد حمایت از مصرف کننده پیامدهای شدیدی برای کشورهای در حال توسعه دارد. به عنوان مثال، انتظار می‌رود که سازمان جهانی تجارت به ارتقای صادرات کشورهای در حال توسعه در تجارت بین‌المللی کمک کند. با این حال، سازمان جهانی تجارت بسیاری از موانع غیرتعرفه‌ای را در قالب استانداردهای کیفیتی که در موافقت‌نامه‌های اقدامات بهداشتی و بهداشت گیاهی و موانع فنی فراروی تجارت تعبیه شده است، برای کشورهای در حال توسعه ایجاد کرده است. اتحادیه اروپا بین آگوست تا دسامبر ۱۹۹۷ واردات میگو از بنگلادش را به دلیل نگرانی‌های مطرح شده در مورد استانداردهای بهداشتی در تاسیسات فرآوری و کارایی کنترل‌های انجام شده توسط دولت بنگلادش ممنوع کرد. البته ضرر تخمینی ۱۴،۶ میلیون دلار بود.<sup>۴۰</sup>

بر اساس تحقیقات وزارت بازرگانی چین، موانع تجارت فنی خارجی حدود ۹۰ درصد از صادرات مواد غذایی، محصولات داخلی و محصولات جانبی حیوانی چین را تحت تأثیر قرار داده است و چین در سال ۲۰۰۲ مجموعاً ۹ میلیارد دلار خسارت دیده است.<sup>۴۱</sup>

<sup>40</sup>. Rajiv R. Thakur, "The Changing Global Agri-trade Regime and Indian Agri-exports", (*Global Business Review*, Vol. 6, No 1., 2005), 17

<sup>41</sup>. Sachin Chaturvedi and Gunjan Nagpal, WTO and Product-Related Environmental Standards-Emerging Issues and Policy Options, (*Economic and Political Weekly*, Vol 38, No 1, 2005), 3



ماده ۳,۳ موافقتنامه اقدامات بهداشتی و بهداشت گیاهی بیان می‌کند: «اعضا می‌توانند اقدامات بهداشتی یا بهداشتی گیاهی را که منجر به سطح بالاتری از حفاظت بهداشتی یا گیاهی-بهداشتی نسبت به اقداماتی که براساس استانداردها، دستورالعمل‌ها یا توصیه‌های بین‌المللی مربوط به دست می‌آید، معرفی یا حفظ کنند». البته نیازی به اجازه دادن به اعضا برای تعیین استانداردهای سختگیرانه تر از استانداردهای بین‌المللی تعیین شده توسط کمیسیون کدکس غذایی (CAC)<sup>۴۲</sup> وجود ندارد. استانداردهای کمیسیون کدکس غذایی مبتنی بر توجیه علمی کافی است. از این رو، نیازی به اصلاح استانداردهای سختگیرانه تر از کمیسیون کدکس غذایی نیست. مقررات ارائه شده در ماده ۳,۳ موافقتنامه اقدامات بهداشتی و بهداشت گیاهی، راه را برای کشورهای توسعه یافته هموار می‌کند تا از دسترسی به بازار کشورهای در حال توسعه در تجارت بین‌المللی تحت زمینه‌های علمی مشکوک خودداری کنند. به طور کلی مشاهده می‌شود که بسیاری از مواد قراردادهای موافقتنامه اقدامات بهداشتی و بهداشت گیاهی و موافقتنامه موانع فنی فراروی تجارت ماهیت دمدمی مزاجی دارند و به نفع کشورهای توسعه یافته هستند.

ماده ۹ همین موافقتنامه و ماده ۱۱ موافقتنامه موانع فنی فراروی تجارت اشاره می‌کند که کشورهای عضو موافقت می‌کنند به کشورهای در حال توسعه، چه به صورت دوجانبه و چه از طریق سازمان‌های بین‌المللی برای ارتقای استانداردهای کیفیت کشورهای در حال توسعه کمک کنند. طبق بندها، این کمک ممکن است به شکل مشاوره، اعتبار، کمک‌های مالی، کمک‌های مالی و/یا تخصص فنی باشد. انتظار می‌رود که کشورهای در حال توسعه بتوانند با استفاده از کمک کشورهای توسعه یافته استانداردهای کیفی خود را تا حدی بهبود بخشند و از این رو در دوره‌های آتی از موافقت‌نامه‌های SPS و TBT پیروی کنند. با این حال، هیچ تعهد زمانی در این مواد بیان نشده است.

در مورد هند نیز باید اذعان داشت که استانداردهای کیفی سازمان جهانی تجارت از زمان آغاز به کار بر صادرات هند تأثیر منفی گذاشته است. صادرات صنایع غذایی هند به شدت تحت تأثیر استانداردهای کیفیت سازمان جهانی تجارت قرار دارد. تجربه پس از WTO به وفور نشان می‌دهد که صنعت غذای هند باید نقطه کنترل بحرانی تجزیه و تحلیل خطر (HACCP) را به عنوان یک سیستم مدیریت استراتژیک کیفیت مواد غذایی اتخاذ کند. پذیرش این کنترل مستلزم سرمایه‌گذاری عظیمی است. اکثر صنایع غذایی هند به دلیل عدم سرمایه‌گذاری و پذیرش چنین کنترلی را در خط تولید خود دشوار می‌دانند. برای استفاده از مزایای WTO، هند باید

<sup>42</sup> The Codex Alimentarius Commission

با استانداردهای کیفیت WTO مطابقت داشته باشد. در غیر این صورت، هند باید با موانع غیرتعرفه ای برای تجارت خود مواجه شود. بسیاری از کشورها حمل و نقل از هند تحت شرایط کیفی را ممنوع کرده اند.<sup>۴۳</sup>

کمیسیون اروپا واردات ماهی از شرکت‌هایی در گجرات را که سیستم نقطه کنترل بحرانی تجزیه و تحلیل خطر را اتخاذ نکرده بودند، ممنوع کرد. در آگوست ۱۹۹۷، اتحادیه اروپا (EU) محصولات شیلات را از هند ممنوع کرد. این اقدام توسط اتحادیه اروپا به دلایل:

(الف) کمبودهای جدی در زمینه زیرساخت‌ها و بهداشت در مؤسسات فرآوری ماهی توجیه شد.

(ب) خطر بالقوه بالا برای سلامت عمومی در تولید و فرآوری محصولات شیلات.

(ج) آلودگی میکروارگانیسم‌ها که ممکن است برای سلامتی انسان خطرناک باشد.<sup>۴۴</sup>

### ۳-۲- پیشنهاد برای توسعه حقوق مصرف کننده در سازمان جهانی تجارت

چند اقدام مهم پیشنهاد شده برای کشورهای در حال توسعه برای بهبود هنجارهای کیفی و در نتیجه رویارویی با استانداردهای کیفی سازمان جهانی تجارت باید ارائه کرد. کشورهای در حال توسعه باید برای ارتقای سیستم ملی خود برای آزمایش، صدور گواهینامه و اعتبار آزمایشگاهی تلاش کنند تا بتوانند نیازهای تجارت جهانی را برآورده کنند.

- حمایت از سیاست عمومی و تأمین مالی برای تحقیق و توسعه باید تشویق شود. تحقیق در مورد روش جدید ارزش افزوده باید در اولویت قرار گیرد.

- ارتقاء و حفظ استانداردهای کیفی و بسته بندی مطابق با مقررات بهداشتی و گیاهی مبتنی بر هنجارهای علمی بهداشتی و بهداشتی باید در اولویت قرار گیرد.

- در کشورهای در حال توسعه به طور عام و در هند به طور خاص، بخش عمده ای از صنایع غذایی با سرمایه گذاری اندک تحت بخش غیر سازماندهی قرار می گیرد. از این رو، این امکان برای همه شرکت‌ها وجود ندارد که

<sup>43</sup> The Indian Express, Verval fishing boom in now fizzling out, (Ahmedabad news line, April 19, 1999).

<sup>44</sup> . Hatzopoulos, V. (2018). *The collaborative economy and EU law*. (Oxford: Hart Publishing), 97.

کنترل را در خط تولید خود بکار گیرند. بنابراین، دولت باید برای اعطای یارانه به واحدهای فرآوری کمک کند تا کنترل را در خط تولید خود اتخاذ کنند.

- ممکن است مشوق هایی به واحدهای فرآوری برای تشویق کارایی در فرآیند تولید ارائه شود.

- کشورهای در حال توسعه باید برای ایجاد تعداد بیشتری از مناطق فرآوری صادراتی محصولات کشاورزی با تکنولوژی روز اقدام کنند.

اقدامات بهداشتی و بهداشت گیاهی (SPS) و موانع فنی فراروی تجارت (TBT)

- واحدهای فرآوری مواد غذایی باید تشویق شوند تا از افزودنی ها و نگهدارنده های غذایی اخیراً توسعه یافته استفاده کنند تا بتوانند به راحتی از توافق نامه های اقدامات بهداشتی و بهداشت گیاهی و موانع فنی فراروی تجارت پیروی کنند.

- کشورهای در حال توسعه باید برای هماهنگی استانداردهای آزمایش با کشورهای واردکننده مذاکره کنند.<sup>۴۵</sup>

### ۳-۳- تاثیر مثبت سازمان جهانی تجارت بر حقوق مصرف کننده؛ موفقیت در پیشبرد سیاست ها یا حمایت واقعی؟

ابهام پیرامون دامنه و ماهیت حمایت از حقوق مصرف کننده در سازمان جهانی تجارت، این باور برخی ناظران را تقویت کرده است که رقابت باید از مذاکرات آتی که تحت عنوان "مسائل جدید" مورد توجه قرار می گیرد، کنار گذاشته شود. زیرا اگر توافقنامه رقابت در سازمان جهانی تجارت مذاکره شود، کشورهای بزرگ توسعه یافته به احتمال زیاد موفق خواهند شد که اصول اصلی سازمان جهانی تجارت آزادسازی، دسترسی به بازار و "عدم تبعیض" را در مرکز توافق قرار دهند. این امر به طور انحرافی منجر به تمرکز بیشتر قدرت بازار توسط شرکت های چندملیتی به نام رقابت می شود. احساس می شود که کشورهای در حال توسعه باید قوانین و سیاست های رقابت ملی را وضع کنند که برای شرایط آنها نامناسب است و این امر حق دولت ها را برای ارائه مزیت ها به شرکت های محلی، در شرایطی که از نظر تاریخی نامناسب است، محدود می کند.<sup>۴۶</sup>

<sup>45</sup> ICPEN. Memorandum on the establishment and operation of the international consumer protection and enforcement network. (Icpn, 2016), Retrieved from [www.icpen.org/sites/default/files/201708/Memorandum\\_on\\_the\\_Establishment\\_and\\_Operation\\_of\\_ICPEN\\_2016.pdf](http://www.icpen.org/sites/default/files/201708/Memorandum_on_the_Establishment_and_Operation_of_ICPEN_2016.pdf).

<sup>46</sup> . James Huringo. *Multilateral Competition Policy and Consumers*, (Trades Centre. Harare, Zimbabwe, 2002) 43.

گنجاندن توافقنامه رقابت در سازمان جهانی تجارت باید با وضعیت کشور مطلوب و رفتار ملی مطابقت داشته باشد که هدف اصلی آن حذف تبعیض جهت حمایت از حقوق مصرف کنندگان است. با توجه به این مفاد، کشورها نه می‌توانند محدودیت‌های خاصی برای مالکیت سرمایه‌گذاران خارجی قائل شوند و نه می‌توانند برنامه‌های کمک اقتصادی را که صرفاً به نفع شرکت‌های داخلی است، حفظ کنند. برای کشورهای در حال توسعه، عدم تبعیض نسبت به خارجی‌ها در واقع تبعیض علیه مردم محلی است که قادر به رقابت در شرایط برابر نیستند. این احتمالاً در بلندمدت بر رفاه مصرف کننده تأثیر منفی خواهد گذاشت. با این حال، پذیرفته شده است که برخی از این مشکلات را می‌توان از طریق انعطاف پذیری اجتناب کرد.<sup>۴۷</sup>

باید توجه داشت که ایجاد یک توافقنامه رقابت چندجانبه در سازمان جهانی تجارت می‌تواند به نفع مصرف کنندگان باشد. چنین توافقی راه‌های جدید و سخت تری را برای جلوگیری از کارتل‌های هسته سخت و سایر شیوه‌های تجاری محدودکننده ارائه می‌دهد. این توافق از یک مدل تمام عیار TRIPS پیروی نمی‌کند، بلکه رویکردی افزایشی دارد. مسائل توسعه با تأکید بر این نکته که برای مطلوب بودن هر توافقنامه رقابتی باید به جای دسترسی به بازار یا همگرایی سیاست‌های ملی، نسبت به اطلاعات و همکاری متوازن باشد. به طور کلی، اگر بتوان چنین توافقی را تنظیم کرد، می‌تواند به کشورهای در حال توسعه اجازه دهد تا رژیم‌های رقابتی متنوعی داشته باشند. این احتمالاً به مصرف کنندگان کمک می‌کند. اگر فرآیندهای رقابت سازمان جهانی تجارت موظف به اجازه مشارکت جنبش‌های جامعه مدنی مربوطه باشد، سیاست مصرف‌کننده می‌تواند بیشتر ترویج شود. این شامل نهادهای نماینده مصرف کنندگان و کاربران می‌شود که می‌توانند برای ارائه دیدگاه‌های خود در هر فرآیندی که به بررسی موضوعاتی با پتانسیل تأثیرگذاری بر مصرف کنندگان از نظر انتخاب، کیفیت یا قیمت می‌پردازند، مداخله کنند. این هدف را می‌توان با ایجاد فایل‌های «غیر محرمانه» و انتشار ساختار بازار پایه و داده‌های صنعت که مستقیماً به پرونده مرتبط است، تسهیل کرد.<sup>۴۸</sup>

پیشنهادات فعلی در بندهای ۲۳، ۲۴ و ۲۵ بیانیه وزیران دوحه شامل به رسمیت شناختن چارچوبی چندجانبه برای افزایش سهم سیاست رقابت در تجارت و توسعه بین‌المللی است. همچنین بر نیاز به افزایش کمک‌های فنی و ظرفیت‌سازی در حوزه‌های تحلیل و توسعه سیاست به منظور ارزیابی پیامدهای همکاری چندجانبه نزدیک‌تر برای

<sup>47</sup> Julian L. Clarke & Simon J. Evenett. *The Deterrent Effects of National AntiCartel Laws: Evidence from the International Vitamins Cartel.* (World Trade Institute. November 2002), 65

<sup>48</sup> Philip Evans. *Consumers and Multilateral Competition Policy.* (Consumers Association. London UK, 2002), 9.

اولویت‌های توسعه تأکید می‌کند. تمرکز این کار بر روشن کردن اصول اصلی شفافیت، عدم تبعیض و انصاف رویه ای، مقررات مربوط به کارتل‌های سخت‌افزاری و روش‌های همکاری و حمایت داوطلبانه است.<sup>۴۹</sup>

این بدان معناست که کشورهای در حال توسعه ملزم نیستند فوراً قوانین رقابت ملی را معرفی کنند، همچنین نمی‌توانند یک مرجع رقابت فراملی ایجاد کنند یا از مکانیسم حل اختلاف WTO برای لغو تصمیمات اتخاذ شده توسط مقامات رقابت داخلی استفاده کنند. بنابراین می‌توان یک توافق حداقلی را منعقد کرد و مذاکرات را برای یک چارچوب پیچیده‌تر چند جانبه برای بعد، زمانی که طرف‌ها می‌خواستند و آماده برخورد با آنها بودند، واگذار کرد.

همچنین سازمان جهانی تجارت به طور بالقوه می‌تواند رویکرد همگرایی را برای آن نهادها و قوانین مرتبط با رقابت، بر اساس تماس دائمی و همکاری بین افراد مسئول سیاست‌های مرتبط با ارتقای رقابت در هر کشور، در اولویت قرار دهد. چنین رویکردی می‌تواند از طریق یک سیستم "بازبینی همتا"، همانطور که قبلاً در سازمان جهانی تجارت برای بررسی شیوه‌های تجاری استفاده شده است (مکانیسم بررسی سیاست تجاری TPRM) اجرا شود. این امر می‌تواند تالارهای گفتگو را ایجاد کند که در آن فرآیند همگرایی تدریجی تحت نظارت WTO ایجاد می‌شود. این انجمن‌ها از محدودیت‌های قانونی که بحث را محدود می‌کند و شفافیت بیشتری را برای سیاست‌ها و در نتیجه به نظرات انجمن‌های مصرف‌کننده و عموم مردم ارائه می‌دهند.<sup>۵۰</sup>

از این بحث واضح است که فهرست گسترده‌ای از زمینه‌های مورد علاقه مصرف‌کننده می‌تواند به طور بالقوه توسط مذاکرات WTO در مورد سیاست رقابت مورد توجه قرار گیرد. در واقع، با توجه به اینکه منافع تولیدکننده به شدت در فرآیندهای سیاست‌گذاری نشان داده می‌شود، سیاست رقابت - با ترویج فرآیند رقابتی به جای رقبا - ذاتاً به سمت منافع مصرف‌کننده سوگیری دارد.

#### ۴- رویه سازمان جهانی تجارت در ارتباط با حل اختلافات مرتبط با حقوق مصرف‌کننده

گرچه رویه حل و فصل اختلافات در راستای حمایت از حقوق مصرف‌کننده جزو موفقیت‌های سازمان جهانی تجارت و نهاد حل و فصل این سازمان می‌باشد ولی به دلیل گستردگی این موضوع تصمیم‌نگارنده بر آن شد تا به صورت جداگانه این مقوله مورد بررسی قرار گیرد.

<sup>49</sup> S.J. Evenett, M.C. Levenstejn & V. Suslow, *International Cartel Enforcement: Lessons from the 1990s*, (WORLD ECONOMY, September 2001). Table 1.

<sup>50</sup> H. Jeffrey Leonard, *Pollution and the Struggle for World Product: Multinational Corporations, Environment, and International Comparative Advantage* (New York: Cambridge University Press, 1988), 21

هنگامی که WTO در سال ۱۹۹۵ تأسیس شد، یک رویه حل اختلاف نیز ایجاد شد. قوانین مربوطه در تفاهم حل اختلاف (DSU) تنظیم شده است. در وهله اول، تصمیمات توسط هیئت‌های متشکل از سه نفر گرفته می‌شود که از فهرست موجود به صورت موقت برای هر رویه انتخاب می‌شوند. در سال‌های اخیر، مدیر کل سازمان جهانی تجارت به درخواست یکی از طرف‌های مناقشه درباره ترکیب هر هیئت تصمیم‌گیری کرده است. همچنین یک مرجع استیناف وجود دارد که برخلاف هیأت‌ها دائمی است و به درخواست‌های تجدیدنظر منحصراً مربوط به سؤالات حقوقی رسیدگی می‌کند و نه نکات واقعی. هیئت استیناف دارای هفت عضو دائمی است که سه نفر از آنها در مورد یک مورد خاص تصمیم خواهند گرفت. رویه حل و فصل اختلافات WTO یک رویه دولتی است، به این معنی که رسیدگی فقط توسط یک عضو سازمان جهانی تجارت علیه عضو دیگر WTO بر اساس نقض قوانین سازمان جهانی تجارت آغاز می‌شود.<sup>۵۱</sup>

برخی از تحلیلگران ادعا کرده اند که اختلافات تجاری بین المللی ناشی از تفاوت در مقررات داخلی ممکن است سیستم تجارت جهانی را مختل کند، در حالی که برخی دیگر چنین سناریویی را بیش از حد نگران کننده می دانند.

۵۲

این سوال را باید مطرح ساخت که چرا حل و فصل برخی از اختلافات از طریق رویه های رسمی بین المللی مانند مکانیسم حل اختلاف WTO دشوار است؟

جالب توجه است که بحث‌های مربوط به مقررات مصرف‌کننده داخلی و تجارت بین‌الملل ممکن است با تفاوت در دیدگاه‌ها در مورد مشروعیت توجیهات برای مقررات مورد ارزیابی قرار گرفته و خطرات احتمالی را در نظر گرفت. در برخی موارد هر دو عامل اختلاف بر سر منطق توجیه و تفاوت در درک ریسک عمومی وجود دارد. در این موارد، برخی از دولت‌ها تحت فشار داخلی برای حفظ مقررات سختگیرانه حمایت از مصرف‌کننده هستند. همین فشار عمومی درها را برای همکاری‌ها بین تنظیم‌کننده‌ها، نیروهای حمایت‌گرا و گروه‌های ذینفع محیط‌زیست یا مصرف‌کننده باز می‌کند. ما استدلال می‌کنیم که این موارد به احتمال زیاد منجر به اختلافات تجاری غیرقابل حل می‌شوند و همچنین برای نهادهای بین‌المللی سخت‌ترین موارد برای مقابله با آنها هستند و ممکن است نقش نهاد حل و فصل اختلاف سازمان جهانی تجارت چالشی باشد.

<sup>51</sup> . Lode Falk, M., & Mark, S. Climate measures and WTO rules on subsidies. (*Journal of World Trade*, 39 (1), 2005), 21-38.

<sup>52</sup> Magnus, J. R. World trade organization subsidy discipline: Is this retrenchment round? (*Journal of World Trade*, 38 (6), 2004), 46-63.

#### ۴-۱- استانداردهای محصولات تولیدی و تاثیر آن بر شکل گیری و اختلافات

به نظر می رسد که اختلافات بین المللی به خاطر مقرراتی که استانداردهای محصول را ایجاد می کنند تقریباً مرتباً مطرح می شوند. به عنوان مثال می توان به اختلاف بر سر سوماتوتروفین (هورمونی که برای افزایش تولید شیر گاوها استفاده می شود)، هورمون های رشد در تولید گوشت گاو و ... اشاره کرد. در هر یک از این موارد، منتقدان ادعا کرده اند که استانداردهای محصول محدود کننده تجارت بی جهت سختگیرانه، تبعیض آمیز و از نظر علمی غیرقابل توجیه هستند. در هر یک از این موارد، مدافعان استدلال کرده اند که مقررات به عنوان ابزاری برای حفاظت از محیط زیست و سلامت عمومی قابل توجیه است.<sup>۵۳</sup> چندین اختلاف تجاری از این دست در سیستم های تجاری منطقه ای و جهانی وجود دارد و آشکارا حل و فصل آن از طریق مکانیسم های موجود دشوار است.

با توجه به محور بحث در مورد اینکه آیا WTO باید استانداردهایی را برای روش های تولید و فرآیند (PPMs) لحاظ کند یا نه و اینکه آیا دولت ها باید اجازه داشته باشند دسترسی به بازارهای خود را مشروط به رعایت برخی فرایندها کنند یا خیر، باید انتظار داشت که اختلافات زیادی در مورد آنها مشاهده شود. تنوع در مقررات فرآیندی که بر تجارت تأثیر می گذارد، بی تاثیر در بروز این اختلافات نیست. در واقعیت، بیشتر اختلافات بر روی محصول متمرکز است و نه مقررات فرآیند تولید. اما با توجه به گستردگی فعالیت های نظارتی داخلی در این حوزه و تفاوت های زیاد در مقررات بین کشورها، اختلافات در مورد مقررات محصول به همان اندازه که ممکن است تصور شود به وجود نمی آید. در واقع، تنها زیرمجموعه کوچکی از مقررات محصول و حتی کمتر مقررات فرآیندی، اختلافات تجاری قابل مشاهده را ایجاد کرده اند. ولی آیا این مسئله می تواند دلیلی داشته باشد؟

#### ۴-۲- تاثیرات مقررات گذاری بر رویه حل فصل اختلافات در مورد حقوق مصرف کنندگان

اولاً مقررات فرآیند به جای تجارت بر سرمایه گذاری تأثیر می گذارد، و جریان سرمایه گذاری عمدتاً توسط نیروهایی غیر از هزینه های مقررات زیست محیطی و مصرف کننده هدایت می شود. این امر باعث می شود که تنوع مقررات فرآیند عملاً کمتر تجارت و سرمایه گذاری را تحریف کند و کمتر بحث انگیز باشد. در مقابل، مقررات محصولات به طور مستقیم و اساسی تر بر جریان های تجارت بین المللی تأثیر می گذارد و بنابراین احتمال بیشتری برای بسیج صنایع محروم و دولت های آنها دارد.<sup>۵۴</sup>

<sup>53</sup> . Pauwelyn, Joost, *Conflict of Norms in Public International Law: How WTO Law Relates to other Rules of International Law*, (Cambridge, Cambridge University Press, 2003), 76

<sup>54</sup> . M. Durovic, *International Consumer Law: What Is It All About?*, (Journal of Consumer Policy, volume 43, 2020), 134

ثانیاً، کشورها می‌دانند که اکثر تلاش‌ها برای شرطی کردن دسترسی به بازار مجاز نیستند و هنجار قانونی به طور گسترده مشترک است. هنجارهای قانونی در برابر مقررات محصول از این نوع ضعیف تر هستند. به همین دلیل، همکاری‌ها متشکل از تنظیم‌کننده‌ها، شرکت‌های رقیب واردات حمایت‌گرا و گروه‌های منافع عمومی که به طور مشترک برای مقررات محدودکننده تجارت فشار می‌آورند، در مورد مقررات فرآیندی احتمال کمتری دارد. مواردی مثل ماهی تن و میگو و لاک پشت مواردی هستند که ایالات متحده اراده خود را بر شرکای تجاری کمتر قدرتمند و آسیب پذیرتر تحمیل کرده است. موارد دیگر شامل تلاش ناقص اتریش برای ممنوعیت واردات الوارهای گرمسیری است.<sup>۵۵</sup>

ثالثاً، بازیگران فراملی و بین‌دولتی که از مشکلی که اخیراً مورد بحث قرار گرفت آگاه هستند، هماهنگ‌سازی مقررات فرآیندی را از داخل کشورها و در سطح بین‌المللی ترویج کرده‌اند. برای مثال، در مقررات دارویی و مواد شیمیایی، الزامات آزمایش در کشورهای پیشرفته صنعتی همگرا شده است. در موارد دیگر، قراردادهای بین‌المللی صریح برای ایجاد استانداردهای مشترک بین‌المللی (یا فراملی، در مورد اتحادیه اروپا) ابداع شده است.<sup>۵۶</sup>

#### ۴-۳- توجیه و یافتن ریشه‌های اختلافات تجاری در مورد حقوق مصرف‌کننده

اثرات توجیه و درک ریسک‌های موجود در حمایت از حقوق مصرف‌کننده که منجر به اختلافات تجاری می‌شود ممکن است با انواع مختلفی از توجیه برای مقررات مرتبط باشد که شامل اثرات متفاوتی بر احتمال و شدت اختلافات تجاری بین‌المللی است. توجیهات ممکن است به سه دسته تقسیم شوند: اول، توجیه مقرراتی که اثرات خارجی را در نظر می‌گیرند. موارد مذکور نسبتاً ساده هستند و شامل استدلال‌های اقتصادی ساده می‌شوند. مقررات مبتنی بر چنین توجیهاتی، کاهش آلودگی هوای خطرناک، کاتالیزورها در خودروها یا حذف گوگرد از سوخت را الزامی می‌کند.<sup>۵۷</sup> ماهیت دقیق و توزیع عوامل خارجی مرتبط با اقدامات غیرقانونی ممکن است به طور ناقص مورد توجه قرار گرفته و در مورد آن بحث‌هایی می‌تواند وجود داشته باشد. اما چنین بحث‌هایی معمولاً متمرکز هستند و به ندرت بر مشروعیت نقش عمومی در مدیریت عوامل خارجی متمرکز می‌شوند.

<sup>55</sup> . Henrik Horn, Louise Johannesson & Petros C. Mavroidis, "The WTO Dispute Settlement System 1995-2010, Some Descriptive Statistics", (*Journal of World Trade*, no. 6, 2011), 1107,

<sup>56</sup> Durovic, *ibid*, 139

<sup>57</sup> Scott S. Linicome & Davida L. Connon, "WTO Dispute Settlement – Long Delays Hit the System" (*White & Case, Client Alert*, June 2014),3



مسئله دیگر مقررات مرتبط با "محافظت از خطرات" موجود را در برابر عواقب اقداماتی که به صورت داوطلبانه بپذیرند می باشد. چنین مقرراتی احتمالاً بحث برانگیزتر هستند زیرا آنها مبتنی بر توسل به ترکیبی از ارزش های غیراقتصادی و استدلال هایی در مورد اثرات خارجی اقتصادی هستند. برای مثال، دولت ها دستور داده اند استفاده از کلاه ایمنی موتورسیکلت، مصرف ممنوعیت مواد مخدر، محدود کردن قمار، و ممنوعیت گوشت های تولید شده با هورمون های رشد باید مورد استفاده قرار گیرند. چنین مقرراتی بر خلاف اصل حاکمیت مصرف کننده و فعالیت توافقی است. بنابراین، توجیحات برای محافظت از خطر بیشتر بر محتوای رضایت آگاهانه و وجود عوامل خارجی ثانویه بستگی دارد (مثلاً تأثیرات سیگار بر اشخاص ثالث و سیستم مراقبت بهداشتی).<sup>۵۸</sup>

مسئله آخر در این مورد توجیحاتی است که گونه ها و حقوق زیست محیطی را به میان می آورد. در حالی که برخی از توجیحات برای تنوع زیستی، ماهیگیری یا سایر مقررات زیست محیطی یا بهداشتی شامل استدلال های استاندارد بازار است، توجیحات غیراقتصادی بحث برانگیزتر نیز نقش اساسی می توانند ایفا می کنند. توجیحات برای حمایت از گونه های در معرض خطر اغلب بر اساس حقوق زیست محیطی، عدالت زیست محیطی و احترام به تنوع گونه ها و ارزش تجاری بالقوه بلکه بر حقوق مصرف کننده نیز تاکید دارند.<sup>۵۹</sup>

#### ۴-۴- دلایل بروز اختلافات در مورد حقوق مصرف کننده

یکی از دلایل بروز اختلافات احتمالاً این است که کشورها به راحتی می توانند همان مقررات کاهش اثرات خارجی را برای محصولات وارداتی و داخلی اعمال کنند و نقش دولت در اصلاح نارسایی های بازار به طور گسترده پذیرفته شده است.

مقررات توجیه شده از نظر حفاظت از خطر و حقوق زیست محیطی یا گونه ها مشکل سازتر هستند. هنگام استفاده از توجیحات محافظت از خطر، دولت ها اغلب تخمین خطرات را دشوار می بینند، در حالی که معیارهای عدم اطمینان گسترده ای که ارزیابی ریسک را مشخص می کند، فضایی را برای مصادیق حمایتی فراهم می کند. علاوه بر این، نقش دولت در محافظت از مردم در برابر خطرات این نوع بیشتر مورد بحث است. یک طرف معمولاً ادعا می کند که دولت باید در اقتصاد مداخله کند تا چنین خطراتی را کاهش دهد، صرف نظر از اینکه آیا مقررات جریان

<sup>58</sup> William J. Davey, "Compliance Problems in WTO Dispute Settlement", (*Cornell Journal of International Law* Issue 1,2009), 126-128.

<sup>59</sup> . Williams and George Barker (eds), *China and the World Trading System – Entering the New Millennium* (Cambridge University Press, 2003) 31-40

تجارت بین‌المللی را تغییر می‌دهد یا خیر. طرف مقابل اغلب بر اصل حاکمیت مصرف‌کننده تاکید می‌کند و استدلال می‌کند که دولت باید اطلاعات را از طریق برچسب‌گذاری و برنامه‌های آموزشی ارائه دهد تا خود مصرف‌کنندگان بتوانند انتخاب‌های آگاهانه‌تری داشته باشند. آنها همچنین مقرراتی را که تجارت را محدود می‌کند محکوم می‌کنند.<sup>60</sup>

#### ۴-۵- پرداخت غرامت برای تضمین حقوق مصرف‌کننده

حق جبران به عنوان یکی از حقوق اشخاص زیان‌دیده، در نظام‌های حقوقی مختلف پذیرفته شده است. مصرف‌کنندگان حق دارند برای رسیدگی منصفانه به دعاوی خود و حل و فصل اختلافات ناشی از مصرف کالاها و خدمات، به دادگاه‌های صالح مراجعه کنند و در مواردی مانند آسیب‌های حاصل از مصرف کالاها یا تدلیس (فریبکاری در عرضه کالاها یا نامرغوب یا خدمات غیر رضایت‌بخش)، بتوانند غرامت دریافت نمایند و در صورت لزوم، از مساعدت حقوقی مورد نیاز، یا جبران خسارت در دعاوی با خواسته نه چندان گزاف بهره‌مند شوند. برای استیفای حق جبران خسارت مصرف‌کنندگان، شیوه‌های گوناگون در نظام‌های حقوقی پیش‌بینی شده است. ممکن است اقامه دعوا به صورت فردی از سوی مصرف‌کننده زیان‌دیده انجام شود، یا یک یا چند مصرف‌کننده، به نمایندگی از سوی مصرف‌کنندگان زیان‌دیده، به اقامه دعوی جمعی مبادرت کنند.<sup>61</sup>

مناقشات بر سر محافظت از ریسک و توجیهات حقوق اساسی، حل و فصل اختلافات را دشوارتر می‌کنند، زیرا غرامت را دشوارتر می‌کنند. برای حل و فصل مناقشات تجاری، اغلب به نوعی غرامت بین‌المللی نیاز است. حتی بدون مناقشه بر سر توجیه، غرامت در حال حاضر دشوار است. شکل سنتی غرامت در منازعات تجاری، رهایی از سایر موانع تجاری است، اما با کاهش موانع تجاری سنتی، این نوع غرامت دیگر به آسانی در دسترس نیست.<sup>62</sup>

در اصل، پرداخت‌های نقدی می‌تواند به عنوان غرامت استفاده شود. در عمل، تحویل پول نقد به دولت دیگر بسیار شفاف و از نظر سیاسی دست و پاگیر است. اختلافات بر سر منطق توجیه این مشکلات را تشدید می‌کند: جبران خسارت زمانی تقریباً غیرممکن می‌شود که دولت‌ها به شدت در مورد اینکه آیا تفاوت‌های نظارتی بین

<sup>60</sup> . Alain Pellet, *The Case Law of the ICJ in Investment Arbitration*, (ICSID Review – Foreign Investment Law Journal, Volume 28, Issue 2, Fall 2013), 223–240

<sup>61</sup> . فروغ مصطفی منتقمی، «مطالعه‌ای راجع به نقش سازمان‌های غیردولتی در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در کشور»، (مجله بررسی‌های بازرگانی، شماره ۴۷، خرداد و تیرماه، ۱۳۹۰)، ۵۹

<sup>62</sup> . Dai Tamada, *Legal Issues in Renewable Energy Feed-in-Tariff Program -Points of Dispute in Investment Agreement Arbitration*, (Research Institute of Economy, Trade and Industry, October 2017).

المللی به قوانین تجارت بین المللی آسیب می رساند یا نه و زمانی که این اختلاف نظر از اختلاف نظر در مورد نیاز به مقررات ناشی می شود، اختلاف نظر دارند.

تفاوت در مقررات بین کشورها نیز ممکن است ناشی از تفاوت در درک عمومی از خطرات باشد. نظرات علمی تخصصی در مورد خطرات خاص محیطی یا بهداشتی نیز ممکن است متفاوت باشد. اختلاف نظر یعنی اختلاف نظر بین حقوقدانان یا ناتوانی کارشناسان در ارائه ارزیابی های ریسک بدون ابهام، از جمله احتمال آسیب و خسارت مورد انتظار در صورت وقوع - همان چیزی است که بیشتر مردم از اصطلاح "عدم اطمینان" می گویند. بسیاری از بحث ها در مورد مسائل مربوط به حمایت از مصرف کننده نشان می دهد که این دو نوع درک خطر در عموم و نوع علمی اغلب یکسان نیستند و در پرداخت غرامت نیز تاثیرگذار هستند.<sup>63</sup>

تفاوت های شدید در ارزیابی ریسک عمومی که زمینه ساز تفاوت های بین ملی در مقررات است، می تواند حل تعارضات تجاری بر سر چنین مقرراتی را سخت تر کند. از آنجا که تقریباً همه کشورهای WTO درگیر در مناقشات تجاری دموکراتیک هستند، سیاست های دولت باید به افکار عمومی داخلی توجه کند.<sup>64</sup>

## نتیجه گیری

با توجه به جهانی شدن سریع، شهرنشینی و توسعه آموزشی، مصرف کنندگان نسبت به حقوق خود آگاهی پیدا می کنند. جنبش های مصرف کننده در سراسر جهان در حال گسترش است و اهمیت جهانی پیدا می کند. به نوبه خود، سازمان هایی مانند WTO نیز صدای خود را برای حمایت از مصرف کننده در سناریوی جدید اجتماعی-اقتصادی جهانی در حال تغییر به سرعت بالا می برند. از این رو، مهم است که تولیدکنندگان و فرآورندگان کالاها باید اهمیت لازم را برای تمیز و ایمن نگه داشتن کالاهای خود قائل شوند.

برخلاف آنچه که بسیاری از ادبیات رایج در مورد جهانی شدن استدلال می کنند، هیچ مدرکی وجود ندارد که یکپارچگی اقتصادی منجر به رقابتی تا پایان در حمایت از مصرف کننده شود. بخش اول مقاله، به دنبال توضیح چرایی آن، دو متغیر را برجسته می کند که مکرراً شدت حمایت از مصرف کننده را افزایش می دهد یا مقررات موجود

<sup>63</sup>. Ramsay, I, Consumer law and policy: Text and materials on regulating consumer markets (3rd ed.). (Oxford: Hart Publishing, 2007),

19

<sup>64</sup>. Marcia Don Harpaz, "Sense and Sensibilities of China and WTO Dispute Settlement", ( *Journal of World Trade*, 2010) 1155.

را در برابر رقابت نظارتی بین‌المللی «تضمین» کرده و راه را برای توسعه حقوق مصرف‌کننده در این سازمان هموار می‌سازد:

(الف) تأثیر بخش‌های اقتصادی رقیب وارداتی که برای مقررات سخت‌گیرانه‌تر فشار می‌آورند. برای محافظت در برابر رقابت خارجی؛

(ب) خشم عمومی، که توانایی مصرف‌کنندگان یا گروه‌های محیطی را برای تأثیرگذاری بر فرآیند نظارتی افزایش می‌دهد و آنها را قادر می‌سازد فشار اقتصادی بیشتری بر شرکت‌ها وارد کنند.

متغیر اول بر اهمیت ساختارهای بازار در شکل دادن به نتایج نظارتی تأکید می‌کند. متغیر دوم اهمیت درک عمومی از ریسک را برجسته می‌کند. این دو نیروی محرک در مقررات مصرف‌کننده ممکن است به طور قابل‌توجهی در کشورهای مختلف متفاوت باشند، که به این معنی است که تفاوت‌های بین کشورها در حمایت از مصرف‌کننده بعید است که توسط نیروهای بازار جهانی از بین برود.

در سیستم‌های بازرگانی و تجاری بین‌المللی در سطح منطقه‌ای (به عنوان مثال اتحادیه اروپا، نفتا) یا جهانی (WTO)، تغییر استانداردهای حمایت از مصرف‌کننده در کشورها ممکن است منبع اختلافات تجاری باشد. باز هم بر خلاف رویه متعارف، بیشترین بخش از تنوع مقرراتی به راحتی در سیستم‌های تجاری منطقه‌ای و جهانی جای می‌گیرد. تنها زیرمجموعه‌ای از تفاوت‌های نظارتی بر تجارت تأثیر می‌گذارد و ممکن است منجر به اختلافات تجاری شود، و تنها زیرمجموعه‌ای از اختلافات تجاری احتمالاً مشکلات جدی برای مکانیسم‌های حل اختلاف بین‌المللی یا فراملی ایجاد می‌کند.

«مشکل‌ترین» اختلافات احتمالاً آن‌هایی هستند که هر سه ویژگی مورد بحث در این مقاله را نشان می‌دهند: مقررات داخلی محدودکننده تجارت که محصولات را به جای فرآیندهای تولید هدف قرار می‌دهد. مقررات طراحی شده برای محافظت از افراد در برابر خطراتی که در غیر این صورت داوطلبانه بر خود تحمیل می‌کنند. در چنین مواردی، اغلب می‌توان ائتلاف‌های داخلی قوی‌ای متشکل از صنایع رقیب وارداتی را دید که از رانت اقتصادی ناشی از مقررات محدودکننده دسترسی به بازار توسط رقبای خارجی، گروه‌های قدرتمند حامی مصرف‌کننده که توسط بخش‌های بزرگی از جمعیت ریسک‌گریز حمایت می‌شوند، و تنظیم‌کننده‌های دولتی که با میل و رغبت آنها را عرضه می‌کنند و مقرراتی را برای حفظ یا افزایش حمایت عمومی به وجود می‌آورند. چنین ائتلاف‌های تولیدکننده-مصرف‌کننده اغلب مایلند و می‌توانند در صورتی که دولت مرکزی مربوطه سعی در اصلاح (هماهنگ)

یا حتی کاهش یا حذف مقررات موجود در پاسخ به شکایات سایر دولت‌ها کند، مقاومت سنگینی از خود نشان دهند.

تا زمان استقرار مکانیسم حل و فصل اختلافات WTO، اختلافات تجاری بر سر استانداردهای حمایت از مصرف کننده داخلی صرفاً در سیستم تجارت جهانی تسخیر شده بود. به طرز متناقضی، پیشرفت در رویه های حل و فصل اختلافات حقوقی سازمان جهانی تجارت در حال حاضر حل و فصل برخی از موارد را وادار می کند، اما آنها تضاد را برای زیرمجموعه اختلافات دشواری که در بالا ذکر شد، تشدید می کنند. در کوتاه مدت، اجتناب از تشدید چنین مواردی مستلزم صلاحدید بیشتر سازمان جهانی تجارت و پذیرش بیشتر مفاهیم کلی اصل احتیاط است. در درازمدت ممکن است به میزان بیشتری از هماهنگی نظارتی یا قوانین صریح به رسمیت شناختن متقابل نیاز باشد. در هر صورت، دولت‌ها توصیه نمی کنند مواردی مانند هورمون‌های رشد یا غذاهای اصلاح شده ژنتیکی را که در آن دولت‌های دموکراتیک با بیشترین مشکلات در آشتی دادن منافع داخلی مختلف مواجه می شوند، پیش ببرند، چراکه بیشتر بر منافع خود تکیه دارند تا اینکه به حقوق مصرف کننده ارجحی نهند. لذا این وظیفه بر دوش سازمان جهانی تجارت می باشد که بیشتر در این مورد قدم بردارد.

## منابع و مأخذ

- ۱- مصطفی منتقمی، فروغ «مطالعه ای راجع به نقش سازمان های غیردولتی در حمایت از حقوق مصرف کنندگان در کشور»، (مجله بررسی های بازرگانی، شماره ۴۷، خرداد و تیرماه، ۱۳۹۰)
- ۲- نبی فیضی چکاب، غلام و اسدی، تقی، «مفهوم حقوقی مصرف کننده و تامین کننده کالا و خدمات در حقوق ایران و مقررات اروپایی»، (دانش حقوق مدنی، دوره ۴، شماره ۱، بهار و تابستان، ۱۳۹۴)
- ۳- یوزباشی، سید احد، مولایی، یوسف و عباسی، عادل، «مطالعه تطبیقی حمایت از مصرف کننده بعدی در حقوق ایران و ترکیه»، (نشریه علمی مطالعات حقوقی معاصر، سال یازدهم، شماره بیست و یکم، پاییز و زمستان، ۱۳۹۹)

- 4- Durovic, M., & Micklitz, H.-W. The internationalisation of consumer law: A game changer. (London: Springer, 2017).
- 5- United Nations. United Nations guidelines for consumer protection. (UNCTAD/DITC/CPLP/MISC/2016/1). (New York, NY: United Nations Conference on Trade and Development, 2016). Retrieved from [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplpmisc2016d1\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplpmisc2016d1_en.pdf) .

- 6- Sanitary and phytosanitary measures and agreements
- 7- Lima Marques, C., & Wei, D. (Eds.). Consumer law and socioeconomic development: National and international dimensions. (Cham: Springer, 2017)
- 8- Li, G., Hou, Y., & Wu, A. Fourth Industrial Revolution: Technological drivers, impacts and coping methods.( Chinese Geographical Science, 27(4),2017).
- 9- Thomas K. Epprecht, “Global Markets, Phantom Risks, and Globalized Losses: A Challenge for the Insurance Industry,( Swiss Political Science Review 6, no. 2, 2000).
- 10- Jeffrey Lee Gertler, “Dispute Settlement in the W.T.O. a brief overview”, (Paper from the Legal Affairs Division. WTO Secretariat. March 1995).
- 11- Ramsay, I., Consumer law, regulatory capitalism and the ‘new learning’ in regulation. (Sydney Law Review, 28(1),2006).
- 12- Stuyck, J., European consumer law after the treaty of Amsterdam: Consumer policy in or beyond the internal market? (Common Market Law Review, 37(2),2000).
- 13- Andreas Ziegler, “Can International Judges Sufficiently Protect Consumer Interests?,” (Swiss Political Science Review 6, no. 3, 2000).
- 14- . Thomas Bernauer und Dieter Ruloff (eds.), Handel und Umwelt: Zur Kompatibilität internationaler Regime (Opladen:Westdeutscher Verlag, 2000).
- 15- Stuyck, J., & Durovic, M.,The external dimension of EU consumer law. In M. Cremona & H.-W. Micklitz (Eds.), The external dimension of EU private law. (Oxford: Oxford University press, 2016.).
- 16- Ramsay, I, Consumer law and policy: Text and materials on regulating consumer markets (3rd ed.). (Oxford: Hart Publishing, 2007).
- 17- Wilhelmsson, T, The abuse of the “Confident Consumer” as a justification for EC Consumer Law. (Journal of Consumer Policy, 27(3),2004), 317–337.
- 18- Izaguerri, A. International consumer protection at the United Nations: Towards global governance? Journal of Consumer Policy,forthcoming, published online 30 August 2019).
- 19- Grainger, A, Trade facilitation: A conceptual review.( Journal of World Trade, 45(1),2011).
- 20- Durovic, M., & Micklitz, H.-W, The internationalisation of consumer law: A game changer. (London: Springer,2017).
- 21- United Nations, Report of the Intergovernmental Group of Experts on Consumer Protection Law and Policy on its third session. (TD/B/C.I/CPLP/15). (Geneva: United Nation Conference on Trade and Development,2018). Retrieved from [https://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/cicplpd15\\_en.pdf](https://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/cicplpd15_en.pdf) .
- 22- Crowell and Moring: Interim Evaluation of the European Union’s Trade Barrier Regulation (TBR), (Brussels/Washington DC 2005),Available at: [http://trade.ec.europa.eu/do-clib/docs/2005/october/tradoc\\_125451.pdf](http://trade.ec.europa.eu/do-clib/docs/2005/october/tradoc_125451.pdf)
- 23- Rajiv R. Thakur, “The Changing Global Agri-trade Regime and Indian Agri-exports”, (Global Business Review, Vol. 6, No 1., 2005).
- 24- Sachin Chaturvedi and Gunjan Nagpal, WTO and Product-Related Environmental Standards- Emerging Issues and Policy Options,( Economic and Political Weekly, Vol 38, No 1,2005).
- 25- The Indian Express, Verval fishing boom in now fizzling out, (Ahmedabad news line, April 19, 1999).

- 26- Hatzopoulos, V. (2018). *The collaborative economy and EU law*. (Oxford: Hart Publishing).
- 27- ICPEN. Memorandum on the establishment and operation of the international consumer protection and enforcement network. (Icpen, 2016), Retrieved from [www.icpen.org/sites/default/files/201708/Memorandum\\_on\\_the\\_Establishment\\_and\\_Operati\\_on\\_of\\_ICPEN\\_2016.pdf](http://www.icpen.org/sites/default/files/201708/Memorandum_on_the_Establishment_and_Operati_on_of_ICPEN_2016.pdf)
- 28- James Hurungo. *Multilateral Competition Policy and Consumers*,( Trades Centre. Harare, Zimbabwe, 2002).
- 29- Julian L. Clarke & Simon J. Evenett. *The Deterrent Effects of National AntiCartel Laws: Evidence from the International Vitamins Cartel*.( World Trade Institute. November 2002).
- 30- Philip Evans. *Consumers and Multilateral Competition Policy*. (Consumers Association. London UK, 2002).
- 31- S.J. Evenett, M.C. Levensteign & V. Suslow, *International Cartel Enforcement: Lessons from the 1990s*, (WORLD ECONOMY, September 2001).
- 32- H. Jeffrey Leonard, *Pollution and the Struggle for World Product: Multinational Corporations, Environment, and International Comparative Advantage* (New York: Cambridge University Press, 1988),21
- 33- Lode Falk, M., & Mark, S. *Climate measures and WTO rules on subsidies*.( Journal of World Trade, 39 (1),2005).
- 34- Magnus, J. R. *World trade organization subsidy discipline: Is this retrenchment round?* (Journal of World Trade, 38 (6), 2004).
- 35- Pauwelyn, Joost, *Conflict of Norms in Public International Law: How WTO Law Relates to other Rules of International Law*, (Cambridge, Cambridge University Press, 2003).
- 36- . M. Durovic, *International Consumer Law: What Is It All About?*,(Journal of Consumer Policy ,volume 43,2020), 134
- 37- Henrik Horn, Louise Johannesson & Petros C. Mavroidis, “The WTO Dispute Settlement System 1995-2010, Some Descriptive Statistics”, (Journal of World Trade, no. 6, 2011),
- 38- Scott S. Linicome & Davida L. Connon, “WTO Dispute Settlement – Long Delays Hit the System”( White & Case, Client Alert, June 2014).
- 39- William J. Davey, “Compliance Problems in WTO Dispute Settlement”, (Cornell Journal of International Law Issue 1,2009).
- 40- Williams and George Barker (eds), *China and the World Trading System – Entering the New Millennium* (Cambridge University Press, 2003).
- 41- Alain Pellet, *The Case Law of the ICJ in Investment Arbitration*,( ICSID Review – Foreign Investment Law Journal, Volume 28, Issue 2, Fall 2013).
- 42- Dai Tamada, *Legal Issues in Renewable Energy Feed-in-Tariff Program -Points of Dispute in Investment Agreement Arbitration*,( Research Institute of Economy, Trade and Industry, October 2017).
- 43- Ramsay, I, *Consumer law and policy: Text and materials on regulating consumer markets* (3rd ed.). (Oxford: Hart Publishing, 2007).
- 44- Marcia Don Harpaz, “Sense and Sensibilities of China and WTO Dispute Settlement”, ( Journal of World Trade,2010).
- 45- Carine Piaguet. *New Trends and Key Challenges in the Area of Consumer Protection: In-depth Analysis*. European Parliament.( Directorate-General for Internal Policies of the

Union;).

2014.URL:[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2014/518773/IPOL\\_IDA%282014%29518773\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2014/518773/IPOL_IDA%282014%29518773_EN.pdf)

- 46- Consumer Interests and Sustainable Development in International Trade Law, Federation of German Consumer Organizations (vzbv), Policy Brief [https://www.ecologic.eu/sites/files/download/projekte/1850-1899/1885/1885\\_vzbv\\_policy\\_brief.pdf](https://www.ecologic.eu/sites/files/download/projekte/1850-1899/1885/1885_vzbv_policy_brief.pdf)
- 47- Bourgoignie T. Characteristics of consumer law,( *Journal of Consumer Policy*. Vol. 14. Issue. 3.1992)
- 48- Twigg-Flesner C., Micklitz H. Think Global – Towards International Consumer Law,( *Journal of consumer policy*. 2010. Vol. 33. Issue. 3.).
- 49- Marques C. L., Wei D. (ed.). Consumer Law and Socioeconomic Development: (*National and International Dimensions*. Springer, 2017).
- 50- Grainger, Andrew,Trade facilitation: a conceptual review. ( *Journal of World Trade*, 45 (1).2011).
- 51- Durovic M., Micklitz H. W. *Internationalization of Consumer Law:( A Game Changer*. – Springer,2016).URL:<https://books.google.com.ua/books?id=gVV7DQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Internationalization+of+Consumer+Law:+A+Game+Changer&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwj565XruofYAhUjDZoKHYQeDmIQ6AEIJjAA#v=onepage&q=Internationalization%20of%20Consumer%20Law%3A%20A%20Game%20Changer&f=false>
- 52- Li, G., Hou, Y., & Wu, A. Fourth Industrial Revolution: Technological drivers, impacts and coping methods.( *Chinese Geographical Science*, 27(4),2017), 626–627.