

## نقش سازمان های بین المللی در ارتقاء و ترویج حقوق مصرف کننده

فاطمه فتح پور<sup>۱</sup> و نرگس رزم توز<sup>۲</sup>

قابل انتشار در دوره ۲۳ شماره ۶۰ (زمستان ۱۴۰۳) نشریه پژوهشهای حقوقی

### چکیده

حفظ حقوق مصرف کنندگان یکی از ارزش ها و هنجارهای موصوف جوامع بشری است که قانونگذاران کشورهای مختلف از آن حمایت می کنند. پرسش مطرح در این مقاله، چگونگی نقش سازمان های بین المللی و منطقه ای در ارتقاء و ترویج حقوق مصرف کننده است. در مقام پاسخ، نقش سازمان های فراملی را می توان به دو زیر گروه سازمان های بین المللی و سازمان های منطقه ای تقسیم کرد که هر یک می توانند به فراخور سندی که در خصوص حقوق مصرف کننده به تصویب می رسانند، اسناد حقوقی سخت (لازم الاجرا) و یا حقوق نرم (توصیه ای) تدوین نمایند. دستورالعمل های سازمان ملل متحد بر مبنای هفت اصل اساسی نظام حقوق مصرف کننده شامل موارد؛ حمایت از سلامت و ایمنی مصرف کنندگان، حمایت از منافع اقتصادی مصرف کنندگان، ارائه اطلاعات کافی به مصرف کنندگان، آموزش مصرف کننده، دسترسی مصرف کننده به ابزار موثر جبران خسارت، ایجاد انجمن های مصرف کننده و مشارکت مصرف کنندگان در فرایند تصمیم گیری و مصرف پایدار می باشد و اتحادیه اروپا، از بین نهادهای حمایت از مصرف کننده پیشرفته ترین نظام نظارتی برای حمایت از مصرف کننده را تا کنون در سطح جهانی ایجاد کرده است.

**کلمات کلیدی:** حمایت از مصرف کننده، سازمان ملل متحد، اسناد بین المللی، سازمان های منطقه ای، اتحادیه اروپا، حقوق بین الملل

۱- استادیار حقوق بین الملل، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

۲- کارشناسی ارشد در رشته حقوق بین الملل از دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب (نویسنده مسئول)

مقررات یکی از حداقلی‌ترین مکانیسم‌های عناصر جامعه جهانی است و هر روز بیش از پیش بین‌المللی شده و از مرزهای نظام حقوق ملی عبور می‌کند. این امر در خصوص حقوق مصرف‌کننده نیز صدق می‌کند، جایی که تمایل قابل توجهی برای توسعه مقررات فراملی یا حداقلی اصول شناخته شده بین‌المللی حاکم بر حقوق مصرف‌کننده وجود دارد. از آنجاست که از جمله مباحث مهمی که در این زمینه باید مورد توجه قرار گیرد، موضوع حقوق مصرف‌کننده و حمایت از وی می‌باشد. حقوق مصرف‌کننده<sup>۲</sup>، شاخه‌ای نوآورانه از حقوق است که توسعه آن از آن جهت که از قرن بیستم آغاز شده است؛ مورد عنایت قرار گرفته شده است. ایجاد و تکامل حقوق مصرف‌کننده، نشان‌دهنده و نتیجه تمایل سیاسی برای توسعه و ارتقای حقوق و منافع مصرف‌کنندگان به عنوان بازیگران اصلی بازار است. و از آن جا که مصرف‌کنندگان نسبت به بازرگانان و فروشندگان در وضعیت ضعیف‌تری قرار دارند، نیاز است تا سازمانی خاص برای حمایت از آنان وجود داشته باشد. سیاست مصرف‌کننده ابزاری اساسی برای بازار و جامعه محسوب می‌گردد و بسیاری از کشورهای جهان، اشکال متنوعی از چارچوب‌های قانونی ملی را برای حمایت از مصرف‌کنندگان اتخاذ کرده‌اند. در این میان از مصرف‌کننده، به عنوان نیروی "حیاتی اقتصاد" نام برده‌اند. چون توجه به مصرف‌کننده و جلب اعتماد وی، مساوی با بهبود تولید و کارایی خواهد بود. در همین جهت، کمیسیون بازرنگری حقوق مصرف‌کننده فرانسه بدین تعریف دست یافته است، "مصرف‌کنندگان، اشخاص حقیقی یا حقوقی اند که برای کاربرد غیر حرفه‌ای، اموال یا خدماتی را برای خود تهیه کرده یا استفاده می‌کنند."<sup>۳</sup> بدین ترتیب همزمان با توسعه قوانین ملی در زمینه حمایت از مصرف‌کننده، تلاش‌هایی برای بین‌المللی کردن مقررات مصرف‌کننده صورت گرفت و بین‌المللی کردن حقوق مصرف‌کننده برای دستیابی به هدف اصلی آن یعنی ایجاد حداقل استاندارد جهانی قابل اجرا برای حمایت از مصرف‌کننده شکل گرفت. بر این اساس، نخستین هدف از بین‌المللی کردن حقوق مصرف‌کننده، تعیین معیار «کف» برای حمایت از مصرف‌کننده است که در هر نظام حقوقی پذیرفته شده باشد. در چارچوب این هدف، نیروی محرکه اصلی توسعه این نوع مقررات، سازمان ملل متحد و به ویژه کنفرانس این سازمان برای تجارت و توسعه (آنکتاد) بوده است. در مقیاس جهانی، ابزار اصلی برای پیگیری بین‌المللی شدن حقوق مصرف‌کننده، دستورالعمل‌های سازمان ملل متحد برای حمایت از مصرف‌کننده است. با این حال، اختیارات آنکتاد در مورد اجرای حقوق مصرف‌کننده بسیار محدود است. وجود پیشرفت‌های اخیر «شبکه بین‌المللی حمایت از مصرف‌کننده و اجرای حقوق» را می‌توان به عنوان گام مهم رو به جلو ارزیابی کرد، چرا که هدف آن تضمین حداقل سطح اجرای حقوق مصرف‌کننده در سطح جهانی است. معیار بین‌المللی در حقوق مصرف‌کننده به طور روز افزونی در زمره‌ی کارکرد قانون‌گذاران و سیاست‌گذاران قرار دارد.<sup>۴</sup> همچنین بر اساس ماده ۱-۲ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان که یکی از مواد مربوط به تعریف اصطلاحات حقوق مصرف‌کنندگان است، "عرضه‌کنندگان کالا و خدمات، به کلیه تولیدکنندگان، واردکنندگان، توزیع‌کنندگان، فروشندگان کالا و ارائه‌دهندگان خدمات اعم از فنی و حرفه‌ای و همچنین کلیه دستگاه‌ها و مؤسسات و شرکت‌هایی که شمول قانون بر آنها مستلزم ذکر یا تصریح نام است و به طور مستقیم و به طور کلی یا جزئی کالا یا خدمت به مصرف‌کننده ارائه می‌نمایند، اطلاق می‌شود"

<sup>2</sup>Consumer law

طالب پور، مهدی، (۱۴۰۱) "تحلیلی بر نقش حمایت از مصرف‌کننده در گرایش به خرید تجهیزات ورزشی تولید ملی" پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش ش ۵۱ رتبه<sup>۳</sup>. ب. وزارت علوم/۱۹، ص ۱۷۱-۱۵۳

<sup>4</sup> Durovic, M. (2016). "The Apple case today: Factual and legal assessment". *EUI Department of Law Research Paper*, No. 03(2016).۶.

Retrieved from <https://doi.org/10.2139/ssrn.2736380>.

شود. "طبق ماده ۲ این قانون کلیه: عرضه کنندگان کالا و خدمات منفردا یا مشترکا مسئول صحت و سلامت کالا و خدمات عرضه شده مطابق با ضوابط و شرایط مندرج در قوانین و یا مندرجات قرارداد مربوطه یا عرف در معاملات هستند. <sup>۵</sup> در این مقاله با استفاده از روش توصیفی و تحلیلی وبه روش کتابخانه ای این پرسش پاسخ داده خواهد شد که نقش سازمان‌های دولتی بین المللی نظیر آنکتاد، شبکه بین المللی حمایت از مصرف کننده و اجرای حقوق، سازمان همکاری اقتصادی و توسعه همچنین نقش سازمان‌های منطقه‌ای مثل اتحادیه اروپا و انجمن کشورهای جنوب شرق آسیا (آسه‌آن) در ارتقاء و ترویج حقوق مصرف کننده چگونه است.

## ۱- تعاریف و مفاهیم

### ۱-۱- مفهوم مصرف کننده

شخص یا سازمانی است که از خدمات یا کالاهای اقتصادی استفاده می‌کند.<sup>۶</sup>

### ۱-۲- حق مصرف کننده

حقوقی که عرضه کنندگان کالا و خدمات منفردا و مشترکاً از حیث صحت، کمیت، کیفیت و سلامت کالا و خدمات عرضه شده، مطابق ضوابط و شرایط مندرج در قوانین یا مندرجات قرارداد یا عرف باید در مورد هر شخص حقیقی یا حقوقی که کالا یا خدمتی را خریداری می‌کند، در معاملات رعایت شود.<sup>۷</sup>

### ۱-۳- حق انصراف

در قانون تجارت الکترونیک پیش بینی شده که در هر معامله الکترونیکی مصرف کننده باید حداقل ۷ روز کاری وقت برای انصراف از قبول خود بدون تحمل جریمه یا ارایه‌ی دلیل داشته باشد.

### ۱-۴- حمایت از مصرف کننده

اقدامات تصویب شده از سوی دولت‌ها برای محافظت از مصرف کننده و جلوگیری و برخورد با تجاوزات غیر اخلاقی کسب و کار به حریم مصرف کننده و سوء استفاده از آنهاست.<sup>۸</sup>

### ۱-۵- حق دسترسی به کالا و خدمات سالم

---

طباطبایی لطفی، عصمت السادات (۱۳۹۹) "مبانی و راهکارهای حفظ حقوق بنیادین مشتریان و دریافت کنندگان خدمات از منظر فقه اسلامی"، مطالعات فقهی و فلسفی، ش ۴۲، ص ۱۴-۱.

<sup>۶</sup> سلیمی، فزه، (۱۳۹۱) «حمایت از مصرف کننده در ادبیات حقوقی ایران»، فصلنامه وکیل مدافع، ارگان داخلی کانون وکلای دادگستری خراسان، ۲(۵)، ص ۵.

<sup>۷</sup> همان، ص ۵.

<sup>۸</sup> همان، ص ۵.

فروشنده باید کالا و خدماتی را به خریدار عرضه کند که مطابق با قرارداد یا عرف موجود در آن حوزه سالم و با کیفیت محسوب شود. در صورت عرضه کالای معیوب، ناقص یا بی کیفیت خریدار حق در خواست جایگزین کردن کالا، حق فسخ یا دریافت بهای کالای سالم و معیوب را دارد.

### ۱-۶- حق ایمنی مصرف کننده

مصرف کننده باید اطمینان حاصل کند که کالایی که در اختیار او قرار داده می شود هیچ گونه آسیبی به تندرستی او وارد نمی کند. این حق تضمین می کند که تولیدکنندگان نباید محصولات زیر استاندارد و خطرناک را تولید کنند و به فروش برسانند.

### ۱-۷- حق برخورداری از اطلاعات کامل

هر فروشنده باید اطلاعات دقیق محصول را در اختیار مشتریان قرار بدهد. مثل برچسب قیمت روی کالا یا نصب تابلو اطلاعات محصول در کنار آن.<sup>۹</sup>

### ۱-۸- حق انتخاب کالاها

مصرف کننده باید از حق انتخاب آزادانه برخوردار باشد و در یک فضای رقابتی قادر شود که از بین انواع کالاها و خدمات، کالا یا خدماتی را که به کیفیت آن اطمینان دارد را با قیمتی رقابتی خریداری کند.<sup>۱۰</sup>

## ۲- نقش سازمان های بین المللی دولتی در توسعه مفهومی حقوق مصرف کننده

تأمین امنیت مکانیزم اجرایی موثر و کارآمد که حمایت کافی از حقوق مصرف کننده را ممکن می سازد، چالش اصلی سیاست گذاری در زمینه مصرف کننده است. این چالش در موقعیت تراکنش های مصرف کننده برون مرزی حتی بیشتر هم می شود. با این حال، هیچ سازمان واحدی مسئول اجرای حقوق مصرف کننده در سطح جهانی نیست. به همین ترتیب، هیچ طرح بین المللی مناسبی برای حل اختلاف مصرف کننده وجود ندارد. اجرایی شدن این امور به انجمن ها و شبکه های مختلفی محدود می شود که اکثر آنها به حوزه های خاص و انگشت شماری محدود هستند. در طول دهه های گذشته، تعداد روزافزونی از بازیگران بین المللی در توسعه مفهوم حقوق مصرف کننده مشارکت داشته اند که ناشی از تغییرات در اقتصاد و جنبش های مصرف کننده است. این سازمان ها بهترین شیوه ها را با استفاده از رویکرد حقوق نرم، توصیه ها، اصول سطح بالا اتخاذ کرده اند که به تدریج بر نظام های ملی و منطقه ای تاثیر گذاشته است.<sup>۱۱</sup>

عوامل متعددی از قبیل کاهش موانع تجاری و فناوری های جدید، تسهیل معاملات فرامرزی در توسعه مفهوم حقوق مصرف کننده دخیل است. همچنین این امر به نفع مصرف کنندگان بوده است که امروزه انتخاب بیشتری بین محصولات و خدماتی دارند که به راحتی می توانند به صورت آنلاین مقایسه و خرید کنند. از سوی دیگر، به دلیل شیوه های مختلف فروش و موانع حقوقی در بین

<sup>۹</sup> UNCTAD, World Consumer Map,” 2019, Retrieved from <https://unctadwcpm.org/map.html>. last visited.2023-5-13

<sup>۱۰</sup> همان

<sup>۱۱</sup> Howells, G., Ramsay, I., and Wilhelmsson, T. *Handbook of research on international consumer law (2nd ed.)*, 2018. (Cheltenham: Edgar Elgar, 2018), 1-1.

کشورها، حمایت از مصرف‌کننده چالش‌هایی را در اجرای حقوق مصرف‌کنندگان فرامرزی، جدای از محدودیت‌های اطلاعاتی اجتناب‌ناپذیر هنگام خرید کالاها یا خدمات از فروشندگان دور ایجاد کرده است.<sup>۱۲</sup> در چنین شرایطی قوانین ملی تنها می‌تواند راه حل محدودی ارائه دهند که مستلزم توسعه مقررات بین‌المللی حمایت از مصرف‌کننده است.<sup>۱۳</sup>

نوعی چارچوب جدید حقوق مصرف‌کننده در سطح بین‌المللی در حال ظهور است که توسط سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای ترویج می‌شود.<sup>۱۴</sup> در اینجا لازم به ذکر است که نقش سازمان‌های فراملی را می‌توان به دو زیر گروه سازمان‌های بین‌المللی و سازمان‌های منطقه‌ای تقسیم کرد که هر یک می‌توانند به فراخور سندی که در خصوص حقوق مصرف‌کننده به تصویب می‌رسند،

سند حقوقی سخت (لازم‌الاجرا) و یا حقوق نرم (توصیه ای) تدوین نمایند.

در این میان سازمان ملل متحد با اتخاذ رهنمودهای حمایت از مصرف‌کننده و با ترویج این امر در سطح ملی و منطقه‌ای نقش پیشرو در این زمینه ایفا کرده است. با چنین اقدامی، سازمان ملل متحد به مروج اصلی حمایت از مصرف‌کننده در کشورهای در حال توسعه بدل شده، کشورهایی که اغلب فاقد چارچوب حمایتی بودند و دستورالعمل‌های خود را در زمینه‌های مختلف حمایت از مصرف‌کننده، از جمله تجارت الکترونیک، مصرف پایدار و حل اختلافات تدوین کردند.

علاوه بر سازمان ملل متحد سایر سازمان‌های بین‌المللی منطقه‌ای، از جمله سازمان همکاری اقتصادی و توسعه بانک جهانی، اتحادیه اروپا، در پی بحران مالی سال ۲۰۰۸ رویه‌های خوبی را در زمینه‌های خاص حمایت از مصرف‌کننده به ویژه در مورد خدمات مالی و آموزشی ایجاد کرده‌اند. همچنین سازمان خواروبار و کشاورزی (فائو) به طور مشترک با سازمان بهداشت جهانی کمیسیون کدکس الیمنتاروس<sup>۱۵</sup> را برای ایمنی مواد غذایی راه‌اندازی کرده است. اگرچه سازمان بین‌المللی استاندارد (ایزو)<sup>۱۶</sup> بخشی از سازمان ملل متحد نیست، اما به طور فعال در بحث‌های سازمان ملل متحد در مورد حمایت از مصرف‌کننده شرکت کرده و استانداردهای بین‌المللی خود را ایجاد کرده است که به عنوان مثال، ایمنی محصول، رضایت مشتری و حقوق جبران خسارت و اطلاعات را پوشش می‌دهد. سرانجام سازمان بین‌المللی حمایت از مصرف‌کننده در سال ۲۰۱۳ به عنوان انجمنی داوطلبانه از مقامات نظارتی مسئول حمایت مالی از مصرف‌کننده در سراسر اروپا، آفریقا، آسیا و آمریکای جنوبی تاسیس شد.<sup>۱۷</sup> موارد فوق بعد بین‌المللی روبه رشد حقوق مصرف‌کننده را در یک چشم‌انداز کثرت‌گرایانه، متنوع و در حال توسعه نشان می‌دهند. با این حال گرایش‌های قوی به سمت هماهنگی و اتحاد وجود دارد که با ایجاد دستورالعمل‌ها، بهترین شیوه‌ها و استانداردهای مشترک حمایت از مصرف‌کننده بیان می‌شود.<sup>۱۸</sup> تعداد قابل توجهی از آژانس‌ها و سازمان‌ها در فرایند جهانی درگیر شده‌اند، اما

<sup>12</sup> Weidenbaum, M. (1987). "The case against the UN guidelines for consumer protection". *J. Consumer Policy*, no.10 (1987), p 3-22.

<sup>13</sup> Twigg-Flesner, C., and Micklitz, H. "Think global—Towards international consumer law". *Journal of Consumer Policy*, no. 33, 3(2010), p 201-207.

<sup>14</sup> Durovic, M. (2016). "The Apple case today: Factual and legal assessment". *EUI Department of Law Research Paper*, No. 03(2016).۶. Retrieved from <https://doi.org/10.2139/ssrn.2736380>.

<sup>15</sup> این کمیسیون نهاد مشترک دو سازمان خواربار و کشاورزی و سازمان بهداشت جهانی است که در سال ۱۹۶۳ به دلیل اهمیت و لزوم تدوین استانداردهای غذایی، ایجاد گردید. این کمیسیون، تدوین استانداردهای غذایی را به طور واحد و یکسان برعهده دارد.

<sup>16</sup> The International Organization for Standardization (ISO).

<sup>17</sup> The International Financial Consumer Protection Organisation (FinCoNet).

<sup>18</sup> Weidenbaum, M. op. cit. p 3-22.

بیشتر آنها صرفاً با جنبه‌های خاص حمایت از مصرف‌کننده، مانند حفاظت از سلامت یا خدمات مالی سروکار دارند. در نتیجه، حمایت از مصرف‌کننده به تدریج از یک موضوع عمدتاً ملی به یک موضوع اصلی حقوق فراملی بدل شده است.<sup>۱۹</sup> با این حال، سازمان ملل متحد با دستورالعمل‌های خود برای حمایت از مصرف‌کننده، با ارائه رویکرد جامع‌تری که حوزه‌های کلیدی حمایت از مصرف‌کننده را پوشش می‌دهد، برجسته است. بنابراین در ادامه بر توسعه دستورالعمل‌های سازمان ملل متحد و بررسی محتوا و مفاهیم آن تمرکز خواهد شد و پس از آن نقش دیگر سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای تاثیرگذار در حوزه حقوق مصرف‌کننده بررسی می‌شود.

## ۱-۲- نقش سازمان ملل متحد در قالب دستورالعمل حمایت از مصرف‌کننده

دستورالعمل سازمان ملل متحد برای حمایت از مصرف‌کننده<sup>۲۰</sup> توسط مجمع عمومی سازمان ملل متحد در ۹ آوریل ۱۹۸۵، طی قطعنامه ۲۸۴/۳۹ تصویب شد<sup>۲۱</sup>، که به‌عنوان نقطه عطفی در حقوق بین‌المللی مصرف‌کننده هفت حوزه را مشخص می‌کند که طی آن دولت‌ها باید سیاست مصرف‌کننده را با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی خود ارتقاء دهند. این حوزه‌ها شامل ایمنی فیزیکی، ارتقاء و حمایت از منافع اقتصادی مصرف‌کنندگان، استانداردهای ایمنی و کیفیت کالاها و خدمات مصرفی، تسهیلات توزیع برای کالاها و خدمات مصرفی ضروری، بهبود جبران خسارت مصرف‌کننده، آموزش و اطلاع‌رسانی به مصرف‌کننده و اقدامات مربوط به حوزه‌های خاص مانند غذا، آب و داروها می‌شود. در سال ۱۹۹۹، در طی اصلاحات مفهوم مصرف پایدار وارد دستورالعمل شد<sup>۲۲</sup> که هدف آن بهبود نظام اکولوژیکی جهان است. گنجاندن این جنبه از پایداری، مفهوم جدیدی از توانمندسازی مصرف‌کننده را آشکار می‌کند که عبارت است از اینکه مصرف‌کننده تنها حق حمایت ندارد بلکه باید مسئولیت‌های خاصی را برای ترویج یک محیط پاک و سالم به عهده بگیرد.

در سال ۲۰۱۵، مجدداً دستورالعمل سازمان ملل متحد مورد بازنگری قرار گرفت تا تغییرات عمده در اقتصاد جهانی و عصر دیجیتال را منعکس کند و به طور خاص بخش‌های جدیدی در مورد شیوه‌های تجارت مطلوب، سیاست‌های ملی حمایت از مصرف‌کننده، تجارت الکترونیک و خدمات مالی را در بر گرفت. علاوه بر این، بخش‌های مربوط به جبران خسارت مصرف‌کننده و همکاری بین‌المللی برای رسیدگی به چالش‌های اجرایی اخیر و حل اختلافات توسعه یافت، در حالی که بخش مربوط به حوزه‌های خاص به تازگی شامل انرژی، خدمات عمومی و گردشگری می‌شود.<sup>۲۳</sup>

در ابتدا برخی از کارشناسان دستورالعمل سازمان ملل را به عنوان ابزار مداخله غیرضروری در بازار می‌دانستند ولی اکنون به عنوان گامی اساسی در حمایت از مصرف‌کننده به شمار می‌رود.<sup>۲۴</sup> با این حال این دستورالعمل‌ها در زمره اسناد حقوقی نرم هستند و از این منظر سند الزام‌آور حقوقی محسوب نمی‌شوند، اما اولین اقدامی بودند که حمایت از مصرف‌کننده را به صراحت در مقیاس

<sup>19</sup> Howells et al. op. cit. 1-1

<sup>20</sup> The United Nations Guidelines for Consumer Protection (UNGCP).

<sup>21</sup> United Nations General Assembly, "Resolution 39/248 of 16 April 1985 (A/RES/70/186)", Retrieved from <https://www.un.org/documents/ga/res/39/a39r248.htm>. last visited on Ju,15,2023

<sup>22</sup> Economic and Social Council, "Economic and Social Council in July and adopted by the General Assembly in its decision", (1999), 54/449.

<sup>23</sup> United Nations, "United Nations guidelines for consumer protection" (New York and Geneva: United Nations Conference on Trade and Development. 2016).

<sup>24</sup> Harland, D., *The United Nations guidelines for consumer protection*. In I. Ramsay. (Ed.), *Consumer law in the global economy: National and international dimensions*. (Dartmouth: Ashgate, 1997), 1-12.

بین‌المللی ترویج می‌کردند.<sup>۲۵</sup> پذیرش تدریجی تاثیر این دستورالعمل تا به امروز چندان بوده که دست کم ۲۶ دولت در سطح ملی و در قانون اساسی خود حقوق مصرف‌کننده را وضع کرده‌اند.<sup>۲۶</sup>

سال ۲۰۲۰، که سال مهمی برای حقوق مصرف‌کننده در سطح بین‌المللی تلقی می‌شود، ۳۵ نسخه مصوبه در خصوص دستورالعمل سازمان ملل متحد برای حمایت از مصرف‌کننده تدوین شد.<sup>۲۷</sup> پس از گذشت بیش از سی سال، دستورالعمل‌های سازمان ملل متحد همچنان مهمترین اسناد جهانی در حوزه حمایت از مصرف‌کننده باقی مانده‌اند و به ترقی اعتماد مصرف‌کنندگان و تجار فعال در بازار کمک می‌کنند. نکته قابل توجه این است که دستورالعمل‌های سازمان ملل متحد علیرغم اینکه مهمترین سند بین‌المللی در زمینه حمایت از مصرف‌کننده هستند، توجه اندکی از سوی محققان حقوقی و به طور کلی هر نوع ارزیابی را به خود جلب کرده‌اند. ممکن است این استدلال وجود داشته باشد که دلیل این کم‌توجهی این است که ارتباط عملی دستورالعمل‌های سازمان ملل متحد به دلیل لازم‌الاجرا نبودن عملاً ناچیز است، بنابراین سزاوار ارزیابی نیستند. با این حال، دلیل این عدم علاقه به حمایت از مصرف‌کننده احتمالاً در این واقعیت نهفته است که از منظر مقایسه‌ای، هرگز مطالعه تجربی مناسبی در مورد تاثیر واقعی این دستورالعمل‌ها وجود نداشته است، بنابراین ارزیابی میزان تاثیر واقعی آنها دشوار است. با این حال، آنچه مسلم است اینکه این دستورالعمل‌ها نیز تا حدی بر توسعه مقررات مصرف‌کننده در کشورهای در حال توسعه تاثیر داشته‌اند.<sup>۲۸</sup> درک دقیق‌تری از تاثیر آنها بر مقررات مصرف‌کننده ملی هنوز نامشخص است. به همین ترتیب، در واقعیت تمرکز بیشتری بر پیروی از سایر نظام‌های حقوق مصرف‌کننده فراملی، مانند مقررات مصرف‌کننده اتحادیه اروپا، اختصاص داشت، چرا که این نظام‌ها بسیار پیشرفته‌تر هستند و بر این اساس به طور گسترده به عنوان یک مدل جهانی مورد استفاده قرار گرفته‌اند. علاوه بر سازمان ملل متحد، سازمان‌های بین‌المللی دیگری همچون سازمان همکاری اقتصادی و توسعه<sup>۲۹</sup>، بانک جهانی یا جی ۲۰ نیز در برخی تحولات حقوق مصرف‌کننده و البته به صورت بسیار پراکنده دخیل بوده‌اند.

واقعیت نهفته در دستورالعمل‌های سازمان ملل این است، که توسط برجسته‌ترین نماینده که همه دولت‌ها آن را به رسمیت می‌شناسند به تصویب رسیده‌اند<sup>۳۰</sup> نکته مهم این است که دستورالعمل‌های سازمان ملل متحد خواستار هماهنگی اجباری حقوق مصرف‌کننده نیست بلکه برعکس وجود تفاوت‌ها را بین نظام‌های حقوق مصرف‌کننده در سراسر جهان تایید می‌کند. دستورالعمل‌ها سازمان ملل متحد با اشاره به هفت اصل اساسی که کل نظام حقوق مصرف‌کننده بر اساس آنها بنا شده است، شامل این موارد می‌باشد: حمایت از سلامت و ایمنی مصرف‌کنندگان، حمایت از منافع اقتصادی مصرف‌کنندگان، ارائه اطلاعات کافی به مصرف‌کنندگان، آموزش مصرف‌کننده، دسترسی مصرف‌کننده به ابزار موثر جبران خسارت، ایجاد انجمن‌های مصرف‌کننده و مشارکت مصرف‌کنندگان در فرایند تصمیم‌گیری و مصرف پایدار.<sup>۳۱</sup>

<sup>25</sup> Weidenbaum, M. op. cit.425.

<sup>26</sup> Harland D, "Implementing the Principles of the United Nations Guidelines for Consumer Protection" (33 J.Indian Law Institute, 2019), p 189.

<sup>27</sup> United Nations General Assembly, op. cit.

<sup>28</sup> United Nations, "United Nations guidelines for consumer protection" (UNCTAD/DITC/CPLP/MISC, 1997), 57.

<sup>29</sup> The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).

<sup>30</sup> می‌توان این مورد را با اعلامیه حقوق بشر سازمان ملل متحد نیز مقایسه کرد که با وجود اینکه تنها یک اعلامیه است، اما به عنوان یک چارچوب اساسی دربردارنده حقوق بشر در سطح جهانی برای همگان مورد احترام است.

<sup>31</sup> United Nations General Assembly, op. cit.

## ۲-۲- نقش آنکتاد در توسعه مفهوم حقوق مصرف کننده

یک نهاد ویژه به نام کنفرانس سازمان ملل متحد برای تجارت و توسعه (آنکتاد)<sup>۳۲</sup> از طرف سازمان ملل متحد برای رسیدگی به دستورالعمل‌ها به همراه برخی مقررات مرتبط با بازار (مانند حقوق رقابت) تعیین شده است. از کشورهای عضو آنکتاد از جمله آرژانتین، استرالیا، اتریش، بنگلادش، برزیل، کامرون، چاد، شیلی، کلمبیا، جمهوری دموکراتیک کنگو، فرانسه، گابن، آلمان، گویان، اندونزی، ایتالیا، ژاپن، کنیا، عربستان سعودی، سنگال، آفریقای جنوبی، اسپانیا، سوئد، تایلند، تونس، ترکیه، اوکراین، انگلیس، ایرلند شمالی و ایالات متحده آمریکا حقوق مصرف کننده را به رسمیت می‌شناسند.<sup>۳۳</sup> اهداف اصلی آنکتاد، اولاً ایجاد یک انجمن برای گفتگوهای بین دولتی، ثانیاً انجام تحقیقات تجزیه و تحلیل سیاست‌ها و جمع‌آوری داده‌ها برای اطلاع رسانی در مورد چنین مذاکراتی و در نهایت ارائه کمک‌های فنی به کشورهای در حال توسعه است. بر این اساس، آنکتاد مسئول بازنگری دستورالعمل‌های مجمع عمومی که در سال ۲۰۱۵ بود. آنکتاد در تعدادی از ابتکارات کمک فنی مرتبط با حمایت از مصرف کننده در کشورهای دارای اقتصادهای نوظهور مشارکت دارد. به عنوان مثال، آنکتاد به نوعی بررسی تناسب را اجرا می‌کند، یعنی بررسی داوطلبانه نظام‌های حقوقی مصرف کننده ملی در چندین کشور در سراسر جهان، چیزی که اخیراً برای مثال در مورد حقوق مصرف کننده اندونزی انجام شده است.

آنکتاد همچنین کتابچه راهنمای حمایت از مصرف کننده (۲۰۱۷) را تدوین کرد. هدف اصلی کتابچه راهنمای حمایت از مصرف کننده، حمایت از اقتصادهای نوظهور و اقتصادهای در حال گذار در انتخاب سیاست‌های مصرف کننده است. این کتابچه برای ارائه ابزارهای عملی برای کمک به سیاست‌گذاران در افزایش ظرفیت‌ها در حین اجرای دستورالعمل‌های سازمان ملل متحد طراحی شده است. این کتابچه شامل فصل‌هایی در مورد استفاده از حقوق اولیه مصرف کننده در خدمات مالی، خدمات عمومی عمدتاً آب، فاضلاب، انرژی و غذا است. حقوق اولیه مصرف کننده که این کتابچه در بردارد عبارتند از: ۱- حق بر نیازهای اولیه، ۲- حق بر امنیت و سلامت، ۳- حق بر انتخاب، ۴- حق بر دادخواهی و جبران خسارت، ۵- حق بر اطلاعات، ۶- حق بر آموزش مصرف کننده، ۷- حق بر محیط سالم.<sup>۳۴</sup>

جدای از تصویب دستورالعمل‌های سازمان ملل متحد، یکی از مهمترین نتایج تلاش‌های آنکتاد، ایجاد گروه بین دولتی متشکل از کارشناسان حقوق و سیاست‌های حمایت از مصرف کننده تحت نظارت خود به عنوان یک گروه دائمی است که جلسات منظمی برگزار می‌کنند.<sup>۳۵</sup> اولین جلسه در اکتبر ۲۰۱۶ برگزار شد. پس از دومین جلسه در ژوئیه ۲۰۱۷، شرکت کنندگان برخی از مشکلات عمده‌ای را که مصرف کنندگان در بازار آنلاین جهانی با آن مواجه هستند، شناسایی کردند. این گروه تایید کرده است که اقدام سریع از اهمیت اساسی برخوردار است. به همین دلیل است که آنکتاد یک گروه کاری جدید به تجارت الکترونیک اختصاص داده که هدف آن شناسایی و پیشنهاد راه‌حلی برای مشکلات مصرف کننده در این حوزه است.

## ۲-۳- شبکه بین‌المللی حمایت از مصرف کننده و اجرای حقوق

<sup>32</sup> The United Nations Conference for Trade and Development (UNCTAD).

<sup>33</sup> "UNCTAD, e comers and consumer law". 2020. Retrieved from, <https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI and ICTs/ICT4D-Legislation/eCom-Consumer ProtectionLaws.aspx>, p 4. last visited on May,2,2023

<sup>34</sup> UNCTAD, op. cit, 2021.

<sup>35</sup> "UNCTAD, Meeting details," 2021, Retrieved from <https://unctad.org/en/pages/MeetingDetails.aspx?meetingid=1060>. last visited on Aug9,2023

امروزه «شبکه بین‌المللی حمایت از مصرف‌کننده و اجرای حقوق»<sup>۳۶</sup>، تنها نهاد بین‌المللی است که به طور کامل به جنبه‌های جهانی اجرای حقوق مصرف‌کننده اختصاص دارد. این شبکه جهانی نمونه‌ای عالی از یک روش غیررسمی برای ایجاد مسیری برای همکاری بین مقامات حمایت از مصرف‌کننده و یک انجمن برای گفتگوی چندجانبه است. پیش از «شبکه بین‌المللی نظارت بر بازاریابی» فعالیت می‌کرد که در سال ۲۰۰۲ به منظور اقدام موثر به ICPEN تغییر نام دارد.<sup>۳۷</sup>

«شبکه بین‌المللی حمایت از مصرف‌کننده و اجرای حقوق» شبکه‌ی مرجع حقوق مصرف‌کننده است که شامل نمایندگان از ۶۰ کشور و سازمان بین‌المللی درگیر در مسائل حقوق مصرف‌کننده است. تعداد دولتهای شرکت‌کننده در این شبکه به صورت روزافزونی در حال افزایش است. آنکتاد همچنین یکی از سازمانهای ناظر فعال در «شبکه بین‌المللی حمایت از مصرف‌کننده و اجرای حقوق» است. این شبکه بر برخی از بازارهای عمده مصرف جهانی مانند ایالات متحده آمریکا، استرالیا، ژاپن، بریتانیا و کانادا نظارت دارد. با این حال، همچنان نیازمند رشد است؛ به عنوان مثال تنها نیمی از دولتهای عضو اتحادیه اروپا بخشی از این شبکه هستند.

بنابراین علیرغم تعداد فزاینده آن، هنوز تنها کمتر از یک سوم کشورها در این شبکه فعال هستند.

هدف اصلی «شبکه بین‌المللی حمایت از مصرف‌کننده و اجرای حقوق» تشویق اقدام عملی علیه سوء رفتار بازاریابی فرامرزی توسط معامله‌گران است. شش هدف بلندمدت برای دستیابی به این هدف اصلی شناسایی شده است. این اهداف در ابتدا شامل جمع‌آوری و تبادل اطلاعات در موضوعات مرتبط با حمایت از مصرف‌کننده می‌شود؛ دوم، به اشتراک‌گذاری بهترین رویه‌های مرتبط با عناصر قانونی و اجرایی حمایت از مصرف‌کننده؛ سوم، انجام اقداماتی برای مبارزه با نقض فرامرزی حقوق مصرف‌کننده چهارم، تسهیل راه‌حل‌های موثر برون‌مرزی؛ پنجم، کشف و ترویج ابزارهای موثر برای اجرای حقوق مصرف‌کننده و ششم، تایید و توسعه مشارکت و همکاری گسترده‌تر با سایر نهادهای مسئول اجرای مقررات حمایت از مصرف‌کننده است.<sup>۳۸</sup> در راستای تحقق این اهداف دو ابزار غالب را می‌توان معرفی کرد؛ اقدامات فراگیر، توسعه پلتفرم مصرف‌کننده الکترونیک<sup>۳۹</sup>، شناسایی و حذف وبسایت‌های مشکوکی که حقوق مصرف‌کننده را نقض می‌کنند.<sup>۴۰</sup>

پلتفرمی که «شبکه بین‌المللی حمایت از مصرف‌کننده و اجرای حقوق»، طراحی کرده نیز امکان گزارش آسان کلاهبرداری‌های بین‌المللی را به صورت آنلاین فراهم می‌کند. به نظر می‌رسد تمرکز «شبکه بین‌المللی حمایت از مصرف‌کننده و اجرای حقوق» بر اقتصاد دیجیتال باشد. اقدامات «شبکه بین‌المللی حمایت از مصرف‌کننده و اجرای حقوق» کسب و کارهای شرکت‌کننده در بازار دیجیتال را تشویق می‌کند تا شرایط و ضوابط قراردادی استاندارد و شیوه‌های بازاریابی خود را چنان بازبینی نمایند که از انطباق آنها با احترام به حقوق مصرف‌کننده اطمینان حاصل نمایند. این پلتفرم به مصرف‌کنندگان امکان می‌دهد تا شکایات مربوط به

<sup>36</sup> The International Consumer Protection and Enforcement Network (ICPEN).

<sup>37</sup> "ICPEN. Memorandum on the establishment and operation of the international consumer protection and enforcement network." 2016, Retrieved from [https://www.icpen.org/sites/default/files/201708/Memorandum\\_on\\_the\\_Establishment\\_and\\_Operation\\_of\\_ICPEN\\_2016.pdf](https://www.icpen.org/sites/default/files/201708/Memorandum_on_the_Establishment_and_Operation_of_ICPEN_2016.pdf), p 2. last visited on jun 23,2023

<sup>38</sup> همان، ص ۲.

<sup>39</sup> آدرس این پلتفرم: [www.econsumer.gov](http://www.econsumer.gov) last visited on Apr,2,2023

<sup>40</sup> "ICPEN," 2019, Last visited on 12/16/2022, Retrieved from [https://www.uokik.gov.pl/news.php?news\\_id=15329](https://www.uokik.gov.pl/news.php?news_id=15329). last visited on Apr, 3,2023

تراکنش‌های فرامرزی را به صورت آنلاین ارسال کنند و با مکانیزم‌های حل اختلاف جایگزین موجود علیه تجار خارجی آشنا شوند. این پلتفرم به هفت زبان در دسترس است و مصرف‌کنندگانی که خود را قربانی اعمال ناعادلانه می‌دانند، می‌توانند از این وبسایت برای ثبت ادعای خود استفاده کنند یکی از نمونه‌های موفق عملی این پلتفرم بسته شدن فروشگاه برند دیزاینر در استرالیا است که لباسهای طراحان تقلبی را به فروش می‌رساند.<sup>41</sup>

به طور کلی می‌توان گفت که عملکرد «شبکه بین‌المللی حمایت از مصرف‌کننده و اجرای حقوق» بر امور خاصی متمرکز است که هدف آنها اجرای اهداف استراتژیک برای حصول بهترین شیوه در رویکردهای حقوقی و اجرایی برای حمایت از مصرف‌کننده و به اشتراک‌گذاری این موارد است.

## ۲-۴- نقش سازمان همکاری اقتصادی و توسعه برای حمایت از مصرف‌کننده در زمینه تجارت الکترونیک

سازمان همکاری و توسعه اقتصادی مسئول ترویج سیاست‌هایی است که رفاه اقتصادی و اجتماعی مردم را در سراسر جهان بهبود می‌بخشد. این سازمان انجمنی را ایجاد کرده که در آن دولت‌ها می‌توانند برای اشتراک تجربیات و جستجوی راه‌حل برای مشکلات مشترک با یکدیگر همکاری کنند. این سازمان به طیف گسترده‌ای از مسائل مربوط به حقوق مصرف‌کنندگان نیز به‌ویژه از طریق «کمیته سیاست مصرف‌کننده»<sup>42</sup> می‌پردازد. سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، همچنین به عنوان ناظر «شبکه بین-المللی حمایت از مصرف‌کننده و اجرای حقوق» شناخته می‌شود.

حمایت و توانمندسازی مصرف‌کنندگان در تجارت الکترونیک موضوعی کلیدی بوده که توسط کمیته این سازمان طی دو دهه اخیر مورد بررسی قرار گرفته است. به مناسبت کنفرانس وزیران در سال ۱۹۹۸ «دنیای بدون مرز: تحقق پتانسیل تجارت الکترونیک جهانی»، بیانیه اتاوا (۱۹۹۸) به تصویب رسید و از این سازمان دعوت کرد تا توجه خود را بر حمایت از مصرف‌کننده دیجیتال متمرکز کند. سال بعد شورای این سازمان اولین سند حقوقی بین‌المللی را در زمینه حمایت از مصرف‌کننده در زمینه تجارت الکترونیک تصویب کرد.

این راهنما به مسائل نوظهور مرتبط با نقش فعالی که مصرف‌کنندگان در ارتقاء، توسعه و نوآوری محصول ایفا می‌کنند می‌پردازد و بدین ترتیب تجارت سیار، خطرات حریم خصوصی و امنیتی، حفاظت از پرداخت و ایمنی محصول آنلاین را دربرمی‌گیرد. همچنین این راهنما اهمیت اطلاع‌رسانی به سیاست‌های مربوط به تجارت الکترونیکی مصرف‌کننده را با شواهد و بینش‌های حاصل از اطلاعات و اقتصاد رفتاری به رسمیت می‌شناسد.<sup>43</sup> هرچند که این راهنما نیز در زمره اسنادی است که جنبه الزام‌آوری ندارد اما وجود چنین محتواهایی می‌تواند موجب مبادرت به آگاه‌سازی بیشتر در زمینه حقوق مصرف‌کننده گردد.

## ۳- نقش سازمان‌های منطقه‌ای در توسعه مفهومی و ترویج حقوق مصرف‌کننده

### ۳-۱- دستورالعمل اتحادیه اروپا در خصوص حقوق مصرف‌کننده

<sup>41</sup> “Designer brand outlet” website suspended”, ACCC, Australian Competition and Consumer Commission, Dec 16,2022, <https://www.accc.gov.au/media-release/designer-brand-outlet-website-suspended>. last visited on Mar,11,2023

<sup>42</sup> Committee on Consumer Policy (CCP).

<sup>43</sup> – ICPEN, op. cit. 2019.

اتحادیه اروپا، از بین شبکه‌های حمایت از مصرف‌کننده پیشرفته‌ترین شبکه است که در ابتدا توسط مقررات<sup>۴۴</sup> و اخیراً توسط مقررات<sup>۴۵</sup> در مورد همکاری مقامات حوزه حمایت از مصرف‌کننده تایید شده است. دستورالعمل‌های این اتحادیه در مورد حمایت از حقوق مصرف‌کننده مدام در حال به‌روز رسانی است. در مورد اکثر دستورالعمل‌های اروپایی که به بدنه حقوق مصرف‌کننده اتحادیه اروپا تعلق دارند، مکانیسم حوزه اروپا، آژانس‌های ملی را ملزم می‌کند تا از اختیارات مشترک تحقیقاتی و اجرایی برخوردار باشند، اطلاعات را به اشتراک بگذارند و این قدرت را داشته باشند که از همتایان خود در سایر دولتهای عضو اتحادیه اروپا برنامه عمل بخواهند. این شبکه پیشرفته‌ترین نظام نظارتی برای حمایت از مصرف‌کننده را تا کنون در سطح جهانی ایجاد کرده است. اهداف اولیه آنها هم دستیابی به سطوح بالای حمایت از مصرف‌کننده در سطح پان‌اروپایی و هم تقویت بازار داخلی از طریق تحقق حقوق مصرف‌کننده بوده است.

دستورالعمل ۲۰۱۹/۲۱۶۱ در رابطه با اجرای بهتر و نوسازی قوانین حمایت از مصرف‌کننده اتحادیه اروپا که به دستورالعمل Omnibus معروف است، حقوق مصرف‌کننده را از طریق اقدامات اجرایی مترقی تقویت می‌کند. لزوم شفافیت آنلاین این دستورالعمل چهار دستورالعمل پیشین اتحادیه اروپا در خصوص حمایت از مصرف‌کننده را در مورد شرایط قرارداد ناعادلانه (EEC/93/13)، نشانه‌های قیمت (EC/98/6) شیوه‌های تجاری ناعادلانه (EC/2005/29) و حقوق مصرف‌کننده (2011/83/2011/83) اصلاح می‌کند. با توجه به آنچه گفته شد، جامعه اروپا توجه بسیاری به حقوق مصرف‌کننده داشته است؛ از جمله بطور خاص در دستورالعمل (EEC/93/13) راجع به حقوق مصرف‌کننده در پنجم آوریل ۱۹۹۳ که راجع به شروط سوء استفاده جویانه در قراردادهای مصرف‌کننده مقرراتی تنظیم نمود. و این دستورالعمل نخستین اقدام تقنینی اتحادیه است که بر مفاد قراردادها تأثیر می‌گذارد. دستورالعمل‌ها زمانی استفاده می‌شود که هماهنگی مقررات کشورها در خصوص یک موضوع مورد نظر بوده و حصول وحدت در قوانین مد نظر نباشد. اتحادیه اروپا اصول و قواعد و حداقل‌هایی را در مورد موضوع بخصوصی مقرر می‌دارد و کشورهای عضو مجازند به نحو مقتضی این حداقل‌ها را در کشور خود در قالب قانون دریاورند. که طبق بند ۱ ماده ۱ دستورالعمل، هدف از این دستورالعمل نزدیک کردن مقررات کشورهای عضو در خصوص شروط سوء استفاده جویانه و یا ناعادلانه در قراردادهایی است که فروشندگان و عرضه‌کنندگان با مصرف‌کنندگان منعقد می‌نمایند. همچنین در ادامه این دستورالعمل در ماده ۳ در تعریفی از شرایط ناعادلانه در حقوق مصرف‌کننده آمده است: شروطی ناعادلانه محسوب می‌گردد که موضوع مذاکره طرفین نباشد، به شرط این که برخلاف حسن نیت و موجب نابرابری فاحش در حقوق و تعهدات طرفین و به ضرر مصرف‌کننده باشد.<sup>۴۶</sup>

این دستورالعمل به مقامات ملی اختیاراتی می‌دهد تا مجازات‌هایی مشابه آنچه در مقررات حفاظت از داده‌های عمومی<sup>۴۷</sup> تعیین می‌شود را اعمال کند. جریمه‌ها ممکن است تا ۴ درصد از گردش مالی سالانه تاجر در دولتهای عضو اتحادیه اروپا که در آن

<sup>44</sup> – EC Regulation No 2006/2004 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws (2006) OJ L 364/1. 2006.

<sup>45</sup> – EU Regulation 2017/2394 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws and repealing Regulation (EC) No 2006/2004 (2017) OJ L, 345/1. 2017.

شیرازی زنجانی، سید حسن (۱۴۰۱) "بررسی راهکارهای مقابله با شروط سوء استفاده جویانه و کاهش سوء استفاده از شروط در حقوق مصرف‌کننده" جامعه‌شناسی سیاسی<sup>46</sup>، ایران، ش ۱۸، ص ۳۷-۱۷۹.

<sup>47</sup> EU, The General Data Protection Regulation (EU) 2016/679 (GDPR) 2016.

حقوق مصرف‌کننده نقض شده است یا ۲ میلیون یورو در صورت عدم دسترسی به گردش مالی متغیر باشد. علاوه بر این، مصرف‌کنندگانی که از رویه‌های تجارت ناعادلانه آسیب دیده‌اند، حق دارند از راه‌حل‌های جدید فردی استفاده کنند. به عنوان مثال حق دسترسی به جبران خسارت<sup>۴۸</sup>.

دستورالعمل دیگری که در خصوص حقوق مصرف‌کننده در اتحادیه اروپا اجرایی شده است، «دستورالعمل مصرف‌کننده»<sup>۴۹</sup> نام دارد. این دستورالعمل با هدف حصول اطمینان از اینکه مصرف‌کنندگان از حداقل سطح حقوق یکسان برخوردارند تصویب شد، در نتیجه این دستورالعمل موارد زیر را در بر دارد. حق دریافت اطلاعات گسترده قبل از خرید توسط خریدار؛ یک دوره ۱۴ روزه برای تغییر نظر که این دوره برای خرید آنلاین و قراردادهای راه دور اعمال می‌شود و تنها استثنای آن اقلام شخصی، اقامت در هتل یا کرایه وسیله نقلیه است؛ حق مصرف‌کننده بر تحویل کالا ظرف مدت ۳۰ روز (مگر اینکه بازه زمانی دیگری با تاجر مقرر شده باشد)؛ قبل از پرداخت هرگونه هزینه اضافی مصرف‌کننده باید رضایت آزادانه و صریح پیشین خود را اعلام کرده باشد.

دستورالعمل دیگری که در اتحادیه اروپا در خصوص حقوق مصرف‌کننده وجود دارد با نام «دستورالعمل رفتارهای تجاری ناعادلانه»<sup>۵۰</sup> شناخته می‌شود. طبق این دستورالعمل فروشندگان باید اطلاعات دقیق کافی به مصرف‌کننده بدهند تا بتواند تصمیمی آگاهانه و مبتنی بر واقعیت بگیرد. فروشندگان نباید از شیوه‌های تجارت ناعادلانه، همراه‌کننده یا تهاجمی استفاده کنند.

علاوه بر این بر اساس مقررات تبعیض جغرافیایی<sup>۵۱</sup> که از ۲۰۱۸ در سراسر اتحادیه اروپا لازم‌الاجرا شده و هدف آن جلوگیری از تبعیض است، نمی‌توان کالا یا خدماتی را به مصرف‌کننده به دلایلی همچون ملیت، مذهب، نژاد و غیره به فروش نرساند.

جدیدترین دستورالعمل اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۹ تصویب شد که در مورد اجرای بهتر و نوسازی حمایت از مصرف‌کننده اتحادیه اروپا<sup>۵۲</sup> وضع مقررات کرده است. این دستورالعمل بسته‌های قانونی جدیدی را برای مصرف‌کنندگان ارائه می‌دهد که اغلب به حوزه‌های پیشرفت دیجیتال مربوط هستند.

«شبکه همکاری حمایت از مصرف‌کننده اتحادیه اروپا»<sup>۵۳</sup> نیز مسئول اجرای حقوق مصرف‌کننده در سراسر اتحادیه اروپا است. مبنای حقوقی این شبکه، آیین‌نامه ۲۰۰۴/۲۰۰۶ در مورد همکاری بین مقامات ملی مسئول اجرای حقوق مصرف‌کننده (آیین‌نامه همکاری حمایت از مصرف‌کننده) است.

علاوه بر این، «شبکه مصرف‌کننده اروپایی»<sup>۵۴</sup> که متشکل از ۳۰ دفتر مستقر در ۲۸ کشور عضو اتحادیه اروپا است، از طریق کمیسیون اروپا و دولت‌های ملی به عنوان بخشی از سیاست اروپا برای کمک به همه شهروندان اروپا برای استفاده از بازار واحد همکاری می‌کند.

<sup>48</sup> Ficks .Erik, "New EU rules on e-commerce – wider powers for European consumer authorities and enhanced rights for consumers shopping online (part II)", Roschier, 2022, p 27.

<sup>49</sup> The Consumer Rights Directive 2011/83/EU (CRD).

<sup>50</sup> The EU Directive on Unfair Commercial Practices 2005/29/EC.

<sup>51</sup> The Geo-blocking Regulation (EU Regulation 2018/302).

<sup>52</sup> EU Directive on better enforcement and modernisation of EU consumer protection (2019/2161/EU).

<sup>53</sup> EU Consumer Protection Cooperation Network (CPC).

<sup>54</sup> European Consumer Centre Network (ECC-Net).

### ۳-۲- انجمن کشورهای جنوب شرق آسیا (آسه‌آن)

انجمن کشورهای جنوب شرق آسیا (آسه‌آن)<sup>۵۵</sup>، از نظر مراحل توسعه اقتصادی و تنوع ساختارهای سیاسی و سنت‌های حقوق ملی، یکی از فعال‌ترین مناطق جهان را تشکیل می‌دهد که شامل یک طبقه متوسط به سرعت در حال رشد است.<sup>۵۶</sup> آسه‌آن که در ابتدا برای تقویت امنیت منطقه‌ای در سال ۱۹۶۷ تاسیس شد، به طور روزافزونی همکاری‌های بیشتری را در امور اقتصادی تا حدی در پاسخ به ظهور چین (که یک بازار مصرف گسترده محسوب می‌شود)، مد نظر قرار داده است. از این رو، طرح جامع اقتصادی آسه-آن در سال ۲۰۰۷، تعهدی را طی یک دستور کار برای آزادسازی تجارت کالا، خدمات و سرمایه‌گذاری در بین ده دولت عضو کنونی تا پایان سال ۲۰۱۵ ارائه کرد.<sup>۵۷</sup>

با اجرای موافقت‌نامه‌های سازمان جهانی تجارت از سال ۱۹۹۵، بازارهای صادراتی برای محصولات نهایی به ویژه کشورهای توسعه یافته گشوده شد. هنگامی که در سال ۲۰۰۰ آشکار شد که مذاکرات سازمان جهانی تجارت برای آزادسازی بیشتر تجارت و سرمایه‌گذاری طولانی و دشوار خواهد بود، بسیاری از کشورها در عوض شروع به مذاکره در مورد موافقت‌نامه‌های به صورت دوجانبه<sup>۵۸</sup> و گاهی منطقه‌ای کردند. در سال ۲۰۰۹، آسه‌آن موافقت‌نامه‌های جامع تجارت آزاد<sup>۵۹</sup> یا همان موافقت‌نامه‌های سرمایه-گذاری با استرالیا به اضافه نیوزیلند، چین، کره، ژاپن و هند امضا کرد.<sup>۶۰</sup>

هم‌اکنون آسه‌آن نخستین منطقه در حال توسعه است که در حال کار بر روی یک چارچوب حقوقی تجارت الکترونیک یکپارچه است.<sup>۶۱</sup> از همین رو مهمترین چارچوب‌های سیاست طرح‌های AEC ۲۰۱۵-۲۰۲۵ به عنوان یک برنامه جامع برای روند اجراء جدول زمانی و اهداف برای اصلاحات خاص است. این طرح‌ها که در زمره حقوق نرم قرار می‌گیرند از همه دولت‌های عضو برای انجام یکسری اقدامات استراتژیک دعوت به عمل می‌آورد. طرح‌های AEC به نهادهای مختلف آسه‌آن اجازه می‌دهد تا برنامه‌های اقدام و طرح‌های دقیق‌تر و خاص‌تری برای دستیابی به هدف نهایی به عنوان یک بازار واحد و پایگاه تولید برای ارتقاء تجارت الکترونیک در نظر بگیرد. بلوپرینت<sup>۶۲</sup> AEC ۲۰۱۵-۲۰۲۵ یک بخش را به تجارت الکترونیک اختصاص داده است که حاوی تعهدات مربوط به پیش‌نویس سیاست‌ها و زیرساخت‌های حقوقی برای معاملات تجارت الکترونیک است.<sup>۶۳</sup> هرچند که این بلوپرینت در سال ۲۰۱۵ منقضی شده اما به عنوان هدف خاص «منطقه اقتصادی رقابتی» این سیاست و زیرساخت حقوقی همچنان برای تجارت الکترونیک قابل رجوع است چرا که مطابق با بهترین شیوه‌های منطقه‌ای، دستورالعمل‌ها و استانداردهای

<sup>55</sup> The Association of Southeast Asian Nations (ASEAN).

<sup>56</sup> "Austrade and DFAT", Why ASEAN and Why Now, 14 August 2015, [dfat.gov.au/aboutus/publications/Documents/why-asean-and-why-now.pdf](http://dfat.gov.au/aboutus/publications/Documents/why-asean-and-why-now.pdf).

<sup>57</sup> Yean T.S. and Das, S.B. Introduction: Economic Interests and the ASEAN Economic Community in T.S. Yean and S.B. Das (eds.), *Moving the AEC Beyond 2015: Managing Domestic Consensus for Community-Building*. Singapore, ISEAS Publishing, 2016.

<sup>58</sup> WTO-plus

<sup>59</sup> Free Trade Agreements (FTAs).

<sup>60</sup> Bungenberg M. Griebel, J. Hobe S and. Reinisch A (eds.), *International Investment Law*. (Hart, 2015). 283-303.

<sup>61</sup> Mik E., *Legal and Regulatory Challenges to Facilitating E-Commerce in ASEAN*, in *ASEAN LAW IN THE NEW REGIONAL ECONOMIC ORDER: GLOBAL TRENDS AND SHIFTING PARADIGMS*, At 342. Pasha L. Hsieh & Bryan Mercurio eds., (2019), p15.

<sup>62</sup> بلوپرینت اصطلاحی است که به طرح‌های قابل اجرا گفته میشود.

<sup>63</sup> "Google Privacy Policy," ASEAN Economic Community Blueprint, ASEAN, 2015, <https://www.asean.org/wpcontent/uploads/images/archive/5187-10.pdf>. last visited on apr 3, 2023

مبتنی بر شیوه‌های مشترک به منظور حمایت از فعالیت‌های تجارت الکترونیک است و به همین دلیل دولت‌های عضو آن را تا سال ۲۰۲۵ تمدید کرده‌اند.

طرح AEC ۲۰۲۵ بیان می‌دارد که جهانی‌سازی باعث می‌شود جهان از طرق فناوری اطلاعات و ارتباطات موجودیتی به هم پیوسته یابد.<sup>۶۴</sup> این طرح تجارت الکترونیک را «نه تنها عامل اساسی در تجارت فرامرزی بلکه تسهیل سرمایه‌گذاری خارجی از طرق عرضه خدمات واسطه‌ای» می‌داند. همکاری بین دولت‌های عضو طی این سالها به ایجاد اعتماد، دستیابی به اعتبار از کشورهای توسعه یافته و افزایش سرمایه‌گذاری در بازار تجارت الکترونیکی AEC منتهی شده است.

در سال ۲۰۱۸، آسه‌آن برای بهبود حمایت از مصرف‌کننده اصول سطح بالایی را در نظر گرفت. هر چند که این اصول برای دولت‌های عضو، چارچوب گسترده‌ای فراهم می‌کند اما در عمل شاهد کاربرد یکسان و گسترده این اصول سطح بالا نیستیم چرا که این اصول نیز لازم الاجرا نیستند و در زمره حقوق نرم قرار دارد. همچنین به کارگیری این اصول باید متناسب با سطح بوده و مقیاس، دامنه بازارها و منافع مصرف‌کنندگان تا سال ۲۰۲۵ و بعد از آن همراستا باشد.<sup>۶۵</sup>

این اصول سطح عالی آسه‌آن در سال ۲۰۱۸ به صورت زیر گزارش می‌گردد:

اصل ۱- اجرای منصفانه، سازگار، موثر و متناسب حقوق حمایت از مصرف‌کنندگان. این اصل مستلزم به‌روزرسانی قوانین حمایت از مصرف‌کنندگان است که باید با تمام مشکلات فعلی و نوظهور مصرف‌کننده مقابله کند. همچنین دولت‌های عضو باید اطمینان حاصل کنند که آژانس‌های حمایت از مصرف‌کننده به اختیارات قانونی، مهارت‌ها و شایستگی‌های لازم برای اجرای قوانین مطابق با معیارهای بهترین عملکرد، مجهز هستند.

اصل ۲- مجهز شدن مصرف‌کنندگان برای استفاده از حقوق خود به مهارت، دانش، اطلاعات و اعتماد است. علاوه بر حصول اطمینان از اینکه اطلاعات محصول قابل درک، شفاف و مرتب با مصرف‌کنندگان ارائه می‌شود، نیاز به افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان در مورد حقوق خود تحت حقوق مصرف‌کننده موجود از طریق تقویت فعالیت‌های حمایتی سهامداران کلیدی وجود دارد.

اصل ۳- این اصل حمایت از مصرف‌کنندگان در برابر کالاها و خدمات مضر است. تلاش دولت‌ها، مشاغل و مصرف‌کنندگان برای تضمین دسترسی مصرف‌کنندگان به کالاها و خدمات ایمن است. بنابراین به منظور اطمینان از ایمنی مصرف‌کنندگان، دولت‌ها و کسب و کارها باید استانداردهای ملی و بین‌المللی را با استفاده از محصولات اعمال و به طور فعال رعایت کنند.

اصل ۴- دسترسی مصرف‌کنندگان به منابع مشاوره و جبران مناسب خسارت می‌باشد. این اصل از دولت‌های عضو می‌خواهد که ساز و کار طرح شکایات داخلی و سیستم‌های رسیدگی توسط شرکتها، مراکز ملی شکایت مصرف‌کننده توسط انجمن‌های مصرف‌کننده، دادگاه‌ها و مکانیسم‌های حل اختلافات آنلاین را ایجاد کنند.

<sup>۶۴</sup> همان، ص ۲۴.

<sup>۶۵</sup> “Google Privacy Policy,” ASEAN, WORK PROGRAMME ON ELECTRONIC COMMERCE, Last visited on Dec 16, 2022, [https://asean.org/wpcontent/uploads/2021/09/ASEAN-Work-Programme-on-ElectronicCommerce\\_published.pdf](https://asean.org/wpcontent/uploads/2021/09/ASEAN-Work-Programme-on-ElectronicCommerce_published.pdf). last visited on May 2, 2023

اصل ۵- درک تاثیر تصمیم مصرف بر محیط مشترک مصرف کنندگان است. در این اصل مصرف کنندگان آگاه در ترویج مصرفی از نظر زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی نقش اساسی دارند. دولت‌ها عضو به‌طور فعالانه به مصرف کنندگان در درک اثرات زیست محیطی تصمیمات خریدشان کمک می‌کنند.

اصل ۶- حمایت قوی از مصرف کننده است. دولت‌ها باید قبل از تصمیم‌گیری در مورد مسائل مربوط به صنعت، تجارت و سیاست‌های اجتماعی به دنبال دیدگاه‌های مصرف کننده باشند و اطمینان حاصل کنند که توسعه سیاست‌های مصرف کننده مبتنی بر شواهد معتبر است.

اصل ۷- سطوح بالای همکاری بین سطوح مختلف دولتی، تجاری و سایر ذینفعان است. در این اصل دولت‌های عضو در سطح ملی یک سیاست و استراتژی کلی حمایت از مصرف کننده و همچنین برنامه‌ریزی اتخاذ می‌کنند. این برنامه‌ریزی می‌تواند در سطح سازمانی نیز اعمال شود.

اصل ۸- مصرف کننده در تجارت الکترونیک مورد حمایت قرار گیرد. این اصل از دولت‌های عضو می‌خواهد که به طور منظم قوانین و شیوه‌های حمایت از مصرف کننده را بررسی کرده تا اصلاحیه‌ها یا قوانین فرعی اضافی لازم برای ارائه حمایت موثر از مصرف کنندگان در تجارت الکترونیک اجرا شود.

### نتیجه‌گیری:

به‌طور کلی در پاسخ به این سوال که نقش سازمان‌های بین‌المللی مثل سازمان ملل، آنکتاد، شبکه بین‌المللی حمایت از حقوق مصرف کننده و اجرای حقوق و سازمان همکاری اقتصادی و توسعه همچنین نقش سازمان‌های منطقه‌ای مثل اتحادیه اروپا و انجمن کشورهای جنوب شرق آسیا (آسه‌آن) در ارتقاء و ترویج حقوق مصرف کننده چگونه است، می‌توان بیان داشت که در این میان سازمان ملل متحد با اتخاذ رهنمودهای حمایت از مصرف کننده و با ترویج این امر در سطح ملی و منطقه‌ای نقش پیشرو در این زمینه ایفا کرده است. با چنین اقدامی، سازمان ملل متحد به مروج اصلی حمایت از مصرف کننده در کشورهای در حال توسعه بدل شده و به کشورهای که اغلب فاقد چارچوب حمایتی بودند و دستورالعمل‌های خود را در زمینه‌های مختلف حمایت از مصرف کننده، از جمله تجارت الکترونیک، مصرف پایدار و حل اختلافات تدوین کرده اند، یاری می‌رساند. پلتفرمی که شبکه بین‌المللی حمایت از حقوق مصرف کننده و اجرای حقوق طراحی کرده نیز امکان گزارش آسان کلاهبرداری‌های بین‌المللی را به صورت آنلاین فراهم می‌کند. سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، انجمنی را ایجاد کرده که در آن دولت‌ها می‌توانند برای اشتراک تجربیات و جستجوی راه‌حل برای مشکلات مشترک با یکدیگر همکاری کنند. همچنین حمایت و توانمندسازی مصرف کنندگان در تجارت الکترونیک موضوعی کلیدی بوده که توسط کمیته این سازمان طی دو دهه اخیر مورد بررسی قرار گرفته است. علاوه بر سازمان ملل متحد سایر سازمان‌های بین‌المللی منطقه‌ای، از جمله اتحادیه اروپا، رویه‌های خوبی را در زمینه‌های خاص حمایت از مصرف کننده به ویژه در مورد خدمات مالی و آموزشی ایجاد کرده‌اند. این شبکه حقوق مصرف کننده را از طریق اقدامات اجرایی موقتی تقویت می‌کند. آسه‌آن برای بهبود حمایت از مصرف کننده اصول سطح بالایی را در نظر گرفت، اگر چه که این اصول نیز لازم الاجرا نیستند و در زمره حقوق نرم قرار دارد.

### فهرست منابع:

۱. سلیمی، فزه. «حمایت از مصرف‌کننده در ادبیات حقوقی ایران». *فصلنامه وکیل مدافع*، ارگان داخلی کانون وکلای دادگستری خراسان، ۲(۵)، ۱۳۹۱.
۲. شبیری زنجانی، سید حسن "بررسی راهکارهای مقابله با شروط سوء استفاده جویانه و کاهش سوء استفاده از شروط در حقوق مصرف‌کننده" *جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ش ۱۸، ۳۷، ۱۴۰۱
۳. طالب‌پور، مهدی، "تحلیلی بر نقش حمایت از مصرف‌کننده در گرایش به خرید تجهیزات ورزشی تولید ملی" *پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش* ش ۵۱، رتبه ب وزارت علوم/۱۹، ۱۴۰۱
۴. طباطبایی لطفی، عصمت السادات (۱۳۹۹) "مبانی و راهکارهای حفظ حقوق بنیادین مشتریان و دریافت کنندگان خدمات از منظر فقه اسلامی"، *مطالعات فقهی و فلسفی*، ش ۴۲، ص ۱۴-۱۳
5. ACCC, Australian Competition and Consumer Commission. "Designer brand outlet' website suspended". 2018, Last visited on Dec 16, 2022, Retrieved from <https://www.accc.gov.au/media-release/designer-brand-outlet-website-suspended>
6. ASEAN, "WORK PROGRAMME ON ELECTRONIC COMMERCE," 2017, Last visited on Dec 16, 2022, Retrieved from [https://asean.org/wpcontent/uploads/2021/09/ASEAN-Work-Programme-on-ElectronicCommerce\\_published.pdf](https://asean.org/wpcontent/uploads/2021/09/ASEAN-Work-Programme-on-ElectronicCommerce_published.pdf). (last visited on May 2, 2023)
7. ASEAN Economic Community Blueprint, "ASEAN," 2015, Retrieved from <https://www.asean.org/wpcontent/uploads/images/archive/5187-10.pdf>.
8. Austrade and DFAT, "Why ASEAN and Why Now," 14 August 2015, [dfat.gov.au/aboutus/publications/Documents/why-asean-and-why-now.pdf](http://dfat.gov.au/aboutus/publications/Documents/why-asean-and-why-now.pdf).
9. Bungenberg M. Griebel, J. Hobe S and. Reinisch A (eds.), *International Investment Law*. Hart, 2015.
10. Durovic, M. «The Apple case today: Factual and legal assessment. »EUI Department of Law Research Paper No. 03(2016). Retrieved from <https://doi.org/10.2139/ssrn.2736380> (Last visited on 12/16/2022).
11. EC Regulation No 2006/2004 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws (2006) OJ L 364/1. 2006.
12. Economic and Social Council, "Economic and Social Council in July and adopted by the General Assembly in its decision", (1999), 54/449.
13. EU, The General Data Protection Regulation (EU) 2016/679 (GDPR) 2016.
14. EU Regulation 2017/2394 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws and repealing Regulation (EC) No 2006/2004 (2017) OJ L, 345/1. 2017.
15. Ficks .Erik, "New EU rules on e-commerce – wider powers for European consumer authorities and enhanced rights for consumers shopping online (part II)", Roschier, 2022.
16. Howells, G., Ramsay, I., and Wilhelmsson, T. *Handbook of research on international consumer law (2nd ed.)*, 2018. Cheltenham: Edgar Elgar, 2018.
17. Harland, D. *The United Nations guidelines for consumer protection*. In I. Ramsay (Ed.), *Consumer law in the global economy: National and international dimensions*. Dartmouth: Ashgate. 1997.
18. Harland D, "Implementing the Principles of the United Nations Guidelines for Consumer Protection," 33 *J.Indian Law Institute*, 2019.

19. ICPEN. "Memorandum on the establishment and operation of the international consumer protection and enforcement network", 2016. Retrieved from [https://www.icpen.org/sites/default/files/201708/Memorandum\\_on\\_the\\_Establishment\\_and\\_Operation\\_of\\_ICPEN\\_2016.pdf](https://www.icpen.org/sites/default/files/201708/Memorandum_on_the_Establishment_and_Operation_of_ICPEN_2016.pdf).
20. ICPEN, 2019. Last visited on 16 Dec, 2022. Retrieved from [https://www.uokik.gov.pl/news.php?news\\_id=15329](https://www.uokik.gov.pl/news.php?news_id=15329) (Last visited on 12/16/2022).
21. Mik E., *Legal and Regulatory Challenges to Facilitating E-Commerce in ASEAN*, in *ASEAN LAW IN THE NEW REGIONAL ECONOMIC ORDER: GLOBAL TRENDS AND SHIFTING PARADIGMS*, At 342. Pasha L. Hsieh & Bryan Mercurio eds., 2019.
22. Twigg-Flesner, C., and Micklitz, H. «Think global—Towards international consumer law». *Journal of Consumer Policy*, 33(3), 2010.
23. United Nations. United Nations guidelines for consumer protection. (UNCTAD/DITC/CPLP/MISC), 1997.
24. United Nations. "United Nations guidelines for consumer protection". (UNCTAD/DITC/CPLP/MISC/2016/1). New York and Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2016.
25. United Nations General Assembly, "Resolution 39/248 of 16 April 1985 (A/RES/70/186)". Retrieved from <https://www.un.org/documents/ga/res/39/a39r248.htm>.
26. UNCTAD, e comers and consumer law. 2020. Retrieved from. [https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI\\_and\\_ICTs/ICT4D-Legislation/eCom-Consumer-ProtectionLaws.aspx](https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI_and_ICTs/ICT4D-Legislation/eCom-Consumer-ProtectionLaws.aspx).
27. UNCTAD, "World Consumer Map," 2019. Retrieved from <https://unctadwcpm.org/map.html>.
28. UNCTAD, "Meeting details," 2021. Retrieved from <https://unctad.org/en/pages/MeetingDetails.aspx?meetingid=1060>.
29. Weidenbaum, M. "The case against the UN guidelines for consumer protection". *J. Consumer Policy*, no.10 (1987).
30. Yean T.S. and Das, S.B" .Introduction: Economic Interests and the ASEAN Economic Community in T.S. Yean and S.B. Das "(eds.), *Moving the AEC Beyond 2015: Managing Domestic Consensus for Community-Building*. Singapore, ISEAS Publishing, 2016.

## **Abstract**

Protecting the rights of consumers is one of the values and norms of human societies, which is supported by the legislators of different countries. The question raised in this article is the role of international and regional organizations in the promotion and upgradation of consumer rights. In response, the function of transnational organizations can be divided into two sub-groups, international organizations, and regional ones, each of which can refer to the document approved regarding consumer rights, prepare hard (enforceable) legal documents, or soft (advisory) legal documents.

United Nations guidelines based on the seven fundamental principles of consumer rights systems include; supporting the health and safety of consumers, and their economic interests, providing sufficient information to consumers, educating consumers, giving consumers access to adequate compensation tools, creating consumer associations, and consumer participation in the process of decision-making and sustainable consumption, and the European Union among the consumer institutions has created the most advanced monitoring system for consumer protection at the global level so far.

**keywords:** protection of consumers, United Nations, international documents, regional organizations, European Union, international law