

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وزارت علوم و تحقیقات و فناوری



مؤسسه آموزش عالی علامه محدث نوری (ره)

دانشکده اقتصاد و علوم اداری

پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد

رشته حقوق خصوصی

موضوع :

مسئولیت مدنی ناشی از عرضه کالا

استاد راهنما :

جناب آقای دکتر محمود امامی نمینی

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر جمشید یحیی پور

دانشجو :

مژگان محمود زاده

آبان ۱۳۹۱

باسمه تعالی

تعهدنامه اصالت پایان نامه

اینجانب مهران محمودزاده فرزند الحق دانشجوی رشته تئوری حقوق مقطع کارشناسی ارشد مؤسسه آموزش عالی علامه محدث نوری (ره) بدین وسیله اصالت کلیه مطالب و مندرجات موجود در مباحث مطروحه در این پایان نامه را با عنوان مسئولیت مدنی ناشی از عضویت تأیید و تصدیق کرده، اعلام می نمایم که مدلول قانون مالکیت معنوی را رعایت کرده ام و تمامی محتوای این پایان نامه حاصل مطالعه، پژوهش و تدوین خودم بوده و به هیچ وجه رونویسی از پایان نامه و یا هیچ اثر یا منبع دیگری اعم از داخلی، خارجی و یا بین المللی نبوده و بدون ذکر مأخذ هیچ مطلبی را در پایان نامه ننوشته ام و تعهد می نمایم در صورت اثبات عدم اصالت آن و یا احراز عدم صحت مفاد و یا لوازم این تعهدنامه در هر مرحله از مراحل که منتهی به فارغ التحصیلی شده و یا پس از آن و یا تحصیل در مقاطع دیگر و یا اشتغال و ...، دانشگاه حق دارد ضمن اعلام ردّ پایان نامه، نسبت به لغو و ابطال مدرک تحصیلی مربوط اقدام نماید. مضافاً به اینکه کلیه مسئولیت ها و پیگردها و پیامدهای قانونی و نیز خسارات مادی و معنوی وارده از هر حیث متوجه اینجانب می باشد.

نام و نام خانوادگی دانشجو

مهران محمودزاده

تاریخ و امضاء

۹۱/۸/۲۷

عقاید و نظرات مندرج در این پایان‌نامه اختصاص به نویسنده داشته و ارتباطی

به موسسه ندارد.

نویسنده‌ی پایان‌نامه متعهد است که قانون مالکیت معنوی را رعایت نموده و از اقتباس مطالب دیگران

بدون ذکر ماخذ خودداری نموده است؛ و در صورت استفاده از مطالب این پایان‌نامه در کتب یا

مجلات یا همایش‌ها - اعم از داخلی یا خارجی - نام کامل و نشانی موسسه را قید نماید.

مژگان محمودزاده

شکر و سپاس خدا را که بزرگترین امید و یاور، در محله محله‌ی زندگیست.

باتقدیر و شکر شایسته از استادان فرهیخته و فرزانه، جناب آقای دکتر محمود امامی نیننی و جناب آقای دکتر جمشید یحیی پور، که با نکته

های دلاویز و گفته‌های بلند، صحیفه‌های علم را پرور نموده اند و همواره راه‌ها و راه‌کنشای نگارنده در تمام و احوال پایان نامه بوده اند.

و هم چنین، جناب آقای دکتر حسین اعظمی، به دلیل یاریها و راهنمایی‌های بی‌چشمداشت ایشان که بسیاری از سخته‌ها را برایم آسانتر

نموده اند، بسیار سپاسگزارم.

باشد که لایق درک وجودشان باشم

تقدیم بہ مہربان فرشتگانی کہ:

لحظات ناب باور بودن، لذت و غرور دانستن، جسارت خواستن، عظمت رسیدن و تمام تجربہ ہائی یکتا و زیبای زندگیم، دیون

حضور سبز آہناست

تقدیم بہ پدر و مادر عزیزم

و ہمہ می کسانی کہ لحظہ ای بعد انسانی و وجدانی خود را فراموش نمی کنند و بر آستان گران سنگ انسانیت، سرفرومی آورند و

انسان را با ہمہ می تفاوت ہایش ارج می نهند.

حال این برگ سبزی است تحفہ درویش تقدیم آمان

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۴	چکیده
۱	مقدمه
۳	بخش اول - شناسایی مفاهیم و اصطلاحات
۴	فصل اول - تعریف کالا و انواع آن
۴	گفتار اول - تعریف کالا
۶	گفتار دوم - انواع کالا
۷	فصل دوم - مفهوم عرضه‌کننده و مصادیق آن
۷	گفتار اول - مفهوم عرضه‌کننده
۸	گفتار دوم - مصادیق عرضه‌کننده
۸	بند اول - مفهوم خرده‌فروش
۹	بند دوم - مفهوم توزیع‌کننده
۹	بند سوم - مفهوم عمده‌فروش
۱۱	بند چهارم - مفهوم فروشنده
۱۱	الف - مفهوم فروشنده حرفه‌ای
۱۱	ب - مفهوم فروشنده غیر حرفه‌ای
۱۲	بند پنجم - مفهوم واسطه‌ها

۱۳	بند ششم - مفهوم واردکننده
۱۳	بند هفتم - مفهوم تولیدکننده
۱۵	فصل سوم - مفهوم مصرف‌کننده و مصادیق حقوق آنان در مقابل عرضه‌کنندگان کالا
۱۵	گفتار اول - مفهوم مصرف‌کننده
۱۶	گفتار دوم - مصادیق حقوق مصرف‌کننده در مقابل عرضه‌کننده کالا
۱۶	بند اول - حق انتخاب
۱۷	بند دوم - حق برخورداری از اطلاعات کامل
۱۹	بند سوم - حق ایمنی برای مصرف‌کننده
۲۰	بند چهارم - حق به دست آوردن کالاهای سالم و بی عیب
۲۱	فصل چهارم - فرق عرضه خدمت و فروش کالا
۲۳	بخش دوم - قلمرو و مبنای مسئولیت عرضه‌کنندگان کالا
۲۷	فصل اول - وحدت یا تعدد مسئولیت
۳۲	فصل دوم - مسئولیت قراردادی عرضه‌کننده
۳۳	گفتار اول - تعهد ایمنی کالا توسط عرضه‌کننده
۳۳	بند اول - مفهوم نظریه
۳۴	بند دوم - نقد نظریه
۳۵	گفتار دوم - فرض علم عرضه‌کننده به عیوب پنهانی کالا
۳۵	بند اول - مفهوم نظریه

۳۷	بند دوم - نقد نظریه
۳۹	فصل سوم - مسئولیت غیر قراردادی عرضه‌کننده
۳۹	گفتار اول - توجیه مسئولیت بر مبنای نظریه تقصیر
۳۹	بند اول - مفهوم نظریه
۴۱	بند دوم - نقد نظریه
۴۳	گفتار دوم - توجیه مسئولیت بر مبنای قاعده تسبیب
۴۳	بند اول - مفهوم قاعده
۴۶	بند دوم - نقد قاعده
۴۸	گفتار سوم - توجیه مسئولیت بر مبنای نظریه تضمین سلامت کالا در برابر عموم
۴۸	بند اول - مفهوم نظریه
۴۹	بند دوم - نقد نظریه
۵۱	گفتار چهارم - توجیه مسئولیت بر مبنای مسئولیت محض
۵۱	بند اول - مفهوم نظریه
۵۵	بند دوم - مزایای نظریه
۵۷	بند سوم - مسئولیت محض عرضه‌کنندگان کالا در حقوق کشورهای دیگر
۵۹	بند چهارم - مسئولیت محض در حقوق ایران
۶۳	بند پنجم - پرهیز از اختلاط مسئولیت محض و مطلق

۶۶	بخش سوم - آثار مسئولیت مدنی عرضه‌کنندگان کالا
۶۷	فصل اول - جبران خسارت
۶۷	گفتار اول - خسارت‌های قابل جبران
۶۹	بند اول - خسارات ناشی از ضرر وارده به جسم
۶۹	بند دوم - خسارات ناشی از ضرر وارده به اموال
۶۹	الف - خسارات ناشی از ضرر وارده به اموال دیگر
۷۰	ب - خسارات ناشی از ضرر وارده به خود کالای معیوب
۷۰	گفتار دوم - نحوه جبران خسارت
۷۰	بند اول - قاعده کلی جبران خسارت در حقوق ایران
۷۲	بند دوم - اجرای قاعده در مورد زیان‌های ناشی از عرضه کالای معیوب
۷۲	بند سوم - جبران خسارت به شیوه مورد توافق
۷۳	گفتار سوم - نحوه تقسیم مسئولیت در صورت تعدد عواملان زیان
۷۳	بند اول - نوع مسئولیت در مقابل زیان‌دیده
۷۴	الف - قاعده کلی تقسیم مسئولیت در حقوق ایران
۷۵	ب - نحوه تقسیم مسئولیت عاملین زیان در مورد عرضه کالای معیوب
۷۷	بند دوم - نوع مسئولیت میان حلقه‌های زنجیره‌ی تولید و توزیع
۷۸	فصل دوم - اثر قراردادها در مسئولیت عرضه‌کننده
۷۸	گفتار اول - قراردادهای مسئولیت

۷۸	بند اول - قرارداد وجه التزام
۷۹	بند دوم - قرارداد شرط کاهش مسئولیت
۷۹	بند سوم - قرارداد شرط عدم مسئولیت
۸۰	بند چهارم - تفاوت بین شروط مذکور
۸۰	گفتار دوم - وضعیت حقوقی انواع قراردادها و شروط مسئولیت
۸۱	بند اول - قاعده کلی در حقوق ایران
۸۱	الف - وجه التزام
۸۳	ب - شرط کاهش و عدم مسئولیت
۸۷	بند دوم - اثر حقوقی شروط محدودکننده مسئولیت در مورد عرضه کنندگان کالای معیوب
۸۹	نتیجه گیری
۹۲	منابع و مأخذ

نشانه های اختصاری

- ق.م. قانون مدنی
- ق.م.م. قانون مسئولیت مدنی
- ق.ت. قانون تجارت
- ق.آ.د.م. قانون آیین دادرسی مدنی
- ق.م.ا. قانون مجازات اسلامی
- ق.ن.ص. قانون نظام صنفی مصوب ۱۳۸۲
- م. ماده
- ق. قانون
- ج. جلد
- چ. چاپ
- ش. شماره
- ص. صفحه
- رک. رجوع کنید

چکیده :

از نظر قانون مدنی ایران در حمایت از خریداران کالای معیوب، در صورتی که مبیع عین معین باشد، حق فسخ معامله یا مطالبه آرش کالای معیوب و سالم است. این راه حل در ماده ۲ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان نیز تکرار شده است. در مورد مبیع کلی هم، مشتری حق استرداد کالای معیوب و تعویض آن با مصداق سالم را دارد. اما، در مورد زیان های ناشی از عیب پنهانی مبیع، آنگاه که بواسطه ی استفاده از کالای معیوب، خریدار یا استفاده کنندگان ثالث دچار صدمات بدنی یا خسارات مالی می شوند، قانون مدنی راه حل ویژه ای ندارد و راه حل سنتی قضیه، استناد به قواعد عام مسئولیت قراردادی یا مدنی است. راه حلی که در عمل چندان چاره ساز نیست. در این راستا، نوآوری نظام های حقوقی ارائه ی راه حل هایی است که زیان دیده را از اثبات تقصیر عرضه کننده ی کالای معیوب معاف می سازد. یکی از راه حل ها، مسئول قرار دادن عرضه کننده بر تضمین صریح یا ضمنی ایمنی و سلامت کالا است؛ تعهد ارادی که نه تنها در برابر خریدار بلکه در برابر هر مصرف کننده ای ایجاد می شود و اثبات عیب و نقص و وقوع خسارت، دلیل نقض تعهد مزبور و تحقق مسئولیت او به جبران خسارت است. راه دیگر، وجود اماره و فرض آگاهی عرضه کننده از عیب کالا است که تقصیر را مفروض ساخته و زیان دیده را از اثبات تقصیر خوانده معاف می سازد. فراتر از آن، در نظر گرفتن مسئولیت محض برای عرضه کنندگان کالای معیوب است که به صرف اثبات عیب، او را نسبت به خسارات ناشی از عیب کالا مسئول بدانیم.

کلیدواژه ها : کالای معیوب ، مصرف کننده ، مسئولیت مدنی ، عرضه کننده .

اگر به سیر تاریخی دنیای امروز از پیدایش اولیه آن تا به حال نظری بیفکنیم، روند رو به رشد و توسعه را به وضوح در جوامع ملاحظه خواهیم کرد. پیشرفت علم و تکنولوژی نیز خود مؤید این حقیقت می‌باشد. از جمله آثار پیشرفت، گوناگونی و فراوانی کالای مصرفی است، کالاهایی که امروزه، عرضه و فروش آن یا تخصص می‌خواهد یا مستلزم رعایت فنون و احتیاط‌های ویژه است.

بنابراین، در میان گرایش‌های علم حقوق، مسئله روابط بین فروشندگان و توزیع‌کنندگان کالا از یک طرف و مصرف‌کنندگان از طرف دیگر، جایگاهی بس ویژه دارد. ویژگی این جایگاه از یک طرف ناشی از ارتباط ناگسستگی آن با پیشرفت و تکنولوژی می‌باشد و از طرف دیگر، ناشی از وضعیت طرفین این مسئولیت است؛ زیرا، در یک طرف، عرضه‌کنندگانی قرار دارند که از لحاظ قدرت اقتصادی قوی می‌باشند و از طرف دیگر مصرف‌کنندگانی قرار دارند که به هیچ وجه توان مقابله با آنها را ندارد و حتی هنگام خرید کالا، کوچکترین حقی برای خود قائل نیستند.

این پایان‌نامه در واقع با این هدف تدوین می‌شود که به بررسی وضعیت مسئولیت فروشندگان و توزیع‌کنندگان کالا پرداخته و جایگاه آن را در حقوق کنونی ایران، مشخص نماید. علت این اهمیت، ارتباط موضوع با قشر عظیمی از جوامع انسانی و عدم تعادل قدرتی بین طرفین آن می‌باشد.

گرچه، بررسی مسئولیت اشخاص ذکر شده در این پایان‌نامه به صورت تطبیقی نمی‌باشد و ما نیز قصد آن را نداریم که به بررسی تطبیقی موضوع بپردازیم، اما، نگاهی هر چند اجمالی به حقوق کشورهای پیشرفته، ما را در رسیدن به هدف مذکور و شناخت نقایص موجود در حقوق فعلی یاری خواهد داد.

در این مجموعه مسائل و عناوین متعددی مورد بحث قرار خواهد گرفت. از جمله مهم‌ترین مسائل،

پاسخگویی به سؤالاتی از قبیل ذیل خواهد بود:

۱- منظور از عرضه‌کننده، چه کسانی هستند؟

۲- مسئولیت عرضه‌کنندگان بر چه مبنایی استوار است؛ قراردادی یا غیر قراردادی؟

۳- تأثیر شرط محدودکننده‌ی مسئولیت بر عرضه‌کنندگان چگونه است؟

برای پاسخ به سؤالات فوق و سایر مسائل دیگر، پایان‌نامه‌ی حاضر را در یک مقدمه، ۳ بخش و یک نتیجه‌گیری مورد بررسی قرار خواهیم داد.

بخش اول، که تحت عنوان شناسایی مفاهیم و اصطلاحات مورد بررسی قرار می‌گیرد، شامل بررسی مفهوم کالا و انواع آن، مفهوم عرضه‌کننده و مصادیق آن، مفهوم مصرف‌کننده و مصادیق حقوق آنان در مقابل عرضه‌کنندگان کالا، خواهد بود.

بخش دوم، که در واقع اصلی‌ترین قسمت پایان‌نامه را به خود اختصاص داده است؛ تحت عنوان قلمرو و مبنای مسئولیت عرضه‌کنندگان مورد بررسی قرار خواهد گرفت. این بخش خود شامل بررسی وحدت یا تعدد مسئولیت، بررسی مبنای قراردادی و غیرقراردادی مسئولیت اشخاص مذکور خواهد بود.

بخش سوم نیز تحت عنوان آثار مسئولیت مدنی عرضه‌کنندگان کالا مورد ملاحظه قرار خواهد گرفت. این بخش هم، شامل بررسی خسارات قابل جبران، نحوه جبران خسارت و همچنین نحوه تقسیم مسئولیت، بین عاملان متعدد زیان، خواهد بود و در پایان هم به بررسی تأثیر شروط محدودکننده‌ی مسئولیت در رابطه بین عرضه‌کنندگان پرداخته خواهد شد.

امید است که این مقدار، هر چند ناچیز در هموار کردن بحث‌ها، راه‌گشای حمایت از مصرف‌کنندگان

کالا باشد.

بخش اول:

شناسایی مفاهیم و اصطلاحات

برای شناخت و آشنایی با مسئولیت فروشندگان کالا در قبال مصرف کنندگان، آنچه که در ابتدا لازم به نظر می رسد، آشنایی با عناوین مرتبط است. به همین جهت ، ما در این بخش به بررسی عبارات موضوع و تحلیل آن می پردازیم.

فصل اول- تعریف کالا و انواع آن

در این فصل، مفهوم کالا و انواع آن، مورد بررسی قرار می‌گیرد. آشنایی با مفهوم کالا و انواع آن، به شناخت فروشندگان و مصرف‌کنندگان مورد حمایت قوانین مختلف کمک شایانی می‌کند.

گفتار اول- تعریف کالا

کلمه‌ی کالا که معادل انگلیسی آن Product^۱ می‌باشد، کالاهای منقول را در بر می‌گیرد که ممکن است خود، کالایی، جدا باشد یا در دیگر کالایی، منقول و یا در مالی، غیر منقول به کار رفته باشد.^۲ همانطور که از این تعریف استنباط می‌شود، واژه کالا به معادل انگلیسی خود صرفاً شامل اموال منقول می‌گردد. چون کالا از نظر لغوی به معنای اسباب خانه، مال‌التجاره، لوازم سرای و متاع آمده است^۳ و موضوع تجارت، باید مال منقول باشد. بعلاوه، روی کالاهای غیرمنقول، کاری انجام نمی‌شود تا همچون محصول تولیدی به بازار برای فروش، عرضه گردد. ضمن اینکه اموال غیرمنقول از شمول قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان استثناء شده است. همچنین، در مسئولیت مدنی ناشی از عرضه‌ی کالا، کالاهایی مدنظر قرار می‌گیرد که در صورت معیوب بودن، موجب تلف یا نقص جان یا مال افراد گردند یعنی خطرناکی کالا ناشی از وجود عیب در کالا باشد، نه اینکه خود کالا ذاتاً خطرناک باشد. به عبارت بهتر، منظور کالاهای نهایی و واسطه‌ای است که به نحوی در طی یک فرایند صنعتی بدست آمده‌اند.

در تعریفی دیگر آمده است: «کالا عبارت از چیزی است که ارزش اقتصادی داشته و قابل تقویم به پول

۱- در اصطلاح انگلیسی goods نیز به معنای کالا به کار می‌رود.

۲- جعفری تبار، حسن، (۱۳۸۹)، مسئولیت مدنی کالاها، چاپ اول، تهران، انتشارات دادگستر، ش ۴۹، ص ۱۰۶، با وجود این، حقوق داخلی اسپانیا، کالاهای منقولی را که در مالی غیر منقول به کار روند را مال منقول به شمار نمی‌آورد:

Fairgrieve, Duncan : product liability in comparative perspective, Cambridge university press, 2005, P:49

۳- معین، محمد، (۱۳۷۵)، فرهنگ فارسی معین، جلد سوم، چاپ نهم، تهران، انتشارات امیر کبیر، ص ۲۸۵۸

باشد»^۱ در تعریف دیگر کالا «اجناس و اموالی دانسته شده که جنبه تجارت و مبادله داشته و دارای مصرف می‌باشند»^۲.

در اصطلاح علم اقتصاد، محصولات و مواد مختلفی که توسط تولید کننده، به بازار عرضه شود و در برابر دریافت پول، یکی از نیازهای انسان را به طور مستقیم و یا غیرمستقیم، تأمین و رفع کند، کالا نام دارد. کلمه کالا به طور کلی، در برگیرنده مفهوم مادی (مثل اتومبیل) و کالاهای غیرشی ای یا خدمات (مثل مشاوره)، می باشد.^۳ بنابراین، می توان گفت که کالا در علم اقتصاد و حقوق تجارت، مترادف با مال^۴ در حقوق مدنی است.

طرح نمونه جامعه اروپایی (EEC) کالا را چنین تعریف کرده است^۵: «از نظر این دستورالعمل، کالا به معنی همه‌ی اموال منقول، به استثناء محصولات کشاورزی اولیه می‌باشد، گرچه، در یک مال منقول یا غیر منقول گنجانیده شده باشد...».

در حقوق ایران علی‌رغم استعمال عبارت کالا در قوانین مختلف، قانون‌گذار تعریفی از آن ارائه نمی دهد، بنابراین بجاست که قانون‌گذار به ارائه تعریفی جامع و مانع برای کالا بپردازد. اما، آنچه که از تعاریف بالا استنباط می‌گردد، این است : اولاً : کالا دارای ارزش اقتصادی است و ثانیاً : قابل تقویم به پول است و ثالثاً برای تأمین و رفع یکی از نیازهای انسان مورد استفاده قرار می‌گیرد. رابعاً : فقط در اشیاء فیزیکی خلاصه می‌شود که قابل نقل و انتقال باشد .

۱- صالحی جانعلی ، محمود ، (۱۳۶۷) ، فرهنگ اصطلاحات بیمه و بازرگانی ، چاپ اول ، تهران ، انتشارات شرکت صادراتی ، ص ۲۵۰

۲- همان جا

۳- محتشم دولتشاهی ، طهماسب ، (۱۳۸۲)، مبانی علم اقتصاد ، چاپ نوزدهم، تهران، انتشارات خجسته ، ص ۲۲

۴- در این باره رک. : کاتوزیان، ناصر، (۱۳۸۲)، ج ۶ ، نشر میزان ، ش ۱ ، ص ۹- امامی، سیدحسین، (۱۳۵۶)، ج ۱، ج ۶ ، کتابفروشی اسلامیة ، ص ۱۹ صفایی، سیدحسین، (۱۳۵۰) ، ج ۱ ، ج ۳ ، موسسه عالی حسابداری، ص ۱۹۸ .

۵- ماده‌ی ۲ ، طرح نمونه جامعه اروپایی ، ۲۵ جولای ۱۹۸۵ (EEC) :

Article 2 : « For the purpose of this directive product means all moveables with the exception of primary agricultural products and game , even though incorporated into another moveable or into an immoveable ... »
Fairgrieve , Duncan , op.cit.p:360 .

گفتار دوم- انواع کالا

کالاها را می‌توان از جهات مختلف تقسیم کرد. از جهت تجاری کالاها تقسیم می‌شوند به :

۱- **کالاهای نهایی** : که به کالاهای مصرفی نیز تعریف شده است. منظور از کالاهای نهایی، چنان کالاهایی

است که برای برآورده ساختن مستقیم خواسته‌های مصرف‌کنندگان تولید می‌شود. به عبارت دیگر، منظور از

کالاهای نهایی، آنچنان کالاهایی است که به طور مستقیم نیازهای مصرفی خانواده‌ها را برطرف می‌کنند.^۱

خرید اینگونه کالاها توسط مصرف‌کنندگان، نه به منظور استفاده از آنها در فرایندهای تولیدی، بلکه، به

منظور استفاده‌ی نهایی از آنها انجام می‌گیرد.^۲

کالاهایی از قبیل پوشاک، مواد غذایی، فرآورده‌های دارویی، کالای نهایی می‌باشند.

۲- **کالاهای تولیدی** : که به کالاهای سرمایه‌ای نیز معروف هستند و منظور چنان کالاهایی هستند که در

تولید سایر کالاها به کار گرفته می‌شوند. این کالاها ضمن با دوام بودن، بهره‌وری سایر عوامل تولید را

افزایش داده و ایجاد ارزش افزوده می‌نماید.^۳ مانند کارخانه‌ها و ماشین‌آلاتی که برای ساخت کالاهای دیگر

مورد استفاده قرار می‌گیرند.

۳- **کالاهای واسطه‌ای** : به کالاهایی اطلاق می‌شود که در فرایند تولید تغییر شکل یافته و یا تکمیل شده و

به صورت کالای جدید در می‌آید. به عبارت دیگر، منظور آنچنان کالایی است که به تنهایی و به خودی

خود قابل استفاده نمی‌باشد. بلکه، به عنوان واسطه‌ای جهت تکمیل کالاهای دیگر به کار می‌روند.^۴ برای

مثال، لامپ اتومبیل که جهت تکمیل اتومبیل به کار گرفته می‌شود.

۱- اشرف زاده ، حمیدرضا ، طارم سری، مسعود، (۱۳۷۰)، فرهنگ آشنایی با تعاریف و اصطلاحات بازرگانی و اقتصادی ، چاپ اول ، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی ، ص ۶۳۳

۲- منبع پیشین ، ص ۶۳۴

۳- منبع پیشین ، ص ۶۳۹

۴- منبع پیشین ، ص ۶۳۶

فصل دوم - مفهوم عرضه کننده و مصادیق آن

در این فصل، در ابتدا مفهوم عرضه کننده و سپس مصادیق آن را مورد بررسی قرار می‌گیرد و در انتها هم، تعریفی از تولید کننده ارائه می‌شود تا تفاوت این دو گروه (عرضه کنندگان و تولید کنندگان) به خوبی مشخص شود.

گفتار اول - مفهوم عرضه کننده

بر اساس بند ۱-۲ . م . ۱ . قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان ، مصوب ۱۳۸۸^۱، عرضه کننده مفهوم وسیعی دارد و به کلیه تولیدکنندگان، واردکنندگان، توزیع کنندگان، فروشندگان کالا و همچنین کلیه دستگاه‌ها، مؤسسات و شرکت‌هایی که شمول قانون بر آنها مستلزم ذکر یا تصریح نام است و به طور مستقیم یا غیر مستقیم و به صورت جزئی یا کلی، کالا به مصرف کننده ارائه مینمایند، اطلاق می‌شود. بنابراین عرضه کننده مفهوم عامی است که شامل تمام کسانی که کالا را در چرخه‌ی بازار قرار می‌دهند، می‌گردد.

در بند ۲ . م . ۱ . ق . حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶، گستره‌ی مصداقی عرضه کننده محدودتر و عرضه کننده هر شخص حقیقی یا حقوقی است که به طور مستقیم یا از طریق واسطه فروش، مبادرت به فروش خودروهای تولیدی یا وارداتی خود می‌کند. بنابراین، در این قانون عرضه کننده اعم از تولیدکننده یا واردکننده خودرو است. این در حالیست که توزیع کنندگان و فروشندگان نیز مشمول مقررات قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان می‌باشند.

۱- بند ۱-۲ . م . ۱ . قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان ، مصوب ۱۳۸۸ : « عرضه کنندگان کالا و خدمات : به کلیه تولید کنندگان ، واردکنندگان ، توزیع کنندگان ، فروشندگان کالا و ارائه کنندگان خدمات اعم از فنی و حرفه‌ای و همچنین کلیه دستگاه‌ها ، مؤسسات و شرکتهایی که شمول قانون بر آنها مستلزم ذکر و تصریح نام است و بطور مستقیم یا غیرمستقیم و بصورت کلی یا جزیی کالا یا خدمت به مصرف کننده ارائه می‌نمایند ، اطلاق می‌شود. »