



دانشگاه آزاد اسلامی
واحد تهران مرکزی
دانشکده حقوق

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)
گرایش: حقوق جزا و جرم شناسی

عنوان:
حمایت کیفری از حقوق مصرف کننده

استاد راهنما:
دکتر محمد صالح ولیدی

استاد مشاور:
دکتر محمد رضا ساکی

نگارش:
کریم کریمی ها

بهار ۱۳۹۱

چکیده

بشر امروزی در زندگی خود از کالا و خدمات بی شماری استفاده می کند. حجم عظیمی از کالاها از مواد خوراکی، بهداشتی و داروها و خدمات متعدد درمانی و فنی وارد بازار مصرف می شود و مصرف کننده ناگزیر از استفاده از آنهاست. هر لحظه ممکن است از استفاده کالا و خدمات زیانهای پدید آید، زیانهایی که گاه بسیار جزئی و گاه فاجعه ای بزرگ و جمعی اند. اینکه مصرف کننده دائما در معرض خطر ناشی از استعمال کالا و خدمات خطرناک و معیوب قرار دارد، جستجوی ابزارها و راهکارهایی را جهت حمایت موثر از وی ضروری می سازد. حمایتی که از ضمانت اجرای قوی و امره برخوردار باشد و نتوان بر خلاف آن تراضی نمود و آن را نادیده انگاشت. از یک سو ضرورت حفظ و تامین مصالح عمومی، عدالت اجتماعی و امنیت شهروندان و از سوی دیگر آسیب پذیر بودن مصرف کننده و حفظ شأن و منزلت اجتماعی آحاد افراد جامعه و کاستی های نظام حقوقی (مدنی) الزاما ما را در این کاوش به دست آویختن و چنگ زدن به حمایت کیفری از مصرف کننده وادار می دارد. در پرتو به کارگیری مقررات جزایی باید قانون گذار به هدف خود که حمایت کافی و موثر از مصرف کننده است برسد و مصرف کننده آسیب پذیر در پناه قوانین کیفری مامنی مناسب برای خود پیدا کند و حق خویش را احیا شده بداند و حقوق مصرف در جامعه قانونمند شود.

در کنار استفاده از ابزارها و فنون مذکور باید از تمام امکانات بهره جست تا مصرف کننده از گزند آسیب ناشی از مصرف کالا و خدمات در امان باشد، مانند فرهنگ سازی در جامعه، آموزش مصرف کنندگان و عرضه کنندگان کالا و خدمات و آشنا ساختن آنان با حقوق و تکالیف خود، فعال نمودن سازمان های حمایت از حقوق مصرف کنندگان و از همه مهمتر افزودن بر اعمال نظارت های مقام های عمومی به منظور بازداشتن و جلوگیری از تولید و عرضه کالا، ارائه خدمات ناسالم و نا ایمن.

واژگان کلیدی: حقوق مصرف کننده، حمایت کیفری، مسوولیت کیفری، عرضه کننده، تولید کننده، کالا، خدمات

فهرست مطالب

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۱	مقدمه.....
۳	اهداف تحقیق.....
۳	ضرورت تحقیق.....
۳	سوالات تحقیق.....
۴	سازماندهی مطالب تحقیق.....
۵	بخش اول: ضمانت اجرای کیفری حقوق مصرف کنندگان.....
۶	فصل اول: مفهوم حقوق مصرف کننده و حقوق بنیادین مصرف کننده.....
۷	مبحث اول: مصرف کننده کالا و خدمات.....
۸	گفتار اول: کالا.....
۱۰	گفتار دوم: خدمات.....
۱۰	مبحث دوم: عرضه کنندگان کالا و خدمات.....
۱۱	گفتار اول: تولید کنندگان.....
۱۲	گفتار دوم: واردکنندگان.....
۱۲	گفتار سوم: توزیع کنندگان.....
۱۳	گفتار چهارم: فروشندگان کالا.....
۱۳	گفتار پنجم: ارائه کنندگان خدمات.....
۱۴	مبحث سوم: اهم حقوق بنیادین مصرف کننده.....
۱۶	گفتار اول: حق به دست آوردن کالا و خدمات سالم و بی عیب.....
۱۷	گفتار دوم: حق ایمنی برای مصرف کننده.....
۱۸	گفتار سوم: حق برخورداری از اطلاعات کامل و انتخاب.....
۱۹	گفتار چهارم: حق برخورداری از حمایت دولت.....
۲۴	مبحث چهارم: حقوق مصرف کننده در قبال عرضه کالاهای خطرناک و معیوب.....
۲۴	گفتار اول: عیب.....
۲۵	گفتار دوم: نقص.....
۲۶	گفتار سوم: آثار تفکیک بین عیب و نقص.....

- گفتار چهارم: شرایط عیب و نقص موجد مسوولیت ۲۷
- گفتار پنجم: مخفی بودن عیب و نقص موجود در کالا ۲۷
- گفتار ششم: ورود ضرر در اثر عیب و نقص ۲۹
- گفتار هفتم: زمان ایجاد عیب و نقص در کالا ۲۹
- گفتار هشتم: انواع عیب و نقص در کالا ۳۰
- گفتار نهم: عیب و نقص در طراحی ۳۱
- گفتار دهم: عیب و نقص در تولید ۳۱
- گفتار یازدهم: نداشتن دانش در هنگام تولید کالا ۳۲
- گفتار دوازدهم: اثبات وجود عیب و نقص ۳۳
- گفتار سیزدهم: چگونگی تشخیص عیب ۳۴
- مبحث پنجم: مصادیق بارز کالاهای پرمصرف و خطرناک ۳۴
- گفتار اول: مواد خوراکی و آشامیدنی ۳۴
- گفتار دوم: داروها ۳۶
- گفتار سوم: لوازم بهداشتی و آرایشی ۳۶
- گفتار چهارم: شوینده ها ۳۷
- گفتار پنجم: پوشاک ۳۸
- گفتار ششم: لوازم خانگی ۳۸
- گفتار هفتم: وسایل نقلیه ۳۹
- گفتار هشتم: ابزارهای صنعتی ۴۰
- گفتار نهم: خون و پلاسما ۴۱
- گفتار دهم: اسباب بازی ها و وسایل ورزشی و تفریحی ۴۲
- گفتار یازدهم: مواد شیمیایی ۴۳
- مبحث ششم: اطلاعات لازم برای مصرف کالا ۴۳
- گفتار اول: نوع ۴۴
- گفتار دوم: کمیت ۴۴
- گفتار سوم: کیفیت ۴۴
- گفتار چهارم: آگاهی های مقدم بر مصرف ۴۵
- گفتار پنجم: تاریخ تولید کالا ۴۵

گفتار ششم: تاریخ انقضای مصرف.....	۴۶
گفتار هفتم: اطلاعات مربوط به عیوب کالا.....	۴۶
گفتار هشتم: دستور ها و تعلیمات.....	۴۷
گفتار نهم: نقص در ارائه ی اطلاعات و هشدارها.....	۴۷
گفتار دهم: مفهوم نقص در ارائه ی اطلاعات.....	۴۸
گفتار یازدهم: مفهوم نقص در ارائه ی هشدارها.....	۴۹
گفتار دوازدهم: تفکیک بین نقص در ارائه اطلاعات و هشدارها.....	۵۰
گفتار چهاردهم: هشدار در مورد استفاده ی غلط قابل پیش بینی از کالا.....	۵۰
گفتار پانزدهم: هشدار در مورد استفاده ی غلط غیر قابل پیش بینی از کالا.....	۵۱
گفتار شانزدهم: هشدار به استفاده کنندگان حرفه ای.....	۵۲
گفتار هفدهم: ثمر بخش بودن هشدار.....	۵۳
گفتار هجدهم: هشدار در مورد حساسیت ها.....	۵۳
گفتار نوزدهم: لزوم توجه مصرف کننده به هشدارها.....	۵۴
گفتار بیست و یکم: کشف نادرستی اطلاعات ارائه شده.....	۵۵
گفتار بیست و دوم: ارائه اطلاعات در مورد عیوب و خطرهای آشکار.....	۵۶
گفتار بیست و سوم: ارائه اطلاعات پس از عرضه کالا و خدمات.....	۵۷
فصل دوم: بررسی ماهیت حمایت کیفری.....	۵۹
مبحث اول: واکنش های قانونی.....	۵۹
گفتار اول: کیفر یا مجازات.....	۶۰
گفتار دوم: مسوولیت کیفری.....	۶۱
گفتار سوم: مسوولیت مدنی.....	۶۲
گفتار چهارم: پیشینه تاریخی رابطه مسوولیت مدنی و کیفری.....	۶۳
گفتار پنجم: عدالت کیفری در حقوق جزا.....	۶۶
گفتار ششم: عدالت کیفری در مسوولیت مدنی.....	۶۷
گفتار هفتم: قواعد ماهوی مسوولیت مدنی و عدالت کیفری.....	۶۸
گفتار هشتم: رابطه عدالت کیفری و عدالت توزیعی.....	۷۱
گفتار نهم: تفاوت مسوولیت کیفری با مسوولیت مدنی.....	۷۴
گفتار دهم: اقدامات تامینی.....	۷۶

۷۶	گفتار دهم: اقدامات تامیني
۷۷	مبحث دوم: ضرورت حمایت کيفري از حقوق مصرف کننده
۷۸	گفتار اول: تامین مصالح عمومي
۷۹	گفتار دوم: نظم عمومي
۸۰	گفتار سوم: عدالت اجتماعي
۸۱	گفتار چهارم: امنیت شهروندان
۸۲	گفتار پنجم: آسیب پذیر بودن مصرف کننده
۸۳	گفتار ششم: حمایت از شان و منزلت اجتماعي افراد
۸۴	گفتار هفتم: کاستيهاي نظام حقوقي (مدني)
۸۶	مبحث سوم: اهداف حمایت کيفري از حقوق مصرف کننده
۸۶	گفتار اول: تعیین حوزه ي شمول مقررات کيفري
۸۷	گفتار دوم: تعیین دقیق اشخاص مسوول و اعلام حدود مسوولیت آنها
۸۷	گفتار سوم: مقرر نمودن ضمانت هاي کيفري مناسب
۸۸	گفتار چهارم: تسريع در رسیدگی
۸۹	بخش دوم: جرم انگاری و ضمانت اجرای موارد نقض حقوق مصرف کنندگان
۹۰	فصل اول: تکالیف عرضه کنندگان کالا و خدمات
۹۰	مبحث اول: تکالیف ايجابي (مثبت)
۹۰	گفتار اول: داشتن نشان استاندارد
۹۶	گفتار سوم: صدور ضمانت نامه
۹۶	گفتار چهارم: صدور صورت حساب فروش
۹۷	گفتار پنجم: عرضه کالا و خدمات سالم و با کیفیت
۹۷	گفتار پنجم: عرضه کالا و خدمات سالم و با کیفیت
۹۹	گفتار ششم: ارائه اطلاعات لازم
۱۰۳	گفتار هفتم: درج قیمت
۱۰۳	گفتار هشتم: در معرض دید قرار دادن نمونه کالا
۱۰۴	گفتار نهم: اخذ پروانه ساخت
۱۰۴	گفتار دهم: عرضه کالاهي داراي پروانه ساخت معتبر
۱۰۵	گفتار یازدهم: استفاده از صندوق مکانیزه یا دستگاه توزیع دیجیتالي

- گفتار دوازدهم: اجرائی ضوابط قیمت گذاری و توزیع ۱۰۶
- گفتار سیزدهم: اجرای تعهدات وارد کنندگان در قبال دریافت ارز و خدمات ۱۰۸
- گفتار چهاردهم : اجرای تعهدات تولیدکنندگان در قبال دریافت ارز و خدمات دولتی ۱۰۹
- مبحث دوم: تکالیف سلبی (منفی) ۱۱۰
- گفتار دوم: منع تبانی و تحمیل شرایط ۱۱۳
- گفتار سوم: منع فروش اجباری ۱۱۳
- گفتار چهارم: عرضه خارج از شبکه و اخلاف و خودداری در عرضه و تویع ۱۱۴
- گفتار پنجم: منع کم فروشی ۱۱۶
- گفتار ششم: عدم تقلب ۱۱۷
- گفتار هفتم: منع گرانفروشی ۱۲۳
- گفتار هشتم: عدم احتکار ۱۲۸
- گفتار نهم: فروش کالا از طریق قرعه کشی ۱۳۱
- گفتار دهم: انحصار ۱۳۱
- گفتار یازدهم: منع ایجاد کمبود در عرضه نیازمندیهای عمومی ۱۳۴
- گفتار دوازدهم : فروش فوق العاده و یا اقساطی کالا ۱۳۶
- گفتار سیزدهم: عدم عرضه و فروش کالای قاچاق ۱۳۶
- گفتار چهاردهم : فروش ارزی- ریالی ۱۳۷
- گفتار پانزدهم : عدم اعلام موجودی کالا ۱۳۸
- نتیجه گیری و پیشنهاد ۱۳۸
- فهرست منابع ۱۴۲

مقدمه

از دیرباز روابط میان افراد جامعه بر توافق های انجام شده میان آنها استوار بوده و اصل آزادی قرار دادهای در عرصه های گوناگون حاکمیت داشت. با پیچیده تر شدن ارتباطات اجتماعی انجام اصلاحات حقوقی ضرورت یافت و به علت فقدان برابری و تعادل در شرایط تولید کنندگان و مصرف کنندگان، دولت ها به یاری مصرف کنندگان که طرف ضعیف تر رابطه محسوب میشد پرداختند. و برای برقراری تعادل از روابط موجود از شیوه ها و ابزارهایی استفاده کردند. مصرف کنندگان از جنبه های گوناگون در جهت آسیب دیدگی و بی عدالتی قرار داشتند. مانند نا آگاهی ها از فرایند تولید کالا و ترکیبات آنها و عوارض و خطرهای ناشی از مصرف کالاهای معیوب و زیان بار، تبلیغات نادرست تولید کنندگان، شرایط غیر منصفانه و تحمیلی در فروش کالا و.... بنابراین در کشورهای بهره مند از آثار صنعتی شدن حمایت از حقوق مصرف کنندگان در زمره اهداف مهم دولت ها قرار گرفت. تولید و توزیع انبوه کالاها، ایجاد توسعه ی فروشگاه های بزرگ و زنجیره ای، توسعه ی تبلیغات، فراهم آمدن امکان تحصیل اعتبار، برنامه ریزی سرمایه داران برای وادار کردن مصرف کنندگان به مصرف کالا با بهره گیری از روش های روانی، پیچیدگی نظام تولید و مصرف، جایگاه حقوق مصرف کننده را بیش از پیش آشکار میکند.

مقایسه وضعیت تولید کنندگان و مصرف کنندگان از حیث بهره مندی از منابع مالی و آگاهی از مراحل تولید کالا و مواد اولیه مورد استفاده برای تولید کنندگان دارای موقعیت برتری هستند و در صورت وجود زمینه های سوء استفاده در نظام اقتصادی و تولید کشور، می توانند به شیوه های گوناگون، حقوق مصرف کنندگان را تضییع نمایند و آسیب هایی به آنها وارد آورند. مانند تولید و عرضه کالاهای غیر استاندارد، معیوب، غیر بهداشتی و مضر، دادن اطلاعات نادرست، ایجاد انحصار در عرضه کالاها، گرانفروشی، تبانی و ... بنابر این رعایت عدالت و

ایجاد تعادل نسبی میان حفظ حقوق تولید کننده و حمایت از حقوق مصرف کننده ایجاد می کند که تدابیری اتخاذ گردد و با استفاده از شیوه های مناسب و با به کارگیری ابزارهای حقوقی و اقتصادی از مصرف کنندگان حمایت شود تا کمتر در معرض آسیب دیدگی قرار گیرند و شرایطی ایجاد شود که تولید کننده با احساس مسوولیت بیشتری به تولید بپردازد و تنها به تامین منافع خود نیندیشد. بلکه با رعایت التزاماتی در تولید و عرضه کالا نیز متعهد باشد و مصرف کننده با عنایت دولت و حمایت قانون – که به برقراری تعادل نسبی در روابط اقتصادی و بازرگانی نظر دارد – در شرایط مطلوب تر قرار گیرد.

یکی از روش های حمایت از حقوق مصرف کننده تدوین و اجرای قوانین خاص کیفری ناظر بر روابط میان تولید کنندگان و مصرف کنندگان بوده است. به دلیل اینکه حقوق مصرف کننده با منافع اجتماعی و نظم عمومی جامعه و مصالح ملی ارتباط دارد، بسیاری از دولت ها برای تحقق هدف مذکور مبادرت به حمایت کیفری از حقوق مصرف کننده نموده، و برای تولید کنندگان و عرضه کنندگان کالا و خدمات در صورت تخلف از تکالیف مصرح قانونی، مسوولیت کیفری در نظر گرفته اند.

هر انسانی حتی اگر به تولید بپردازد و در مقام تولید کننده قرار گیرد، در شرایط دیگر مصرف کننده تلقی می شود و برای بر طرف کردن نیازهای خود به خریداری و مصرف کالاهای مختلف مبادرت میکند. بنابراین همه افراد جامعه برای استفاده از کالاها و خدمات در عرصه های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مصرف کننده تلقی میشوند.

از این رو وجود سیاستهای خاص حمایتی و قوانین و مقررات و سازمانهای حمایتی از حقوق مصرف کننده، از جهات گوناگون منافع و مصالح عمومی را تامین می کند. زیرا نهایتاً به جلب رضایت و حمایت اکثریت مردم نظر دارد. حمایت از حقوق مصرف کننده به منزلت

حمایت از شأن و منزلت اجتماعی افراد می باشد . حقوق مصرف کننده در زمره ی اصلی ترین حقوق افراد جامعه و جزء حقوق بشر است .

اهداف تحقیق

جستجوی راهکارهای علمی و عملی در جهت حمایت قوی از مصرف کننده در مقابل عرضه کنندگان کالا و خدمات با ضمانت اجرای موثر با توجه به نیاز مندیهای روز جامعه و کوشش در جهت برقراری تعادل نسبی در روابط میان مصرف کننده و عرضه کننده از اهداف این تحقیق می باشد .

ضرورت تحقیق

سخن گفتن از حقوق مصرف کننده، سخن از تمام افراد جامعه و جستجوی حقوق مصرف کننده، جستجوی حقوق تمام آحاد بشر است . حقوق مصرف کننده از معدود مباحثی است که از حیث عمومی بودن و قابلیت طرح از گستردگی بی نظیری برخوردار است و ضروری است که مصرف کنندگان بدانند از چه حقوقی بهره مندند و چگونه می توانند حق خویش را به کار گیرند.

روش تحقیق

تحقیق مذکور به روش مطالعات کتابخانه ای و مبتنی بر بررسی کتاب ها، مقالات، قوانین، آراء وحدت رویه دیوانعالی کشور، دیوان عدالت اداری، نظرات مشورتی اداره حقوقی قوه ی قضاییه و سایت های اینترنتی می باشد .

سؤالات تحقیق

۱- منظور از حمایت کیفری از حقوق مصرف کننده چیست؟

۲- هدف از برقراری مسوولیت کیفری برای تولید کنندگان و عرضه کنندگان کالا و خدمات

چه می باشد؟

۳- آیا در قوانین ایران مباحثی در زمینه حمایت کیفری از حقوق مصرف کنندگان وجود داشت

است؟

۴- شرایط برقراری مسوولیت کیفری برای تولید کنندگان و عرضه کنندگان کالا و خدمات چه

می باشد؟

سازماندهی مطالب تحقیق :

طرح اصلی تحقیق پیش رو به دو بخش کلی تقسیم گردیده است . بخش اول تحت عنوان ضمانت اجرای کیفری حقوق مصرف کنندگان به مبانی نظری اختصاص یافته است . در فصل اول این بخش، مفهوم حقوق بنیادین مصرف کننده، اهم حقوق بنیادین مصرف کننده و اطلاعات لازم و ضروری و آگاهی های مقدم بر مصرف کالا و خدمات و حقوق مصرف کننده در قبال کالاهای خطرناک و معیوب مورد بررسی قرار گرفته است . در فصل دوم این بخش مفهوم و ماهیت و فرآیند تکوین اندیشه، اهداف، آثار و دلایل، ویژگی ها و الزامات و ضرورت حمایت کیفری از حقوق مصرف کننده مورد مطالعه قرار گرفته است .

بخش دوم تحقیق تحت عنوان جرم انگاری و ضمانت اجرای موارد نقض حقوق مصرف کنندگان، به معرفی نظام عملی حمایت از حقوق مصرف کننده در قوانین کیفری ایران پرداخته شده است . در فصل اول این بخش تکالیف قانونی عرضه کنندگان کالا و خدمات و جرایم مصرح در قانون مرتبط با موضوع بحث ارائه شده است .

بخش اول

ضمانت اجرای کیفری حقوق مصرف کنندگان

فصل اول: مفهوم حقوق مصرف کننده و حقوق بنیادین مصرف کننده

حقوق مصرف کننده یعنی مجموعه اختیارات و امتیازاتی که مصرف کننده در قبال عمل خرید يك کالا یا خدمات از فروشنده دریافت می کند تا در صورت بروز اشکال، معلوم شدن عیب و نقص، احراز ضرر و زیان، عدم کارایی و ثمر بخشی و یا ایراد خسارت، برای جبران خسارت خود از آن استفاده کند. به طور کلی می توان اینگونه عنوان کرد که در تمام تعاریف مسایل مربوط به فرهنگ و حقوق مصرف و مصرف کننده در جهت کاهش آسیب پذیری اکثر مردم به عنوان مصرف کننده به نوعی رعایت عدالت اجتماعی و جلوگیری از هرگونه بی نظمی تولید کنندگان و برخورد با تخلفات اقتصادی در جهت حمایت از حقوق مصرف کنندگان مد نظر قرار گرفته است^۱.

حقوق اقتصادی اجتماعی در يك معنای محدود به حقوقی گفته می شود که فرد آن را به عنوان اینکه عضو جامعه است و با فعالیت شخصی یا حرفه ای خود و یا با به کار گیری دارایی خود در اجتماع تاثیر می گذارد دارا می باشد. اما در يك معنای وسیع تر حقوق اقتصادی- اجتماعی به يك سلسله حقوقی اطلاق میشود که به منظور رفع بی عدالتی های اجتماعی، اقتصادی برای فرد شناخته شده است، بی عدالتی که ناشی از شرایط اقتصادی و اجتماعی حاکم بر جامعه و محیطی است که فرد در آن زندگی می کند^۲.

دیدگاه گسترده تر حقوق اجتماعی- اقتصادی یا به معنای دیگر حقوق رفاهی از مفهوم « مطالبه ی مواهب زندگی» ناشی می شود و رفاه را تا پوشش همه نیازها و استعدادهایی که برای عملکرد انسانی واجب هستند گسترش می دهد^۳.

^۱ جابری، عصمت الله، حقوق مصرف کننده، چاپ اول، اصفهان، دادیار، ص ۱۹

^۲ طباطبایی مؤتمنی، منوچهر، آزادی های عمومی و حقوق بشر، چاپ دوم، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۷۵، ص ۱۳۹

^۳ فرید من، مایکل، مبانی حقوق بشر، ترجمه ی فریدون مجلسی، چاپ اول تهران، وزارت امور خارجه، ۱۳۸۲، ص ۷۰

بدین لحاظ که امکانات، شرایط، توانایی های مصرف کننده با تولید کننده برابر نیست و در وضعیت عدم تعادل و توازن قرار دارد، قانونگذار برای رفع این بی عدالتی و ایجاد عدالت اجتماعی، امتیازات و اختیاراتی به مصرف کننده داده تا حقوق رفاهی وی مورد تعدی و تجاوز قرار نگیرد.

مبحث اول: مصرف کننده کالا و خدمات

در تعریف مصرف آمده «به کار بردن کالا برای اجابت خواست های انسانی، یا به دیگر سخن مصرف همان از میان بردن مطلوبیت است^۱. مصرف از نظر اقتصادی دارای اهمیت به سزایی است. از طرفی هدف از تولید و توزیع است و از طرف دیگر به تولیدات و چگونگی تخصیص منابع و توزیع شکل می دهد.

افزون بر این مصرف در سیاست گذاری اقتصادی (اقتصاد کلان) تاثیر چشمگیری دارد^۲. بند ۱ ماده ۱ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان مصوب ۱۳۸۸/۷/۱۵ مجلس شورای اسلامی مصرف کننده را هر شخص حقیقی و حقوقی که کالا و خدماتی را خریداری می کند تعریف کرده است، مطابق تعریف مذکور کلیه ی اشخاص اعم از حقیقی یا حقوقی که کالا با خدماتی را خریداری می کند به هر منظور که باشد مصرف کننده هستند. تفاوتی ندارد که هدف از خرید کالا رفع نیازهای روزمره یا هدف از خرید کالا و خدمات تولید محصولات دیگر باشد. مطابق قانون مذکور تفاوتی میان مصرف کننده عادی با مصرف کننده حرفه ای وجود ندارد.

مصرف کننده ی عادی برای رفع مایحتاج روزانه ی خود مصرف می کند در صورتی که مصرف کننده ی حرفه ای برای رفع احتیاجات حرفه ای در فرآیند تولید و ارائه یك محصول مصرف می کند. به عبارت دیگر هر جا مصرف بر ارفع نیاز های شخصی باشد مصرف کننده

^۱ فرهنگ، منوچهر، فرهنگ علوم اقتصادی، چاپ دوم؛ تهران، امیر کبیر، ۱۳۷۲، ص ۹۱۵

^۲ جابری، عصمت الله، حقوق مصرف کننده، چاپ اول، اصفهان، دادیار، ۱۳۸۶، ص ۱۷

شخصي و عادي است و هر جا مصرف براي رفع نيازهاي تجارتي باشد و درميان اشخاص حرفه اي باشد مصرف كننده حرفه اي است. نظام حقوقي برخي از كشورها مانند فرانسه مابين مصرف كننده ي شخصي و مصرف كننده ي حرفه اي تفاوت قائل است و مصرف كننده ي حرفه اي را مصرف كننده نمي داند تا نياز به حمايت داشته باشد. اما قانون حمايت از حقوق مصرف كنندگان ايران حمايتي يكسان از مصرف كننده ي شخصي و حرفه اي به عمل آورده است.

گفتار اول: کالا

كلمه کالا از نظر لغوي به معنای اسباب خانه، مال التجاره، لوازم سراي و متاع آمده است.^۱ همان طور كه از معنای لغوي آن نیز اسنباط مي گردد کالا به معنای هر مال منقولیاست، حتي اگر در يك مال منقول يا غير منقول ديگر ادغام شده باشد. کالا مصاديق بسيار دارد مانند خوراك، لوازم خانگي، وسايل صنعتي و ماشين آلات، قطعات جداگانه ي هريك از آنها، داروها، پوشاك، حتي آب و گاز لوله كشي شده و برق و مصالح به كار رفته در ساختمان سازي. کالا علي الاصول اموال غير منقول را در بر نمي گيرد چون خانه و ساختمان.^۲

براي اينكه بتوان توليد كننده ي يك کالا را در مقابل خسارت ناشي از آن مسول شناخت، بايد كالاي مزبور در يك مرحله ي صنعتي توليد يا انتزاع شده باشد، به عبارت ديگر نوع توليد بايد به صورتی باشد كه توليد كننده در نحوه ي توليد آن چه از نظر صنعتي و چه از نظر پروسه توليد بتواند نقش اساسي ايفا نمايد. براي مثال محصولات كشاورزي اگرچه توسط كشاورزان توليد مي شوند اما كشاورزان در نحوه ي توليد آن دخالت موثري نمي توانند انجام دهند. به همين جهت است كه نمي توان اين شخص را در مقابل زيان ناشي از محصولات توليدي خود

^۱ عميد، حسن، فرهنگ فارسی عميد، چاپ دهم، تهران، جاويدان، ۱۳۵۵، ص ۳۱۸

^۲ جعفری تبار، حسن، مسوولیت مدنی کالاها، چاپ اول، تهران، دادگستر، ۱۳۸۹، ص ۱۰۶

مسوول شناخت. مشروط بر اینکه در این نوع محصولات تغییراتی صورت نداده باشد. در صورتی که اگر همین محصولات در پاکتهای بسته بندی شده تحویل مصرف کنندگان داده شود ممکن است تولید کننده و یا فروشنده ی آنها مسوول زیان های ناشی از آنها شناخته شوند^۱.

در حقوق آمریکا و اروپا نیز مواد خام کشاورزی کالا محسوب نمی گردند. محصولات زراعی خاک، دامداری و شکار، در صورتی که مورد پردازش قرار گرفته باشند استثنا هستند. منظور از پردازش عملیاتی است که بر روی کالا انجام گیرد و ماهیت آن را تغییر دهد و یا مودی به آن بیفزاید. اگر بسته بندی یا هر عمل دیگری بازرسی کالا را به وسیله ی مصرف کننده مشکل تر کند یا در مورد ایمنی آن نگرانی به وجود آورد پردازش محسوب می شوند به شرط اینکه دارای خصلت صنعتی باشند^۲.

کالا باید در معرض فروش و مبادله قرار داده شده باشد، تا مصرف کننده مشمول حمایت از قانون باشد یعنی اینکه ساختن کالا به منظور فروش و توزیع میان مصرف کنندگان باشد و تولید و عرضه ی کالا از روی میل و با اراده تولید کننده و هدف حرفه ای باشد و در یک فرآیند تجاری به دست مصرف کننده رسیده باشد. کالایی که در فرآیند فروش و مبادله به دست مصرف کننده نرسیده باشد بلکه به طور امانت، هبه، عاریه و غیره به دست او رسیده باشد و یا محصولی که برای نمونه، آزمایش و کسب تبلیغ ساخته می شود و به دلیل ناخواسته به دست مصرف کننده رسیده باشد از شمول قوانین مورد بحث این تحقیق خارج است.

^۱مددی، صادق، مسوولیت مدنی تولید کنندگان و فروشندگان کالا، چاپ اول، تهران، مؤسسه مطالعات و مشاهدات حقوقی ایران

وکلاهی ایران زمین/ میزان، ۱۳۸۸، ص ۳۱

^۲کاتوزیان، ناصر، مسوولیت ناشی از عیب تولید، چاپ دوم، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۶۹، ص ۴۳

گفتار دوم: خدمات

کاري را که کسی براي ديگري يا به دستور ديگري انجام مي دهد خدمت مي گويند . مانند تعمير کاري، لوله کشي آرايشگري و غيره. اجاره ي خدمات اصطلاحي است جديد که بيشتر در فروع مبحث اجاره اشخاص به کار مي برند و گاه از آن به فروش خدمات تعبير مي کنند^۱.

عرضه خدمات بايد جنبه ي تجاري و در يك فرآيند حرفه اي ارائه گردد تا مشمول مقررات حمايت قانوني از حقوق مصرف کنندگان باشد. يعني اينکه خدمت به طور حرفه اي و در مقابل دريافت دستمزد ارائه گردد و به اصطلاح خدمت به فروش برسد. خدمات اتفاقي، دوستانه، مجاني از اين مبحث خارج است.

چنانچه خسارت وارده به مصرف کننده حاصل از بيع کالا باشد يا عرضه خدمتي، و به طور کلي اگر خسارتي را بتوان به عرضه کنندگان کالا و خدمات منتسب کرد او مسوول جبران خسارت است.

مبحث دوم: عرضه کنندگان کالا و خدمات

بند ۲ ماده ۱ قانون حمايت از حقوق مصرف کنندگان مصوب ۱۳۸۸/۷/۱۵ مجلس شوراي اسلامي کليه توليدکنندگان، توزيع کنندگان، واردکنندگان، فروشندگان کالا و ارائه کنندگان خدمات اعم از فني و حرفه اي و همچنين کليه دستگاه ها موسسات و شرکت ها که مشمول قانون بر آنها مستلزم ذکر يا تصريح نام است و به طور مستقيم يا غير مستقيم و يا به صورت کلي يا جزئي کالا يا خدمات به مصرف کننده ارائه مي نمايند، عرضه کنندگان کالا و خدمات اطلاق مي نمايد. ذيلاً به بررسي هريک از موارد مذکور مي پردازيم.

^۱جعفری تبار، حسن، مسوولیت مدنی کالاها، چاپ اول، تهران، دادگستر، ۱۳۸۹، ص ۱۵۰

گفتار اول: تولید کنندگان

تولید کننده به معنای سازنده ي يك كالاي نهايي، به وجود آورنده ي هر ماده ي خام، يا سازنده ي هر قسمت جزء و هر شخصي مي باشد كه به وسيله ي گذاشتن نام يا علامت تجاري و يا مشخصه های متمایز کننده دیگر بر روی کالا، خودش را به عنوان تولید کننده ي آن معرفي کند.^۱

بند ۲ ماده ۱۸۷ قانون مسوولیت ناشی از کالاهای معیوب هلند، تولید کننده را به معنای سازنده ي كالاي نهايي، تولید کننده ی ماده ي خام، يا سازنده ي يك جزء تشكيل دهنده و همچنین هر شخصي است كه با گذاشتن نام يا علامت ممیزه دیگر بر روي كالاي خود آن را تولید کننده آن معرفي مي کند مي داند.^۲

نکته حائز اهمیت در تعریف به دست آمده از تولید کننده این است که تولید کننده ي نهايي يك کالا و تولید کننده ي جزئي هر دو از نظر قانون در مقابل مصرف کننده ي كالاي نهايي مسوولیت دارند. به عنوان مثال چنانچه تایریک اتوموبیل ساخت يك شرکت توليدي باشد و از ترکیدن تایر اتومبیل مذکور خسارتي به مصرف کننده وارد آمده باشد، هم شرکت سازنده ي تایر و هم شرکت سازنده ي اتومبیل هر دو در مقابل مصرف کننده مسوولمي باشند و هر دو تولید کننده مشترکا مسوول صحت و سلامت کالای عرضه شده هستند. سازنده ي تایر محصول صحت و سلامت عرضه ي كالاي جزئي در اتومبیل كه همان تایر است مي باشد و سازنده ي

^۱ مددی، صادق، مسوولیت مدنی تولید کنندگان و فروشندگان کالا، چاپ اول، تهران، مؤسسه مطالعات و مشاهدات حقوقی ایران وکلای ایران زمین/ میزان، ۱۳۸۸، ص ۳۴

^۲ کاتوزیان، ناصر، مسوولیت ناشی از عیب تولید، چاپ دوم، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۶۹، ص ۸۹

اتومبیل مسوول صحت و سلامت عرضه کالای نهایی که اتومبیل است می باشد. و هیچ کدام نمی توانند مسوولیت خود را به دوش دیگری بیندازند.

گفتار دوم: واردکنندگان

هر شخص اعم از حقیقی و یا حقوقی که به منظور بیع، اجاره و کرایه یا هر شکل دیگری از توزیع، در جریان تجارت و داد و ستد خویش، کالایی را از مکانی خارج از ایران به داخل ایران وارد می کند وارد کننده است. کالا باید با هدف تجاری، و به طور حرفه ای وارد ایران شده باشد و در جریان داد و ستد به دست مصرف کننده برسد تا مشمول قانون حمایت از مصرف کننده شود. شخصی که کالایی را برای نمونه، آزمایش، کسب تجربه، دادن سوغات و هدیه وارد ایران می کند و هدف وی مبادله و فروش آن کالا نباشد وارد کننده محسوب نمی گردد.

گفتار سوم: توزیع کنندگان

به اشخاصی که کالای یک یا چند تولید کننده را برای فروش اجاره یا کرایه یا هر نوع مقاصد تجاری در میان فروشندگان توزیع یا پخش می کنند توزیع کننده می گویند. توزیع کننده کالا را مستقیم به دست مصرف کننده نمی رساند بلکه واسطه ی بین تولید کنندگان و فروشندگان کالا می باشد. تفاوت توزیع کننده با نمایندگی رسمی فروش کالا این است که توزیع کننده کالا را به طور کلی از تولید کننده خریداری کرده و سپس آن را میان فروشندگان توزیع می نمایند. اما نمایندگان فروش کالایی را که متعلق به یک تولید کننده است را به فروش می رساند و به اصطلاح عاملیت در فروش آن کالا را دارند. بدون اینکه صاحب آن کالا باشند. عامل فروش

کالا را بنام و برای دیگری به فروش میرساند، در صورتی که توزیع کننده کالایی را که خریداری کرده است بفروش می‌رساند.

گفتار چهارم: فروشندگان کالا

فروشنده در لغت اسم فاعل از مصدر فروش به معنای شخصی است که مبادرت به فروش کالا می‌نماید.^۱ فروشنده همان بایع است.^۲ به استناد ماده ۳۳۸ قانون مدنی بایع یا فروشنده شخصی است که عین را در مقابل عوض معلوم به دیگری تملیک می‌کند. فروشنده شخصی است که در قبال دریافت وجه مبادرت به فروش کالا به مصرف کننده می‌نماید و مصرف کننده بی‌واسطه کالا را از فروشنده دریافت می‌دارد.

گفتار پنجم: ارائه کنندگان خدمات

با توجه به تعریفی که از فروشنده ارایه شد. مشخص می‌گردد که این تعریف صرفاً شامل فروش عین است. بنابراین باید در قالب عقود معینی از قبیل عقد اجاره، قرارداد حمل و نقل... گنجانده و اگر انتقال آن در قالب عقود معین نگنجد در آن صورت باید مبنای دیگری جستجو کرد. مبنایی که می‌توان آن را در قالب ماده ۱۰ قانون مدنی گنجانده. یعنی طرفین چنین قراردادی توافق می‌نمایند در تا در مقابل ارائه خدمات طرف دیگر مبلغی را در مقابل آن تقبل

^۱ مددی، صادق، مسوولیت مدنی تولید کنندگان و فروشندگان کالا، چاپ اول، تهران، مؤسسه مطالعات و مشاهدات حقوقی ایران وکلای ایران زمین/ میزان، ۱۳۸۸، ص ۳۵

^۲ جعفری لنگرودی، محمد جعفر، ترمینولوژی حقوق، چاپ هشتم، تهران، گنج دانش، ۱۳۸۶، ص ۵۰۱