

A Comparative Study of Consumer Rights in Iran and European Union Laws

Mir Taimur Seyed Gholami¹, Ramzan Dehghan^{2*}, Mahdi Zolfaghari³

1. PhD student of the Department of Private Law, Damghan Branch, Islamic Azad University, Damghan, Iran.
2. Assistant Professor, Department of Private Law, Damghan Branch, Islamic Azad University, Damghan, Iran.
3. Assistant Professor, Department of Law, Damghan Branch, Islamic Azad University, Damghan, Iran.

ARTICLE INFORMATION

Article Type: Original Research

Pages: 107-122

Article history:

Received: 10 Apr 2024

Edition: 03 Jun 2024

Accepted: 15 Aug 2024

Published online: 27 Sep 2025

Keywords:

Consumer, Pproducer, Civil
Responsibility, Fault, Pure
Responsibility.

Corresponding Author:

Ramzan Dehghan

Address:

Iran, Damghan, Islamic Azad
University, Damghan Branch,
Department of Private Law.

Orchid Code:

0000-0003-1707-7672

Tel:

09123324297

Email:

r.dehghan@damghaniau.ac.ir

ABSTRACT

Background and purpose: Amal consumer rights are a wide range of measures that are related to quantitative and, suggestions and criticisms. The adaptation of consumer rights in Iranian laws with the laws of advanced and industrialized countries of the world, including the European Union, which has been a pioneer in the field of consumer protection in the past years, will help significantly in finding gaps in domestic laws. The purpose of this article is the comparative study of consumer rights in Iran and the laws of the European Union.

Materials and Methods: This article is descriptive and analytical. Materials and data are also qualitative and data collection was used in collecting materials and data.

Ethical Considerations: In this article, the originality of the texts, honesty and trustworthiness are observed.

Findings: The findings showed that the right to freedom of choice, the right to access information, the right to education, the right to have a healthy and safe product is one of the, in addition to establishing laws and regulations in order to control and protect consumer rights, the government is trying to help realize consumer rights with incentive solutions such as granting statues and certificates of compliance with consumer rights.

Result: The result is that accepting the theory of fault in the civil liability of the producer in Iranian law has made it difficult to protect consumer rights. This is while pure responsibility has been accepted in European intellectual property rights.

Cite this article as:

Seyed Gholami, M-T; Dehghan, R; Zolfaghari, M. *Investigating the Legal-Economic Challenges of the Arbitration System in Iran's Legal System* Economic Jurisprudence Studies. 2025.

فصلنامه مطالعات فقه اقتصادی، دوره هفتم، شماره سوم، پاییز ۱۴۰۴

مطالعه تطبیقی حقوق مصرف کننده در ایران و حقوق اتحادیه اروپا

میر تیمور سید غلامی^۱، رمضان دهقان^{۲*}، مهدی ذوالفقاری^۳

۱. دانشجوی دکتری گروه حقوق خصوصی، واحد دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی، دامغان، ایران.

۲. استادیار گروه حقوق خصوصی، واحد دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی، دامغان، ایران.

۳. استادیار گروه حقوق، واحد دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی، دامغان، ایران.

چکیده

زمینه و هدف: حقوق مصرف کننده شامل طیف وسیعی از مجموعه اقداماتی که ناظر به مسایل کمی و کیفی تولید، توزیع، اطلاع رسانی، خدمات پس از فروش و رسیدگی به نظرات و پیشنهادات و انتقادات مردم است. تطبیق حقوق مصرف کننده در حقوق ایران با حقوق کشورهای پیشرفته و صنعتی دنیا از جمله اتحادیه اروپا که در زمینه حمایت از مصرف کننده در سال های گذشته پیشگام بوده است؛ مخصوصاً در جهت یافتن خلأهای موجود در حقوق داخلی، کمک قابل توجهی خواهد نمود. هدف مقاله حاضر بررسی تطبیقی حقوق مصرف کننده در ایران و حقوق اتحادیه اروپا است.

مواد و روش ها: مقاله حاضر توصیفی تحلیلی است. مواد و داده ها نیز کیفی است و از فیش برداری در گردآوری مطالب و داده ها استفاده شده است.

ملاحظات اخلاقی: در این مقاله، اصالت متون، صداقت و امانت داری رعایت شده است.

یافته ها: یافته ها نشان داد حق آزادی انتخاب، حق دسترسی به اطلاعات، حق آموزش، حق برخورداری از محصول سالم و ایمن از مهمترین حقوق مصرف کننده در حقوق ایران و حقوق اتحادیه اروپاست. در حقوق ایران، علاوه بر وضع قوانین و مقررات در راستای کنترل و حمایت از حقوق مصرف کننده، دولت تلاش دارد تا با راهکارهای تشویقی همچون اعطای تندیس و گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان، به تحقق حقوق مصرف کننده کمک نماید.

نتیجه: نتیجه اینکه پذیرش نظریه تقصیر در مسئولیت مدنی تولید کننده در قانون ایران حمایت از حقوق مصرف کننده را دشوار کرده است. این در حالی است که در حقوق اتحادیه اروپا مسئولیت محض پذیرفته شده است.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات: ۱۰۷-۱۲۲

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۲۲

تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۰۳/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۲۵

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۷/۰۵

واژگان کلیدی:

مصرف کننده، تولید کننده، مسئولیت مدنی، تقصیر، مسئولیت محض.

نویسنده مسئول:

رمضان دهقان

آدرس پستی:

ایران، دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد دامغان، گروه حقوق خصوصی.

تلفن:

09123324297

کد ارکید:

0000-0003-1707-7672

پست الکترونیک:

r.dehghan@damghaniau.ac.ir

۱. مقدمه

رعایت حقوق مصرف‌کننده در صورتی که به‌عنوان یک فرهنگ، در جامعه مورد قبول عامه‌ی مردم قرار گیرد؛ می‌تواند تأثیرات بسیار مثبتی بر رفتارهای گروهی و فردی جامعه بگذارد. رعایت حقوق مصرف‌کننده باعث کاهش تنش‌های اجتماعی می‌شود. جامعه‌ای که افراد آن، حقوق خود را به‌عنوان مصرف‌کننده می‌شناسند و فعالان اقتصادی آن جامعه، این حقوق را رعایت می‌نمایند، با تنش‌ها و تعارض‌های کمتری روبه‌رو خواهد شد. زیرا فروشندگان و خریداران، هرکدام در جایگاه خود به حقوقشان آگاه‌اند. از آنجا که مصرف‌کنندگان، در معاملات تجاری، در مقایسه با تأمین‌کنندگان و فروشندگان کالا و خدمات ضعیف شمرده می‌شوند به همین سبب، هم در سطح داخلی و هم در سطح بین‌المللی قوانین و مقررات خاصی برای حمایت از مصرف‌کننده به تصویب رسیده است. قانون وظیفه دارد که از ضعیف در برابر قوی حمایت کند. اگر در یک جامعه، افرادی همواره مورد سوءاستفاده‌ی قدرت‌ها قرار گیرند، زندگی در آن ممکن نخواهد بود. قانون با حمایت از ضعیف، تمایل به تشکیل یک جامعه‌ی آرام دارد و به همان دلیل که بر لزوم حمایت از مزدبگیران، کشاورزان و تجار کوچک اتفاق نظر وجود دارد باید از مصرف‌کننده نیز حمایت کرد. تنوع و فراوانی کالاهای مصرفی، کنترل همه‌جانبه‌ای را می‌طلبد تا بتوان ایمنی مصرف‌کننده را در برابر خطرات ناشی از مصرف کالاها تضمین نمود. به‌عنوان مثال، تولید نادرست و غیراستاندارد داروها و مواد غذایی و بهداشتی یا اشتباه در ترکیب آن‌ها موجب ورود آسیب‌های جبران‌ناپذیری بر مصرف‌کننده خواهد شد. در خصوص حقوق مصرف‌کننده در ایران و اتحادیه

اروپا، پژوهش‌های متعددی انجام شده است: اصغر عربیان و عبدالرزاق موسی نتاج، در مقاله‌ای به بررسی مفاهیم اصلی و مبنای مسئولیت عرضه‌کنندگان کالا براساس قانون حمایت از مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ و مقایسه آن با دستور العمل اتحادیه اروپا پرداخته‌اند (عربیان و موسی نتاج، ۱۴۰۱) غلام‌نبی فیضی کچاب و تقی اسدی، در مقاله‌ای، مفهوم حقوقی مصرف‌کننده و تأمین‌کننده کالا و خدمات در حقوق ایران و مقررات اروپایی را بررسی کرده‌اند (فیضی کچاب و تقی اسدی، ۱۳۹۳). تمایز و نوآوری مقاله حاضر نسبت به سایر پژوهش‌های انجام شده این است که در این مقاله، به بررسی مطالعه تطبیقی حقوق مصرف‌کننده در ایران و حقوق اتحادیه اروپا با رویکردی به مسئولیت مدنی و جبران خسارت حقوق مصرف‌کننده پرداخته شده است. بر اساس آنچه گفته شد سوال مقاله حاضر بدین شکل قابل طرح است که حقوق مصرف‌کننده در ایران در مقایسه با حقوق اتحادیه اروپا چگونه است؟ فرضیه مقاله نیز عبارت است از اینکه «هم در حقوق ایران و هم در حقوق اتحادیه اروپا، حقوق مصرف‌کننده پذیرفته شده و مورد حمایت است اما در حقوق ایران اصل بر نظریه تقصیر است و این امر حمایت از حقوق مصرف‌کننده را دشوار کرده است اما در حقوق اروپا مبنای حمایت از حقوق مصرف‌کننده نظریه مسئولیت محض است». به منظور بررسی سوال مورد اشاره ابتدا حقوق مصرف‌کننده در ایران و سپس در در حقوق اتحادیه اروپا بررسی می‌شود.

۲. مواد و روش‌ها

مقاله حاضر توصیفی تحلیلی است. مواد و داده‌ها نیز کیفی است و از فیش‌برداری در گردآوری مطالب و داده‌ها استفاده شده است.

۳. ملاحظات اخلاقی

در این مقاله، اصالت متون، صداقت و امانت‌داری رعایت شده است.

۴. یافته‌ها

یافته‌ها نشان داد حق آزادی انتخاب، حق دسترسی به اطلاعات، حق آموزش، حق برخورداری از محصول سالم و ایمن از مهمترین حقوق مصرف کننده در حقوق ایران و حقوق اتحادیه اروپاست. در حقوق ایران، علاوه بر وضع قوانین و مقررات در راستای کنترل و حمایت از حقوق مصرف کننده، دولت تلاش دارد تا با راهکارهای تشویقی همچون اعطای تندیس و گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان، به تحقق حقوق مصرف کننده کمک نماید.

۵. بحث

حقوق مصرف کنندگان یکی از موضوعاتی است که لازم است به طور جدی توسط قانون گذار حمایت شود. دولت در حوزه وظایف حاکمیتی خود، همچون دستی بالاتر از تمام قدرت‌ها عمل کرده و صلاح دید خود را اعمال می کند. مصرف کننده برای به دست آوردن کالا و خدمات، ناگزیر از ارتباط با اشخاص حقیقی یا حقوقی است. اشخاصی که شغلشان فروش کالا یا ارائه خدمات است. اما ارتباط بین اشخاص حرفه‌ای و مصرف کننده به طور طبیعی نامتعادل است زیرا صلاحیت حرفه‌ای، اطلاعاتی که آنان در اختیار دارند و اغلب توان بالای مالی آنان، این امکان را به آنها می دهد که خود را بر مصرف کننده تحمیل نمایند (محرابی، ۱۳۹۵، ۱۶). با توجه به عدم تعادل روابط بین افراد حرفه‌ای و مصرف کننده و لزوم حمایت مقنن از ضعیف، حقوق خصوصی کلاسیک برای تضمین حمایت از

مصرف کننده ناتوان است. اگرچه در قانون مدنی جهت برقراری تعادل قراردادی راههایی مانند تئوری عیوب رضا که برای تضمین در بیع به کار می رود، اندیشیده شده. اما راههای مذکور در قانون مدنی برای مصرف کننده غیرقابل دسترس است. زیرا این راهها متضمن اقامه‌ی دعوی در محاکم است که باید پس از انعقاد قرارداد و اجرای آن، انجام شود.

۵-۱. حقوق مصرف کننده در ایران

۵-۱-۱. قانون حمایت از مصرف کننده

در سال ۱۳۸۸ قانونی تحت عنوان قانون حمایت از مصرف کنندگان تصویب شد که برای بنگاه های اقتصادی و تولید کنندگان الزاماتی جدی در پی داشت. این قانون که توسط مجلس شورای اسلامی به تصویب رسیده است شامل ۵ فصل و ۲۲ ماده است و شامل وظایف عرضه کنندگان کالا و خدمات در قبال حقوق مصرف کنندگان، تشکیل انجمن های حمایت از حقوق مصرف کنندگان، نحوه رسیدگی به تخلفات و نیز جریمه ها و مجازات عرضه کنندگان کالا ها و خدمات معیوب می باشد. بخش اول قانون یعنی وظایف عرضه کنندگان کالا و خدمات از این قرار است: «یعنی طبق این قانون، کلیه عرضه کنندگان کالا و خدمات، مسئول صحت و سلامت کالا و خدمات عرضه شده به مصرف کنندگان بوده و باید کلیه خسارات مادی و معنوی ناشی از عیب یا عدم انطباق کالا یا خدمات را جبران کنند» (محرابی، ۱۳۹۵، ۶). در قانون حمایت، عرضه کنندگان کالا و خدمات، موارد زیر را باید رعایت کنند؛ البته پایبندی به این موارد از طرف بنگاه های اقتصادی، ضمن کمک به رعایت حقوق مصرف کنندگان، به رقابت پذیری این بنگاه ها نیز کمک می کند: الف) ارائه ضمانت نامه: ارائه ضمانت نامه، بنگاه

های اقتصادی را مجبور به تولید کالاهایی می‌کند که سالم بوده و تا مدت ضمانت، دچار عیب و نقص نشوند. ب) ارائه اطلاعات: عرضه کنندگان باید اطلاعات لازم و کافی از قبیل نوع، کیفیت، کمیت، دستورات قبل از مصرف، تاریخ تولید و انقضای محصول و سایر مشخصات کالا را در اختیار مصرف کنندگان قرار دهند، تا اعتماد مصرف کنندگان به آن کالا جلب شده و آن را با خیال راحت و با آگاهی کامل مصرف کنند. ج) نشان استاندارد: طبق قانون حمایت، داشتن نشان استاندارد در مورد کالا و خدمات مشمول استاندارد اجباری، لازم است (فیضی چکاب؛ اسدی، ۱۳۹۳، ۷۸).

د) نمایندگی رسمی و تعمیرگاه مجاز

«کلیه عرضه کنندگان شامل تولید کنندگان و وارد کنندگان کالا های سرمایه‌ای، مکلف به داشتن نمایندگی رسمی و تعمیرگاه مجاز، تأمین قطعات یدکی و ارایه سرویس و خدمات پس از فروش می باشند» (صادقی؛ حسامی شهرزایی، ۱۳۹۷، ۱۸). مشتریان، به دنبال کالاهای سرمایه‌ای هستند که در موقع نیاز به تعمیر و یا تعویض قطعات، در اکثر نقاط کشور دارای نمایندگی باشند تا بدون کوچکترین محدودیتی بتوانند با دسترسی به تعمیرگاه یا نمایندگی مجاز، کالای سرمایه‌ای خود را از قبیل ماشین شخصی یا ماشین‌آلات تولیدی را تعمیر یا سرویس کنند و وجود مزیت فوق، باعث می شود تقاضای کالای مذکور بالا رفته و قدرت رقابت پذیری آن افزایش یابد.

در پرونده از دادگاه عمومی شهرستان ساری سوال شده است که: الف) شرکت سایپا که سازنده پراید مدل ۱۳۹۰ است (پراید مدل ۱۳۹۰ که نو می‌باشد) را به شخص ب که تاجر است می

فروشد. این تاجر بعد از ده روز راندن وسیله نقلیه، آن پراید را به شخص ج می فروشد. شخص ج هنگام رانندگی در اتوبان به لحاظ از کار افتادن فوری سیستم برقی پراید با واژگون شدن وسیله نقلیه فوت می کند. افسر کارشناس علت حادثه را نقص در سیستم برقی و استفاده از وسایل غیر مقاوم در هنگام ساخت پراید اعلام می دارد. اولیاء دم متوفی دادخواستی به طرفیت شرکت سایپا و شخص تاجر، به خواسته مطالبه کلیه خسارات وارده از جمله بهای وسیله نقلیه و دیه را می نمایند. به نظر شما چه فرد یا افرادی مسؤول حادثه می باشند؟ چرا؟ پاسخ دادگاه به سوال مزبور چنین است: در پاسخ باید بین مسئولیت فروشنده سازنده (شرکت سایپا) و فروشنده قائل به تفاوت شد و مبنای مسئولیت شرکت سایپا تابع قواعد عمومی مسئولیت و از باب تسبیب در ورود خسارت و مطابق ماده ۱ ق.م.م و ماده ۳۳۱ ق.م. به بعد به جهت عرضه کالای معیوب، مسبب ورود خسارت به خریدار دانست و بر اساس نظریه افسر فنی بین تقصیر (عرضه کالای معیوب و فاقد کیفیت) و تصادف (واژگونی خودرو) حادث شده رابطه تسبیب نیز قابل احراز است. اما در مورد فروشنده ای که پیشه وی (تاجر) است بر مبنای ظاهر می توان تعبیر نمود که عیب خودرو از نظر وی دور نبوده که تخصص وی و استفاده ده روز از خودرو توسط وی را نوعی اماره بر آگاهی او از عیوب آن دانست و چنین فروشنده ای که به سبب شغل خود، نمی توانسته از عیب بی اطلاع بماند، باید در حکم فروشندگانی که حساب آید که بر آن عیب آگاه بود و از خطر احتمالی و ورود ضرر آگاهی داشته است و بی مبالاتی وی را باید تقصیر وی دانست. چنانکه از ملاک ماده ۳۳۳ قانون چنین امری استنباط می شود و در این

انحصارگر، کالاها و خدمات خود را، با هر قیمت و کیفیتی به مصرف کننده، تحمیل خواهند کرد. این موضوع در ایران توسط شورای ملی رقابت کنترل و نظارت می شود. همچنین افراد می توانند در سامانه ی شورای ملی رقابت شکایت خود را ثبت کنند تا پیگیری های لازم انجام شود (قاسمی حامد؛ فلاح، ۱۳۹۳، ۴۳).

۵-۱-۲. نهادهای حمایت از حقوق مصرف کننده

الف) سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولیدکنندگان

«در تیر ماه سال ۱۳۵۴ سازمان حمایت به منظور تعیین، تعدیل و تثبیت تولیدات داخلی کشور و کالاهای وارداتی و خدمات و انجام بررسی و تهیه طرح های لازم در جهت متعادل ساختن و پیش گیری از افزایش نامتناسب قیمت ها مرکز بررسی قیمت ها تشکیل گردید. به دنبال آن در تیر ماه همان سال به منظور تهیه فهرست کالاهایی که مصرف کنندگان یا تولید کنندگان آن می بایست امور مورد حمایت قرار گیرند، صندوق حمایت مصرف کنندگان تشکیل گردید و در نهایت در سال ۱۳۵۸ از ادغام مرکز بررسی قیمت ها و صندوق مصرف کنندگان، سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان تشکیل و اساس نامه ی آن به تصویب شورای انقلاب رسید» (دفتر بررسی اقتصادی سازمان، ۱۳۹۰، ۲).

بر اساس اصل ۱۲۷ قانون اساسی و به استناد تصویب نامه شماره ۴۰۲۱۴/ت ۲۸۷ مورخ ۱۳۷۳/۷/۲۳ هیئت وزیران وظایف سازمان، بازرسی و نظارت بر قیمت و توزیع کالاها و خدمات که در تاریخ ۱۳/۵/۱۳۸۵ با سازمان حمایت ادغام شده و با عنوان حوزه بازرسی و نظارت در این سازمان ابقا گردید. وظایف سازمان

مسیر از اماره قضایی و اتکای ظاهر و قرائن کاری تاجر برای مسؤل دانستن وی بهره جست. مگر آن که ثابت نماید که خطر احتمالی را به خریدار گوشزد کرده بود. لذا بر این اساس هر یک از تولید کننده و فروشنده را بر اساس ماده ۲ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان ناظر به بند ۱- آن مفردا (که از تضامن استنباط می شود) مسؤل پرداخت کلیه خسارات وارده به خودرو و دیه متوفی در حق اولیاء دم نمود (رمضانی؛ یاقوتی، ۱۳۹۴، ۹۳).

ه) الصاق برچسب قیمت روی کالا

«طبق قانون حمایت، کلیه عرضه کنندگان کالا و خدمات مکلفند با الصاق برچسب روی کالا یا نصب تابلو در محل کسب یا حرفه، قیمت واحد کالا یا دستمزد خدمت را به طور روشن و مکتوب به گونه ای که برای همگان قابل رویت باشد، اعلام نمایند» (رموی، ۱۳۹۸، ۶). این کار، باعث شفاف سازی قیمت برای مشتریان و جلب اعتماد آنان به بنگاه های مذکور در قیمت گذاری کالا و خدمات از طرف آن بنگاه ها شده و موجب حفظ و افزایش مشتریان می شود.

و) جرم بودن هرگونه تبانی یا تحمیل شرایط هرگونه تبانی و تحمیل شرایط از سوی عرضه کنندگان کالا و خدمات که موجب کاهش عرضه، تنزل کیفیت و یا افزایش قیمت شود، جرم محسوب می شود. با این قانون از انحصارگرایی جلوگیری می شود؛ زیرا انحصار گرایی، از رقابت سالم بنگاه های اقتصادی در بازار، جلوگیری می کند. اگر بازار کالا و خدمات، دچار انحصار بوده و از رقابت پذیری لازم برخوردار نباشد، به صورت انحصارگونه در دست عده معدودی شرکت خواهد افتاد و به همان تناسب حق انتخاب مصرف کنندگان کاهش خواهد یافت و شرکت های

از شیوه‌های مهم حمایت از مصرف‌کننده بوده و پوشش حمایتی مناسبی را ایجاد می‌نماید. زیرا استاندارد، موجب اطمینان مصرف‌کننده نسبت به سالم بودن محصول و ایمنی کالا و ارائه‌ی اطلاعات لازم برای استفاده از کالاها و همچنین افزایش سطح تولید، بهبود کیفیت فرآورده‌ها، تقلیل ضایعات و (...) می‌گردد (ایروانی، ۱۳۸۸، ۱۰).

ج) وزارت بهداشت

«وزارت بهداشت، مسئول بازرسی و نظارت بر مواد غذایی، دارویی، درمان، آزمایشگاه‌ها، پزشکان و داروخانه‌ها است و به همین جهت، وزارت بهداشت و دانشگاه‌های علوم پزشکی در تمامی استان‌ها و شهرستان‌ها دارای معاونت دارو و غذا هستند که یکی از وظایف آن‌ها، نظارت بر کارگاه‌های تولید مواد غذایی از نظر رعایت مقررات بهداشتی، فرمول ساخت و (...) است» (جبینی، ۱۳۸۴، ۸۷). این نهاد دارای بازرسان ویژه‌ای با تخصص لازم بوده و کلیه‌ی مراکز اعم از تولیدی و عرضه‌ی مواد غذایی و دارویی تحت کنترل آن‌ها است. همچنین نظارت بر درمان و رعایت تعرفه‌ها و ارائه خدمات مطلوب بیمارستان‌ها اعم از دولتی و خصوصی نیز از وظایف وزارت بهداشت است (بوزبانی و همکاران، ۱۳۹۹، ۲۹۹).

د) سازمان تعزیرات حکومتی

«سازمان تعزیرات حکومتی به موجب ماده واحد مصوب ۱۳۷۳/۷/۱۹ مجمع تشخیص مصلحت نظام، با تفویض اختیارات گسترده به آن و باهدف حمایت از مصرف‌کننده، ضرورت نظارت و کنترل دولت بر امور اقتصادی، لزوم هماهنگی مراجع قیمت‌گذاری و توزیع کالا و اجرای مقررات و ضوابط مربوطه به آن تشکیل شد. کلیه امور تعزیرات حکومتی بخش دولتی و خصوصی،

حمایت از حقوق مصرف‌کننده به شرح زیر است: ۱- بازرسی و نظارت بر قیمت و توزیع کالا و خدمات مشمول در کلیه بخش‌ها (دولتی، تعاونی، خصوصی و عمومی غیر دولتی...) اعم از تولیدات و واردات آن‌ها. ۲- اعمال نظارت بر اجرای قیمت‌ها در کلیه موارد از قبیل اعلام قیمت‌های مصوب، صدور فاکتور، نصب برچسب فروش. ۳- تدوین و اجرای روش‌های کارآمد بازرسی و نظارت متناسب با نوع کالا و خدمات. ۴- دریافت شکایات و بازرسی تخلفات مربوط به قیمت و توزیع کالاها، تولیدی، وارداتی و خدمات. ۵- تعیین اولویت و بازرسی به ویژه در برخورد با متخلفان. ۶- انجام بازرسی، تنظیم گزارش تخلفات و اعلام آن به سازمان تعزیرات حکومت جهت اقدامات بعدی. ۷- بازرسی و نظارت بر تخلفات مذکور در قانون تعزیرات حکومتی در موارد ذیل: ۱) گرانفروشی، کم فروشی و تقلب. ۲) احتکار، اختفا و امتناع از عرضه کالا. ۳) عدم اجرای ضوابط قیمت‌گذاری و توزیع. ۴) سهل انگاری و عدم همکاری با ناظران و بازرسی» (ایروانی، ۱۳۸۸، ۱۰).

سازمان حمایت از مصرف‌کننده و تولیدکننده، زیر نظر وزارت بازرگانی انجام وظیفه می‌کند. سابقاً نام این سازمان «سازمان بازرسی و نظارت بر قیمت کالا و خدمات» بوده. هم‌اکنون وظیفه‌ی نظارت و بازرسی بر اصناف، مراکز تولیدی و اقتصادی بخش خصوصی و دولتی بر عهده‌ی سازمان مزبور است (قاسمی حامد؛ فلاح، ۱۳۹۳، ۴۴).

ب) مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی

یکی از نهادهای دولتی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در نظام حقوقی ایران، مؤسسه‌ی استاندارد است. معمولاً استفاده از استانداردسازی

و سایر مدارک و قرائن و شواهد موجود در پرونده تخلف به نظر محرز و ثابت بوده و مستنداً به مواد ۳ و ۱۹ قانون حمایت از مصرفکنندگان نامبرده را به پرداخت مبلغ ۱/۲۰۷/۹۰۰/۰۰۰ ریال جزای نقدی و تحویل خودرو وفق مبلغ قرار داد در حق شاکی خصوصی محکوم می‌نماید (رمضانی؛ یاقوتی، ۱۳۹۴، ۸۶).

ه) تشکلهای غیرانتفاعی

در حال حاضر، «سازمانهای غیردولتی به‌عنوان نهادها و مؤسساتی کارآمد و مکمل بخش دولتی در تأمین اهداف توسعه، جایگاه ویژه‌ای دارند. این سازمان‌ها به دلیل مردمی بودنشان از نفوذ اجتماعی قابل‌توجهی برخوردارند. این امتیازی است که دستگاه‌های دولتی به راحتی قادر به کسب آن نیستند» (رهنمون؛ شیخ الاسلامی، ۱۳۹۰، ۱).

و) ستاد پشتیبانی تنظیم بازار

«این ستاد بر اساس مصوبه‌ی هیئت‌وزیران جهت هماهنگی در خصوص نظارت، توزیع، تأمین و تنظیم بازار و برنامه‌ریزی برای ساماندهی نیازمندی‌های مصرف‌کنندگان تشکیل گردیده است. ستاد مذکور، در تمام استان‌ها نیز تشکیل می‌شود. یکی از اموری که این ستاد پیگیری می‌کند، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری برای بعضی از فصول سال که خریدهای مردم افزایش می‌یابد، است» (ایروانی، ۱۳۸۸، ۱۰). بنابراین، به نحوی در راستای حمایت از مصرف‌کننده و پیشگیری از اجحاف به او و تأمین نیازمندی‌های بازار و مصرف‌کننده فعالیت می‌کند.

ز) کمیسیون هماهنگی تعزیرات حکومتی

در مناسبات اقتصادی کشور (امور تولید، توزیع و خدمات) موضوعات و مسائل بسیاری وجود دارند که نیاز به نظارت دستگاه‌های نظارتی و حضور

رسیدگی و صدور حکم قطعی و اجرای آن به سازمان مذکور محول گردید تا بر اساس جرائم و مجازات‌های مقرر در قانون تعزیرات حکومتی مصوب ۱۳۶۷/۱۲/۲۳ اقدام نماید» (رموی، ۱۳۹۸، ۷). از جمله وظایف این سازمان مبارزه با گران‌فروشی و اضافه دریافتی می‌باشد.

در این رابطه پرونده‌هایی در محاکم دادگستری و شعب تعزیرات حکومتی طرح گردیده که منجر به صدور آرائی له مصرف‌کنندگان گردیده است به عنوان مثال در یکی از شعب تعزیرات حکومتی استان تهران رای به مسترد نمودن مازاد دریافتی تحت عنوان گران‌فروشی صادر گردید. به موجب شکایت مطروحه توسط شخص (الف) مبنی بر اینکه شرکت (ب) با توجه به قرارداد فروش در قبال تحویل خودرو مبلغ مازادی به میزان ۶۰۳/۹۵۰/۰۰۰ ریال مطالبه می‌نماید و از تحویل خودرو وفق قرارداد امتناع می‌نماید. وکیل شرکت لایحه دفاعیه‌ای ارائه نمود مبنی بر اینکه خودروهای خارجی به هیچ وجه دارای نرخ و قیمت مصوب نمی‌باشند و تابع نرخ بازار هستند و عملکرد شرکت وفق قرارداد صحیح انجام می‌شود و موضوع شکایت را قبول ندارد. در صورتی که مشتکی عنه درخواست مهلت جهت جلب رضایت نموده که نه تنها این موضوع را انجام نداده بلکه باعث اطاله دادرسی گردیده است.

شاکی نیز اظهار داشته است که شرکت از تحویل خودرو امتناع می‌نماید و خواستار مبلغ مازاد می‌باشد. لذا، وفق محتویات پرونده، شعبه مورد نظر مبادرت به انشاء رای نمود که در خصوص اتهام (ب) دایر بر گرانفروشی و موضوع شکایت شاکی خصوصی، توضیحاتی داده که مؤثر نمی‌باشد و درخواست مهلت جهت جلب رضایت شاکی نموده و با مهلت کافی موضوع انجام نشده

سازمان تعزیرات است. دولت ناگزیر به مبارزه با مفاسد اقتصادی و تقویت نظارت است. لذا این امر ایجاب می‌کند در مکان‌هایی که خلأ نظارتی وجود دارد، دستگاه‌هایی را مسئول نظارت حضوری کارشناسانه همراه با تجزیه و تحلیل قرار دهد.

۵-۱-۳. جبران خسارت وارده بر مصرف کننده

«جبران خسارت ممکن است با موافقت عامل ورود ضرر و زیان دیده، بدون مراجعه به دادگاه صورت گیرد. همچنین ممکن است از طریق مراجعه قضایی و صدور حکم قانونی صورت پذیرد. در هر صورت شیوه‌های جبران به یکی از شکل‌های زیر است: جبران خسارت به صورت مستقیم و دادن مال؛ اول، اعاده‌ی وضع یا بازگرداندن زیان دیده به وضعیت پیش از وقوع خسارت و دوم، جبران خسارت و پرداخت غرامت از راه دادن معادل» (یوزباشی و همکاران، ۱۳۹۹، ۳۰۰). «این دو روش، در عرض یکدیگر نیستند تا عامل ورود زیان بتواند به میل خود، یکی را انتخاب کند یا زیان دیده در انتخاب راهی که بیشتر می‌پسندد آزاد باشد. هدف از ایجاد مسئولیت مدنی این است که زیان به طور کامل جبران شود و زیان دیده وضع پیشین را باز یابد. گاهی جبران خسارت، با استفاده از دو راه حل است؛ اگر طبیعت مال یا نقصی که وارد شده به گونه‌ای باشد که نتوان آن را ترسیم کرد، غاصب یا مسئول نقص باید تفاوت قیمت مال سالم و ناقص را نیز به عنوان خسارت به مالک بدهد. یعنی باید مخلوطی از هر دو شیوه جبران خسارت را به کار برد. عین ناقص را به مالک برگرداند و تفاوت قیمت را نیز به عنوان خسارت پرداخت کرد. در نظام حقوقی حمایت از مصرف کننده ایران،

سازوکاری برای حمایت از مصرف کننده علی الخصوص جبران خسارت آن، پیش‌بینی شده است. این سازو کار بیان می‌کند که در صورت ورود خسارت به مصرف کننده و تعمیم مسئولیت قراردادی به تولیدکننده و عرضه کننده کالا و خدمات و عدم لزوم اثبات تقصیر توسط مصرف کننده، خسارات وارده جبران گردد. هر چند که قبل از تصویب قانون حمایت از حقوق مصرف کننده، از منطوق قوانین حمایتی، جبران خسارت مصرف کننده قابل استنباط بود اما لزوم جبران خسارت و مرجع رسیدگی در مواد ۱۴ و ۲۲ قانون مذکور به نحو صریح تری بیان گردیده که حمایت بیشتری از مصرف کننده را به دنبال دارد» (بادینی؛ پناهی اصانلو، ۱۳۹۱، ۴۱).

«در رابطه با مسئول جبران خسارت مصرف کننده، در ماده ۱۶ قانون فوق الذکر، مسئولیت جبران خسارت وارده با تشخیص شعب رسیدگی کننده به عهده شخص حقیقی یا حقوقی (خصوصی یا دولتی) است که موجب ورود خسارت و اضرار به مصرف کننده شده است. در مورد شرکت‌های خارجی علاوه بر شرکت مادر، شعبه یا نمایندگی آن در ایران مسئول خواهند بود لذا در خصوص کالاها و وسایل و ماشین آلات خارجی علاوه بر شرکت مادر، شعبه یا نمایندگی نیز مسئول هر عیب و نقص کالای فروخته شده است» (صادقی؛ منتقیمی، ۱۳۸۶، ۱۳).

«مراکز تولیدی داخل کشور نیز چنین وضعی دارند. نمایندگی‌های رسمی فروش آن‌ها نمی‌توانند صرفاً خود را فروشنده بدانند و در مواقع اعتراض و شکایت مصرف کننده، آن‌ها را برای تعویض و رفع عیب به تولیدکننده حواله دهند و موجب سرگردانی مصرف کننده شوند. در مورد مسئولیت مدنی و جزایی شرکت‌ها و

اشخاص حقوقی نیز طبق ماده‌ی مذکور، خسارت از اموال شرکت یا شخص حقوقی جبران می‌شود و مسئولیت جزایی متوجه مدیرعامل یا مدیرمسئول شخص حقوقی است. اگر تولیدکننده و عرضه‌کننده کالا و خدمات، مرتکب تخلفات مندرج در قانون حمایت از مصرف‌کننده شوند و از این حیث، خسارتی به شخص ثالث وارد نمایند، به درخواست شخص ثالث، ملزم به جبران خسارت وارده هستند. طبق ماده ۶۷ قانون نظام صنفی کشور مراجع رسیدگی‌کننده مکلف‌اند علاوه بر اعمال مجازات برای فرد صنفی یا متخلف، وی را به جبران زیان‌های وارده به خسارت‌دیده نیز محکوم نمایند» (یوزباشی و همکاران، ۱۳۹۹، ۳۰۰). مطابق متن قانون فوق‌الذکر، مهم‌ترین حقوق مصرف‌کنندگان در زیر آمده است:

الف) دریافت کالا و خدمات سالم

ماده ۲ قانون مذکور، به این نکته مهم اشاره دارد که فروشنده باید کالا و خدماتی را خریدار عرضه کند که مطابق با قرارداد و یا عرف موجود در آن حوزه سالم و با کیفیت محسوب شود. بر اساس این حق اگر فروشنده کالای معیوب، ناقص یا بی‌کیفیتی را به خریدار تحویل دهد، خریدار می‌تواند از فروشنده جایگزین کردن کالا را بخواهد. همچنین حق فسخ معامله مذکور یا دریافت بهای کالای سالم و معیوب برای خریدار وجود خواهد داشت (جبینی، ۱۳۸۴، ۸۶).

ب) دریافت خدمات پس از فروش

از ماده ۳ و ۴ قانون می‌توان استنباط کرد که هر مصرف‌کننده این حق را دارد که ضمانت‌نامه مرتبط با کالای خریداری شده را دریافت کند. همچنین خدمات پس از فروش شامل تعویض و تعمیر و... موضوعی است که هر فروشنده‌ای باید

در راستای حمایت از حقوق مصرف‌کننده به خریداران خود ارائه دهد (فرهادی، ۱۳۸۷، ۱۰). در پرونده‌ای؛ خانم الف دادخواستی را به طرفیت ۱. شرکت ایران خودرو به اقامتگاه تهران و ۲. نمایندگی مجاز شرکت ایران خودرو به خواسته اعلام فسخ قرارداد خرید خودرو به انضمام کلیه خسارت وارده، تقدیم دادگاه نموده است. خواهان اظهار داشته است که به موجب قرارداد فروش اقساطی در مورخ ۹۰/۵/۱۰ یکدستگاه خودروی پژو ۴۰۵ جی ال ایکس از شرکت ایران خودرو خریداری نموده که خودروی مذکور پس از چند نوبت تعویض و تغییر قطعات عیب آن برطرف نشده است و وی خودرو را در تاریخ ۹۰/۶/۲۰ به شرکت جهت تعویض تحویل داده است.

دادگاه پس از رویت مستندات طرفین و استماع دفاعیات خوانده دعوای خواهان را ثابت تشخیص و مستنداً به مواد ۴۲۲، ۴۲۳، ۴۲۴، ۴۲۶، ۴۳۵، ۴۵۱ از قانون مدنی و نیز مواد ۱۹۸، ۵۱۹، ۵۲۲ قانون آیین دادرسی مدنی به شرح زیر حکم به محکومیت خوانده ردیف اول در حق خواهان صادر و اعلام نمود:

۱- اعلام فسخ قرارداد خرید خودروی پژو جی ال ایکس و الزام خوانده به تحویل یک فقره خودرو بدون عیب و نقص.

۲- پرداخت هزینه دادرسی و کارشناسی به جهت ضمان ناشی از تسبیب در طرح دعوی. و همچنین در خصوص دادخواست خواهان به طرفیت خوانده ردیف دوم نظر به آنکه، نمایندگی صرفاً به عنوان دلال و واسطه انجام معاملات اقدام نموده و مطابق ماده ۳۴۴ قانون تجارت در خصوص مال التجاره هیچ گونه مسئولیتی بر عهده ندارد و اصولاً فاقد شخصیت حقوقی مستقل از شرکت نبوده و هیچ گونه تعهد قراردادی فی مابین

و) حق برخورداری از انتخاب آزاد و نبود انحصار در عرضه یا قیمت

ماده ۸ قانون اظهار می‌کند که فروشندگان نباید با تبانی با هم‌صنفان خود، شرایط قیمتی خاصی را برای مصرف‌کننده به وجود آورند. اقدام ممنوع مطابق این ماده، افزایش قیمت، کاهش عرضه و یا کاهش کیفیت است.

ز) حق بر طرح شکایت و دریافت خسارت

هر مصرف‌کننده‌ای مطابق ماده ۱۴ قانون، این حق را دارد که در راستای احقاق حقوق خود، از فروشنده شکایت کرده و اقدام به دریافت خسارت کند.

۵-۲. حمایت از مصرف‌کننده در اروپا؛

سیستم فدراتیو بازار مشترک اروپا

«در این سیستم هم انجمن‌های خصوصی و هم انجمن‌های دولتی فعالیت دارند و سعی می‌کنند از مصرف‌کننده حمایت کنند. در این سیستم، با دادن اطلاعات به مصرف‌کنندگان سعی می‌شود تا مصرف‌کننده به حقوق واقعی خویش در انتخاب دست یابد و کیفیت و مرغوبیت کالاها را مورد کنترل و ارزش‌گذاری قرار می‌دهند و مصرف‌کننده اطمینان حاصل می‌کند که تبلیغات فریبنده نیست. نظام حقوقی اروپایی مانند حقوق ایران در ابتدا بر مبانی سنتی خویش پافشاری می‌کرد؛ اما تلاش برای رهایی مصرف‌کننده از نقایص نظریه تقصیر و مشکلات آن توسط برخی از دولت‌ها در این نظام آغاز و تصمیم بر این گرفته شد که به جای مصرف‌کننده بار اقامه دلیل برعهده شخص تولیدکننده قرار گیرد» (کاوالیر، ۲۰۰۴، ۳۴).

«مهم‌ترین دستورالعملی که در باب مسئولیت تولیدکننده در قبال مصرف‌کننده در اتحادیه اروپا به تصویب رسیده، دستورالعمل مسئولیت

نمایندگی و خواهان به طور مستقل وجود ندارد لذا دادگاه دعوی مطروحه را متوجه خوانده ردیف دوم ندانسته و به استناد بند ۴ از ماده ۸۴ قانون این داری مدنی قرار رد دعوی خواهان را صادر و اعلام نموده است.

ج) دریافت صورت‌حساب با جزئیات

هر خریداری بر اساس مقررات حقوق مصرف‌کنندگان می‌تواند از فروشنده، صورت‌حساب خرید خود را به همراه جزئیات، شامل ویژگی‌های محصول، کیفیت، کمیت، تاریخ تولید و انقضا، قیمت و... را مطالبه کند (صادقی، منتقیمی، ۱۳۸۶، ۱۴).

د) دریافت اطلاعات دقیق

هر فروشنده‌ای وظیفه دارد که نمونه اجناس خود را برای بررسی خریداران در معرض نمایش (ویترین و...) بگذارد. اگر هم امکان نمایش عمومی کالا نبود، فروشنده باید اطلاعات دقیق محصول را در اختیار مشتریان قرار دهد. مهم‌ترین این اطلاعات، برچسب قیمت روی کالا و یا نصب تابلوی اطلاعات محصول در کنار آن است (ایروانی، ۱۳۸۸، ۱۰).

ه) در امان بودن از تبلیغات غلط

مطابق ماده ۷ قانون، هیچ فروشنده‌ای نباید برای تهییج مشتریان، اقدام به تبلیغات غیرواقعی و ارائه اطلاعات غلط کند. هر گونه اقدام تبلیغاتی که سبب فریب یا به اشتباه انداختن مشتری شود از نظر قانون ممنوع است. به طور مثال استفاده از عبارات اغراق‌آمیز در توضیح کیفیت محصول و یا ادعای دریافت تاییدیه‌های موهوم داخلی و خارجی از مواردی هستند که مطابق ماده ۷ ممنوعیت داشته و مخالف حقوق مصرف‌کننده هستند.

ناشی از عیب تولیدات است که در سال ۱۹۸۵ به تصویب رسیده و در سال ۱۹۹۹ اصلاح گردیده است. براساس ماده ۱ این دستورالعمل تولید کننده برای خساراتی که از عیب محصولش وارد می شود مسئول بوده، زیان دیده باید خسارت وارده و عیب موجود و رابطه سببیت بین عیب و خسارت را به اثبات برساند و در صورتی که دو یا چند نفر واردکننده زیان باشند، متضامناً و منفرداً مسئولند» (کاتوزیان، ۱۳۸۴، ۱۸۷). «در اصلاحیه این دستورالعمل مصوب ۱۹۹۹ نیز تولیدکننده یا واردکننده مکلف به پرداخت خسارات به مصرف کننده در صورت اثبات ارتباط بین ورود خسارت و عیب کالا است، بدون آنکه ملزم باشد سهل انگاری جزئی و یا کلی تولیدکننده یا واردکننده را اثبات کند. بنابراین مسئولیت محض برای تولیدکنندگان کالا در دستورالعمل یادشده به عنوان مبنای مورد پذیرش اتحادیه اروپاست که در آن نیازی به اثبات تقصیر توسط مصرف کننده نیست» (صفایی؛ شعبانی کندی، ۱۳۹۴، ۵۵). «و براساس ماده ۷ دستورالعمل مذکور با مسئول ندانستن تولیدکننده در صورت عدم ارائه کالا در چرخه توزیع، هنگام قرار گرفتن کالا در چرخه توزیع، به جهت عدم امکان کشف عیب مزبور با دانش سنتی و علم موجود و دخیل نبودن در فرایند نهایی تولید، تأمین کننده از مسئولیت مطلق رها شده است و البته براساس قطعنامه شورای اروپا در باب اصلاح دستورالعمل مسئولیت ناشی از عیب تولید (مصوب ۲۰۰۱)، چنانچه تولیدکننده کالا مشخص نباشد، تأمین کنندگان و دلالان کالا در مقابل مصرف کنندگان زیان دیده مسئولیت خواهند داشت» (صفایی؛ رحیمی، ۱۳۹۸، ۳۲۶).

«با توجه به دشواری های استناد به قواعد عمومی مسئولیت مدنی بسیاری از نظام های حقوقی مقررات خاصی را در جهت حمایت از حقوق مصرف کننده تصویب نمودند و قواعد ویژه ای را در زمینه مسئولیت مدنی بدون تفکیک بین مسئولیت قراردادی و قهری مقرر کردند. به عنوان مثال دستورالعمل شماره ECC/374/85 اتحادیه اروپا درباره مسئولیت ناشی از تولیدات از تمامی کشورهای عضو خواست تا مفاد دستورالعمل را در مقررات داخلی خود وارد نمایند تا حمایت مناسبی از مصرف کننده صورت گیرد. در پی دستورالعمل، قانون حمایت از مصرف کننده سال ۱۹۸۷ در انگلیس تصویب شد و مشابه همین قانون نیز در فرانسه در سال ۱۹۹۸ به تصویب رسید. در ایران نیز قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان مصوب سال ۱۳۸۸ که طولانی ترین روند را از زمان ارائه لایحه در سال ۱۳۷۵ تا زمان تصویب پشت سر گذاشته است در جهت حمایت از حقوق مصرف کنندگان پیش بینی شده است» (عربیان؛ موسی نتاج، ۱۴۰۱، ۱۳۲).

«مسئولیت مدنی ناشی از تولید و عرضه کالاهای معیوب در حقوق فرانسه و انگلیس تحت تأثیر دستورالعمل اتحادیه اروپا و با رویکرد حمایت از حقوق مصرف کننده با قواعد عمومی مسئولیت مدنی در این نظام ها تفاوت دارد. مسئولیت مدنی با رویکرد حمایت از مصرف کننده برخلاف قواعد کلی مسئولیت مبتنی بر تقصیر نخواهد بود و به نوعی مسئولیت بدون تقصیر و به تعبیری مسئولیت محض مقرر گردیده است. به عبارت دیگر به صرف اثبات رابطه سببیت میان ورود ضرر و کالا به جبران خسارت حکم داده خواهد شد حتی کسانی که نام و علامت تجاری خود را بر روی کالای تولیدی می گذارند در فرض نامعلوم بودن

تولیدکننده و عرضه‌کننده کالا در برابر مصرف کننده مسئولیت مدنی خواهند داشت. تمامی تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان دارای مسئولیت تضامنی خواهند بود و زیان دیده می‌تواند برای همه خسارت وارده به هر یک از این اشخاص که مناسب‌تر می‌داند مراجعه و علیه یک یا چند شخص از آنها اقامه دعوا نماید و به این ترتیب اطمینان بیشتری نسبت به جبران خسارت نیز خواهد داشت» (بادینی، پناهی اصانلو، ۱۳۹۱، ۴۱).

در پرونده (0/464-C) چنین استدلال شده است که اگر قصد تجاری آن قدر ناچیز باشد که در مقایسه با کل معامله بتوان آن را نادیده گرفت در این صورت می‌توان چنین شخصی را مصرف کننده به شمار آورد و از او حمایت کرد. با کمی دقت در مقررات بین المللی، می‌توان فهمید که حمایت های قانونی از مصرف کننده تنها شامل اشخاص حقیقی می‌شود و اشخاص حقوقی از این حمایت ها محرومند. علت این امر نیز به فلسفه چنین حمایت هایی بر می‌گردد زیرا اشخاص حقوقی در مقایسه با اشخاص حقیقی ضعیف شمرده نمی‌شوند و می‌توانند با استفاده از کارشناسان زبده در زمینه ای مختلف امکان متضرر شدن خود را به حداقل برسانند. البته گروهی نیز معتقدند اگر یک شخص حقوقی، به خاطر هدف تجاری خود کالایی را خریداری ننمایند و این خرید به طر منظم نیز صورت نگیرد، در این صورت از چنین شخص حقوقی نیز می‌توان حمایت کرد (موسوی؛ جدیدی، ۱۴۰۱، ۲۸۰).

«سیاست رقابتی اتحادیه اروپایی بازتاب چالش های موجود در اتحادیه و دیدگاه های اقتصادی رایج در آن است. در ابتدا هدف از وضع قواعد رقابتی در اتحادیه اروپایی ایجاد بازار مشترک بود

و حتی در مقدمه نهمین گزارش کمیسیون اتحادیه اروپایی در رابطه با سیاست رقابت تجاری آمده است که اولین و اساسی ترین هدف خطمشی رقابتی باید تلاش در مفتوح نگاه داشتن بازار مشترک و حفظ اتحاد باشد همین راستا، تدوین کنندگان معاهدات موجد اتحادیه اروپایی بر این باور بودند که در یک بازار مشترک، داشتن یک سیاست رقابتی واحد، از اهمیت ویژه ای برخوردار است و لذا مقرراتی کلی را در خصوص رقابت در این معاهدات درج کردند» (گریر، ۲۰۰۰، ۶۰). برخی نیز معتقدند که «اراده واضعان حقوق رقابت اتحادیه اروپایی از وضع قواعد رقابتی، فائق آمدن بر موانعی بود که توسط شرکت های خصوصی ایجاد شده و تجارت بین دولت های عضو اتحادیه اروپایی را دشوار می‌کرد» (سینی؛ مک گوان، ۲۰۰۹، ۵). علاوه بر موارد فوق، «ضرورت وحدت سیاست رقابتی در بازار را نیز می‌توان از اهداف وضع قواعد رقابتی در اتحادیه اروپایی تلقی کرد. همین امر علت تأکید بر ممنوعیت و کنترل کمک های دولتی در قواعد رقابتی اتحادیه اروپایی را توضیح می‌دهد» (فاکس، ۲۰۰۰، ۵۸۳). زیرا، در صورتی که کشورهای عضو اتحادیه بدون هیچ گونه محدودیتی قادر به تخصیص کمک های دولتی باشند، حذف موانع مربوط به تعرفه های تجاری و مقابله با موانع ایجاد شده توسط شرکت های خصوصی، نمی‌تواند یک بازار رقابتی واحد را تضمین کند.

۶. نتیجه

چنانچه شخصی از کالایی مصرف کند یا بخواهد از خدماتی استفاده کند، مصرف کننده تلقی می‌شود. بنابراین، لازم است حقوق او مورد حمایت قرار گیرد. اما گاهی به حقوق مصرف کننده لطمه و زیان وارد می‌شود. در این صورت نظم حقوقی

ایران دو راه حل را در نظر گرفته است: ۱- اعاده وضع به حالت سابق ۲- جبران خسارت.

۲- در بیشتر مواقع، جبران خسارت از مصرف کننده صورت می گیرد. البته نهادهای حامی حقوق مصرف کننده نیز وجود دارد. این نهادها عبارتند از: سازمان تعزیرات حکومتی، کمیسیون هماهنگی تعزیرات حکومتی، ستاد پشتیبانی تنظیم بازار، وزارت بهداشت (بازرسی و نظارت بر مواد غذایی، آرایشی و درمان) و .. که در مقاله ذکر شد. مهم ترین یافته های حاصل از آسیب شناسی وضعیت حمایت از حقوق مصرف کننده از منظر قانونی و ساختاری در ایران حاکی از جامع نبودن سیاست ها و اهداف حمایت از حقوق مصرف کننده در متون، اسناد و گزارش های مربوطه که خود منجر به ضعف در برنامه ریزی و اقدامات اجرایی لازم شده، دارد. عدم تمرکز قانونی و اجرایی بر توانمندسازی مصرف کنندگان به عنوان هسته و مرکز حمایت از حقوق مصرف کننده یکی از مهم ترین ضعف های قابل مشاهده در قوانین و ساختار دولتی و غیردولتی مربوطه در کشور است.

عدم توجه سیستمی و نگاه یک طرفه به حمایت از حقوق مصرف کننده در هنگام تنظیم قوانین و مقررات از دیگر ایرادات اساسی به وضعیت حمایت از حقوق مصرف کننده است. نکته اساسی دیگر در خصوص وضعیت حمایت از حقوق مصرف کننده در کشور این است که تصویب قوانین به منزله اتمام مسوولیت در حوزه قانون گذاری برای حمایت از حقوق مصرف کننده نیست زیرا اولاً قوانین مرتبط موجود به لحاظ پوشش ابعاد حقوق مصرف کننده از توازن مطلوبی برخوردار نیست؛ ثانیاً محتوا و ضمانت اجرایی برخی مواد قانونی دارای نقص است و به طور کلی

می توان چنین اذعان کرد که وجود قانون نمی تواند تضمین کننده استیفای حقوق مصرف کنندگان باشد.

عدم توجه به ساختارها و شرح وظایف سازمان های دولتی موجود در هنگام تصویب قوانین و مقررات جدید، همچنین تشکیل ساختارهای تنظیم کننده مقررات و نظارتی از دیگر ایرادات وارده به چارچوب فعلی حمایت از حقوق مصرف کننده در کشور است. نمونه بارز این موضوع تداخل شرح وظایف سازمان حمایت تولیدکننده و مصرف کننده با شورای رقابت و شورای نظام صنفی کشور است. عدم شناسایی جایگاه مناسب هر یک از ذی نفعان و عدم محول کردن نقش و وظایف مناسب به هر ذی نفع منجر شده که بار اصلی و مسوولیت حمایت از حقوق مصرف کننده متوجه دولت باشد و در نتیجه هزینه زیادی را بر دوش دولت، همچنین جامعه تحمیل کرده است. علاوه بر این، مسوولیت مدنی در دستورالعمل حمایت از حقوق مصرف کننده بر خلاف قاعده کلی مسوولیت بدون تقصیر و محض مقرر گردیده و مطالبه خسارت از تولیدکننده و توزیع کننده نیازمند اثبات تقصیر نیست. پیشنهاد ما این است که قانون گذار برای رفع هر گونه ابهام و به منظور حمایت کافی از مصرف کنندگان و با بهره گیری از حقوق تطبیقی، به ویژه دستورالعمل اتحادیه اروپا، به اصلاح قانون ۱۳۸۸ اقدام نماید، به گونه ای که حقوق ما هماهنگ با حقوق کشورهای پیشرفته باشد.

۷. سهم نویسندگان

همه نویسندگان به صورت مشترک در تهیه این پژوهش مشارکت دارند.

۸. تضاد منافع:

در این پژوهش تضاد منافع وجود ندارد.

منابع

منابع فارسی

- چاپ اول، تهران، نشر روزنامه فرصت امروز، ۱۳۹۸.
- 0 ایروانی، سمانه، جایگاه قانونی - وظایف و اختیارات سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و شورای رقابت، چاپ اول، تهران، نشر دفتر بررسی‌های اقتصادی وزارت بازرگانی، ۱۳۸۸.
- 0 بادینی، حسن؛ پانته‌آ، پناهی اصللو، «نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶»، پژوهش نامه حقوق خصوصی، شماره اول، ۱۳۹۱.
- 0 جبینی، لیلی، «تحلیلی بر حقوق مصرف‌کنندگان و ضرورت طرح و تصویب لایحه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در ایران»، تهران، پنجمین همایش حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان (سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان)، ۱۳۸۴.
- 0 دفتر بررسی‌های اقتصادی سازمان، وظایف و جایگاه قانونی سازمانی حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، چاپ اول، تهران، نشر دفتر بررسی‌های اقتصادی وزارت بازرگانی، ۱۳۹۰.
- 0 رضائی، معصومه؛ یاقوتی، ابراهیم، «تاملی در ضمانت اجرای حقوق مصرف‌کننده در پرتو رویه قضایی»، فصلنامه فقه و تاریخ تمدن، شماره چهل و پنج، ۱۳۹۴.
- 0 رموی، غلامعلی، آسیب‌شناسی مؤلفه‌های مؤثر بر حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، چاپ اول، تهران، نشر روزنامه فرصت امروز، ۱۳۹۸.
- 0 رهنمون، رؤوف؛ شیخ الاسلامی، اسعد، «حمایت از حقوق مصرف‌کننده و قلمرو آن در فقه شافعیان و امامیه»، نشریه فقه و مبانی حقوق اسلامی، شماره اول، ۱۳۹۰.
- 0 صادقی، محسن؛ منتقمی، فروغ، «نقش سازمان‌های غیردولتی (NGOs) در حمایت از حقوق مصرف‌کننده»، فصلنامه حقوق تطبیقی، شماره شصت و یک، ۱۳۸۶.
- 0 صادقی، محمود؛ حسامی شهرزایی، زینب، «حمایت از حقوق مصرف‌کننده در قراردادهای مشارکت زمانی»، نشریه دیدگاه‌های حقوق قضایی، شماره هشتاد و یک، ۱۳۹۷.
- 0 صفایی، سیدحسین؛ رحیمی، حبیب‌الله، مسئولیت مدنی، چاپ دوازدهم، تهران، انتشارات سمت، ۱۳۹۸.
- 0 صفایی، سیدحسین؛ شعبانی‌کندسری، هادی، «مبنای مسئولیت مدنی تولیدکنندگان کالا و ارائه دهنندگان خدمات (مطالعه تطبیقی در حقوق ایران - اسلام - آمریکا و اتحادیه اروپا)»، فصلنامه پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب، شماره چهار، ۱۳۹۴.
- 0 عربیان، اصغر؛ موسی نتاج، عبدالرزاق، «مفاهیم اصلی و مبنای مسئولیت عرضه‌کنندگان کالا براساس قانون حمایت از مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ و مقایسه آن

مصرف کننده بعدی در حقوق ایران و ترکیه»، فصلنامه مطالعات حقوق تطبیقی معاصر، شماره بیست و یک، ۱۳۹۹.

منابع لاتین

- 0 Cavaliere, Alberto, «Product Liability in the European Union Compensation and Deterrence Issues», European Journal of Law and Economics, No. 18, 2004.
- 0 Cini, M and McGowan, L, Competition policy in the European Union, 1st Edition, New York, Publications Palgrave Macmillan, 2009.
- 0 Fox, E.M, «Equality discrimination and competition law lessons from and for South Africa and Indonesia», Harvard International Law Journal, No. 2, 2000.
- 0 Gerber, D, Law and Competition in the Twentieth Century (Protecting Prometheus), 1st Edition, Oxford, Oxford University Press, 2000.

با دستور العمل اتحادیه اروپا»، نشریه تحقیق و توسعه در حقوق تطبیقی (دانشنامه های حقوقی سابق)، شماره چهارده، ۱۴۰۱.

0 فرهادی، مریم، «نقد و بررسی تطبیقی قوانین حمایت از مصرف کننده با حقوق کشور فرانسه»، نشریه علوم اداری و اقتصاد، شماره چهار، ۱۳۸۷.

0 فیضی کچاب، غلام نبی؛ اسدی، تقی، «مفهوم حقوقی مصرف کننده و تأمین کننده کالا و خدمات در حقوق ایران و مقررات اروپایی»، فصلنامه دانش حقوق مدنی، شماره اول، ۱۳۹۳.

0 قاسمی حامد، عباس؛ فلاح، آرزو، «دعوای گروهی و تأثیر آن بر حمایت از حقوق مصرف کننده»، نشریه دیدگاه های حقوق قضایی، شماره شصت و پنج، ۱۳۹۳.

0 کاتوزیان، ناصر، مسئولیت ناشی از عیب تولید، چاپ اول، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۴.

0 محرابی، مختار، «حقوق مصرف کننده در ایران»، تهران، پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و دومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز، ۱۳۹۵.

0 موسوی، فضل الله؛ جدیدی، انسیه، «مطالعه تطبیقی قواعد رقابت در قوانین رقابتی ایران و اتحادیه اروپا»، نشریه پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب، شماره دو، ۱۴۰۰.

0 یوزباشی، احد؛ مولایی، یوسف؛ عباسی، عادل، «مطالعه تطبیقی حمایت از



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی