



بررسی مفهوم مصرف کننده و عرضه کننده در حقوق ایران و اتحادیه اروپا

احمد یوسفی صادقلو^۱
حسین پورحسینی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۹۵/۱۰/۱۱ تاریخ پذیرش نهایی: ۹۵/۰۶/۰۶

چکیده

تعریف مصرف کننده و عرضه کننده در قوانین حمایت از حقوق مصرف کننده از اهمیت به سزایی برخوردار است. در واقع حمایت صحیح در این حوزه در گرو در اختیار داشتن تعاریف جامع و مانع از مصرف کننده است. در حقوق ایران قانونگذار از این دو مفهوم من جمله در قانون تجارت الکترونیکی و قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو تعاریفی ارائه کرده است که با مطالعه دستورالعمل‌های اتحادیه اروپا و همچنین بررسی قوانین کشورهای انگلستان و فرانسه نواقص تعاریف قانونگذار ما مشخص می‌گردد. در این مقاله ابتدا به تعریف عرفی و لغوی مصرف کننده و سپس بررسی تعاریف قانونگذار در حقوق ایران و همچنین قانونگذار اتحادیه اروپا و کشورهای انگلستان و فرانسه پرداخته می‌شود و با در نظر گرفتن محاسن و معایب تعاریف فوقو در جهت ارائه یک تعریف کامل، تعریفی جدید از مفهوم مصرف کننده پیشنهاد می‌گردد که خصیصه‌های تعریف به دقت مورد بررسی قرار می‌گیرد. به همین ترتیب مفهوم عرضه کننده نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد. نتیجه‌ای که در انتها به آن می‌رسیم این است که تعاریف قانونگذار داخلی از این دو مفهوم تعاریف جامع و مانعی نیست و لزوم اصلاح قانون در این خصوص شدیداً توصیه می‌شود.

کلید واژه ها

مصرف کننده، عرضه کننده، حقوق ایران، اتحادیه اروپا

^۱ استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

(نویسنده مسئول)

^۲ کارشناس ارشد حقوق خصوصی

Email: a_yousefi_2005@yahoo.com

۱. مقدمه

حجم انبوه تولیدات و به همان نسبت افزایش روزافزون مصرف، تولید کننده و مصرف کننده را با شرایط ویژه‌ای روبرو می‌سازد؛ از طرفی مصرف کننده با مصرف کالا جان خود را در معرض تهدید استفاده از کالاهای نامطلوب و احياناً غیراستاندارد قرار می‌دهد و از طرفی تولیدکنندگان در جهت کسب سود بیشتر، ممکن است کمتر به حفظ جان و امنیت مصرف کنندگان بیاندیشند. امری که از دو جهت باید مورد توجه قرار گیرد؛ جهت نخست در خصوص رابطه بین عرضه کننده و مصرف کننده و جهت دوم برقراری نظم و آرامش در جامعه از سوی قانونگذار. در واقع عرضه کننده اگر به تولید کالاهایی دست بزند که جان بسیاری از شهروندان را به خطر بیاندازد، نظم عمومی جامعه را نیز مخدوش کرده است و از این بابت باید مورد سرزنش، نکوهش و حتی مجازات قرار گیرد.

برای جلوگیری از این رخدادها و همچنین عادلانه نگه داشتن رابطه بین عرضه کننده و مصرف کننده، بایستی ضمانت اجرایی از سوی قانون‌گذار اندیشیده شود. اما پیش از آن باید دانست «مصرف کننده» کیست و «عرضه کننده» به چه شخصی گفته می‌شود.

مفهوم مصرف کننده در عصر حاضر با مفهوم شهروند در یک راستا قرار گرفته است. به همان اندازه که یک فرد مصداق شهروند است، مصداق مصرف کننده نیز خواهد بود در واقع اکنون ما همگی مصرف کننده هستیم (Goldring, Maher, McKeough, 1998, p1). اما خواهیم دید که با وجود این پندار گیرا ارائه تعریفی از مصرف کننده و همچنین عرضه کننده چندان هم ساده نیست. در همین راستا ابتدا به تعریف مصرف کننده در حقوق ایران و اتحادیه اروپا پرداخته و پس از آن تعریفی پیشنهادی از مصرف کننده ارائه می‌شود و عبارات آن به تفصیل مورد بحث قرار می‌گیرد؛ در خصوص عرضه کننده نیز همین روش دنبال می‌شود.

۲. مصرف کننده

عبارت «مصرف کننده» به عنوان یکی از اساسی‌ترین مفاهیم حقوق مصرف^۱ است که برای درک صحیح مصادیق آن، بایستی به طور کامل مورد بررسی و کنکاش قرار گیرد.

۱. هر چند عبارت «حقوق مصرف کننده» در حقوق داخلی ما مأنوس است اما از آنجا که طرف دیگر مصرف کننده، عرضه کننده است و حمایت بی‌چون و چرا و افراط گرایانه از مصرف کننده منجر به ورود خسارات جبران ناپذیر به عرضه کننده می‌شود؛ قانونگذار باید در صدد ایجاد تعادل بین این دو رکن برآید از اینرو عبارت «حقوق مصرف» به جهت تناسب بیشتر با این هدف و رسالت پیشنهاد می‌گردد و از این پس به جای عبارت حقوق مصرف کننده از این عبارت استفاده می‌شود.

۱.۱.۲. تعریف مصرف‌کننده

برای تعریف دقیق‌تر ابتدا مصرف‌کننده را در لغت و سپس در اصطلاح مورد بررسی قرار می‌دهیم.

۱.۱.۲. مصرف‌کننده در لغت

مصرف‌کننده به صورت اسم فاعل در فرهنگ لغت نیامده اما، مصرف در لغت‌نامه دهخدا به معنای خرج و صرف و به کار رفتن (دهخدا، ۱۳۷۶، ۱۸۸۱) و در فرهنگ معین به معنای خرج کردن و به کار بردن (معین، ۱۳۸۳، ص ۱۰۱۵) آمده است. معادل این واژه در زبان انگلیسی کُنسومِر^۱ و در زبان فرانسه کُنسومِتر^۲ به معنای مصرف‌کننده آمده است. در دیکشنری آکسفورد کُنسومِر به معنای شخصی است که کالایی را می‌خرد یا از خدماتی استفاده می‌کند (Soanes & others, 2005, p185). همچنین در دیکشنری کولینز نیز به همان معنا بیان شده است (Black, 2009, p248).

۲.۱.۲. مصرف‌کننده در اصطلاح عرفی

یکی از مهمترین و دشوارترین بحث‌ها در حقوق مصرف‌کننده، تعریف خودِ مصرف‌کننده است. در علم اقتصاد مصرف‌کننده در واقع حلقه آخر مرحله تولید است که در ازای پرداخت پول از تولید بهره‌مند می‌گردد؛ گفته شده است «مصرف‌کننده کسی است که در یک فرایند خرج کردن پول قرار دارد و از کالاها و خدمات دیگران استفاده می‌کند» (Giri, 1987, p29) یا کسی که کالا یا خدمتی را برای مصرف خریداری می‌کند (گلریز، ۱۳۸۳، ۳۴). این تعاریف هر چقدر کامل، دقیق و رسا باشند با تعاریف حقوقی فاصله دارند، چرا که تعاریف در علم حقوق به مقتضای شناسایی حقوقی که این علم می‌خواهد از پس تعاریف خود به عمل بیاورد، متفاوت خواهد بود. صرف انجام یک فرایند خرید، تا فاکتورهای قانونی رعایت نشود، هرگز منجر به اعطای حقوق مصرف‌کننده به خریدار نمی‌گردد. حمایت از مصرف‌کننده به واسطه وجود یک سری ضروریات است که این ضروریات هر کجا غایب باشند، دلیلی برای حمایت از مصرف‌کننده وجود ندارد.

¹ Consumer.
<https://en.oxforddictionaries.com/definition/consumer>
² Consommateur.

http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/consommateur_consommatrice/18424

۳،۱،۲. مصرف کننده در حقوق ایران

در حقوق ایران، در چند قانون، قانونگذار سعی در تعریف مصرف کننده داشته است؛ ابتدا در قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲، سپس در قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو مصوب سال ۱۳۸۶ و دیگری در قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان مصوب سال ۱۳۸۸.

در قانون تجارت الکترونیکی در بند (س) ماده ۲ آمده است:

«مصرف کننده» (consumer): هر شخصی است که به منظوری جز تجارت یا شغل حرفه‌ای اقدام می‌کند».

در این تعریف قانونگذار از روش تعریف منفی استفاده کرده است که در ادامه به نواقص تعریف پرداخته خواهد شد.

در بند ۵ ماده یک قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو آمده است:

«مصرف کننده: هر شخص حقیقی یا حقوقی [است] که خودرو را برای استفاده شخصی یا عمومی در اختیار دارد».

در این ماده مشخص نشده است که «استفاده عمومی» چیست. اگر مقصود استفاده در راستای خدمات دولت باشد، که با فلسفه قوانین حمایتی هم‌خوانی ندارد، چرا که بیم به هم خوردن تعادل اقتصادی نمی‌رود، دولت خود صاحب قدرت است و با مصرف کننده بی‌دفاع قابل قیاس نیست و اگر مقصود استفاده به عنوان وسیله حمل و نقل عمومی باشد، باز هم مشمول قوانین حمایتی نیست، چرا که فردی که کالایی را جز برای استفاده شخصی تهیه می‌کند، مصرف کننده نیست، مگر اینکه بخواهیم بیان کنیم قانون‌گذار خواسته یک نوع حمایت اضافی از این قبیل اشخاص به عمل بیاورد که باز هم این ایراد وارد است، که این حمایت اضافی هم حمایت از مصرف کننده نیست، بلکه حمایتی است که تنها در قوانین حمایت از مصرف آمده است.

در قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان در بند ۱ ماده ۱ آورده‌اند که:

«مصرف کننده: هر شخص حقیقی یا حقوقی است که کالا یا خدمتی را خریداری می‌کند».

همانطور که ملاحظه می‌شود تعریف مصرف کننده در قانون حمایت از مصرف کننده که شش سال بعد از تصویب قانون تجارت الکترونیکی و دو سال بعد از تصویب قانون حمایت از مصرف کنندگان خودرو به تصویب رسید ناقص‌تر از تعریف دو قانون پیشین است.

اگر بخواهیم طبق تعریف قانونگذار عمل کنیم باید کلیه شرکت‌ها، اعم از تولیدی و خدماتی، واسطه‌ها و غیره را در زمره حمایت شوندگان قانون حمایت از مصرف‌کننده درآوریم، چرا که شرکت‌های تولیدی هم مواد اولیه خود را می‌خرند، همانطور واسطه‌ها؛ اما این تعبیر با فلسفه «حمایت قانونگذار از مصرف‌کننده» همخوان نیست. در عرف عام نیز به اینان مصرف‌کننده گفته نمی‌شود.

ایراد دیگری که به تنظیم این ماده وارد است این که قانونگذار بیان می‌دارد: «کالا یا خدمتی را خریداری می‌کند»، که بهتر بود قانونگذار از «تهیه کردن» یا «بهره‌مند شدن» استفاده می‌کرد تا خریداری. چرا که طبق تعریف، قرارداد منعقد باید بیع باشد تا مصرف‌کننده از حمایت قانون بهره‌مند گردد. ضمن آن که به کار بردن خریداری برای خدمات از عرف واژگان حقوقی به دور است (غفاری فارسانی، ۱۳۸۹، ص ۸۲).

لازمه حمایت از مصرف‌کننده، داشتن تعریفی جامع و مانع از خود مصرف‌کننده است. برای ارائه چنین تعریفی باید تمام عناصر تعریف مورد بررسی قرار داد و در نهایت تعریفی از مصرف‌کننده ارائه کرد.

۴،۱،۲. مصرف‌کننده در دستورالعمل‌های اتحادیه اروپا

اتحادیه اروپا که همواره نقش هماهنگ‌کننده قوانین بین کشورهای عضو را بازی کرده است، در خصوص حمایت از مصرف‌کننده نیز نقش به‌سزایی داشته است، نقشی بی‌بدیل که به جرأت می‌توان گفت که مقررات حمایت از مصرف‌کننده در اکثر کشورهای عضو، مرهون تلاش‌های اتحادیه است.

در خصوص تعریف مصرف‌کننده، دستورالعمل‌هایی متعددی داریم که سعی در تعریف آن داشته‌اند. نخستین بار در قسمت اول ماده ۲ دستورالعمل EEC/۵۷۷/۸۵ در سال ۱۹۸۵ در تعریف مصرف‌کننده آمده است: «مصرف‌کننده به معنای شخصی حقیقی است که در معاملات تحت حکومت این دستورالعمل، برای مقاصد غیر از تجارت یا حرفه خود اقدام می‌کند». نکته جالب و مهم این است که پس از ۳۱ سال و ارائه تعاریف متعددی که در دستورالعمل‌های گوناگون به عمل آمده، کلیه تعاریف موجود تقریباً با این تعریف منطبق است.

در فرانسه تا سال ۲۰۱۴ هیچ تعریفی از مفهوم مصرف‌کننده در قانون این کشور وجود نداشت و با اینکه رویه قضایی و نویسندگان حقوقی تعاریفی از این مفهوم ارائه کرده بودند بین آنان

اتفاق نظر وجود نداشت (کله- الووا، ۱۰۹-۱۳۸۹، ص ۱۰۹). پس از آن قانونگذار در قانون راجع به مصرف کننده^۱ مصوب ۱۷ مارس ۲۰۱۴ به تعریف مصرف کننده پرداخت. در ماده ۳ این قانون آمده است: «مصرف کننده هر شخص حقیقی است که برای اهدافی خارج از حیطه تجاری، شغلی، صنعتی و یا حرفه ای خود، عمل می کند».

در قوانین انگلستان نیز تعاریفی از مصرف کننده به چشم می خورد، از جمله بند ۶ ماده ۲۰ «قانون حمایت از مصرف کننده»^۲ مصوب سال ۱۹۸۷ که ابتدا تلاش شده است راجع به سه حیطه، تعریفی از مصرف کننده ارائه شود و سپس در انتها به تعریف ثمن می پردازد، قسمت اول بند ۶ این ماده به این شرح است:

«مصرف کننده:

الف) در ارتباط با هر نوع کالا: عبارت است از شخصی که می خواهد کالا را برای استفاده و مصرف شخصی خود تهیه کند.

ب) در ارتباط با هر نوع خدمات یا تسهیلات: به معنای هر شخصی است که بخواهد از خدمات و امکانات در راستایی غیر از اهداف شغلی اش بهره مند گردد.

ج) در ارتباط با وسایل رفاهی: هر شخصی است که بخواهد وسیله رفاهی را در راستایی غیر از اهداف شغلی اش به کار گیرد».

علاوه بر آنطبق ماده ۲ «مقررات مربوط به شروط ناعادلانه در قراردادهای مصرف کننده»^۳ مصوب سال ۱۹۹۹، مصرف کننده شخصی حقیقی است که «در انعقاد قرارداد تحت حکومت این مقررات در راستایی غیر از اهداف شغلی اش اقدام می کند».

قانونگذار انگلستان در سال ۲۰۱۵ نیز در قانون حقوق مصرف کننده^۴ آورده است که «مصرف کننده یک شخص حقیقی است که برای اهدافی عمدتاً یا کلاً خارج از حیطه تجاری، شغلی، صنعتی و یا حرفه ای خود، عمل می کند».

¹. Loi n 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation.

². consommateur toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale.

³. Consumer Protection Act, 1987.

⁴. The Unfair Terms in Consumer Contracts Regulation, 1999.

⁵. Consumer Rights Act 2015.

⁶. "Consumer" means an individual acting for purposes that are wholly or mainly outside that individual's trade, business, craft or profession.

لازم به ذکر است که در ماده ۱۳ کنوانسیون بروکسل ۲۷ سپتامبر ۱۹۶۸ پیرامون صلاحیت قضایی^۱ و در کنوانسیون ۱۹ ژوئن ۱۹۸۰ پیرامون قانون قابل اجرا نسبت به تعهدات قراردادی^۲ قراردادی^۲ از مصرف‌کننده تعاریفی ارائه گردیده است.

۲.۲. تعریف برگزیده مصرف‌کننده و خصائص آن

تعریف پیشنهادی: مصرف‌کننده هر شخص حقیقی است که کالا یا خدمتی را در امور غیر حرفه‌ای و غیر تجاری، مورد استفاده قرار می‌دهد.

۱.۲.۲. خصیصه نخست تعریف، شخص حقیقی

این عنصر نشان‌گر این نکته است که بنابر تعریف پیشنهادی ما اشخاص حقوقی نباید از حمایت قانون‌گذار بر مصرف‌کننده برخوردار شوند.

علی‌رغم نگرش برخی (غفاری فارسانی، ۱۳۸۹، ص ۹۱) مبنی بر لزوم حمایت قانون‌گذار از اشخاص حقوقی به نظر می‌رسد نباید دامنه حمایت را گسترده کرد. چرا که ما معیار مناسب و مشخصی برای تفکیک اینکه کدامشخص حقوقی اهداف تجاری را دنبال می‌کند نداریم. سخن طرفداران حمایت از شخص حقوقی این است که بسیاری از اشخاص حقوقی تاجر نبوده و اهداف تجاری را دنبال نمی‌کنند، این سخن در ظاهر کاملاً منطقی و درست است اما وقتی پرسیده می‌شود معیار دنبال کردن اهداف تجاری چیست پاسخی روشن دریافت نمی‌گردد و به نظر «ضابطه هدف تشکیل» که عده‌ای به آن معتقدند (اسکینی، ۱۳۸۹، ص ۳۶ و غفاری فارسانی، ۱۳۸۹، ص ۹۱) محل انتقاد است. هدف از وضع قوانین، پیاده‌سازی آن است و نکته حایز اهمیت آن که اگر در ابتدا هدف از تشکیل شرکت جلب منافع و تقسیم آن بین اعضاء خود نباشد و بعداً به جلب منافع و تقسیم آن بین اعضای خود روی بیاورد و بیشتر از آن، فعالیت عظیم اقتصادی بکند نباید شرکت تجاری تلقی شود؟! این است که به نظر می‌رسد ضابطه فوق ضابطه‌دقیقی نیست و باید ضابطه را در جای دیگر جستجو کرد.

برای ارائه یک ضابطه درست می‌توان از دو معیار بهره برد، نخست آن که هدف از تشکیل شرکت، هم باید در بدو تشکیل همان باشد که قانون می‌گوید، هم در ادامه شرکت؛ یعنی قائل به آن باشیم که هدف مذکور در ماده هدفی استمراری است. دوم آن که فارغ از هدف نخست،

1. Convention on jurisdiction and the enforcement of judgments in civil and commercial matters of 27 September 1968 (1968 Brussels Convention).

2. Convention on the law applicable to contractual obligations (Rome Convention).

فعالیت شرکت را در عمل مورد بررسی قرار دهیم که اگر فعالیت غالب آن امور غیرتجارتی بود آنوقت اذعان کنیم که شرکت مزبور شرکتی غیرتجارتی است. اگر این تفسیر را مدنظر قرار دهیم دیگر ایرادات وارد بر ماده ۲ آیین نامه اصلاحی ثبت تشکیلات و موسسات غیرتجارتی مصوب سال ۱۳۳۷ که از سوی برخی مطرح می شود (اسکینی، ۱۳۸۹، ص ۳۶) برطرف می گردد، چرا که درست است که مقصود از تشکیل آن ممکن است جلب منافع مادی و تقسیم منافع مزبور بین اعضاء خود یا غیر باشد اما نکته ای که باید به آن توجه کرد این است که ماده یک بر این ماده سایه افکنده که بیان می دارد «برای مقاصد غیر تجارتي از قبيل امور علمي يادبي يا امور خيريّه و امثال آن تشكيل مي شود اعم از آن که موسسين و تشكيل دهندگان قصد انتفاع داشته يا نداشته باشند»، یعنی ماده ۲ را بایست در کنار ماده ۱ تفسیر کرد و بیان داشت قصد اصلی باید مقاصد غیرتجارتی باشند و در ثانی، اگر قصد انتفاعی هم باشد، باید قصد ارجح نباشد.

استدلال دیگر مدافعان داخل کردنشخص حقوقی به تعریف مصرف کننده، این است که اشخاص حقوقی می توانند از تمامی حقوق اشخاص حقیقی بهره مند شوند مگر آن چه بالطبع مختص افراد انسانی است.^۱ ایرادی که می توان به این استدلال گرفت این است که چنانچه تمامی زوایای حقوقی و مصداقی مربوط، بر شخصیت حقوقی قابل بار شدن باشد، آن هنگام باید حکم داد که انسان بودن موضوعیتی ندارد. اما حقوق مصرف، قواعد حاکم بر دارا بودن نام نیست که انسان بودن موضوعیتی نداشته باشد، چطور می شود تصور کرد که شخص حقوقی از مصرف مواد آرایشی بهداشتی متضرر شده باشد؟ همچنین است مواد خوراکی. پس مثال نقض فوق می تواند حکم کلی نظر قائلان را از اعتبار بیاندازد.

در هر روی حتی اگر فعالیت غالب شرکت فعالیتی غیر تجاری باشد بازهم نباید مشمول قانون حمایت از مصرف کننده شوند، چرا که در عمل حالات دشواری ایجاد می کند که نتیجه آن معلوم نیست. در واقع باید بیان داشت توالی فاسد و مضار داخل کردن شخص حقوقی در زمره حمایت شوندگان حقوق مصرف کننده از مصالحش بیشتر است، و عقل در این موارد حکم به اخراج شخص حقوقی در این موضع می دهد.

۱. ماده ۵۸۸ قانون تجارت بیان می دارد: «شخص حقوقی می تواند دارای کلیه حقوق و تکالیفی شود که قانون برای افراد قائل است مگر حقوق و وظایفی که بالطبع فقط انسان ممکن است دارای آن باشد مانند حقوق و وظایف ابوت نبوت و امثال ذلک».

بنابراین نه تنها دلایل عملی و اقتصادی برای اخراج شخص حقوقی از متنعمان حمایت قانونی وجود دارد بلکه موانع نظری مهمی هم مانع پذیرش شخص حقوقی می‌گردد (نظر مخالف: غفاری فارسانی، ۱۳۸۹، ص ۹۱).

۲.۲.۲. خصیصه دوم، کالا و خدمات

کالا و خدمات مفهوم گسترده‌ای دارند و شامل همه نوع کالا و خدمات می‌گردد. یعنی تمامی اموال اعم از مصرفی و غیرمصرفی. اموال مصرفی یا مصرف شدنی اموالی هستند که عرفاً با یک بار استفاده و یا انتفاع از آن از بین می‌روند مثل خوراکی‌ها و اموال غیرمصرفی یا مصرف نشدنی برخلاف آن است (صفایی، اشخاص و اموال، ص ۱۴۷، حیاتی، ۱۳۸۹، ص ۷۲-۷۳). همچنین اموال منقول، غیرمنقول و اموال غیرمادی نیز می‌توانند موضوع حقوق مصرف‌کننده باشند. خدمات فعالیت‌هایی است که قابل ارزیابی با پول است و افراد بابت آن پول پرداخت می‌کنند (Viswanathan, 2008, p.13). اعم از خدمات مادی نظیر رنگ آمیزی ساختمان، خدمات مالی نظیر بیمه، و یا ذهنی مثل مراقبت از اطفال یا مشاوره حقوقی. تمامی این موارد موضوع حقوق مصرف‌اند (کله- الووا، ۱۳۸۹-۱۰۹، ص ۱۱۱).

۳.۲.۲. استفاده غیر حرفه‌ای و غیر تجاری

این عنصر مهمترین عنصر تعریف است. چرا که مصرف‌کننده به شخصی گفته می‌شود که کالا و خدمات را استفاده‌ای غیر حرفه‌ای و غیر تجاری می‌کند (Cartwright, 2001, p.3). آن که کالا را در حرفه و شغلش مورد استفاده قرار می‌دهد مصرف‌کننده نیست.

نکته مهمی که در تعریف پیشنهادی مستتر است این است که بیان شد «مورد استفاده قرار دهد» این امر مشکلات و ابهامات کمتری را به همراه دارد. در اکثر تعاریف آن‌چه اهمیت دارد هدف فرد هنگام انعقاد قرارداد است، اما آن‌چه در تعریف پیشنهادی آمده است استفاده عملی از کالا است. چرا که کشف هدف فرد در زمان انعقاد معامله که امری ذهنی و مشکل است را از پیش رو برمی‌دارد و دوگانگی بعضی از وضعیت‌ها را از بین می‌برد. در کتب و قوانین مختلف برای دریافت هدف مصرف‌کننده از سه توصیف مثبت، منفی و مختلط استفاده شده است، توصیف مثبت زمانی است که مصرف‌کننده با هدف استفاده شخصی یا خانوادگی کالا را می‌خرد، توصیف منفی وقتی است که مصرف‌کننده برای رفع نیازهای حرفه‌ای عمل نمی‌کند و توصیف مختلط آمیزه‌ای از این دو نظر است، به عنوان مثال در آن‌جا که «فردی کالایی را به نام خودش خریداری می‌کند با این هدف که توسط سازمان غیرانتفاعی که وی در آن عضویت

دارد استفاده شود، با توجه به توصیف مثبت، چون خریدار کالا را برای استفاده شخصی تهیه نکرده، مصرف کننده نیست، اما از منظر توصیف منفی چون وی خارج از حیطه حرفه‌ای خود عمل کرده مصرف کننده است» (Herre & other, 2002, p.5). حال اگر استفاده عملی مبنا قرار گیرد، چنانچه شخص از کالا استفاده غیرحرفه‌ای کرده باشد مصرف کننده است والا نیست. فرض کنید تاجری صد دستگاه خودرو از تاجری دیگر می‌خرد با هدف فروش (هدفی حرفه‌ای)، بعد از گذشت چند روز تصمیم می‌گیرد یکی از خودروها را برای امور شخصی مورد استفاده قرار دهد، حال اگر هدف تاجر را از انعقاد قرارداد مدنظر قرار دهیم وی هرگز مشمول قانون مصرف نخواهد شد، اما اگر استفاده عملی را مبنا قرار دهیم تاجر مصرف کننده است. اقتضای عدالت هم همین است.

نکته دیگر که در این مبحث لازم به ذکر است اینکه بیان داشتیم که مصرف کننده شخصی است که پس از فراهم آوردن کالا یا خدمت، آنرا در امور غیرحرفه‌ای و غیرتجاری مورد استفاده قرار می‌دهد، از همین جا نیز می‌توان دریافت که مصرف کننده لزوماً بایست شخص حقیقی باشد. چطور می‌توان متصور شد که شخص حقوقی از کالا استفاده شخصی کند؟ وقتی بیان می‌شود «در امور غیرحرفه‌ای و غیرتجاری مورد استفاده قرار می‌دهد»، یعنی او برای خود دست به فراهم کردن می‌زند تا استفاده شخصی و خانوادگی کند، از این رو، مصرف کننده لزوماً بایست شخص حقیقی باشد. این امر در آراء آنان که توصیف مثبت هدف تهیه کالا را مبنای تعریف مصرف کننده قرار داده‌اند نیز مستتر است.

موضوع مهم دیگری که وجود دارد و قانونگذار ایران به آن هیچ اشاره‌ای نداشته بحث شخص استفاده کننده است. تا اینجا دانستیم که مصرف کننده شخصی است حقیقی که از کالا یا خدمت فراهم شده توسط خود استفاده‌ای غیرحرفه‌ای می‌کند. پرسشی که به میان می‌آید این است: آیا شخص حقیقی باید شخصاً از کالا و خدمات استفاده کند؟ دلیل پرسش این است که معمولاً افراد خانواده یا بستگان فرد و گاه افراد مجاز از سوی او نیز به استفاده از کالا و خدمات می‌پردازند، اگر آنان حین استفاده متضرر شوند چه؟ آیا آنان را هم باید مصرف کننده پنداشت؟

آنان که موافق عدم شمول مصرف کننده به اشخاص ثالث هستند، به اصل نسبی بودن قراردادهای تکیه کرده‌اند و اصل نسبی بودن را اصلی مطلق و غیرقابل خدشه می‌یابند، اما باید در نظر داشت که قانونگذار در موارد استثنایی از این اصل عدول کرده است (مواد ۱۹۶، ۷۶۸ قانون مدنی و ماده ۴۸۹ قانون تجارت). ضمن آن که بیشتر آنان که در عمل مصرف کننده‌اند افرادی

نیستند که قرارداد را منعقد کرده‌اند و این، با فلسفه حمایت از مصرف‌کننده در تضاد کامل است؛ نفس پذیرش حقوق مصرف‌کننده در قوانین یک کشور، به معنای پذیرفتن استثنایی بر قاعده نسبی بودن قراردادهاست و این امری است ناگزیر. ضمن آن که در قراردادهای مصرف‌چپه پیشه‌ور و چه مصرف‌کننده با این تفکر دست به معامله می‌زنند که فقط شخص خریدار مشمول حقوق مصرف‌نیست، هر چند قواعد حقوق مصرف‌قواعدی آمراوند و نیازی به داشتن این تفکر در طرفین نیست. در عرف نیز مصرف‌کننده را شخصی گویند که در عمل کالا را مورد استفاده قرار می‌دهد.

نکته‌ای که در آخر این بحث بیان آن لازم به نظر می‌رسد این است که مورد استفاده قرار دادن کالا و خدمات نباید هیچ ارتباطی با حرفه و تجارت فرد داشته باشد. مقصود از «هیچ ارتباطی» ارتباط مستقیم و غیرمستقیم است. استفاده مرتبط با حرفه و تجارت فرد ولو غیر مستقیم، فرد را از حمایت قانون محروم می‌سازد. لذا استفاده فرد از کالا و خدمات باید فاقد ارتباط مستقیم و یا غیرمستقیم با حرفه و تجارتش باشد تا مشمول قانون مصرف‌گردد. باید توجه داشت که این نکته هیچ تداخلی با این موضوع ندارد که فرد از کالا هم استفاده شخصی می‌کند هم حرفه‌ای. چرا که در هر دو موضوع باید استفاده ارجح را ملاک عمل قرار داد، یعنی اگر فردی از کالایی استفاده ارجح در اموری می‌کند که به طور غیرمستقیم با حرفه‌اش در ارتباط است، نباید مشمول قانون مصرف‌شود.

۳. عرضه‌کننده

"عرضه‌کننده" نیز به عنوان یکی دیگر از اساسی‌ترین مفاهیم حقوق مصرف‌باید مورد بررسی و دقت نظر قرار گیرد، که در ادامه به کنکاش در این مورد می‌پردازیم.

۱،۳. تعریف عرضه‌کننده

۱،۱،۳. عرضه‌کننده در لغت

عرضه‌کننده به صورت اسم فاعل در فرهنگ لغت نیامده اما، عرضه کردن در لغت‌نامه دهخدا به معنای عرض کردن، پیشداستن، پیشنهادن، پیشنهادکردن، فرآپیشداستن و به معرض درآوردن^۱ و در فرهنگ معین به معنای آشکار ساختن، نشان دادن، ارائه و اظهار (معین، ۱۳۸۳، ص ۷۵۸)

^۱. <https://goo.gl/vTHvjJ>

آمده است. در زبان انگلیسی معادل عرضه کننده واژه‌های سپلایر^۱ و پرووایدر^۲ قرار دارد. همچنین در زبان فرانسه معادل این لغت واژه‌های فونیسر^۳ و پورویر^۴ قرار دارد. در دیکشنری آکسفورد سپلایر به معنای شخص یا شرکتی آمده است که کالایی را تأمین می‌کند (Soanes & others, 2005, p854). در زبان فرانسه نیز فونیسر تقریباً به همان معناست.

۲،۱،۳. عرضه کننده در اصطلاح عرفی

در علم اقتصاد عرضه نشان‌دهنده یک وضعیت است و آن «عبارتست از مقدار کالا و یا خدمتی که برای فروش در یک قیمت معین در دسترس خریدار قرار دارد» (قرباگیان، ۱۳۷۶، ۷۷۸). عرضه کننده در اصطلاح عرفی به فردی گفته می‌شود که کالا یا خدمتی را در معرض فروش قرار می‌دهد. این مفهوم در حقوق ایران و اتحادیه اروپا مختلف است.

۳،۱،۳. عرضه کننده کالا و خدمات در حقوق ایران

در بحث حقوق مصرف کننده، همانطور که یک طرف مصرف کننده است، همیشه طرف دیگر پیشه‌ور یا عرضه کننده است (see: Anoop K, 2006, p.11). قوانینی که در زمینه حقوق مصرف کننده تدوین می‌گردند سعی در برقراری رابطه‌ای دارند که در آن رابطه دو طرف احساس رضایت کنند، یعنی یک بازی برد - برد باشد، لذا به نظر می‌رسد نام‌گذاری قوانینی تحت عنوان «قانون حمایت از مصرف کننده» با فلسفه و روح قانون همخوانی چندانی نداشته باشد و بیشتر به شعاری در جامعه‌ای بماند که مصرف کننده از حمایت قانونی ناامید شده باشد؛ لذا به جای قانون حمایت از مصرف کننده، عنوان «قانون مصرف» پیشنهاد می‌گردد، این عنوان جدای از آن که با فلسفه این حقوق سازگارتر است، قانون‌گذار را به تدوین قوانین جامع‌تری ترغیب می‌کند و باعث می‌شود به جای پرداختن به NGOها، مسائل اصلی حقوق مصرف را لحاظ کند، مثلاً تعریفی درستی از مصرف کننده به دست دهد، و بعد به NGOها بپردازد.

1. Supplier.

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/supplier>

2. Provider.

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/provider>

3. Fournisseur.

<http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/fournisseur/34866?q=Fournisseur>

4. Pourvoyeur.

<http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/pourvoyeur/63157?q=pourvoyeur>

در حقوق ایران در چند قانون، قانونگذار به تعریف عرضه‌کننده کالا و خدمات^۱ پرداخته است؛ ابتدا در قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۲ و بعد در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب سال ۱۳۸۶ و سپس در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب سال ۱۳۸۸.

در قانون تجارت الکترونیکی بسته به هدف وضع قانون، قانون‌گذار برای تعریف عرضه‌کننده از عبارت «تأمین‌کننده» استفاده کرده‌است، در بند «ع» ماده ۲ آمده است: «تأمین‌کننده» (Supplier): عبارت از شخصی است که بنا به اهلیت تجاری، صنفی یا حرفه-ای فعالیت می‌کند».

بند ۲ و ۳ ماده یک قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو نیز سعی در بیان مفهوم عرضه‌کننده دارد:

بند ۲: «عرضه‌کننده: هر شخص حقیقی یا حقوقی که به طور مستقیم یا از طریق واسطه فروش مبادرت به فروش خودروهای نو تولیدی یا وارداتی خود می‌کند».

بند ۳: «واسطه فروش: هر شخص حقیقی یا حقوقی که با موافقت عرضه‌کننده نسبت به فروش خودروی نو اقدام می‌کند».

هرچند قانون‌گذار این دو مفهوم را از هم جدا کرده است اما نگفته پیداست که هر دو مفهوم عرضه‌کننده‌اند و نیازی به جدا کردن آن نبود.

در بند ۲ ماده یک قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در تعریف عرضه‌کننده آورده‌اند که: «عرضه‌کنندگان کالا و خدمات: به کلیه تولیدکنندگان، واردکنندگان، توزیع‌کنندگان، فروشندگان کالا و ارائه‌کنندگان خدمات اعم از فنی و حرفه‌ای و همچنین کلیه دستگاه‌ها، مؤسسات و شرکت‌هایی که شمول قانون بر آنها مستلزم ذکر یا تصریح نام است و به طور مستقیم یا غیرمستقیم و به صورت کلی یا جزئی کالا یا خدمت به مصرف‌کننده ارائه می‌نمایند اطلاق می‌شود».

قانون‌گذار در این تعریف مفهومی از عرضه‌کننده ارائه می‌دهد که بسیار کلی است و تمامی افرادی که در تولید و عرضه کالا و خدمات دست دارند را مشمول این تعریف می‌کند، با این اوصاف معلوم نیست که این کار تعمدی بوده است یا سهوی، در هر دو فرض این اقدام چندان شایسته نیست. مثلاً چنانچه فردی نسبت به فروش لوازم منزل خود اقدام کند، مشمول این

۱. از این پس برای رعایت اختصار به جای عرضه‌کننده کالا و خدمات، از عرضه‌کننده استفاده می‌شود.

تعریف شده و عرضه کننده محسوب می شود در حالی که در هیچ قانونی این رابطه قراردادی بین فروشنده‌ای که لوازم خانه خود را می فروشد و خریداری که آن را می خرد قواعد حاکم بر قرارداد مصرف حکومت نخواهد کرد.

همان طور که هر خریداری مصرف کننده نیست، باید بیان داشت که هر فروشنده‌ای هم عرضه کننده نیست.

برای عرضه کننده دانستن شخص باید یک سری مقتضیات موجود باشد، مثلا در بند چهارم ماده ۲ دستورالعمل ۹۸/۶/EC اتحادیه اروپا^۱، آمده است:

«تاجر: به معنای هر شخص حقیقی یا حقوقی است که اقدام به فروش کالاهایش در فعالیت‌های تجاری یا حرفه‌ای خود می کند و یا پیشنهاد فروش آنها را می دهد».

نکته حایز اهمیت این ماده از دستورالعمل این است که شخص می باید در زمینه حرفه‌اش اقدام کند تا مشمول عنوان عرضه کننده گردد. طبق این تعریف زمانی که فرد اقدام به فروش کالایی می کند که در زمینه تجارت و حرفه‌اش نیست، وی عرضه کننده محسوب نمی شود، اما چنانچه به فروش آن کالا ممارست ورزد که حرفه وی بشود، آنوقت تحت عنوان عرضه کننده شناخته می شود.

یکی از اهداف وضع قوانین حمایتی مفروض دانستن فقدان تعادل قراردادی است که آنان که حرفه‌ای بودن عرضه کننده را از الزامات تعریف می دانند، اعتقاد دارند که فرض وجود عدم تعادل قراردادی بدون حرفه‌ای بودن شخص فروشنده امکان پذیر نیست.

در هر روی تعریف قانون گذار ما از عرضه کننده تعریفی نیست که حقوقدانان را اقتناع کند. با این حال ماده مزبور دارای چند نکته است:

ابتدا آن که ماده از دو بخش تشکیل شده است، بخش اول سعی در بیان مفهوم عرضه کنندگان خصوصی دارد و بخش دوم سعی در بیان مفهوم عرضه کنندگان دولتی، این عبارت را از «دستگاه‌ها» می توان دریافت.

نکته دیگر آن که بخش نخست ماده هم اشخاص حقیقی را در بر می گیرد هم اشخاص حقوقی را، و این از بدیهیات تعریف عرضه کننده در تمام نظام‌های حقوقی دنیا است.

ضمن آن که صرف تولید کالا کفایت نمی کند، کالا باید عرضه شود تا قوانین حمایتی بتوانند قابلیت اجرا بیابند (غفاری فارسانی، ۱۳۸۹، ص ۱۰۳). لذا بیان عبارت «تولیدکنندگان» در ماده

1. Directive 98/6/EC of the European Parliament and of the Council of 16 February 1998 on consumer protection in the indication of the prices of products offered to consumers

۳ قانون حمایت از مصرف‌کنندگان بعد از «عرضه‌کنندگان» چندان منطقی به نظر نمی‌رسد، چرا که وقتی عرضه‌کننده در برگیرنده تولیدکننده نیز هست، نیازی نیست این دو عبارت در کنار هم به گونه‌ای بیان شوند که گویی دارای مفهومی متمایزند، در حالی که این گونه نیست.^۱ نکته‌ای که حایز اهمیت است این که قانون‌گذار ایران شرکت‌های دولتی و مؤسسات و دستگاه‌هایی که تحت حکومت دولت فعالیت می‌کنند را از تعریف خارج نکرده است و نبایست هم خارج می‌کرد، چرا که تعداد مصرف‌کنندگان کالا و خدمات شرکت‌ها و دستگاه‌های دولتی رقم قابل توجهی است.

۴،۱،۳. عرضه‌کننده کالا و خدمات در دستورالعمل‌های اتحادیه اروپا

کثرت دستورالعمل‌های اتحادیه اروپا، خود موجب ارائه تعاریف مختلف از مفاهیم یکسان است که در این بین دو نکته حایز اهمیت است، اول اینکه هر چند تعاریف مزبور متفاوتند اما این تفاوت، تفاوتی بنیادی نیست. دوم آن که تفاوت بین تعاریف به واسطه تفاوت هدف از تدوین دستورالعمل‌هاست. در خصوص تعاریف عرضه‌کننده نیز وضع به همین صورت است. در دستورالعمل‌های موصوف عرضه‌کننده کالا و خدمات با تعابیر مختلف بیان شده است، گاه تأمین‌کننده می‌شود، گاه تاجر و گاه تولیدکننده. در جهت تنقیح مطلب به چندین دستورالعمل اشاره می‌شود.

در ماده ۲ دستورالعمل ۸۵/۵۷۷/EEC در خصوص حمایت از مصرف‌کنندگان در خصوص توافقات قراردادی خارج از محل تجاری آمده است:

«تاجر شخصی حقیقی یا حقوقی است که در معامله به شغل حرفه‌ای و تجاری‌اش عمل می‌کند، همچنین است کسی که با نام او یا از جانب وی اقدام می‌کند».

همانطور که ملاحظه می‌شود در این ماده طرف مقابل مصرف‌کننده تاجر نام می‌گیرد.

در قسمت ب بند دوم ماده یک دستورالعمل ۸۷/۱۰۲/EEC راجع به اعتبار مصرف‌کننده آورده شده است:

^۱ در ابتدای ماده ۳ بیان شده است: «عرضه‌کنندگان کالا و خدمات و تولیدکنندگان مکلفند...».

^۲ Council Directive 85/577/EEC of 20 December 1985 to protect the consumer in respect of contracts negotiated away from business premises.

این دستورالعمل، دستورالعمل فروش Door-to-Door نیز نامیده می‌شود.

^۳ Council Directive 87/102/EEC of 22 December 1986 for the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning consumer credit.

«طلبکار یا اعتبار دهنده: شخصی حقیقی یا حقوقی است که در تجارت، کسب و کار و حرفه‌اش اعتبار اعطاء می‌کند...».

بند چهارم ماده ۲ دستورالعمل ۹۲/۵۹/EEC راجع به ایمنی محصول در دسترس عموم^۱:
«تولید کننده به معنای:

تولید کننده محصول؛ وقتی که وی در همان جامعه کالا تولید می‌کند، یا هر شخص دیگری که خود را با انتصاب یک محصول، علامت تجاری یا علامت مشخص به نام خود به عنوان تولید کننده مطرح می‌کند؛ یا شخصی که محصولی را کاملاً تعمیر می‌کند.
نماینده کارخانه سازنده؛ وقتی که تاجر در آن جامعه دست به تولید نمی‌زند. اگر هم هیچ نماینده تولیدی نداشته باشد، وارد کننده محصول.

دیگر اشخاص حرفه ای در زنجیره تامین، تا جایی که فعالیت‌هایشان ممکن است ایمنی یک محصول در بازار را تحت تاثیر قرار دهد».

بند سوم از ماده ۲ دستورالعمل ۹۳/۱۳/EEC راجع به شروط ناعادلانه در قراردادهای مصرف کننده^۲:

«فروشنده یا تأمین کننده: هر شخص حقیقی یا حقوقی که در قراردادهای تحت حاکمیت این دستورالعمل در جهت مقاصد تجاری، کسب و کار یا حرفه خود اقدام می‌کند، چه تحت مالکیت بخش دولتی باشد چه تحت مالکیت بخش خصوصی.

ماده یک دستورالعمل ۹۴/۴۷/EC راجع به حمایت از خریداران در رابطه با جنبه‌های خاصی از قراردادهای مربوط به حق استفاده از اموال غیرمنقول بر اساس تقسیم زمانی (تایم شرینگ)^۳:

«فروشنده: هر شخص حقیقی یا حقوقی است که تحت حاکمیت این دستورالعمل در جهت مقاصد حرفه‌ای خود، اقدام به ایجاد، نقل و انتقال یا تعهد به انتقال حق در موضوع قرارداد می‌نماید».

بند ۳ ماده یک دستورالعمل ۹۷/۷/EC راجع به حمایت از مصرف کنندگان در رابطه با قراردادهای از راه دور^۴:

¹. Council Directive 92/59/EEC of 29 June 1992 on general product safety.

². Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts.

³. Directive 94/47/EC of the European Parliament and the Council of 26 October 1994 on the protection of purchasers in respect of certain aspects of contracts relating to the purchase of the right to use immovable properties on a timeshare basis.

⁴. Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts.

«تامین کنندگان: هر شخص حقیقی یا حقوقی است که در قراردادهای تحت حاکمیت این دستورالعمل در راستای حرفه و تجارتش اقدام می‌کند».

بند ۲ ماده ۲ دستورالعمل EC/۳۱/۲۰۰۰ راجع به تجارت الکترونیکی^۱:

«فراهم کننده سرویس: هر شخص حقیقی یا حقوقی که فراهم کننده یک شبکه خدمات اطلاعاتی است».

در تمام تعاریف مذکور در واقع طرف مقابل مصرف کننده شخصی است که یا کالایا خدماتی را ارائه می‌دهد، اما بسته به هدفی که هر یک از دستورالعمل‌ها از وضع دارند، با عباراتی متفاوت نسبت به تعریف آن‌ها تلاش شده است، اما در تمامی آن‌ها هسته تعریف ثابت مانده است. می‌توان گفت آن‌چه که در تشخیص عرضه کننده کالا و خدمات از نظر قانونگذار اتحادیه اروپا اهمیت دارد این است که:

۱- شخص اعم از حقیقی و حقوقی است، ۲- کالا و یا خدمتی عرضه می‌شود، ۳- در جهت مقاصد تجاری و حرفه‌ای است.

بی سبب نیست که دیوان دادگستری اروپا قرارداد مصرف کننده را قراردادی می‌داند که میان یک شخص حقیقی که خارج از حرفه یا تجارتش عمل می‌نماید از یک سو و شخصی که برای مقاصد حرفه‌ای و شغلی خود اقدام می‌کند از سوی دیگر منعقد می‌شود (غفاری فارسانی، ۱۳۸۹، ص ۹۹).

۲،۳. تعریف برگزیده عرضه کننده کالا و خدمات و خصوصاً آن

تعریف پیشنهادی: عرضه کننده شخصی حقیقی یا حقوقی است که در راستای حرفه و تجارتش یا به طور گسترده در سطح جامعه، نسبت به عرضه کالا و خدمات اقدام می‌کند.

۱،۲،۳. خصیصه نخست تعریف، شخص حقیقی یا حقوقی

بر خلاف مصرف کننده که لزوماً بایست شخص حقیقی باشد، عرضه کننده اعم از شخص حقیقی و حقوقی است. دلیل این امر واضح است، چرا که هم بیشتر اشخاصی که طرف مقابل مصرف کننده‌اند، اشخاص حقوقی‌اند؛ هم معیار به هم خوردن تعادل قراردادی در این میان قوی‌تر است، در واقع مصرف کننده در مقابل اشخاص حقوقی عرضه کننده بی‌دفاع‌تر است تا اشخاص

^۱. Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ('Directive on electronic commerce').

حقیقی عرضه کننده، چرا که معمولاً اشخاص حقوقی عرضه کننده از فعالیت‌های واحدهای حقوقی خود بهره برده و راه‌های قانونی برای فرار از مسئولیت را بیشتر از اشخاص حقیقی عرضه کننده جستجو می‌کنند.

اطلاق شخص عرضه کننده به حقیقی و حقوقی تا آنجا مبرهن است که می‌توان بیان داشت این مورد یکی از موارد اشتراک در تمام نظام‌های حقوقی دنیاست. در این میان تفاوتی بین شرکت‌های کوچک و بزرگ نیست، همانطور که تفاوتی بین عرضه کننده خرد و کلان وجود ندارد، همه تحت حاکمیت قانون حاکم بر مصرف‌اند. تولیدکننده جزء همانگونه تحت حاکمیت قانون مصرف است که تولیدکننده کلان. هر چند که احتمال ایجاد موقعیت نابرابر برای مصرف کننده در تمام موارد یکسان نیست اما همگی مشمول قانون مصرف‌اند.

در واقع حقوق مصرف بر کلیه مشاغل اعمال می‌شود؛ هم تولیدکنندگان، توزیع کنندگان و فروشندگان کلیه اموال اعم از منقول و غیر منقول، هم ارائه دهندگان خدمات از هر نوع، همگی عرضه کننده‌اند (کله- الووا، ۱۰۸-۱۳۸۹، ص ۱۴۶).

سوال مهمی که در اینجا قابل طرح است آن است که آیا کلیه اشخاص حقوقی مشمول قانون مصرف‌اند؟ هم اشخاص حقوقی حقوق خصوصی هم اشخاص حقوقی حقوق عمومی؟ در خصوص اشخاص حقوقی حقوق خصوصی که وضع روشن است و هیچ کس در عرضه کننده بودن آنان تردید ندارد.

محل بحث اشخاص حقوقی حقوق عمومی است. اشخاص حقوقی حقوق عمومی خود به دو بخش تقسیم می‌شوند، اشخاص حقوقی حقوق عمومی که اعمال حاکمیتی انجام می‌دهند و دیگری آنان که اعمال اقتصادی انجام می‌دهند.

۱،۱،۲،۳. شرکت‌های دولتی

دولت به واسطه قدرت، اطلاعات و نفوذی که دارد، همیشه دست برتر اقتصاد در کشورهای گوناگون بوده است. شرکت‌های دولتی را ماده ۴ قانون مدیریت خدمات کشوری^۱ تعریف کرده است:

۱. قانون مدیریت خدمات کشوری مصوب هشتم مهر ماه ۱۳۸۶ کمیسیون مشترک رسیدگی به لایحه مدیریت خدمات کشوری مجلس شورای اسلامی مطابق اصل هشتاد و پنجم (۸۵) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران که به مجلس شورای اسلامی تقدیم گردیده بود، پس از موافقت مجلس با اجرای آزمایشی آن به مدت پنج سال، در جلسه علنی مورخ ۱۳۸۶/۷/۱۸ به تأیید شورای نگهبان رسید و در تاریخ ۱۳۸۶/۷/۲۵ جهت اجرا طی نامه‌ای از سوی رئیس مجلس به دولت ابلاغ گردید.

« بنگاه اقتصادی است که به موجب قانون برای انجام قسمتی از تصدی‌های دولت به‌موجب سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی، ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری جزء وظایف دولت محسوب می‌گردد، ایجاد و بیش از پنجاه درصد (۵۰٪) سرمایه و سهام آن متعلق به دولت می‌باشد. هر شرکت تجاری که از طریق سرمایه‌گذاری وزارتخانه‌ها، مؤسسات دولتی و شرکت‌های دولتی منفرداً یا مشترکاً ایجاد شده مادام که بیش از پنجاه درصد (۵۰٪) سهام آنها منفرداً یا مشترکاً متعلق به واحدهای سازمانی فوق‌الذکر باشد شرکت دولتی است.

تبصره ۱- تشکیل شرکت‌های دولتی تحت هریک از عناوین فوق‌الذکر صرفاً با تصویب مجلس شورای اسلامی مجاز است، همچنین تبدیل شرکت‌هایی که سهام شرکت‌های دولتی در آنها کمتر از پنجاه درصد (۵۰٪) است با افزایش سرمایه به شرکت دولتی ممنوع است.

تبصره ۲- شرکت‌هایی که به حکم قانون یا دادگاه صالح، ملی و یا مصادره شده و شرکت دولتی شناخته شده یا می‌شوند، شرکت دولتی تلقی می‌گردند.

تبصره ۳- احکام «شرکت‌های دولتی» که در این قانون ذکر شده بر کلیه شرکت‌هایی که شمول قوانین و مقررات عمومی بر آنها مستلزم ذکر یا تصریح نام است نیز اعمال خواهد شد.»

شرکت‌های دولتی را فارغ از اینکه تاجر بدانیم یا ندانیم، بایست از جمله عرضه‌کنندگان بیاوریم و آنان را مشمول قانون مصرف بدانیم. شرکت‌های دولتی مخصوصاً در جامعه ما دست به فعالیت‌های گسترده اقتصادی می‌زنند و اکثراً موضوع آن‌ها انحصاری است، لذا حمایت از مصرف‌کنندگان در مقابل این ابر قدرت اجتماع نه تنها منطقی است، بلکه ضروری به نظر می‌رسد. شرکت‌های دولتی به واسطه حمایت‌های دولت و داشتن اطلاعات انحصاری از قدرتی به مراتب بیشتر از شرکت‌های خصوصی بهره‌مندند و جای تعجب نخواهند داشت که به هم خوردن تعادل قراردادی در این موارد بیشتر باشد و مصرف‌کننده بیش از پیش بی‌دفاع گردد، لذا حمایت از مصرف‌کننده در این موارد امری بسیار ضروری است.

بنابراین به عنوان مثال شرکت ملی نفت ایران و شرکت‌های تابعه در مقابل مصرف‌کنندگان مشمول قوانین مصرف‌اند. همچنین است شرکت مخابرات ایران و کلیه شرکت‌های مشمول ماده ۴ قانون محاسبات عمومی کشور.

۲،۱،۲،۳ تشکیلات و مؤسسات دولتی

در خصوص تشکیلات و مؤسسات دولتی در حقوق ما وضع کمی پیچیده است. ما در تعریف عرضه‌کننده، داشتن شخصیت حقوقی یا حقیقی را به عنوان نخستین عنصر تعریف بیان

داشتیم. عده‌ای تشکیلات و موسسات دولتی را فاقد شخصیت حقوقی می‌دانند و غرض از ماده ۵۸۷ قانون تجارت را شخصیت بخشی به این تشکیلات نمی‌دانند (اسکینی، ۱۳۸۹، ص ۱۲۰ و طباطبایی مومنی، ۱۳۸۳، ص ۲۹۰). ماده ۵۸۷ قانون تجارت بیان می‌دارد: «موسسات و تشکیلات دولتی و بلدی به محض ایجاد و بدون احتیاج به ثبت دارای شخصیت حقوقی می‌شوند».

ما در تعریف هدف کسب سود را نیاوردیم؛ هر چند که هدف از اشتغال به حرفه کسب سود است، هدف این تشکیلات کسب سود نیست اما این‌ها در ارتباطشان با مصرف کننده در موقعیت برتر قرار دارند؛ لذا باید مشمول قانون مصرف باشند. چرا نباید مصرف کننده در مقابل خدمات انحصاری توزیع تنباکو و سیگار از حمایت قانونی برخوردار باشد؟ درست است که دولت در این امر به وظایف خود عمل می‌کند اما چون دست به اقدامی می‌زند که با فلسفه حمایت از حقوق مصرف کننده همخوانی کامل دارد، دلیلی نداریم که این تشکیلات را از حکومت قانون مصرف خارج کنیم (کله-الووا، ۱۰۸-۱۳۸۹، ص ۱۴۷). بنابر این تاجر بودن شخص حقوقی الزاماً ملاک عرضه کننده بودن وی نیست. تنها تشکیلاتی از دولت عرضه کننده نیست که خدمات رایگان و عمومی ارائه می‌دهد، از همین رو در خصوص عرضه کننده نبودن دادگستری تردید وجود دارد، چرا که افراد در بهره مندی از این خدمات پول می‌پردازند. ضمن آن که این قبیل تشکیلات در سطح جامعه بطور گسترده به ارائه کالا و خدمات می‌پردازند و با تعریف عرضه کننده نیز مطابقت دارد. از سوی دیگر تحت شمول قراردادن این تشکیلات فایده‌های عملی فراوانی نیز دارد. بی دلیل نیست که اتحادیه اروپا در همین راستا دستورالعمل‌های متعددی برای بهبود روابط ادارات و مراجعه کنندگان پیش‌بینی کرده است. در حقوق فرانسه و اتحادیه اروپا این گرایش وجود دارد که خدمات عمومی هم مشمول حقوق مصرف بشود (کله-الووا، ۱۰۸-۱۳۸۹، ص ۱۴۷).

۲.۲.۳. خصیصه دوم تعریف، در راستای حرفه و تجارت یا به طور گسترده در سطح جامعه

در دستورالعمل‌های اتحادیه اروپا آن چه که بیشتر از همه به چشم می‌خورد، عمل در راستای حرفه و تجارت است. این قید تا آنجا ضروری است که به عقیده بعضی وجود این قید تقریباً مورد اتفاق قوانین و صاحب نظران است (Bragg, 1991, p3). مقصود از «در راستای حرفه و تجارت» این است که در حوزه فعالیت او باشد، مثلاً مشاوران خانوادگی و معماران ذهن. اما

نکته‌ای که جای تامل دارد، عرضه‌کنندگان کالا و خدماتی هستند که به طور گسترده در جامعه دست به عرضه کالا و خدمات می‌زنند اما، اعمال آنان به گونه‌ای نیست که بگوییم در راستای حرفه و تجارتشان اقدام می‌کنند. فرض کنید شخص الف که فروشنده قالی است و سال‌ها در آن حیطه فعالیت می‌کند، به پیشنهاد دوستش که تولیدکننده یخچال است برای یک بار تعداد ۵۰ دستگاه یخچال از او می‌خرد تا به فروش برساند. طبق تعریف معمول، وی در فروش یخچال‌ها بر این اساس که در «راستای حرفه و تجارتش» باشد عمل ننموده است. حرفه و تجارت او چیز دیگری است، در حالی که وی دست به فعالیت اقتصادی زده است و از این امر بهره برده است ولی با این ترفند که حرفه‌ای نبوده است توانسته از حکومت قانون مصرف‌بگریزد. قید تعریف پیشنهادی از این امر جلوگیری می‌کند تا هم اهداف حقوق مصرف‌برآورده شود هم افراد غیرمتخصص در چنین اقداماتی محتاط عمل کنند. لذا اضافه کردن قید «یا بطور گسترده در سطح جامعه» ضروری به نظر می‌آید. مگر آن که قید «در راستای حرفه و تجارت» را چنان تفسیر موسع کنیم که این امر را هم پوشش دهد، مثلاً در نمونه بالا بگوییم با فروش چندین دستگاه از یخچال‌های موصوف، وی حرفه‌ای محسوب می‌شود که البته توالی فاسدی دارد، مثل آن که قرارداد فروشنده با چند نفر نخستی که دستگاه را از وی خریدند، در خصوص فروشنده، مشمول قانون مصرف نمی‌شود، در حالی که در همین مورد در راستای اجرای قیدی که به تعریف اضافه شده است، یا هیچ یک از مشتریان مشمول حقوق مصرف نمی‌شوند - در فرضی که اقدامش مصداق اقدام در سطح گسترده نباشد- یا همگی مشمول حقوق مصرف می‌شوند و تبعیض بین مشتریان پدیدار نمی‌گردد و افراد بیشتری که نیاز به حمایت قانونی دارند تحت شمول قانون حمایت از مصرف قرار می‌گیرند.

نتیجه‌گیری

یکی از موارد بسیار مهم و اصلی حمایت از مصرف‌کننده چه در حقوق داخلی و چه در حقوق کشورهای عضو اتحادیه اروپا ارائه ماهیتی دقیق و تعریفی جامع و مانع از مصرف‌کننده و عرضه‌کننده است. در حقوق ایران علی‌رغم تصویب چند قانون یعنی قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۲، قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب سال ۱۳۸۶ و همچنین قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب سال ۱۳۸۸، هنوز تعریفی کامل از این دو مفهوم در دست نداریم. تعاریف دستورالعمل‌های اتحادیه اروپا بالاخص قوانین کشور فرانسه و انگلیس در مقایسه با قوانین ایران مناسب‌تر هستند، در جدیدترین مورد آن قانونگذار فرانسه در قانون

راجع به مصرف کننده مصوب ۱۷ مارس ۲۰۱۴ به تعریف مصرف کننده پرداخت. در ماده ۳ این قانون آمده است: «مصرف کننده هر شخص حقیقی است که برای اهدافی خارج از حیطه تجاری، شغلی، صنعتی و یا حرفه ای خود، عمل می کند». همچنین قانونگذار انگلستان در سال ۲۰۱۵ نیز در قانون حقوق مصرف کننده آورده است که «مصرف کننده یک شخص حقیقی است که برای اهدافی عمدتاً یا کلاً خارج از حیطه تجاری، شغلی، صنعتی و یا حرفه ای خود، عمل می کند»؛ با این که این تعاریف نسبتاً جامع و مانع هستند، به نظر می رسد می تواند کامل تر باشد. از این رو ضمن شناخت عناصر اساسی لازم در تعریف این دو مفهوم تعاریف زیر پیشنهاد گردید:

تعریف مصرف کننده: مصرف کننده هر شخص حقیقی است که کالا یا خدمتی را در امور غیر حرفه ای و غیر تجاری، مورد استفاده قرار می دهد.

تعریف عرضه کننده: عرضه کننده شخصی حقیقی یا حقوقی است که در راستای حرفه و تجارتش یا به طور گسترده در سطح جامعه، نسبت به عرضه کالا و خدمات اقدام می کند. مطابق تعریف مصرف کننده، وی تنها می تواند شخص حقیقی باشد که به نظر برای دوری جستن از مضار داخل کردن شخص حقوقی به تعریف مصرف کننده باید قایل به آن بود موضوعی که در حقوق اتحادیه اروپا امری مسجل است، همچنین بر خلاف قانون ایران که تنها شخص معامل را مصرف کننده می داند، مطابق با فلسفه حمایت از حقوق مصرف، باید به شخصی که کالا و خدمات را مورد استفاده قرار می دهد توجه کرد از این رو علاوه بر معامل، خانواده و اشخاص حقیقی مأذون از جانب او را هم مصرف کننده هستند.

بر اساس تعریف عرضه کننده، بر خلاف مصرف کننده که لزوماً بایست شخص حقیقی باشد، عرضه کننده اعم از شخص حقیقی و حقوقی است که فعالیت او می تواند در راستای حرفه و تجارت وی و یا به طور گسترده در سطح جامعه باشد، بنابراین چنانچه فعالیت عرضه کننده در راستای حرفه و تجارت او نباشد اما به طور گسترده در جامعه اقدام به ارائه کالا و خدمات بنماید مشمول قوانین مصرف خواهد بود.

همچنین پیشنهاد گردید به جای استعمال "قوانین حمایت از حقوق مصرف کننده" به جهت تناسب بیشتر عنوان با محتوا از عبارت "قوانین حمایت از حقوق مصرف" استفاده گردد.

با این همه به نظر می رسد علی رغم آنکه قانونگذار ایران تلاش هایی را در سال های اخیر در جهت حمایت از حقوق مصرف به عمل آورده است، این تلاش ها کافی نباشد. ما برای آنکه بتوانیم حمایتی واقعی و مناسب از اشخاصی خاص به عمل آوریم ابتدا باید به طور دقیق

مشخص کنیم که این اشخاص چه کسانی هستند و این شناسایی با فلسفه حمایتی تجانس کامل داشته باشد، که این امر در این مصداق، به دست دادن تعریفی جامع و مانع از مصرف کننده و عرضه کننده است.

منابع

الف: فارسی

۱) قوانین

۱. آیین نامه اصلاحی ثبت تشکیلات و موسسات غیر تجاری مصوب سال ۱۳۳۷.
۲. قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۲.
۳. قانون تجارت مصوب ۱۳۱۱.
۴. قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودر و مصوب سال ۱۳۸۶.
۵. قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان مصوب سال ۱۳۸۸.

۲) کتب

۶. اسکینی، ربیعا (۱۳۸۹)، شرکت های تجاری، تهران، سمت.
۷. حیاتی، علی عباس (۱۳۸۹)، اموال و مالکیت، تهران، میزان.
۸. دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۶)، لغت نامه فارسی، تهران، دانشگاه تهران-موسسه لغت نامه دهخدا.
۹. طباطبایی مومنی، منوچهر (۱۳۸۳)، حقوق اداری، تهران، سمت.
۱۰. معین، محمد (۱۳۸۳)، فرهنگ فارسی، تهران، سرایش.

۳) مقالات

۱۱. غفاری فارسانی، بهنام (۱۳۸۹)، مصرف کننده و حقوق بنیادین او، تهران، موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی.
۱۲. قرباغان، مرتضی (۱۳۷۶)، فرهنگ اقتصاد و بازرگانی، تهران، رسا، چاپ دوم.
۱۳. کله-الووا، ژان (۱۳۸۹)، حقوق مصرف، ترجمه مجید ادیب، ماهنامه کانون، ش ۱۰۸، صص ۱۴۰ - ۱۴۷.
۱۴. کله-الووا، ژان (۱۳۸۹)، حقوق مصرف، ترجمه مجید ادیب، ماهنامه کانون، ش ۱۰۹، صص ۱۰۸ - ۱۲۰.
۱۵. گلریز، حسن (۱۳۸۳)، آموزش اصطلاحات، مجله بانک و اقتصاد، ش ۵۴، صص ۳۴-۳۷.

(ب) خارجی

(۱) قوانین

16. Consumer Rights Act 2015, , available at:
<http://www.legislation.gov.uk/id/ukpga/2015/15>
17. Convention on jurisdiction and the enforcement of judgments in civil and commercial matters of 27 September 1968 (1968 Brussels Convention).
18. Convention on the law applicable to contractual obligations (Rome Convention).
19. Council Directive 85/577/EEC of 20 December 1985 to protect the consumer in respect of contracts negotiated away from business premises
20. Council Directive 87/102/EEC of 22 December 1986 for the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning consumer credit
21. Council Directive 92/59/EEC of 29 June 1992 on general product safety
22. Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts
23. Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ('Directive on electronic commerce')
24. Directive 94/47/EC of the European Parliament and the Council of 26 October 1994 on the protection of purchasers in respect of certain aspects of contracts relating to the purchase of the right to use immovable properties on a timeshare basis.
25. Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts
26. Directive 98/6/EC of the European Parliament and of the Council of 16 February 1998 on consumer protection in the indication of the prices of products offered to consumers.
27. Loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation, available at:
<https://goo.gl/9vL1CI>
28. The Unfair Terms in Consumer Contracts Regulation, 1999
29. United Kingdoms Consumer Protection Act 1987.

(۲) کتب

30. Anoop K Kaushal (2006), Universal's Practical Guide to Consumer Protection Law, India, Universal Law Publishing.
31. Black Duncan (2009), Collins English Dictionary, United Kingdom, HarperCollins.
32. Bragg, Richard j(1991), Trade Descriptions: A Study of the Trade Descriptions Act 1968 and Part III, Consumer Protection Act 1987, united kingdom, Clarendon Press.
33. Cartwright Peter (2001), Consumer Protection and the Criminal Law: Law, Theory, and Policy in the UK, United Kingdom, Cambridge University Press.

34. Giri ,H. N(1987), consumers, Crimes and the Law, United States, South Asia Books, (1987).
35. Goldring John, Maher Laurence, McKeough Jill (1998), Consumer Protection Law, Sydney, The Federation Press.
36. Soanes Catherine, Hawker Sara, Elliott Julia, George Fowler Francis, Watson Fowler Henry (2005), Pocket Oxford English Dictionary, United Kingdom, Oxford University Press.
37. Viswanathan Vallanadu Narayanan (2008), Consumer Rights in Service Sector, India, Concept Publishing Company.

۳) مقالات

38. Herre (Chair), Johnny , Hondius Ewoud, Alpa Guido (2002), From the Task Force on Consumers and Professionals, The notions of consumer and professional and some related questions. Available at:
http://www.sgecc.uos.de/media/downloads/consumers_and_professionals.pdf

پ: تارنماها

39. <http://www.loghatnaameh.org/dehkhodaworddetail-5d91eaf338e7458fbc6da0670d4d56bb-fa.html>

