

قلمرو اعمال قوانین حمایت از مصرف‌کننده و عوامل موثر بر آن^۱ «بخش نخست: مفهوم مصرف‌کننده»

دکتر مرتضی عادل^۲

استادیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران

بهنام غفاری فارسانی^۳

دانشجوی دکتری حقوق خصوصی دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۸۸/۹/۱۸ - تاریخ پذیرش: ۸۸/۱۱/۲۹

چکیده

امروزه در غالب کشورهای جهان، قوانینی از تصویب قوه قانونگذاری آنان گذشته است که اختصاصاً حقوق راجع به مصرف‌کنندگان و قواعد کلی حمایت از آنان را به صورت یکجا و جامع، در خود گنجانده‌اند. از همین رو، بخش اعظمی از متون حقوقی راجع به حقوق حمایت از مصرف‌کنندگان، به تفسیر و توضیح این قوانین اختصاص یافته است. اما آن‌چه که کمتر مورد توجه نویسندگان داخلی و خارجی این حوزه بوده، موضوع ارکان لازم و اساسی جهت اعمال قوانین فوق است. ارکانی که مبین قلمرو و شرایط مورد نیاز برای اجرای قوانین مزبور به شمار می‌روند.

صرف نظر از عوامل اقتصادی، به طور کلی می‌توان گفت تعیین دقیق دامنه شمول قوانین مورد بحث، به سه رکن اساسی و مفهوم آنان وابسته است که عبارتند از: "مصرف‌کننده"، "تولیدکننده" و "عرضه‌کننده". در کنار این ارکان، دانستن "رابطه حقوقی میان آن دو" نیز ضروری است. در مقاله حاضر این ارکان در قالب سه گفتار به همراه مطالعه تطبیقی مورد بررسی قرار خواهند گرفت. مطالعه مزبور می‌تواند قانون‌گذار کشور ما را در وضع قانونی مناسب و هماهنگ با نیازهای این حوزه، یاری رساند. به علت حجم زیاد مطالب، این مقاله در دو بخش (در دو شماره) ارائه می‌گردد. در بخش نخست، در کنار درآمد بحث، گفتار اول آورده شده است و در بخش دوم، به دو گفتار بعدی می‌پردازیم. نتیجه‌گیری مقاله نیز در بخش دوم ارائه خواهد گردید.

واژه‌های کلیدی: مصرف‌کننده، تولیدکننده، عرضه‌کننده، رضایت به مصرف، حمایت از حقوق مصرف‌کننده، حقوق ایران.

۱- این مقاله با اندکی دخل و تصرف، برگرفته از طرح پژوهشی «مصرف‌کننده و حقوق بنیادین او»، انجام یافته در موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی است.

۲- نویسنده مسئول - فاکس: ۶۶۴۹۷۹۱۲

madel@ut.ac.ir

^۳ bghaffary@ut.ac.ir

مقدمه

از دیرباز در نظام‌های حقوقی مختلف، جهت حفظ نظم عمومی اقتصادی و با توجه به اهمیت کنترل بازار و نظارت بر اعمال تولیدکنندگان توسط دولت، قوانینی وضع گردیده است که به نوعی، حمایت‌هایی را از مصرف‌کنندگان به عمل می‌آوردند. بخش اعظمی از این حمایت‌ها، غیرمستقیم و به شکل ایجاد محدودیت‌هایی برای تولید و عرضه کالاها بودند. در واقع، انگیزه اصلی در پذیرش بیشتر قوانین مذکور، امور دیگری غیر از حمایت از مصرف‌کننده بود. عمدتاً به دلیل پراکندگی، عدم کفایت و گاه غیرموثر بودن این مقررات، از دهه ۱۹۶۰ به بعد، همگام با افزایش تمایل به حمایت موثرتر از مصرف‌کنندگان در جوامع صنعتی (برای مطالعه بیشتر پیرامون تاریخچه حمایت از حقوق مصرف‌کننده؛ ر. ک: عادل و غفاری، ۱۳۸۷، صص ۳۴ به بعد) کم کم این ایده شکل گرفت که اصول و قواعد کلی حمایت از مصرف‌کننده، بدون آن که به کالا یا خدمات خاصی محدود شود، اختصاصاً در یک قانون جامع تهیه گردد تا همه راحت‌تر بتوانند حقوق مصرف‌کننده را دریافت و نسبت به رعایت آن‌ها اقدام نمایند. به عبارت دیگر، به تدریج این اندیشه در ذهن حامیان حقوق مصرف‌کنندگان پا گرفت که بجای گنجاندن حمایت‌ها و امتیازات آنان در قوانین مختلف و پراکنده، قانون ویژه‌ای تدوین گردد و شاخه‌ای مستقل از علم حقوق، به نام «حقوق حمایت از مصرف‌کننده» (Consumer Protection Law or Consumer Law) تاسیس یابد که موضوع اختصاصی آن، بررسی، اصلاح و تفسیر قانون مزبور باشد.

این تفکر نو، بزودی از سوی قانون‌گذاران بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته، در حال توسعه و حتی کم‌تر توسعه‌یافته مورد قبول قرار گرفت به گونه‌ای که در حال حاضر، بسیار اندکند کشورهایی که فاقد چنین قوانینی هستند. از این‌رو، بخش زیادی از تحقیقات صورت‌گرفته در حوزه حمایت از مصرف‌کننده، به تبیین و تفسیر قوانین مزبور اختصاص یافته است. کشور ما نیز پس از درک ضرورت این امر (برای مطالعه بیشتر پیرامون ضرورت حمایت از مصرف‌کننده؛ ر. ک: عادل و غفاری، ۱۳۸۷، صص ۱۸ به بعد) پس از سالها انتظار نهایتاً با تصویب "قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده" در سال گذشته به این جمع پیوست. اما آن چه که کم‌تر مورد توجه محققان داخلی و خارجی واقع گردیده، موضوع ارکان اساسی و لازم برای اعمال قوانین فوق است. ارکانی که مبین قلمرو، دایره شمول و شرایط مورد نیاز برای اجرای قوانین مزبور به شمار می‌روند.

صرف‌نظر از عوامل اقتصادی، قوانین حمایتی مورد بحث از ارکان اساسی دیگری برخوردارند که این ارکان تعیین‌کننده اصلی قلمرو قوانین مزبور هستند. به دیگر سخن، این ارکان و مفهوم آن‌ها قلمرویی را معین می‌کنند که تنها در آن محدوده، قوانین حمایت از مصرف‌کننده قابلیت اعمال می‌یابند. برای این منظور، ابتدا باید دقیقاً دریابیم مصرف‌کننده کیست. سپس، باید با

طرفی که در برابر مصرف‌کننده قرار می‌گیرد و حمایت از مصرف‌کننده در برابر قدرت برتر او موجه می‌گردد، آشنا شویم. همچنین برای درک دقیق قلمرو قوانین مورد بحث، باید در پی رایه پاسخی شایسته به این سوال زیربنایی برآییم که آیا برای اعطای حقوقی ویژه به یک مصرف‌کننده، وجود رابطه‌ای حقوقی میان وی و عرضه‌کنندگان لازم است یا خیر؟ در نهایت، در همین بخش، بررسی خواهد شد که چه اموالی موضوع قوانین مزبور واقع می‌گردند؟ با توجه به مراتب فوق، سه رکن اساسی قوانین حمایت از مصرف‌کننده قابل استخراج است که عبارتند از: مصرف‌کننده، عرضه‌کنندگان کالا و خدمات و رضایت به مصرف (عرضه). به هر یک از این موضوعات در قالب گفتاری جداگانه خواهیم پرداخت.

گفتار اول: مصرف‌کننده

اولین و بدیهی‌ترین شرط برای اجرای مقررات حمایت از مصرف‌کننده، وجود مصرف‌کننده است. باید مصرف‌کننده‌ای وجود داشته باشد تا بحث حمایت و اعطای حقوق ویژه به وی مصداق یابد. بنابراین، نخستین گام در تشخیص و تعیین قلمرو مقررات حمایتی فوق، شناسایی مفهوم مصرف‌کننده و تشخیص مصداق‌های آن است. پس از آن، لازم است تا برای تشخیص موشکافانه این که قوانین حمایتی در مورد چه کسانی قابلیت اعمال می‌یابد، عناصر مفهوم مصرف‌کننده از تعریف آن استخراج شود. این‌دو، در قالب دو مبحث رایه می‌گردد.

مبحث اول: مفهوم مصرف‌کننده

به طور معمول هر کسی مصرف‌کننده است. مصرف‌کنندگان بر خلاف کارگران یا کارفرمایان یا سایر طبقات اجتماعی، قشر معین و متمایزی در جامعه نیستند. هر انسانی در شرایط زندگی امروزی ضرورتاً بخش عمده‌ای از کالا و خدمات مورد نیاز خود را از کالاهای تولیدی و خدمات عرضه شده دیگران تامین می‌نماید. پس مصرف‌کننده و مصرف نمودن مفهومی با دایره شمول بسیار وسیع است، چرا که اولاً؛ مصرف فقط در مورد کالاهای مادی مصداق نمی‌یابد. هر شخص نه تنها زمانی که کالایی نظیر اتومبیل، لباس یا مواد خوراکی را می‌خرد و مورد استفاده قرار می‌دهد مصرف‌کننده است، بلکه زمانی نیز که از خدمات آموزشی یا مشاوره‌ای مانند مشاوره حقوقی یا خدمات پزشکی استفاده می‌نماید، مصرف‌کننده خواهد بود. ثانیاً؛ یک خواربارفروش هم، هنگامی که مواد غذایی را برای استفاده خود و خانواده‌اش اختصاص می‌دهد، مصرف‌کننده است. عمده‌فروشان هم از وضعی مشابه برخوردارند. حتی خود تولیدکنندگان بزرگ نیز، زمانی که از کالاها و خدمات دیگران استفاده می‌نمایند، مصرف‌کننده به شمار می‌روند. ثالثاً؛ مصرف‌کنندگی به یک قشر خاص یا گروه معین

اختصاص ندارد. مرفهان همانند فقراء، کالاهای تولید دیگران را به مصرف می‌رسانند. حتی به لحاظ برخورداری از قدرت خرید بالاتر، اغنیاء به دفعات بیشتری مصرف‌کننده واقع می‌شوند. در مورد کارفرمایان و کارگران، پیران و جوانان، تحصیل کرده‌ها و دیگر گروه‌های اجتماعی هم، همین وضع صادق است. بنابراین، مصرف‌کنندگان، تمام مردم جهان را شامل می‌شوند. به همین دلیل، برخی مصرف‌کننده را معادل واژه "شهروند" قرار داده‌اند (به نقل از: Cartwright, 2001, p. 3; Giri, 1987, p. 5).^۱

با این حال، نباید چنین تصور کرد که مردم در همه حال حایز چنین وصفی هستند. بر این مبنا، پرسش اصلی درباره مفهوم مصرف‌کننده این است که یک شخص، در چه زمانی و با چه شرایطی، به هیات یک مصرف‌کننده در می‌آید؟ پاسخ این سوال، آن چنان که در وهله اول می‌نماید، ساده نیست.^۲

شاید نخستین تعریفی که به ذهن خطور می‌کند، این باشد که مصرف‌کننده هر کسی است که "کالایی" را می‌خرد یا از "خدماتی" که توسط دیگران عرضه می‌شود، استفاده می‌نماید. برخی همین معنا را از مصرف‌کننده در نظر آورده‌اند، چنان که معتقدند مصرف‌گرایی صرفاً با "کالا و خدمات" در ارتباط است. بر این اساس مصرف‌کننده صرفاً معادل مشتری یا بیمار یا هر فرد دیگر در مفهوم "مغازه‌رو" (Shopper) است (Cartwright, 2001, p. 3).

واژه‌های مصرف و مصرف‌کننده از دانش اقتصاد آمده و امروزه از اصطلاحات حقوقی به شمار می‌آیند (کله-الوا، ۱۳۷۹، ص ۳۱۱). در علم اقتصاد تعاریف مختلفی از این واژه رایج گردیده است. از جمله در تحلیل‌های اقتصادی گفته شده است: مصرف‌کننده کسی است که در فرایند خرج کردن پول قرار دارد و از کالاها و خدمات دیگران استفاده می‌کند (Giri, 1987, pp. 4-5). و یا، چون مصرف، مرحله نهایی یک فرایند اقتصادی است (کله-الوا، ۱۳۷۹، ص ۳۱۱)، لذا مصرف‌کننده آخرین کسی است که کالا یا خدمات به دست وی می‌رسد و او از آن‌ها استفاده و یا آن‌ها را به مصرف می‌رساند (Miller (C. J.), et al., 1998, p. 5). در اقتصاد خرد نیز، مصرف‌کننده به کسی اطلاق می‌شود که مقادیری پول در اختیار دارد و قصد دارد آن‌ها را برای خرید کالا یا خدماتی صرف نماید (<http://www.fr.wikipedia.org/wiki/consommateur/>).

این تعاریف، اگر چه ممکن است در علم اقتصاد رسا باشند، اما با دامنه وسیعی که دارند نمی‌توانند در علم حقوق بدرستی مفهوم مصرف‌کننده را روشن نموده و معیار مناسبی برای

۱. «شارل ژید»، اقتصاددان مشهور فرانسوی نیز در پاسخ به این پرسش که مصرف‌کننده کیست، می‌نویسد: «همه کس و همه چیز». به نقل از: سالکی، ۱۳۶۵، ص ۱۱.

۲. شاید به همین دلیل باشد که در قانون مصرف فرانسه (Code de la Consommation)، بر خلاف قوانین مشابه دیگر کشورها، مصرف‌کننده تعریف نشده است.

شناخت وی به دست دهند. صرف خرید یک کالا موجب نمی‌شود که خریدار را در علم حقوق، مصرف‌کننده به شمار آوریم. مثلاً اگر سوداگری به قصد فروش و کسب سود، کالایی را از تاجری دیگر خریداری نماید، نمی‌توان او را مصرف‌کننده تلقی نمود و امتیازات ویژه‌ای برای وی قایل شد. همچنین کارخانه‌داری که مواد اولیه‌ای را برای مصرف در کارخانه خود از کسی می‌خرد، توجیهی برای حمایت به عمل آوردن از وی وجود ندارد.^۱ اگر بنا باشد در هر عقد بیعی، حقوق فوق‌العاده‌ای برای خریداران به رسمیت شناخته شود، این امر به بی‌عدالتی، بر هم خوردن قدرت معاملاتی طرفین، اجحاف در حق فروشندگان، ایجاد اختلال در تجارت و کسب سود مشروع، و نهایتاً سرخوردگی و بی‌انگیزگی تولیدکنندگان، عرضه‌کنندگان و همچنین سرمایه‌گذاران می‌گردد. امری که مطلوب نظام اقتصادی هیچ کشوری نیست.

همان‌گونه که می‌دانیم، علل و ضروریات خاصی، ممتاز ساختن مصرف‌کنندگان و مشمول مقررات حمایتی قرار دادن آنان را توجیه می‌کنند. لذا لازم است با رویکردی حقوقی و با در نظر گرفتن تمامی اقتضائات و عوامل خاص مسئله، مفهوم مصرف‌کننده را مورد کنکاش قرار داده و به نحو مطلوبی میان نیازها و ضرورت‌ها جمع کنیم، بدون آن‌که یکی فدای دیگری گردد.

باید اذعان داشت که در خصوص شناسایی مصرف‌کننده اتفاق نظر جهانی وجود نداشته (Cartwright, 2001, p. 2) و مفهوم آن، تا حدی در هاله‌ای از ابهام قرار دارد (کله-الوا، ۱۳۷۹، ص ۳۱۱). به همین جهت، در اکثر قوانین داخلی و بین‌المللی مرتبط با مصرف‌کننده و حقوق وی، اغلب برای این واژه، متناسب با هدف مورد نظر آن قانون، تعریف خاصی ارائه گردیده است. با وجود این، در برخی موارد این تعاریف نیز مبهم بوده و گاهی در تلاقی با یکدیگر قرار گرفته‌اند. در ادامه، ابتدا به بررسی تعاریفی که از مصرف‌کننده در اسناد بین‌المللی ارایه گردیده است، می‌پردازیم.

بند اول: مفهوم مصرف‌کننده در اسناد بین‌المللی

از میان اسناد بین‌المللی، اسناد مهمی چون دستورالعمل‌های اتحادیه اروپا، کنوانسیون بروکسل، کنوانسیون رم و بالاخره کنوانسیون وین انتخاب گردیده‌اند که در بخش‌های جداگانه زیر به آن‌ها اشاره خواهد گردید.

الف) دستورالعمل‌های اتحادیه اروپا

اتحادیه اروپا (The European Union) نقش بسیار برجسته و بسزایی در ترویج و توسعه حمایت از مصرف‌کننده در اروپا داشته است به گونه‌ای که هماهنگ‌سازی حقوق مصرف‌کننده

۱. بر همین مبنا در برخی فرهنگ‌های عمومی، در تعریف مصرف‌کننده آورده شده است: مصرف‌کننده کسی است که «کالایی را مصرف می‌کند. به ویژه کالا یا خدماتی را برای استفاده یا مالکیت مستقیم بجای فروش مجدد یا استفاده در تولید یا ساخت، بدست می‌آورد». *American Heritage, Dictionary of the English Language, 2000*.

در سطح این قاره، تا حد زیادی مرهون دستورالعمل‌ها و مقررات این اتحادیه در حوزه حمایت از مصرف‌کننده است (Hondius, 2006, p. 89؛ عادل و غفاری، ۱۳۸۷، ص ۶۴).

دستورالعمل‌های متعددی از این اتحادیه، به تعریف مصرف‌کننده پرداخته‌اند. اولین بار در ماده ۲ دستورالعمل راجع به "فروش درب به درب" (The Door-to-Door Selling) (Directive, Council Directive 85/577/EEC (20 December 1985) چنین آمد: «برای اهداف این دستورالعمل، مصرف‌کننده شخص حقیقی است که... جهت نیل به مقاصد عمل می‌کند، که خارج از حوزه داد و ستد (Trade) یا حرفه‌اش (Profession) قرار دارند». در بند ۲ ماده ۱ دستورالعمل راجع به "اعتبار مصرف‌کننده" (Council Directive (87/102/EEC on Consumer Credit (22 December 1986) نیز، تعریف مشابه‌ای ارائه گردید. شورای اروپا در دستورالعمل‌های بعدی خود،^۱ تنها قید «کسب و کار» (Business) را به آخر تعریف فوق اضافه و نهایتاً در بند (ث) ماده ۲ دستورالعمل راجع به "نشان (برچسب) قیمت" (Directive 98/6/EC on Consumer Protection in the Indication of) (the Prices of Products Offered to Consumers) مصرف‌کننده را چنین تعریف نمود: «شخص حقیقی است که کالایی را برای اهدافی که در قلمرو فعالیت تجاری و حرفه‌ای‌اش قرار نمی‌گیرد، خریداری می‌نماید».

وجه اشتراک تعاریفی که در دستورالعمل‌های شورای اروپا مشاهده می‌شود این است که اولاً؛ در تمامی آن‌ها، مصرف‌کننده به "شخص حقیقی" محدود شده است. بنابراین، حتی اشخاص حقوقی که متشکل از خود مصرف‌کنندگان هستند، نظیر انجمن‌های مصرف‌کنندگان، خارج از دایره شمول دستورالعمل‌ها می‌باشند، به همین ترتیب است اشخاص حقوقی تاجری که کالاهایی را برای استفاده و مصرف کارمندان‌شان خریداری می‌کنند. این رویه دستورالعمل‌ها در مستثنی ساختن اشخاص حقوقی، مورد انتقاد نویسندگان قرار گرفته است (Howells et al., 2006, p. 65). ثانیاً؛ هدف شخص از تحصیل کالا باید خارج از حیطه حرفه، کسب و کار و تجارت وی باشد تا مصرف‌کننده تلقی شود (Herre et al., p. 3).

۱. بند (ب) ماده ۲ دستورالعمل 93/13/EEC راجع به شرایط ناعادلانه قرارداد (در این دستورالعمل، از واژه Craft نیز استفاده گردیده است)؛ بند ۲ ماده ۲ دستورالعمل 97/7/EC راجع به قراردادهای از راه دور؛ بند ۲ ماده ۱ دستورالعمل 99/44/EC در مورد برخی جنبه‌های فروش کالاهای مصرفی و ضمانت‌نامه‌های آن‌ها؛ قسمت (الف) بند ۲ ماده ۱ راجع به فروش به مصرف‌کننده؛ و بند (ث) ماده ۲ دستورالعمل 2000/31/EC در خصوص تجارت الکترونیکی.

۲. اگر چه در دستورالعمل‌های اتحادیه اروپا راجع به تعریف مصرف‌کننده تفاوت‌هایی مشاهده می‌شود، اما به عقیده برخی نویسندگان، همه آن‌ها یک مفهوم مشترک را القاء می‌کنند و آن این است که: اگر کسی در محدوده ظرفیت تجاری خود برای یک هدف اقتصادی عمل کند، مشمول مقررات حمایتی قرار نمی‌گیرد. Howells et al., 2006, P. 65.

ب) کنوانسیون ۱۹۶۸ بروکسل (Brussels Convention on Jurisdiction and the Enforcement of Judgments in Civil and Commercial Matters, 1968)

در ماده ۱۳ این کنوانسیون که راجع به صلاحیت قضایی و اجرای احکام در موضوعات مدنی و کیفری است، مقرر گردیده: «در رسیدگی‌های مربوط به قراردادی که توسط شخصی برای هدفی منعقد می‌شود که می‌تواند خارج از حیطه تجارت و حرفه او تلقی شود، که از این پس "مصرف‌کننده" نامیده می‌شود، صلاحیت قضایی به موجب مقررات این بخش تعیین خواهد شد...».

به عقیده نویسندگان، تعریف مصرف‌کننده در این کنوانسیون بسیار مضیق بوده و دیوان دادگستری اروپا نیز آن را به نحو مضیق‌تری تفسیر نموده است (Bergamini, p. 2). برای نمونه در پرونده «دیتال کیت» (Dentalkit Case: ECJ, case C-269/95) طرفی که یک قرارداد اعطای حق امتیاز تجاری را منعقد نموده اما هنوز فعالیت تجاری خود را شروع نکرده بود، به عنوان مصرف‌کننده تلقی نگردید!

پ) کنوانسیون ۱۹۸۰ رم (The 1980 Rome Convention on the Law Applicable to Contractual Obligations)

برخی از مقررات «کنوانسیون ۱۹۸۰ رم راجع به قانون قابل اعمال نسبت به تعهدات قراردادی» تنها در خصوص قراردادهای مصرف‌کننده قابلیت اعمال می‌یابند. مطابق ماده ۵ این کنوانسیون، مقرراتی که هدف آنان حمایت از مصرف‌کننده است، نسبت به قراردادهایی قابل اعمالند که «موضوع آن [ها] فراهم آوردن کالا یا خدمات برای شخصی [به نام] (مصرف‌کننده) است که هدف وی می‌تواند خارج از تجارت یا حرفه‌اش محسوب شود...».

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، در دو کنوانسیون بین‌المللی اخیرالذکر، همانند دستورالعمل‌های اتحادیه اروپا، کسی مصرف‌کننده دانسته شده است که برای رفع حوایج تجاری خود، معامله نمی‌کند. با این حال، بر خلاف دستورالعمل‌ها، مصرف‌کننده تنها به اشخاص حقیقی محدود نگردیده است.

۱. در این رای، دیوان دادگستری بر خلاف متن ماده فوق که هدف مصرف‌کننده را به صورت منفی تعریف کرده است، این هدف را به صورت مثبت و منفی توأمان در نظر گرفته است. در رای مزبور آمده است: «تنها قراردادهایی که به قصد برآورده کردن نیازهای یک شخص به شرط مصرف خصوصی منعقد می‌شوند، مشمول مقرراتی قرار می‌گیرند که برای حمایت از مصرف‌کننده، به عنوان طرفی که از لحاظ اقتصادی طرف ضعیف‌تر فرض می‌شود، وضع شده‌اند. این حمایت ویژه که بدنبال مقررات مزبور فراهم می‌شود، به قراردادهایی که برای مقاصد تجاری و حرفه‌ای منعقد شده‌اند تسری داده نمی‌شود، حتی اگر آن فعالیت تنها برای آینده طرح‌ریزی شده باشد، زیرا این واقعیت که فعالیت ماهیتاً یک فعالیت مربوط به آینده است، موجب نمی‌شود تا خصوصیت تجاری یا حرفه‌ای آن از میان برود». این رای کاملاً مطابق با تعریف کنوانسیون از مصرف‌کننده است و در همان چارچوب قرار می‌گیرد، لذا این عقیده برخی نویسندگان که معتقدند در آن، مصرف‌کننده معنای مضیق‌تری یافته است، قابل انتقاد به نظر می‌رسد.

ت) کنوانسیون بیع بین‌المللی کالا (۱۹۸۰ وین) (The 1980 Vienna (U. N) Convention (on Contracts for International Sale of Goods (CISG)

بر خلاف کنوانسیون ۱۹۸۰ رم که برخی از مقررات آن تنها نسبت به قراردادهای مصرف‌کننده قابلیت اعمال می‌یابند، این نوع معاملات به کلی از دایره شمول کنوانسیون ۱۹۸۰ وین خارج گردیده‌اند. در ماده ۲ این کنوانسیون و به منظور تعیین قلمرو مقررات آن، قراردادهای مصرف‌کننده تعریف شده‌اند. مطابق با بند اول ماده فوق، این کنوانسیون نسبت به بیع‌هایی که در آن‌ها کالا «برای استفاده شخصی، خانوادگی یا خانگی خریداری می‌شود»، قابل اعمال نخواهد بود، مگر آن که به هنگام انعقاد عقد، فروشنده از هدف خریدار مطلع نبوده یا نمی‌توانست مطلع باشد.

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، در این سند بین‌المللی نیز که کشورهای زیادی به آن پیوسته‌اند، کسی مصرف‌کننده به حساب آمده است که برای رفع حواجیح شخصی، خانوادگی یا خانگی خود معامله می‌کند (برای مطالعه بیشتر در مورد این کنوانسیون رجوع کنید به: صفائی و همکاران، ۱۳۸۴). اینک شایسته است در بند دوم با پرداختن به این مفهوم در قوانین داخلی برخی از کشورها، مطالعه تطبیقی خود را کامل کنیم. تعریف مصرف‌کننده در حقوق ایران نیز در همین بخش مورد مطالعه قرار خواهد گرفت.

بند دوم: مفهوم مصرف‌کننده در قوانین داخلی

در این مطالعه تطبیقی، به قوانین ملی برخی از کشورها اشاره خواهیم داشت و کوشش خواهد شد تا به این سوال پاسخ داده شود که آیا مصرف‌کننده در قوانین کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه، مفهومی متفاوت یافته است یا خیر؟ به عبارت دیگر، آیا وضع اقتصادی کشورها، می‌تواند بر مفهوم و قلمرو حقوقی اصطلاح مصرف‌کننده تاثیرگذار باشد یا خیر؟ پیش از آن، خالی از فایده نیست که اشاره کنیم در قوانین برخی از کشورها، از یک معیار کمی برای معرفی مصرف‌کننده استفاده گردیده است. برای مثال، در ماده ۴ (ب) "قانون رویه‌های تجاری" (Trade Practices Act, 1974) استرالیا مصوب ۱۹۷۴ که مقررات مفصلی در تعریف مصرف‌کننده دارد، در کنار یک معیار کیفی، معیاری کمی نیز به کار گرفته شده است. در این ماده آمده است: «(۱) برای اهداف این قانون، مگر آن که خلاف آن ثابت شود: الف) هر شخص که کالای خاصی را تحصیل کند، مصرف‌کننده تلقی خواهد شد اگر و تنها اگر: ۱- قیمت کالا از مقدار معین شده، تجاوز نکند؛ یا

۲- در مواردی که قیمت از مقدار معین شده تجاوز می‌کند، کالا از گونه‌ای باشد که معمولاً برای استفاده شخصی، خانوادگی یا خانگی و یا مصرف تحصیل می‌شود، و یا آن که کالا یک وسیله نقلیه جاده‌ای تجاری^۱ باشد؛

و شخص، کالا را با هدف عرضه دوباره یا استفاده یا انتقال آن به تجارت یا داد و ستد، در جریان یک فرایند تولید یا ساخت یا تعمیر یا ترمیم کالاهای [منقول] دیگر یا لوازم نصب شده بر روی زمین، به دست نیاورده باشد یا خود را از تحصیل کالا منع ننموده باشد». همین مقررات در مورد خدمات نیز تکرار شده است. در بند دوم این ماده، مقدار قیمت معین شده در قسمت اول بند ۱، ۴۰ هزار دلار تعیین گردیده است. بنابراین به موجب این ماده، کسی که کالایی را به ۴۰ هزار دلار یا پایین‌تر از آن خریداری می‌کند، مصرف‌کننده است و لو این که این کالا را با اهداف تجاری خریداری کند. ولی در فرض بالاتر از این قیمت، هدف وی از خرید باید استفاده شخصی و غیرتجاری باشد تا مصرف‌کننده به حساب آید.

استفاده از معیار کمی برای شناسایی مصرف‌کننده، بویژه هنگامی رایج است که موضوع قانون کالای خاص و مهمی باشد که مقنن تمایل به کنترل بیشتری بر عرضه و تقاضای آن دارد. از این دسته می‌توان از قوانین راجع به عرضه منابع انرژی نظیر برخی مشتقات نفت، گاز یا برق در برخی از ایالات آمریکا نام برد. با این حال، چون در مورد هر کالا، لاجرم باید معیار کمی ویژه‌ای تعیین نمود و این امر در قوانین جامع و اختصاصی حمایت از مصرف‌کننده امکان‌پذیر نیست، لذا در این قوانین عمدتاً از معیار کیفی یا ماهوی برای معرفی مصرف‌کننده استفاده می‌گردد. در زیر نمونه‌هایی از قوانین مزبور آورده شده است:

الف) قوانین موضوعه انگلستان

در انگلستان، قوانین متعددی مصرف‌کننده را تعریف نموده‌اند از جمله:

۱- بند ۶ ماده ۲۰ "قانون حمایت از مصرف‌کننده" (Consumer Protection Act, 1987)

مصوب ۱۹۸۷ این کشور، در تعریف مصرف‌کننده آورده است: «مصرف‌کننده:

الف) در ارتباط با هر نوع کالا، عبارت است از هر شخصی که بخواهد به منظور مصرف یا استفاده خصوصی‌اش، کالا [به وی] عرضه شود؛

ب) در ارتباط با هر نوع خدمات یا تسهیلات، به معنای هر شخصی است که بخواهد به غیر از مقاصد شغلی‌اش، خدمات یا تسهیلاتی [به وی] عرضه شود؛ و

۱. در بند ۴ این ماده، وسیله نقلیه تجاری به عنوان وسیله نقلیه یا پدکشی تعریف شده است که برای استفاده در جاده‌های عمومی خصوصاً برای حمل و نقل کالا تحصیل می‌شود.

ج) در ارتباط با وسایل رفاهی (Accommodation) هر شخصی است که بخواهد وسیله رفاهی را به غیر از مقاصد شغلی‌اش به کار گیرد».

۲- در ماده ۲ "مقررات مربوط به شروط ناعادلانه در قراردادهای مصرف‌کننده" (The Unfair Terms in Consumer Contracts Regulation, 1999) مصوب ۱۹۹۹، مصرف‌کننده به عنوان "شخص حقیقی" توصیف شده است که: «در انعقاد قراردادی که این مقررات بر آن اعمال می‌شوند، با مقاصدی که خارج از شغل وی قرار دارند، عمل می‌کند».

بر این مبنا برخی حقوقدانان انگلیسی (Cartwright, 2001, p. 3)، مصرف‌کننده را هر شخص خصوصی (Private Individual (Person)) دانسته‌اند که در حیطه خصوصی (Private Capacity) (و نه تجارتي) عمل می‌کند، یعنی هر شخص خصوصی که کالا یا خدماتی را برای استفاده خصوصی یا شخصی تحصیل می‌کند (Miller et al., 1998, p. 5).

ب) قانون راجع به مصرف بلژیک (Loi sur de la Consommation)

در بند ۷ ماده ۱ این قانون، مصرف‌کننده هر شخص حقیقی یا حقوقی دانسته شده است که کالا یا خدمات موجود در بازار را به قصدی که فاقد هر گونه خصیصه حرفه‌ای است، بدست می‌آورد یا مورد استفاده قرار می‌دهد. در این قانون، مفهوم مصرف‌کننده به کسانی که عملاً از کالا یا خدمات استفاده می‌کنند توسعه داده شده است، خواه خود مستقیماً آن را با انعقاد قراردادی از تولیدکننده یا عرضه‌کننده تحصیل نموده باشند یا خیر.

پ) قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده ایرلند مصوب ۲۰۰۷

در ماده ۲ این قانون نوپا این چنین آمده است: «مصرف‌کننده عبارت است از هر شخص طبیعی (اعم از این که در این کشور باشد یا خیر) که برای هدفی غیرمرتبط با تجارت، کسب و کار و حرفه شخصی [اش] عمل می‌کند». این قانون در تعریف مصرف‌کننده، از دستورات عمل‌های اتحادیه اروپا پیروی کرده است.

ت) قانون حمایت از مصرف‌کننده اردن مصوب ۲۰۰۶ (قانون حماية المستهلك)

اردن کشوری اسلامی و در حال توسعه می‌باشد و قانون مزبور نیز اخیراً به تصویب رسیده است، لذا مطالعه این قانون می‌تواند مفید واقع شود. ماده ۲ قانون فوق بیان می‌دارد: مصرف‌کننده، «خریدار کالا یا خدمت به قصد مصرف آن است و برای اهداف این قانون، هر چه که از آن افاده مصرف کالا یا خدمت شود، ملاک عمل خواهد بود».

حال که با تعاریف متعدد و متفاوت مصرف‌کننده در قوانین برخی کشورها آشنا شدیم، در ادامه، مفهوم مصرف‌کننده را در حقوق ایران مورد بررسی قرار داده و به مقایسه میان آن‌ها، خواهیم پرداخت.

ث) حقوق ایران

در حقوق ایران، قانون "تجارت الکترونیکی" مصوب ۱۳۸۲ مجلس شورای اسلامی مصرف‌کننده را تعریف نموده است. مصرف‌کننده در بند (س) ماده ۲ این قانون: «هر شخصی است که به منظوری جز تجارت یا شغل حرفه‌ای اقدام می‌کند» (این تعریف و اساساً کل قانون، از قانون نمونه آنسیترال راجع به تجارت الکترونیکی اقتباس گردیده است). این تعریف از مانعیت بی‌بهره است چرا که مطابق آن، کسی هم که برای رفع خستگی خمیازه می‌کشد مصرف‌کننده دانسته می‌شود!

قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، نیز سعی در تعریف این اصطلاح داشته و در بند ۱ ماده ۱ آورده است: «هر شخص حقیقی یا حقوقی است که کالا یا خدماتی را خریداری می‌کند». بدین ترتیب، مقنن مفهومی از مصرف‌کننده به دست می‌دهد که بر برخی معانی اقتصادی آن منطبق است.^۱ گویا مقنن، در تعریف این اصطلاح حقوقی به فرهنگ‌های عمومی مراجعه نموده و گریبان خود را از قیل و قال‌ها و مباحث موشکافانه حقوقی، خلاصی داده است! غافل از این که به صرف اکتیاف یک کالا نمی‌توان خریدار را مصرف‌کننده نامید. در درون واژه "مصرف‌کننده"، تاریخچه و ضرورت‌هایی نهفته است که تنها حمایت از برخی خریداران را موجه می‌سازد. حمایت اضافی از "همه خریداران"، توجیه حقوقی و اقتصادی ندارد. حتی گاه موقعیت خریدار به گونه‌ای است که برقراری عدالت، حمایت از فروشندگان را اقتضاء می‌کند. در جایی که دو بازرگان حرفه‌ای با قدرت معاملاتی برابر و با اهدافی تجاری وارد یک قرارداد بیع می‌گردند، مثلاً یکی کالای تولیدی دیگری را برای فروش مجدد در مغازه خود به صورت عمده خریداری می‌کند، دلیلی برای ترجیح خریدار بر فروشنده و اعطای امتیازاتی ویژه به وی وجود ندارد؛ چرا که هر دو حرفه‌ای و تاجر هستند و فرض بر این است که از کار خود و حساب سود و زیان خویش آگاهی کامل دارند. لذا اعمال مقررات عمومی برای نظارت بر قرارداد آنان کفایت می‌کند و دلیلی برای مداخله بیشتر دولت، با اعمال مقررات حمایتی وجود ندارد. بالعکس باید آنان را

۲. نمونه‌هایی از این تعریف، در قوانین دیگری نیز دیده می‌شود. برای مثال در ماده ۱ قانون حمایت از مصرف‌کننده عمان مصوب ۲۰۰۱: «مصرف‌کننده هر شخص حقیقی یا حقوقی دانسته شده است که کالا یا خدماتی را می‌خرد یا مورد استفاده قرار می‌دهد».

به حال خود واگذاشت تا با استفاده از رویه‌های تجاری، سود خویش را در معامله جستجو کنند و نهایتاً، بازار خود، به برتری آن کس که در میدان رقابت شایسته‌تر و داناتر است، حکم کند. عرف نیز هرگز به بنگاه‌داری که کالا را برای فروش مجدد به مردم و کسب سود خریداری می‌کند، مصرف‌کننده اطلاق نمی‌کنند. تنها، حمایت از کسانی ضروری است که در مقایسه با تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان از آگاهی کم‌تر و قدرت معاملاتی ضعیف‌تری برخوردار بوده و در رتبه آخر زنجیره تامین واقع می‌گردند (برای دیدن توضیحات بیشتر؛ ر.ک: عادل و غفاری، ۱۳۸۷، صص ۱۸ به بعد در خصوص ضرورت حمایت از مصرف‌کننده)؛ یعنی کسانی که به قصد استفاده و مصرف خود یا خانواده خود کالا را تحصیل می‌کنند و نه به منظور انجام تجارت مجدد^۱. علاوه بر این، معلوم نیست چرا مقنن، مصرف‌کننده را تنها شخصی می‌داند که کالا یا خدمتی را «خریداری» می‌کند؟ شایسته بود مقنن به جای «خریداری خدمات دیگران»، به «استفاده از خدمات دیگران» اشاره می‌کرد تا انطباق دقیق‌تری با اصطلاحات حقوقی می‌داشت. در گفتار سوم این فصل، توضیحات بیشتری در خصوص این موارد ارائه خواهد شد.

حال که دانستیم به تعریف ارائه شده از مصرف‌کننده در قانون، انتقادات جدی وارد است،^۲ مناسب است تعریف دقیق‌تری از اصطلاح «مصرف‌کننده» ارائه دهیم. بدین منظور، با توجه به این که در مورد مفهوم و دایره شمول اصطلاح مصرف‌کننده اتفاق نظر وجود ندارد، ضروری است پیش از ارائه تعریف، عناصر و ارکان مفهوم مصرف‌کننده را دریافته و مورد بررسی موشکافانه قرار دهیم.

مبحث دوم: عناصر مفهوم مصرف‌کننده

از تعاریفی که در فوق راجع به مصرف‌کننده آورده شد، ارکان و عناصری قابل استخراج است که بخش عمده‌ای از ابهام، اختلاف و دشواری در ارائه تعریف دقیق مصرف‌کننده بدان‌ها باز می‌گردد. تبیین این عناصر، مفهوم مصرف‌کننده را روشن‌تر خواهد نمود. عناصر مفهوم مصرف‌کننده را می‌توان در چهار مورد زیر خلاصه کرد:

۱- همان‌طور که در بسیاری از تعاریف مندرج در مبحث قبل دیده شد، هدف از تحصیل کالا یا خدمات، در تلقی فرد به عنوان مصرف‌کننده موثر بوده اما در تعیین این هدف، رویه‌ای واحد اتخاذ نگردیده است.

۱. در تعریفی که از مصرف‌کننده در «قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو» به عمل آمده است، با عنایت به اهمیت موضوع و اهداف این قانون، ایرادات فوق دیده نمی‌شود. در بند ۵ ماده ۱ قانون موصوف مصرف‌کننده، به عنوان «هر شخص حقیقی یا حقوقی که خودرو را برای استفاده شخصی یا عمومی در اختیار دارد» تعریف گردیده است.

۲. لازم به ذکر است که در طرح اولیه تهیه شده توسط گروه مطالعاتی بررسی قوانین و مقررات مانع توسعه، متن مصوب هیات ریسه سازمان برنامه و بودجه، متن مصوب کمیسیون هیات وزیران و لایحه مصوب هیات وزیران، ایرادات فوق وجود ندارد و گویا در مرحله‌ای که لایحه در مجلس شورای اسلامی طی نموده، تعریف فوق ارائه گردیده است.

۲- همچنین، باید برای این سوال که آیا مصرف‌کننده فقط در مورد اشخاص حقیقی صدق می‌کند یا می‌توان اشخاص حقوقی را نیز داخل در معنای آن دانست؟ پاسخی شایسته یافت.

۳- سپس، باید بررسی کرد که آیا کسی که کالا یا خدمات را به قصد مصرف یا استفاده مباشرتی خود تحصیل می‌کند مصرف‌کننده به حساب می‌آید، یا شخصی هم که کالا یا خدمات را برای مصرف افراد دیگری غیر از خود تحصیل می‌کند می‌تواند مشمول مقررات حمایتی قرار گیرد؟ این مسئله با بحث بند اول پیوند دارد و لذا در همان‌جا مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

۴- همچنین در مورد مصرف‌کننده بودن کسانی که با اجازه یا بدون اجازه مالک، از کالای تحصیل شده دیگران استفاده می‌کنند، تردیدهایی وجود دارد که بررسی این موضوع را نیز اجتناب‌ناپذیر می‌سازد.

با ترسیمی که از مطالب این مبحث در فوق ارایه گردید، عناصر مفهوم مصرف‌کننده را در سه بند مورد مطالعه قرار می‌دهیم و در نهایت با توجه نظریات برگزیده، تعریف پیشنهادی را ارایه خواهیم داد.

بند اول: هدف مصرف‌کننده

انسان موجودی است عاقل و محاسبه‌گر که وقت و انرژی خود را بیهوده صرف نمی‌کند؛ بلکه در انجام هر کاری، به‌ویژه اگر از نوع اعمال حقوقی باشند، پی مقصودی است و برآوردن نیازی را می‌جوید. به همین جهت، هدف و انگیزه‌ای که طرفین یک عقد در انعقاد آن دارند، آثار حقوقی متعددی را به بار می‌آورد (برای مثال اگر محرک اصلی یکی از طرفین در انعقاد عقد نامشروع باشد، در شرایطی موجب بطلان عقد است (بند ۴ ماده ۱۹۰ قانون مدنی)). در موضوع مورد بحث ما نیز، هدف و مقصودی که یکی از متعاقدين در دستیابی به کالا و خدمات به دنبال آن است، مهمترین عامل در تشخیص یک مصرف‌کننده خواهد بود. لذا در تعیین دایره شمول مفهوم مصرف‌کننده باید به عامل هدف، توجه کافی مبذول شود تا از برخورداری غیرضروری و نادرست برخی خریداران که مصرف‌کنندگان واقعی نیستند- نظیر تجار و واسطه‌گرها- از مقررات حمایتی جلوگیری شود. این نکته مهمی است که مقنن ما در لایحه پیش‌گفته، به آن توجه ننموده است.

در تعیین هدفی که موجب می‌گردد یکی از متعاقدين به عنوان مصرف‌کننده تلقی شود، در متون قانونی مختلف، از سه شیوه استفاده شده است:

الف) توصیف مثبت: با استفاده از این شیوه، مصرف‌کننده به عنوان شخصی تعریف می‌شود که هدف وی از انعقاد معامله، تهیه کالا و خدمات مورد نظر برای استفاده شخصی، خانوادگی یا خانگی است. در کنوانسیون بیع بین‌المللی کالا و قوانین حمایت از

مصرف‌کننده انگلیس و اردن، از این شیوه استفاده گردیده است. حقوق دانان فرانسه نیز عمدتاً برخورداری از همین هدف را به عنوان معیار شناسایی مصرف‌کننده پذیرفته‌اند.^۱ همان‌گونه که دیده می‌شود، در این شیوه مفهوم مصرف‌کننده تنها به افرادی که قصد دارند کالا را به مصرف شخصی و مباشرتی خود برسانند، یا شخصاً از خدمات دیگری استفاده کنند، محدود نگردیده است. در واقع، همین که متعاقد به قصد مصرف و نه تجارت، کالایی را تحصیل کند، برای صدق عنوان مصرف‌کننده بر وی کفایت می‌کند و این که خود وی یا افراد تحت تکفل او یا کسانی دیگر با اجازه او، کالا را به مصرف رسانند، اثری در شمول تعریف نخواهد داشت. دلایلی که حمایت از مصرف‌کنندگان را ضروری می‌سازند، حمایت از افرادی را نیز که با اجازه مصرف‌کننده اصلی، از کالا یا خدمت تهیه شده توسط وی استفاده می‌نمایند، موجه می‌سازد. ممکن است گفته شود از نقطه نظر "حقوقی"، تنها این متعاقد است که به عنوان طرف قرارداد باید حمایت و از حقوق مربوط بهره‌مند گردد. اشخاصی که با اجازه متعاقد، کالا را استفاده کرده و به مصرف می‌رسانند، طرف قرارداد با فروشنده نیستند، بنابراین، هر چند مانعی در اعمال حمایت‌هایی قانونی از آنان وجود ندارد اما صدق عنوان مصرف‌کننده بر آنان نیز صحیح نخواهد بود. در گفتار سوم پاسخ این ایراد، آورده خواهد شد.

ب) توصیف منفی: در این شیوه، هدف مصرف‌کننده امری است که خارج از حیطه تجارت و حرفه وی قرار می‌گیرد. به دیگر سخن، کسی مصرف‌کننده به شمار می‌رود که برای رفع حوایج تجاری خود عمل ننماید. به موجب این معیار هم، کسی که به قصد مصرف خود و افراد تحت تکفلش کالایی را تحصیل می‌کند، مصرف‌کننده خواهد بود. در دستورالعمل‌های اروپایی، کنوانسیون‌های بروکسل و رم، قانون شروط ناعادلانه در قراردادهای مصرف‌کننده انگلیس، و قوانین حمایت از مصرف‌کننده بلژیک، ایرلند، لیتوانی و هند، و نهایتاً قانون تجارت الکترونیکی ایران، از این روش برای تعریف

۱. برای نمونه، "گستن" (Jacques Ghestin) استاد معروف فرانسوی در تعریف مصرف‌کننده گفته است: «شخصی [است] که برای رفع نیازهای شخصی و غیرحرفه‌ای خود طرف قرارداد عرضه اموال یا خدمات واقع شود». ژرار کورنو (Gérard Cornu) نیز تعریف مشابه‌ای ارائه می‌دهد. به نقل از: کله-الوا، ۱۳۷۹، ص ۳۱۲. کله-الوا استاد حقوق مصرف‌فرانسه نیز مصرف‌کنندگان را اشخاص حقیقی یا حقوقی حقوق خصوصی می‌داند که برای کاربرد غیرحرفه‌ای، اموال یا خدماتی را برای خود تهیه یا مورد استفاده قرار می‌دهند؛ همان منبع.

مصرف‌کننده پیروی گردیده است. برخی نویسندگان^۱ نیز همین شیوه را برای تعریف مصرف‌کننده به کار گرفته‌اند.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، استفاده از هر دو شیوه فوق مرسوم است (هر چند کاربرد شیوه توصیف منفی در اسناد بین‌المللی رایج‌تر است). اگر چه در اکثر موارد، اختلاف مهمی میان این دو راه حل برای تشخیص مصرف‌کننده بروز نمی‌کند، با این حال، در برخی موارد به کارگیری هر یک از این دو روش ممکن است به نتایج متفاوتی منتهی شود. برای مثال، در جایی که فردی کالایی را به نام خودش خریداری می‌کند، با این هدف که توسط سازمان غیرانتفاعی که وی در آن عضویت دارد استفاده شود، از یک سو با استفاده از توصیف مثبت، از آنجا که خریدار عقد را برای استفاده شخصی خود منعقد نساخته، مصرف‌کننده به حساب نمی‌آید، و از سوی دیگر با اعمال توصیف منفی، چون وی خارج از حیطه تجارت و حرفه خود عمل نموده، داخل در مفهوم مصرف‌کننده قرار گرفته و مشمول حمایت می‌گردد (Herre et al., p. 5).

این ایراد موجب گردید تا برخی قانون‌گذاران، جهت گسترش دامنه حمایت به موارد مشتبه و تمهید قاعده‌ای که نسبت به مصادیق مختلف انعطاف بیشتری داشته باشد، به گزینش شیوه سوم بنام توصیف مختلط روی آورند.

ج) توصیف مختلط: در برخی از قوانین موضوعه، دو شیوه فوق به هم آمیخته شده و کسی مصرف‌کننده دانسته شده است که هدف وی از انعقاد معامله یا برآوردن نیازهای شخصی خود باشد، و یا برای هدفی اقدام کند که خارج از حیطه تجارت و حرفه او قرار دارد. اما انتخاب توصیف مختلط نیز تمامی دشواری‌ها را حل نمی‌گرداند. توضیح آن که اگر از تفاوت‌های این شیوه‌ها بگذریم، به هر سه شیوه این ایراد وارد است که در مواردی که شخصی کالایی را هم با "هدف تجاری" و هم با "هدف استفاده شخصی" خریداری می‌کند، راه‌حلی برای تشخیص مصرف‌کننده بودن یا نبودن وی ارایه نمی‌دهند. مثلاً اگر راننده‌ای، اتومبیلی را هم برای حمل و نقل مسافر و هم انجام امور شخصی خود خریداری کند، با استفاده از این شیوه‌ها دقیقاً نمی‌توان معلوم نمود که آیا باید او را مصرف‌کننده به شمار آورد یا خیر؟! برای حل این مشکل، برخی نویسندگان پیشنهاد نموده‌اند که لازم نیست هدف فرد از انعقاد معامله، به طور کامل خارج از حیطه تجارت باشد تا مصرف‌کننده به حساب آید. بلکه اگر جزئاً هم مقاصد تجاری داشته باشد، مادام که هدف اولیه و علت عمده او از بستن قرارداد، خارج از

۱. «مصرف‌کننده هر شخص حقیقی است که عمدتاً برای اهدافی عمل می‌نماید که به تجارت، شغل یا حرفه‌اش مربوط نیستند». Herre et al., P. 12.

محدوده تجارت و حرفه او باشد (یا محرک و انگیزه اصلی وی، استفاده و مصرف شخصی یا خانگی کالا باشد)، مصرف‌کننده بوده و قرارداد وی مشمول مقررات حمایتی خواهد بود (Hondius, 2006, p. 96). این عقیده صراحتاً در دیوان دادگستری اروپا مورد پذیرش قرار گرفته است. این دیوان در پرونده «گروبر» (Gruber Case, ECJ, case C-464/01) که با قلمرو اعمال کنوانسیون بروکسل در ارتباط بود، مقرر نمود: «شخصی که معامله‌ای را برای [خرید] کالایی منعقد می‌سازد و این کالا برای مقاصد در نظر گرفته شده است که جزئاً در حیطه حرفه و تجارت وی قرار دارند و جزئاً خارجند، نمی‌تواند به قواعد خاص صلاحیت مقرر شده در مواد ۱۳ تا ۱۵ کنوانسیون^۱ استناد جوید، مگر آن که هدف تجاری و حرفه‌ای آن قدر محدود شده باشد که در زمینه کلی عرضه، قابل اغماض باشد...».

در مقام داوری میان شیوه‌های توصیف هدف مصرف‌کننده، گذشته از تفاوت عملی اندک آن‌ها، به نظر می‌رسد انتخاب توصیف مثبت مناسب‌تر باشد. چرا که عرفاً به هنگام انعقاد یک قرارداد بیع، زمانی خریدار را مصرف‌کننده می‌نامند که واقعاً قصد مصرف و استفاده شخصی از مبیع را داشته باشد. بر همین اساس، اگر کسی صرفاً به نیت داشتن کالایی و بدون آن که قصد استفاده یا تجارت داشته باشد آن را بخرد، عرف به وی مصرف‌کننده آن کالا اطلاق نمی‌کند و منطقاً، ضرورتی برای "حمایت اضافی" از وی وجود ندارد. از معنای اقتصادی این واژه هم عمدتاً همین مفهوم برمی‌آید. در حالی که اگر توصیف منفی پذیرفته شود، وی در شمول مفهوم مصرف‌کننده در خواهد آمد. در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو ایران نیز از همین معیار استفاده گردیده است.

ممکن است ایراد شود که پذیرش توصیف مثبت، بر خلاف فلسفه قوانین مورد بحث است؛ چرا که معیار مثبت چون امری وجودی است، بار اثبات هدف را بر عهده مصرف‌کنندگان قرار می‌دهد و این خطر وجود دارد که آنان قادر به اثبات هدف خود نشوند و در نتیجه از پشتیبانی مقررات فوق محروم بمانند. در حالی که اگر توصیف منفی ملاک تشخیص قرار گیرد، همین که خریدار ادعا نماید که مقصودش از خرید، مقاصد تجاری و حرفه‌ای نبوده، کافی است و اثبات خلاف آن، با فروشنده خواهد بود. این ایراد وارد به نظر نمی‌رسد. زیرا اولاً؛ در مورد کالاهایی که عرفاً برای مصرف خریداری می‌شوند، این اماره قضایی به سود خریدار وجود دارد که وی مصرف‌کننده است. لذا در این معاملات، نیازی به اقامه دلیل اضافی برای اثبات نیت از انعقاد عقد وجود ندارد. عرف در این موارد، با توجه به نوع و ماهیت مبیع و مقدار خریداری شده آن، قاطع به نظر می‌رسد. ضمن آن که بخش عمده‌ای از قراردادهای مصرف‌کنندگان نیز از همین نوع معاملاتند. ثانیاً؛ همان‌گونه که حمایت از مصرف‌کنندگان خود نیاز هر جامعه صنعتی و رو

۱. این مواد کنوانسیون بروکسل در ارتباط با مقررات قابل اعمال بر قراردادهای مصرف‌کنندگان هستند.

به رشدی است، اما منافع عمومی و نظم اقتصادی نیز ایجاب می‌کنند که منافع تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان نیز به دست فراموشی سپرده نشود و از آنان سلب انگیزه نگردد. لذا باید میان این دو ضرورت با دقت و با در نظر گرفتن تمام جنبه‌ها، آشتی برقرار نمود. از جمله این که دامنه شمول مقررات حمایتی به مصرف‌کنندگان واقعی محدود گردیده و بی‌جهت به غیر آنان گسترش داده نشود. پذیرش معیار مثبت در خصوص هدف مصرف‌کننده، در کنار ساده بودن اثبات آن، از بروز این مشکل جلوگیری خواهد نمود.

با تذکر دو نکته، مباحث این بند را به پایان می‌رسانیم:

(۱) باید توجه نمود که سود بردن یکی از متعاقدين از معامله موجب نمی‌گردد که وی از مفهوم مصرف‌کننده خارج شود. به عبارت دیگر، کافی است که هدف وی وصف منفی یا مثبت فوق را داشته باشد، اعم از این که هدف وی کسب منفعت و سود اقتصادی از معامله نیز باشد یا خیر (Herre et al., p. 5). بنابراین، خرید سهام از بورس نیز ممکن است قرارداد با مصرف‌کننده به حساب آید (Hondius, 2006, p. 94).

(۲) همچنین باید خاطر نشان ساخت که مصرف‌کننده همواره در موقعیت شخصی قرار دارد که کالایی را تحصیل یا خدماتی را تهیه می‌کند. اما موقعیت کسی که کالا یا خدمتی را عرضه می‌کند ولو این که این عرضه، برای رفع حوائج شخصی باشد یا خارج از حیطه شغل و تجارت وی باشد، موجب تلقی تهیه‌کننده به عنوان مصرف‌کننده نخواهد گردید (کله-الوا، ۱۳۷۹، ص ۳۱۳).

بند دوم: شخص حقوقی بودن مصرف‌کننده

یقیناً اشخاص حقیقی با شرایطی که توضیح داده شد، مصرف‌کننده محسوب خواهند شد؛ اما این که آیا اشخاص حقوقی نیز می‌توانند تحت لوای این عنوان قرار گیرند یا خیر، مورد تردید جدی است. همان‌گونه که پیش از این گفته شد، مطابق با دستورالعمل‌های اتحادیه اروپا، تنها اشخاص حقیقی، مصرف‌کننده به شمار می‌روند و مشمول مقررات حمایتی آن قرار می‌گیرند.^۱ بر این اساس، در برخی از کشورهای عضو این اتحادیه، این عقیده کلی پذیرفته شده است که مصرف‌کننده باید شخص حقیقی باشد (Bernitz, 1978, p. 214). با این حال، این تمایل وجود دارد که دامنه حمایت به اشخاص حقوقی نیز گسترش داده شود. برای نمونه، در کنوانسیون رم و کنوانسیون بیع بین‌المللی کالا، میان اشخاص حقیقی و حقوقی از حیث شمول عنوان مصرف‌کننده بر هر دو، تفاوتی نهاده نشده است. برخی کشورهای عضو اتحادیه اروپا هم از این عقیده پیروی کرده‌اند. مثلاً دانمارک و

۱. دیوان دادگستری اروپا نیز از این دستورالعمل‌ها تبعیت نموده و مصرف‌کننده را به اشخاص حقیقی محدود ساخته است: *Cape Snc v Idealservice Srl*, C-541/99 [2002] All ER (EC) 657; [2003] 1 CMLR 42, [2002]; ECR I-9049.

بلژیک^۱ اشخاص حقوقی را نیز به عنوان مصرف کننده شناسایی نموده‌اند (Herre et al., p. 4). همچنین است مقنن فرانسه در تعدادی از قوانین خود نظیر «قانون مصرف در فروش‌های درب به درب» و «قانون شروط ناعادلانه». حقوق دانان و قضات این کشور نیز مفهوم مصرف کننده را به اشخاص حقیقی محدود ندانسته‌اند. مثلاً در یکی از آراء صادره از دادگاه‌های فرانسه صراحتاً اعلام شده است: اشخاص حقوقی برای آن دسته از اعمالشان که در ارتباط مستقیم با فعالیت‌های حرفه‌ای و تجاری‌شان نیست، مشمول مقررات حمایت از مصرف کننده قرار می‌گیرند (Civ. 1^{re} 27. 09. 2005). به نقل از: (Mérigeau, 2007, p. 4).

باید پذیرفت که از لحاظ نظری هیچ مشکلی فراروی پذیرش اشخاص حقوقی به عنوان مصرف کننده وجود ندارد. درست است که این اشخاص عمدتاً برای انجام اعمال تجاری تاسیس یافته و به همین اعتبار هم تاجر به حساب می‌آیند، اما نباید چنین تصور نمود که فرض مصرف و استفاده شخصی و غیرتجاری در مورد آنان ممکن نیست. بسیاری از کالاهایی که توسط شرکت‌های تجاری خریداری می‌شوند همانند اشخاص طبیعی، برای اداره و ادامه حیات آنان ضروری است. مانند وسایل سرمایشی و گرمایشی که برای ساختمان اداری آن‌ها خریداری شده و یا خدماتی که برای تعمیر ساختمان شرکت استفاده می‌شود. همچنین، شرکت ممکن است وسایل و کالاهایی را خریده و در اختیار کارمندان قرار دهد که مستقیماً به اهداف تجاری آن مرتبط نباشد، مثل مواد غذایی که برای صرف نهار کارمندان خود در اختیار آنان قرار می‌دهد؛ دقیقاً همانند پدری که مواد غذایی را برای مصرف خانواده‌اش فراهم می‌آورد. حال سوال این است که چرا نباید به هنگام خرید این کالاها، شخص حقوقی مصرف کننده به حساب آید و از حقوق و حمایت‌های مربوط بهره‌مند گردد؟ در بند آتی خواهیم دید که مصرف کالا و خدمات به مباشرت شخصی که آن‌ها را خریداری می‌کند، برای صدق عنوان مصرف کننده بر او ضرورت ندارد. علاوه بر این، باید در نظر داشت که بسیاری از اشخاص حقوقی، تاجر نبوده و اهداف تجاری را دنبال نمی‌کنند؛ نظیر موسسات، سازمان‌ها و انجمن‌های غیرانتفاعی و برخی نهادهای دولتی. ضمن آن که نباید فراموش کرد که اشخاص حقوقی می‌توانند از تمامی حقوق اشخاص حقیقی بهره‌مند شوند مگر آن چه که بالطبع مختص اشخاص حقیقی باشد^۲ و به نظر نمی‌رسد

۱. در سال ۱۹۹۵، «کمیسیون مطالعه پیرامون اصلاح حقوق مصرف» (Commission d'Étude pour la Réforme du Droit de la Consommation (CERDC) بلژیک، برای گسترش مفهوم مصرف کننده به اشخاص حقوقی پیشنهاد داد که: «اشخاص حقوقی، مصرف کننده نیستند، مگر آن که احراز شود که رقابت حرفه‌ای برای تحصیل یا استفاده از کالا یا خدمات ندارند و نخواهند داشت». برخی نویسندگان نیز برای شمول عنوان مصرف کننده بر اشخاص حقوقی، معیار کمی میزان درآمد آن‌ها را پیشنهاد داده‌اند: Cited in: Hondius, 2006, pp. 94-95.

۲. ماده ۵۸۸ قانون تجارت مقرر می‌دارد: «شخص حقوقی می‌تواند دارای کلیه حقوق و تکالیفی شود که قانون برای افراد قابل است مگر حقوق و وظایفی که بالطبع فقط انسان ممکن است دارای آن باشد مانند حقوق و وظایف ابوت، بنوت و امثال ذلک».

حقوقی که به مصرف‌کنندگان اعطا می‌شود از چنین خصوصیتی برخوردار باشند. بر این اساس، محتمل است محدود ساختن مفهوم مصرف‌کننده به اشخاص طبیعی در دستورالعمل‌های اروپایی به دلایل عملی و اقتصادی برگردد تا موانع نظری. بسیاری دیگر از کشورها نیز چون توجیهات عملی و اقتصادی قابل توجهی برای پذیرش این محدودیت نیافتند، اشخاص حقوقی را با شرایطی، علی‌الخصوص برخوردار از هدف مصرف، به عنوان مصرف‌کننده شناسایی کرده‌اند. قانون‌گذار ما هم در قوانین حمایت از مصرف‌کنندگان و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، از همین عقیده پیروی نموده است.

بند سوم: وضع دیگر اشخاصی که از کالا و خدمات استفاده می‌کنند

گفته شد که مصرف‌کننده بودن یک فرد لزوماً منوط به این نیست که کالا و خدمات ارایه شده را فقط به قصد استفاده شخصی خود تحصیل نموده باشد و خود نیز مستقیماً آن‌ها را به مصرف رساند، بلکه اشخاصی نیز که با هدف استفاده خود یا خانواده و یا سایر افراد، به تهیه کالا یا خدماتی اقدام می‌نمایند، مصرف‌کننده به حساب خواهند آمد. حال سوالی که مطرح می‌شود این است که آیا کسانی که در نهایت محصول را به مصرف می‌رسانند ولی خود آنان کالا و خدمات را بلاواسطه از عرضه‌کنندگان تحصیل ننموده و رابطه مستقیم قراردادی با آنان ندارند، مصرف‌کننده تلقی خواهند شد یا خیر؟ مثلاً آیا مهمانانی که مواد غذایی خریداری شده توسط میزبان را مصرف می‌نمایند نیز مصرف‌کننده تلقی خواهند شد و از حمایت‌های مقرر در قوانین مربوط بهره‌مند خواهند گردید یا خیر؟

ممکن است باور برخی چنین باشد که چون در فرض فوق رابطه قراردادی میان استفاده‌کنندگان نهایی و عرضه‌کنندگان وجود ندارد، لذا "اصل نسبی بودن قراردادهای" مانع از آن است که اینان در برابر یکدیگر صاحب حق و تکلیف گردند. اما این نظر با توجه به ضرورت‌ها و چرایی حمایت از مصرف‌کنندگان پذیرفتنی نیست زیرا: اولاً؛ هدف از تولید کالا و خدمات این است که نهایتاً به مصرف‌افراد در جامعه برسند (عادل و غفاری، ۱۳۸۷، صص ۴۳ به بعد) و مقصود از مقررات حمایتی نیز، جلوگیری از تضییع حقوق همین افراد است. ثانیاً؛ در برخی تعاریف اقتصادی مصرف‌کننده کسی است که در عمل کالا یا خدماتی را استفاده کرده یا به مصرف می‌رساند. آنچه که در بدو امر از مفهوم مصرف‌کننده متبادر به ذهن است نیز گواه همین مدعاست. ثالثاً؛ همان ضرورت‌ها و دلایلی که حمایت قانونی از کسانی را که به قصد استفاده شخصی یا خانگی، با انعقاد قراردادی کالا یا خدماتی را بدست می‌آورند توجیه می‌کنند، حمایت از مصرف‌کنندگان نهایی را نیز موجه می‌سازند. گاه حتی در مورد افراد مورد بحث، این ضرورت‌ها قوی‌تر جلوه می‌کنند، چرا که آنان ممکن است بیش از فرد منعقدکننده قرارداد، در معرض خطرات و پیامدهای سوء ناشی از مصرف کالا و

خدمات عرضه شده قرار گیرند. برای نمونه، هنگامی که سرپرست خانواده‌ای کالایی را برای مصرف خانگی تهیه می‌نماید، عدم حمایت اضافی از وی، نهایتاً بدان منجر می‌گردد که وی در معامله فریب خورده یا مغبون شود و کالایی با کیفیت نازل خریداری نماید، اما صدمه جسمی و معنوی که به مصرف‌کننده نهایی چنین کالایی وارد می‌شود، ممکن است بسیار بیش از خسارات مالی آن باشد و حتی او را به کام مرگ بکشاند. رابعاً؛ اصل نسبی بودن قراردادهای، اصل مطلق و غیر قابل گذری نیست و امروزه در اندیشه عدالت‌جویان، بویژه در برابر نیازها و ضرورت‌های قوی، تاب مقاومت ندارد. از جمله استثنائات پذیرفته شده این اصل، تعهد به سود ثالث از جانب متعاقدين است.^۱ اگر قانون حمایت‌هایی را به سود کسانی که مستقیماً با عرضه‌کنندگان قرارداد منعقد می‌کنند مقرر نماید، می‌توان ادعا نمود که در قرارداد آنان، این "شرط ضمنی به سود افراد ثالث"، که متعاقد کالا و خدمات تهیه شده را در اختیار آنان می‌گذارد، وجود دارد که آنان نیز از حمایت‌های مزبور بهره‌مند گردند.^۲ به عبارت دیگر، باید معتقد بود که افراد مزبور هم لازم است به عنوان مصرف‌کننده پذیرفته شوند. در برخی از قوانین حمایت از مصرف‌کننده به این موضوع صراحتاً اشاره گردیده است؛ برای نمونه می‌توان از قانون حمایت از مصرف‌کننده هند نام برد.^۳ برخی صاحب‌نظران نیز از همین عقیده حمایت نموده‌اند (Cartwright, 2001, p. 3) و آرای هم از دادگاه‌ها (نظیر رای صادره در پرونده انگلیسی *Donoghue v. Stevenson*, [1932] All E. R. 1; [1932] AC 562 به نقل از: Cartwright, 2001, p. 3) در این راستا صادر گردیده است.

۱. قسمت اخیر ماده ۱۹۶ قانون مدنی مقرر می‌دارد: «... ممکن است در ضمن معامله‌ای که شخص برای خود می‌کند، تعهدی هم به نفع شخص ثالثی بنماید».

۲. در حقوق ما، شرط ضمنی به سود ثالث همانند شرط صریح به سود وی پذیرفته شده است. به عقیده دکتر کاتوزیان، شرط به سود ثالث در زمره قواعد عمومی قراردادهاست و به حقوقدانان این امکان را می‌دهد که شرط ضمنی به سود ثالث را وسیله توجیه پاره‌ای از احکام مفید اجتماعی سازد (کاتوزیان، ۱۳۸۰، ص ۳۷۵). دیوان عالی کشور فرانسه با استفاده از همین نهاد، مسئولیت قراردادی متصدیان حمل و نقل را در تضمین ایمنی مسافران، به خویشان آنان نیز گسترش داده است. به همین ترتیب، بسیاری از دادگاه‌ها جهت حمایت از مصرف‌کنندگان کالاهای خطرناک، قرارداد فروش را حاوی شرط ضمنی تضمین سلامت کالا در برابر هر مصرف‌کننده دانسته‌اند (کاتوزیان، ۱۳۸۲، صص ۷۹ و ۸۰).

۳. در ماده ۳ طرح اولیه تهیه شده توسط گروه مطالعاتی بررسی قوانین و مقررات مانع توسعه، آورده شده بود: «کلیه مصرف‌کنندگان و استفاده‌کنندگان نهایی کالاها و خدمات، از حقوقی که در این قانون و سایر قوانین و اصول حقوقی و عرف برای آنان مقرر شده است، برخوردار می‌باشند». این ماده عیناً در متن مصوب هیات ریسه سازمان برنامه و بودجه و متن کمیسیون لوایح هیات وزیران تکرار گردید. با این حال، ماده مزبور در بیان مقصود خویش قاصر است؛ چرا که در آن بیان گردیده، مصرف‌کنندگان نهایی از حقوقی که در منابع مختلف برای "آنان" مقرر گردیده است، برخوردار خواهند بود! احتمالاً منظور این ماده این بوده است که مصرف‌کنندگان نهایی از کلیه حقوقی که برای مصرف‌کنندگان تهیه‌کننده کالا و خدمات منظور گردیده است، برخوردار خواهند بود. تفسیر دیگری که از این ماده می‌توان ارایه داد این است که منظور این بوده است که کلیه مصرف‌کنندگان، اعم از تهیه‌کننده و مصرف‌کننده نهایی، علاوه بر این قانون از کلیه حقوقی که در سایر قوانین و عرف برای آنان مقرر گردیده است، بهره‌مند خواهند بود. در هر حال، ماده مورد بحث در لایحه مصوب هیات وزیران و مجلس حذف گردیده است.

با این‌همه، توجه به سه نکته ضروری است:

۱- مصرف‌کننده و مشمول مقررات حمایتی دانستن افرادی که در عمل از کالا و خدماتی استفاده می‌کنند، بدون آن که مستقیماً با عرضه‌کننده رابطه قراردادی داشته باشند، محدود به اشخاصی است که با رضایت تهیه‌کننده کالا و خدمات (متعاهد)،^۱ از آن‌ها استفاده می‌کنند. بنابراین، کسانی که کالای متعلق به تهیه‌کننده را به سرقت برده یا آن را غصب می‌کنند و در اثر استفاده از آن آسیب می‌بینند، شایسته "حمایت اضافی" قانون نیستند؛ چرا که نباید کسی از رهگذر ارتکاب جرم یا اعمال نامشروع، از حمایت‌های فوق‌العاده قانونی بهره‌مند گردد و برخوردار از این حمایت‌ها، پاداش ارتکاب عمل غیرقانونی وی قرار گیرد.^۲

۲- باید توجه داشت که در اعطای رضایت از سوی مصرف‌کننده متعاهد، عنوان حقوقی اهمیتی ندارد. این رضایت می‌تواند به صورت عقدی معوض (نظیر بیع، اجاره یا صلح) و یا غیر معوض (همانند هبه) و یا اعطای حق انتفاع، و یا به شکل یک ایقاع (اباحه انتفاع) باشد. همچنین تسلسل این روابط حقوقی نیز موثر در مقام نیست. بنابراین، کسی که با چند واسطه با تهیه‌کننده کالا و خدمات (متعاهد) ارتباط داشته و با رضایت ید ماقبل خود، از کالا یا خدمات ارایه شده استفاده می‌کند، مصرف‌کننده نهایی و مشمول مقررات حمایتی خواهد بود.

۳- همچنین نباید از یاد برد که برخی حقوق ویژه مصرف‌کنندگان فقط در زمان رو در رویی مصرف‌کننده و عرضه‌کننده و به هنگام مذاکره میان آنان مصداق می‌یابند. لذا برخوردار از کسانی که متعاقب قرارداد و با رضایت تهیه‌کننده کالا و خدمات از آن‌ها استفاده می‌کنند، از این حقوق و حمایت‌ها منتفی است. در گفتار سوم که در بخش دوم مقاله ارایه می‌گردد، توضیحات تکمیلی در این خصوص آورده خواهد شد.

نتیجه

با عنایت به مجموع مراتب فوق، می‌توان به عنوان نتیجه تعریف زیر را از مصرف‌کننده پیشنهاد نمود: «مصرف‌کننده هر شخص حقیقی یا حقوقی است که کالا یا خدمتی را عمدتاً به قصد مصرف یا استفاده شخصی خود، به طور قانونی تحصیل می‌کند. شخصی نیز که خارج از حیطه شغل و حرفه خود، به نیابت از دیگری، کالا یا خدمتی را به منظور مصرف یا استفاده شخصی وی تحصیل می‌کند، مصرف‌کننده تلقی خواهد شد. شخص یا

۱. منظور مصرف‌کننده‌ای است که با عرضه‌کننده رابطه قراردادی دارد.

۲. مطابق با قاعده لاتین (Nemo auditor propriam tur pitudianem allegans) هیچ کس قادر نیست تا با استناد به تقصیر خود، از مزایای آن بهره‌مند شود.

اشخاصی نیز که برای رفع نیازهای شخصی خود از کالا یا خدمت تحصیل شده دیگری با رضایت وی استفاده می‌کنند، مصرف‌کننده محسوب می‌گردند.^۱ لازم به ذکر است که تحصیل کالا توسط مصرف‌کننده می‌تواند معوض یا غیر معوض باشد. به عبارت دیگر، پرداختِ عوض جهت اطلاق مصرف‌کننده ضرورتی ندارد. در بخش دوم مقاله توضیحات بیشتری در این خصوص آورده خواهد شد.

منابع و مآخذ

الف) فارسی

- ۱- سالکی، حسین (۱۳۶۵) *حمایت از مصرف‌کننده*، تهران: انتشارات پیشبرد.
- ۲- صفائی، سید حسین، عادل، مرتضی، کاظمی، محمود و میرزا نژاد، اکبر (۱۳۸۴) *حقوق بیع بین‌المللی؛ با مطالعه تطبیقی*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۳- عادل، مرتضی و غفاری فارسانی، بهنام (۱۳۸۷) *مصرف‌کننده و حقوق بنیادین او*، تهران: طرح پژوهشی انجام شده در موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- ۴- کاتوزیان، ناصر (۱۳۸۰) *قواعد عمومی قراردادها*، ج ۳، چاپ سوم، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- ۵- کاتوزیان، ناصر (۱۳۸۲) *الزامهای خارج از قرارداد: ضمان قهری*، چاپ سوم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۶- کله‌لوا، ژان (۱۳۷۹) "تعریف مصرف‌کننده"، ترجمه عبدالرسول قدک، *مجله تحقیقات حقوقی*، ش ۲۹-۳۰.

ب) انگلیسی

- 1- American Heritage (2000) *Dictionary of the English Language*, 4th Edition, New York: Houghton Mifflin Company.
- 2- Bergamini, Elisabetta, "Sale of Goods to Consumer- Evolution of Consumer's Role in International Private Law", Available at: http://www.mcmp.gov.mt/pdfs/consumers/Mar05Seminar/Elisabetta_Bergamini.Pdf.
- 3- Bernitz, Ulf (1978) "On the Consumer Concept and Consumer Protection Priorities: Remarks on the Paper by Reifner", *Journal of Consumer Policy*, Vol. 2, No. 3.
- 4- Cartwright, Peter (2001) *Consumer Protection and the Criminal Law: Law, Theory and Policy in the UK*, Cambridge University Press.

۱. در ماده ۱ لایحه حمایت از مصرف‌کنندگان مصوب هیات وزیران، در تعریف مصرف‌کننده مقرر شده است: «از نظر این قانون، مصرف‌کننده هر شخص حقیقی یا حقوقی است که کالایی را برای رفع نیاز خود و یا اشخاص تحت تکفل یا تحت اداره خود می‌خرد، تهیه می‌کند یا از آن استفاده می‌کند و یا خدمتی را به این منظور مورد استفاده قرار می‌دهد». بر این تعریف، این خرده وارد است که نوع «نیازی» که رفع آن موجب مصرف‌کننده تلقی شدن فرد می‌گردد، معین نشده است. آیا اگر فردی برای رفع نیاز تجاری خود کالایی را بخرد، مصرف‌کننده است؟ یقیناً این‌گونه نخواهد بود؛ پس باید قیدی بدان اضافه گردد. اگر توصیف منفی را ترجیح دهیم باید قید «غیر تجاری» را به «نیاز» بیفزاییم و اگر توصیف مثبت را مناسب‌تر می‌دانیم، قید «شخصی» را.

- 5- Giri, H. N. (1987) *Consumers, Crimes and the Law*, New Delhi: Ashish Publishing House.
- 6- Herre, Johnny, Hondius, Ewoud and Alpa, Guido, "The Notions of Consumer and Professional and Some Related Questions"; Available at:
http://www.sgecc.net/pages/downloads/consumers_and_professionals.Pdf
- 7- Hondius, Ewoud (2006) "The Notion of Consumer: European Union versus Member States", *Sydney Law Review*, Vol. 28, PP. 89-98.
- 8- Howells, Geraint G. , Micklitz, Hans-W. & Wilhelmsson, Thomas (2006) *European Fair Trading Law: The Unfair Commercial Practices Directive*, London: Ashgate Publishing Ltd.
- 9- Mérieau; Martine (2007) "Health and Consumer Intergroup Meeting on The Revision of the Consumer Acquis European Parliament", Available at:
http://intergroup.apha.org/IMG/doc/Health_and_Consumer_Intergroup_Meeting_20_06_2007_Merigeau1.doc
- 10- Miller, C. J. , Harvey, Brian W. & Parry Deborah L. (1998) *Consumer and Trading Law: Text, Cases and Materials*, Oxford University Press.
- 11- <http://www.fr.wikipedia.org/>