

پیش‌گیری از ورود خسارت به مصرف‌کننده کالای معیوب یا خطرناک در قوانین و مقررات جاری

دکتر عباس قاسمی حامد*

پری خالدي**

چکیده

بهره‌مندی از کالای سالم و ایمن و پیش‌گیری از ورود خسارت ناشی از مصرف کالای معیوب و یا خطرناک حق مصرف‌کننده است. به‌منظور پردازش این نظر در نظام حقوقی ایران، آشنایی با قوانین و مقررات جاری در این زمینه ضروری است. بسیاری از قوانین و مقررات قابل بهره‌برداری در این خصوص بر مبنای اهدافی تدوین شده‌اند که الزاماً با اندیشه حاکم بر حقوق مصرف‌کننده انطباق ندارند. با وجود این، بهره‌گیری از آن‌ها برای پردازش حقوق مصرف‌کننده ممکن است. قوانین و مقررات یاد شده در بردارنده قواعدی است که گاه برای پیش‌گیری از ورود خسارت به مصرف‌کننده قابل استفاده است و گاه برای جبران خسارات وارده به او مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد. در مرحله پیش‌گیری، به-کارگیری قواعد استاندارد، حمایت‌های کیفری و آرایه اطلاعات می‌تواند مصرف‌کننده کالای معیوب یا خطرناک را مورد حمایت قرار دهد و از ورود خسارت ناشی از مصرف این قبیل کالاها جلوگیری نماید و یا احتمال ورود خسارت را به حداقل برساند. در مرحله جبران خسارت نیز با شناسایی مسئولیت عرضه‌کنندگان کالاهای معیوب یا خطرناک می-

* دانشیار دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی.

** کارشناس ارشد حقوق اقتصادی از دانشگاه شهید بهشتی.

توان خسارات وارده را جبران نمود. در مقاله حاضر، به بررسی قوانین و مقررات دربردارنده قواعد پیش‌گیری‌کننده از ورود خسارت به مصرف‌کننده کالاهای معیوب یا خطرناک خواهیم پرداخت.

کلید واژگان

حقوق مصرف، حمایت از مصرف‌کننده، کالاهای معیوب، کالاهای خطرناک، پیش-گیری از خسارت.

مقدمه

حقوق مصرف و لزوم حمایت از مصرف‌کننده مدت‌ها پیش به‌عنوان یکی از مباحث مهم حقوق و اقتصاد مطرح بوده و پیشرفت فناوری و گسترش چشم‌گیر فرایند تولید، بر اهمیت آن افزوده است. امروزه مصرف‌کنندگان تنها با یاری قواعد حمایتی توان مقاومت در مقابل قدرت‌های اقتصادی و تولیدکنندگان متخصص را دارند. به‌منظور حمایت از مصرف‌کننده در مقابل تولیدکننده متخصص، حقوق مختلفی در نظر گرفته شده است. حق انتخاب کالا و خدمات مورد نیاز، حق ایمنی، حق استفاده از محصولات سالم و عاری از عیوب و خطرات و دارای کیفیت مناسب و متناسب با انتظارات مصرف‌کننده، حق آگاهی از اطلاعات لازم برای استفاده از کالا، حق دادن پیشنهاد، حق دادرسی برای جبران خسارت، حق آموزش و حق برخورداری از محیط زیست سالم، مصادیق مهم این حقوق هستند. یکی از مهم‌ترین این حقوق، حق برخورداری از کالا و خدمات سالم و با کیفیت مناسب و عاری از عیوب و خطرات است. به‌منظور تضمین این حق و سایر حقوق مصرف‌کننده، نظام‌های حقوقی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه به تدوین قوانین حمایتی در این زمینه پرداخته‌اند.

ضرورت پردازش نظریه حمایت از مصرف‌کننده در نظام حقوقی ایران به‌روشنی مشهود گردیده است. این اندیشه در دو دهه اخیر از سوی حقوقدانان ایرانی مورد حمایت مستمر قرار گرفته است. قانون‌گذار نیز به این ضرورت اجتماعی پاسخ مثبت داده است. در

۱. برای آشنایی بیشتر ر.ک.

- سیملر، پرفسور فیلیپ، «راه‌حل حقوق فرانسه در مقابله با شروط تحمیلی در قراردادها»، ترجمه عباس قاسمی حامد، مجله تحقیقات حقوقی، دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۲۴-۲۳، ۱۳۷۷.

- قاسمی حامد، عباس، «حسن نیت در قرارداد، مبنای تعهد به درستکاری و تعهد به همکاری در حقوق فرانسه»، مجله تحقیقات حقوقی، دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۴۶، ۱۳۸۶.



این زمینه، قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان از جمله قوانین مهمی است که به تصویب رسیده است. علاوه بر آن، برای حمایت از مصرف‌کننده قوانین و مقررات متعدد دیگری وجود دارد که الزاماً با اندیشه حاکم بر این رشته حقوقی منطبق نمی‌باشند. با وجود این، بهره‌گیری از آن‌ها در حقوق مصرف‌ممکن است. در این مقاله با قوانین و مقرراتی که دربردارنده قواعدی است که از ورود خسارت به مصرف‌کننده پیش‌گیری می‌نماید آشنا خواهیم شد. در مقاله بعدی قوانین و مقرراتی که حاوی قواعد جبرانی هستند مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

در این مرحله قوانین و مقرراتی مد نظر است که جهت پیش‌گیری از وقوع خسارت به مصرف‌کنندگان قابل بهره‌برداری است. بعضی از این قوانین و مقررات مربوط به محصولات و فرآورده‌های تولیدی و منحصر به مرحله تولید کالا است (فصل اول) و دسته دیگر مربوط به مرحله عرضه کالا می‌باشند (فصل دوم).

فصل اول: در مرحله تولید کالا

اعمال مقررات استاندارد روشی برای کنترل کیفیت کالا است. کنترل کیفیت کالا موجبات پیش‌گیری از ورود خسارت به مصرف‌کنندگان را فراهم می‌آورد (مبحث اول). اقدامات تأمینی نیز واکنشی حقوقی است که به‌منظور مقابله با تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان کالاهای معیوب و خطرناک صورت می‌گیرد (مبحث دوم).

– قاسمی حامد، عباس، «متخصص»، متعهد ارایه اطلاعات به مصرف‌کننده در حقوق فرانسه»، مجله تحقیقات حقوقی، دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۱۳۸۸، ۴۹.

– قاسمی حامد، عباس، «مروری اجمالی بر نظریه تعهد به دادن اطلاعات»، مجله کانون وکلا، شماره ۱۰، ۱۳۷۵.

– قاسمی حامد، عباس، «معرفی حقوق مصرف‌با مقدمه‌ای از مترجم»، مجله حقوقی، شماره ۲۳، پاییز و زمستان ۱۳۷۷.

مبحث اول: اعمال قواعد استاندارد

یکی از روش‌های اطمینان از سلامتی و ایمنی محصول عرضه شده در بازار مصرف و پیش‌گیری از وقوع حوادث، به‌کارگیری مقررات استاندارد است. آشنایی با مفهوم استاندارد (گفتار اول) زمینه‌ساز شناسایی قواعد حمایتی موجود در مقررات استاندارد خواهد شد (گفتار دوم).

گفتار اول: مفهوم استاندارد

استاندارد در فرهنگ حقوقی به معنای ثبات، مدل و نوع است.^۲ در مفهوم فنی، استاندارد عبارت است از روش‌ها و معیارها و موازین معتبر و قابل قبول، در عرصه فعالیت‌های صنعتی و خدماتی که انسان را به کیفیت و ایمنی و سلامت مورد نظر می‌رساند. رعایت استاندارد باعث می‌شود که شرایط یکنواخت و یکسانی در حد عالی برای تولید کالا وجود داشته باشد و معیارهای پذیرفته شده مورد توجه تولید کنندگان قرار گیرد. استاندارد مفهوم ثابتی نیست و همواره معیارهای آن، تحت تأثیر دگرگونی‌ها و پیشرفت‌هایی که در اثر تحقیقات علمی به وجود می‌آید قرار می‌گیرد و در جهت تکامل و پویایی حرکت می‌کند.

استاندارد وسیله تعریف حداقل کیفیت، ایمنی و کارکرد مورد انتظار است. بنابراین همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، استاندارد تضمین‌کننده مطلوب‌ترین و عالی‌ترین کیفیت نیست، بلکه تضمین‌کننده حداقل‌های مورد انتظار است.^۳

2. Black, (Henry Compbell), Black's Law Dictionary, Six Edition, West Publishing Co. (1990), p.370.

۳. «فصلی پیرامون استاندارد»، مرکز پژوهش‌های مجلس، کارگروه خدمات پژوهشی، سال ۱۳۷۶، ص. ۲.

استانداردهای ملی از نظر اجرایی به دو دسته استاندارد اجباری و استاندارد تشویقی تقسیم می‌شوند. استاندارد اجباری استانداری است که در رابطه مستقیم با ایمنی، سلامت و بهداشت، محیط زیست یا تجارت خارجی (صادرات، و ادارات) بوده و قانوناً از نظر اجرا اجباری اعلام می‌شود. استاندارد تشویقی استانداری است که تولید کننده با توجه به توان بالای تولید و هم‌چنین علاقمندی و موافقت خود، داوطلبانه تمایل به اجرای آن دارد. از نظر اقتصادی، استاندارد دارای فواید عمده‌ای است. ایمنی مصرف کننده (به دلیل کاهش مخاطرات ناشی از کاربرد کالاهای مصرفی)، صرفه‌جویی و تقلیل ضایعات، بهبود کیفیت فرآورده‌ها، افزایش کارایی تولید، دسترسی به بازار، گسترش صادرات و در نهایت حمایت از مصرف کنندگان از جمله مهم‌ترین فواید استاندارد است.

گفتار دوم: مقررات استاندارد

قانون اصلاح قوانین و مقررات مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران مصوب ۱۳۷۱ به‌طور خاص در زمینه قواعد استاندارد وضع شده است (بند اول). قوانین و مقررات مرتبط دیگری نیز دربردارنده قواعد استاندارد می‌باشند (بند دوم).

بند اول: قانون اصلاح قوانین و مقررات مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران

قانون اصلاح قوانین و مقررات مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران مشتمل بر ۳۰ ماده در سال ۱۳۷۱ به تصویب مجلس شورای اسلامی و تأیید شورای نگهبان رسید و جایگزین قانون مصوب سال ۱۳۳۹ گردید.

۴. وهاجی، عبدالحسین، «سخنرانی سمینار اهمیت و کاربرد استانداردهای سری IS ۵۹۰۰۰»، مجله استاندارد و کالاهای ایرانی، سال چهارم، شماره ۲۳، مرداد ۱۳۷۲، به نقل از اسماعیل زاده، هادی، نگاهی به حقوق مصرف کننده، چاپ اول، انتشارات سازمان برنامه و بودجه، سال ۱۳۷۴، ص. ۱۳۴.

حسب مندرجات ماده ۱ این قانون مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران، به منظور تعیین، تدوین و نشر استانداردهای ملی (رسمی) و نظارت بر اجرای آنها و همچنین تحقیقات صنعتی ایران انجام وظیفه خواهد نمود. این مؤسسه دارای شخصیت مستقل حقوقی است و به صورت غیر انتفاعی اداره می‌شود و نظارت آن بدین شرح است: ۱- تدوین و نشر استانداردهای ملی (رسمی) به عنوان تنها مرجع رسمی انجام این وظیفه در کشور ۲- انجام تحقیقات به منظور تدوین استاندارد، بالا بردن کیفیت کالاهای تولید داخلی، کمک به بهبود روش‌های تولید و کارایی صنایع ۳- ترویج استانداردهای ملی ۴- نظارت بر اجرای استانداردهای اجباری ۵- کنترل کیفی کالاهای صادراتی مشمول استاندارد اجباری و جلوگیری از صدور کالاهای نامرغوب به منظور فراهم نمودن امکان رقابت با کالاهای مشابه خارجی و حفظ بازارهای بین‌المللی ۶- کنترل کیفیت کالاهای وارداتی مشمول استاندارد اجباری به منظور حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان داخلی و جلوگیری از ورود کالاهای نامرغوب خارجی ۷- ترویج مستقیم بین‌المللی یکاها (IS) به عنوان سیستم رسمی اوزان و مقیاس‌ها در کشور و کالیبره کردن وسایل سنجش ۸- آزمایش و تطبیق نمونه کالا با استانداردهای مربوط، اعلام مشخصات اظهار نظر مقایسه‌ای و صدور گواهینامه‌های لازم ضمانت اجرایی که در این قانون برای تخلف از مقررات در نظر گرفته شده است.

عمده وظایف این مؤسسه تعیین و نشر استانداردهای ملی به عنوان استاندارد رسمی و نظارت بر اجرای استانداردهای اجباری به منظور حفظ و ارتقای سطح کیفی تولیدات و ایمنی و پیش‌گیری از وقوع جرم علیه مصرف‌کنندگان است. مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران از اعضای اصلی سازمان بین‌المللی استاندارد (ISO)، کمیسیون بین‌المللی الکترونیک (IEC) و سازمان بین‌المللی «CAC» است. در تدوین استانداردهای ملی ایران

ضمن توجه به شرایط کلی و نیازمندی‌های خاص کشور، از آخرین پیشرفت‌های علمی، فنی و صنعتی جهان و استانداردهای بین‌المللی بهره‌گیری می‌شود.

از نظر این قانون، کالاها به دو دسته کالاهای مشمول استانداردهای اجباری و بدون استاندارد تقسیم می‌شوند. جرایم و مجازات‌های این قانون ناظر بر کالاها و مقیاس‌های مشمول استاندارد اجباری است. مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران می‌تواند با رعایت موازین پیش‌بینی شده در قانون، برای حمایت از مصرف‌کنندگان، حفظ سلامت و ایمنی فردی و عمومی، حصول اطمینان از کیفیت محصولات و ملاحظات زیست محیطی و اقتصادی، اجرای بعضی از استانداردهای ملی ایران را برای محصولات تولیدی داخل کشور و یا اقلام وارداتی با تصویب شورای عالی استاندارد، اجباری نماید. این مؤسسه می‌تواند به منظور حفظ بازارهای بین‌المللی برای محصولات کشور، اجرای استاندارد کالاها را صادراتی و درجه‌بندی آن را اجباری نماید.

ضمانت‌های اجرایی پیش‌بینی شده در این قانون به دو دسته قابل تقسیم است:
اول: ضمانت‌های اجرایی که اعمال آن‌ها مقید به صدمه یا خسارت به مصرف‌کننده نمی‌باشد. قانون‌گذار با پیش‌بینی این‌گونه ضمانت‌های اجرایی از ورود ضرر به مصرف‌کننده پیش‌گیری می‌نماید. تبصره ۴ ماده ۶، مواد ۹، ۱۰، ۱۱ و ۱۳ این قانون دربردارنده این‌گونه ضمانت‌های اجرایی است.^۵

۵. تبصره ۴ ماده ۶ قانون اصلاح قوانین و مقررات مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران مقرر می‌دارد: «در مواردی که اجرای استاندارد درباره فرآورده‌هایی اجباری اعلام می‌گردد اعطای هر گونه تسهیلات به واحدهای تولید کننده این قبیل فرآورده‌ها از سوی وزارت تخانه‌ها و سازمان‌های مختلف دولتی و نیز تبلیغات رسمی این فرآورده‌ها از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی منوط به داشتن پروانه کاربرد علامت استاندارد یا تأییدیه آن و یا تأیید مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران خواهد بود».



ماده ۹ اعلام می‌دارد: «هرگاه اجرای استاندارد در مورد کالاهایی اجباری اعلام شود، پس از انقضای مهلت‌های مقرر، تولید، تمرکز، توزیع و فروش این گونه کالاها با کیفیت پایین‌تر از استاندارد مربوط و یا بدون علامت استاندارد ایران ممنوع و با رعایت شرایط و امکانات خاطی و دفعات و مراتب جرم و مراتب تعزیر اعم از احضار، وعظ، تذکر، توبیخ، تهدید و اخذ تعهد و حبس از یک ماه تا دو سال و جزای نقدی از یکصد هزار ریال تا پنجاه میلیون ریال به حکم محاکم صالحه محکوم خواهند شد».

تبصره ۳ ماده قانونی فوق متذکر شده: «مؤسسه می‌تواند با تصویب شورای عالی استاندارد مفاد این ماده را درباره کالاهایی که استاندارد تشویقی آن‌ها در کشور اجرا می‌شود، معمول دارد».

تبصره ۴ همین ماده نیز مقرر می‌دارد: «مؤسسه می‌تواند علاوه بر اعلام جرم و درخواست تعقیب متخلفین موضوع این ماده از مراجع قضایی، فرآورده‌های خارج از استاندارد و فاقد علامت استاندارد را از مراکز تولید، تمرکز، توزیع و فروش جمع‌آوری و توقیف نماید و به منظور جلوگیری از ادامه تولید این گونه فرآورده‌ها ابزار، ماشین آلات و وسایل تولید مربوط را موقتاً لاک و مهر نمایند».

ماده ۱۰ قانون یاد شده بیان داشته: «هر کاسب و تاجر و یا هر شخص حقیقی و حقوقی که به‌نحوی به امور تولید، تجارت، ارایه خدمات و داد و ستد عمومی اشتغال دارد، چنان‌چه دارای اوزان و مقایس‌ها و وسایل سنجش قلب بوده و یا با اوزان و مقیاس‌های تقلبی و یا غیر قانونی داد و ستد کند با رعایت شرایط و امکانات خاطی و دفعات و مراتب جرم و مراتب تعزیر اعم از احضار، وعظ، تذکر، توبیخ، تهدید و اخذ تعهد و حبس از دو ماه تا دو سال و جزای نقدی از دویست هزار ریال تا ده میلیون ریال به علاوه استرداد معادل اموالی که با تقلب کسب کرده با حکم محاکم صالحه محکوم خواهد شد و اوزان و مقیاس‌ها و وسایل سنجش مذکور به نفع مؤسسه ضبط خواهد شد».

حسب مندرجات ماده ۱۱ این قانون: «هرکس مشخصات فرآورده‌های مشمول استاندارد اجباری را، پس از تهیه، تولید یا ساخت تغییر دهد یا از ظروف و وسایل بسته‌بندی مخصوص فرآورده‌های استاندارد شده برای بسته‌بندی و عرضه و فروش فرآورده‌های خارج از استاندارد استفاده کند، یا به قصد تقلب و یا به هر کیفیتی در قوطی، بسته، جعبه و لفاف محتوی فرآورده‌های مشمول استاندارد اجباری دخل و تصرف نماید و یا به جای جنس استاندارد شده جنس دیگری تحت همان عنوان عرضه کند و یا به فروش برساند و یا به قصد تقلب از برگ‌های آزمایش و تشخیص مشخصات فرآورده‌ها و هم‌چنین پروانه کاربر علامت استاندارد ایران در غیر مورد استفاده کند و یا علامت استاندارد ایران را بدون دریافت پروانه بر روی محصولات خود به کار برد، به حبس از شش ماه تا دو سال و جزای نقدی از یک میلیون ریال تا پنجاه میلیون ریال محکوم خواهد شد».

ماده ۱۳ این قانون نیز مقرر می‌دارد: «بازرسان و کارشناسان مؤسسه مجاز هستند به دستور مؤسسه به محل‌های تولید، بسته‌بندی، تمرکز، عرضه و فروش کالاها و یا خدمات مشمول استانداردهای اجباری وارد شده

دوم: ضمانت‌های اجرایی که اعمال آن‌ها مقید به ضرر مادی به مصرف کننده هستند. ماده ۱۲ این قانون شامل این دسته ضمانت‌های اجرایی می‌باشد.

بند دوم: قوانین مرتبط

علاوه بر قانون اصلاح قوانین و مقررات مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران مصوب ۱۳۷۱، مقررات دیگری در سایر قوانین در این ارتباط وجود دارند که اعمال آن‌ها موجبات حمایت از مصرف کننده کالاهای معیوب و خطرناک را فراهم می‌سازد.

الف: قانون نظام صنفی کشور

قانون نظام صنفی کشور مصوب ۱۳۸۲ رعایت مقررات ایمنی، بهداشتی و حفاظت فنی را برای افراد صنفی اجباری نموده است. رعایت موارد یاد شده به رعایت استاندارد در مورد کالاهای مصرفی و نهایتاً حمایت از مصرف کننده منتهی می‌شود.

و به بازرسی و نمونه برداری بپردازند. مسئولین واحدهای تولیدی و خدماتی و محل‌های عرضه و فروش کالاهای مشمول استاندارد اجباری و یا سایر اشخاص چنانچه از ورود بازرسان و کارشناسان مؤسسه جلوگیری به عمل آورند و یا از انجام بازرسی و نمونه‌برداری ممانعت نمایند به حبس از پنج ماه تا یک سال و جزای نقدی از پانصد هزار ریال تا یک میلیون ریال با حکم محاکم صالحه محکوم خواهند شد. ۶. ماده ۱۲ «هرگاه ارتکاب یکی از جرایم مذکور در این قانون موجب بیماری یا آسیبی گردد مرتکب حسب نتایج حاصله به مجازات‌های زیر محکوم می‌گردد: ۱- در صورتی که مدت معالجه زاید بر دو ماه نباشد مجازات مرتکب شش ماه تا دو سال حبس تعزیری و پانصد هزار تا دو میلیون ریال جزای نقدی ۲- در صورتی که مدت معالجه زاید بر دو ماه باشد مجازات مرتکب یک تا سه سال حبس تعزیری و یک میلیون تا دو میلیون ریال جزای نقدی ۳- در صورتی که موجب نقص عضو شود، مجازات مرتکب حسب مورد سه تا ده سال حبس تعزیری و دو میلیون تا پنج میلیون ریال جزای نقدی ۴- در صورتی که منتهی به مرگ شود مجازات مرتکب سه الی پانزده سال حبس تعزیری و سه میلیون تا ده میلیون ریال جزای نقدی خواهد بود.

در تمام موارد فوق در صورت شکایت مصرف کننده و به شرط اقوا بودن سبب از مباشر، دیه و خسارت مصرف کننده بر اساس قانون مجازات اسلامی و بر طبق حکم محاکم جبران می‌گردد».

در ماده ۱۷ قانون یاد شده آمده است: «افراد صنفی مکلفند قوانین و مقررات جاری کشور، از جمله قوانین و مقررات صنفی، انتظامی، بهداشتی، ایمنی، حفاظت فنی و زیباسازی محیط کار و دستورالعمل‌های مربوط به نرخ‌گذاری کالاها و خدمات را که از سوی مراجع قانونی ذیربط ابلاغ می‌گردد، رعایت و اجرا کنند».

در ماده ۶۸ قانون‌گذار عدم رعایت مقررات مندرج در این قانون را از سوی فرد صنفی تخلف محسوب نموده و متخلف را به پرداخت جریمه نقدی از دویست هزار تا پانصد هزار ریال در هر بار تخلف محکوم کرده است.

ب: قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو

قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶ بر مبنای ضرورت‌های اجتماعی قبل از قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به تصویب رسید. این قانون رعایت استانداردهای ابلاغی را الزامی اعلام می‌نماید. حسب مندرجات ماده ۲ این قانون، عرضه‌کننده موظف به رعایت استانداردهای ابلاغی در مورد ایمنی، کیفیت، سلامت خودرو و مطابقت آن با ضمانت‌ارایه شده به مصرف‌کننده می‌باشد. تبصره ذیل ماده ۵ این قانون نیز مقرر می‌دارد استفاده از قطعات غیر استاندارد یا تأیید نشده توسط عرضه‌کننده و نمایندگی‌های مجاز تعمیر ممنوع است.

در این قانون برای تخلف از موارد یاد شده ضمانت اجرایی خاصی تعیین نشده است. عدم پیش‌بینی ضمانت اجرای خاص در موارد یاد شده اثرگذاری این قانون را کاهش می‌دهد.

۷. ماده ۶۸ قانون نظام صنفی مصوب ۱۳۸۲ مقرر می‌دارد: «عدم رعایت مفاد ماده (۱۶)، تبصره (۴) ماده (۱۷) و بندهای (ک) و (م) ماده (۳۷) و همچنین دستورالعمل‌های بهداشتی موضوع ماده (۱۷) این قانون از سوی فرد صنفی، تخلف محسوب می‌شود و متخلف باید جریمه نقدی از دویست هزار (۲۰۰,۰۰۰) ریال تا پانصد هزار (۵۰۰,۰۰۰) ریال را در هر بار تخلف بپردازد».

ج: قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان

قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان مصوب ۱۳۸۸/۷/۱۵ با بیش از یک دهه تأخیر بالاخره به تصویب رسید. تبصره ۲ ماده ۳ این قانون وجود نشان استاندارد در مورد کالا و خدمات مشمول استاندارد اجباری را الزامی اعلام نموده است. تأکید بر اجباری بودن رعایت استاندارد در مورد کالاها و خدمات مشمول آن و وضع ضمانت‌های اجرایی تخلف از عدم رعایت استاندارد موجبات پیش‌گیری از ورود خسارت به مصرف کنندگان را فراهم می‌سازد.

قانون‌گذار با اعلام ضرورت جبران خسارت‌های وارده و پیش‌بینی محکومیت پرداخت جزای نقدی در این قانون حمایت از مصرف کنندگان را افزایش داده است. در این راستا، ماده ۱۹ این قانون مقرر می‌دارد: «عرضه کنندگان کالا و خدمات و تولید کنندگانی که مبادرت به تخلفات موضوع مواد ۳ الی ۸ این قانون نمایند در صورت ورود خسارت ناشی از مصرف همان کالا و خدمات به مصرف کنندگان علاوه بر جبران خسارت وارده به جزای نقدی حداکثر معادل دو برابر خسارت وارده محکوم خواهند شد».^۸

۸. مواد ۳ الی ۸ این قانون مقرر می‌دارند:

«ماده ۳- عرضه کنندگان کالا و خدمات و تولید کنندگان مکلفند: ۳-۱- ضمانت‌نامه‌ای را که دربردارنده مدت و نوع ضمانت است همراه با صورت‌حساب فروش که در آن قیمت کالا یا اجرت خدمات و تاریخ عرضه درج شده باشد به مصرف کنندگان ارایه نمایند. ۳-۲- اطلاعات لازم شامل: نوع، کیفیت، کمیت، آگاهی‌های مقدم بر مصرف، تاریخ تولید و انقضای مصرف را در اختیار مصرف کنندگان قرار دهند. ۳-۳- نمونه کالای موجود در انبار را جهت فروش در معرض دید مصرف کنندگان قرار دهند و چنان‌چه امکان نمایش آن‌ها در فروشگاه وجود ندارد باید مشخصات کامل کالا را به اطلاع مصرف کنندگان برسانند. تبصره ۱- فروش اجباری یک یا چند نوع کالا یا خدمت به همراه کالا یا خدمت دیگر ممنوع می‌باشد. تبصره ۲- داشتن نشان استاندارد در مورد کالا و خدمات مشمول استاندارد اجباری، الزامی است. تبصره ۳- فهرست انواع کالا و خدمات، نوع اطلاعات، نحوه اعلام آن، سقف ارزش کالا و خدماتی که نیاز به صدور



د: قانون تعزیرات حکومتی در امور بهداشتی و درمانی

تولید مواد آرایشی، بهداشتی، غذایی و دارویی باید با مجوز دولتی و با رعایت قواعد خاص و تأیید شده انجام گیرد. تولید این مواد باید با حضور و نظارت دایم مسئول فنی تولید باشد تا به تشخیص او شرایط جامع برای تولید و بهره‌برداری فراهم و موانع این مهم مرتفع گردد. در غیر این صورت، ممکن است به لحاظ عدم رعایت نکات فنی، کمیت و کیفیت محصول از حالت قابل انتظار و مطلوب و ایمن خارج گردد. در صورت استفاده

ضمانت‌نامه و صورت حساب دارد ظرف مدت چهار ماه توسط وزارت بازرگانی و با همکاری وزارتخانه‌ها، دستگاه‌ها و مؤسسات ذیربط تعیین و اعلام می‌شود. تبصره ۴- وزارت بازرگانی موظف است فهرست مربوط به اقلام دارویی و تجهیزات پزشکی واحدهای خدمات پزشکی اعم از تشخیصی و درمانی را با همکاری وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی تهیه و اعلام نماید. ماده ۴- کلیه عرضه‌کنندگان اعم از تولیدکنندگان و واردکنندگان کالاهای سرمایه‌ای از جمله خودرو (سنگین یا سبک)، ماشین‌آلات صنعتی، کشاورزی، راه‌سازی، لوازم خانگی، مصنوعات الکتریکی و الکترونیکی، صوتی، تصویری و وسایل ارتباطی مکلف به داشتن نمایندگی رسمی و تعمیرگاه مجاز، تأمین قطعات یدکی و ارایه سرویس و خدمات بعد از فروش می‌باشند. ماده ۵- کلیه عرضه‌کنندگان کالا و خدمات مکلفند با الصاق برچسب روی کالا، یا نصب تابلو در محل کسب یا حرفه، قیمت واحد کالا یا دستمزد خدمت را به‌طور روشن و مکتوب به گونه‌ای که برای همگان قابل رؤیت باشد، اعلام نمایند. ماده ۶- کلیه دستگاه‌های دولتی و عمومی، سازمان‌ها، شرکت‌ها، بانک‌ها، نهادها، شهرداری‌ها و همچنین دستگاه‌هایی که شمول قانون بر آن‌ها مستلزم ذکر یا تصریح نام است ملزم می‌باشند در ابتدا کلیه اطلاعات لازم درخصوص انجام کار و ارایه خدمت را در اختیار مراجعان قرار دهند. تبصره - آیین‌نامه اجرایی این ماده توسط سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور با همکاری دستگاه‌های ذیربط حداکثر ظرف مدت شش ماه تهیه و به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید. ماده ۷- تبلیغات خلاف واقع و ارایه اطلاعات نادرست که موجب فریب یا اشتباه مصرف‌کننده از جمله از طریق وسایل ارتباط جمعی، رسانه‌های گروهی و برگه‌های تبلیغاتی شود، ممنوع می‌باشد. تبصره - آیین‌نامه اجرایی این ماده توسط وزارت بازرگانی با همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی حداکثر ظرف مدت شش ماه تهیه و به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید. ماده ۸- هرگونه تبانی و تحمیل شرایط از سوی عرضه‌کنندگان کالا و خدمات، که موجب کاهش عرضه یا پایین آوردن کیفیت، یا افزایش قیمت شود، جرم محسوب می‌شود».

این قبیل محصولات، عدم تأثیرگذاری آن و یا آسیب و صدمه به مصرف کننده غیر قابل اجتناب است. قانون‌گذار برای حصول اطمینان از رعایت قواعد کیفی در تولید مواد آرایشی، بهداشتی، خوردنی و به‌منظور ایمن‌سازی تولیدات و جلوگیری از هرگونه عواقب ناگوار با استناد به مواد ۳۲ و ۳۳ قانون تعزیرات حکومتی امور درمانی و بهداشتی مصوب ۱۳۶۷/۱۲/۲۳ حضور و حتی نظارت دائم مسئول فنی را در کلیه مراحل تولید ضروری و تخلف از آن را جرم و تولید کننده را مستحق مجازات دانسته است. ماده ۳۲ این قانون مقرر می‌دارد: «تولید مواد غذایی، آرایشی و بهداشتی باید با حضور مسئول فنی انجام گیرد، در صورت تخلف: مرتبه اول: تعطیل تولید تا حضور مسئول فنی و اخطار کتبی با درج در پرونده. مرتبه دوم: علاوه بر مجازات‌های مرتبه اول، ضبط کالای تولیدی به نفع دولت. مرتبه سوم: علاوه بر مجازات‌های مرتبه دوم، جریمه نقدی تا مبلغ یک میلیون ریال. مرتبه چهارم: تعطیل واحد تولیدی تا یک سال صورت خواهد گرفت».

ماده ۳۳ قانون فوق‌الذکر نیز مقرر می‌دارد: «حضور مسئول فنی در کلیه مراحل تولید الزامی بوده و مسئول فنی باید نظارت دائم در امر تولید داشته باشد. تخلف از این امر جرم بوده و متخلف به مجازات‌های زیر محکوم می‌شود، مرتبه اول: اخطار کتبی و درج در پرونده مسئول فنی. مرتبه دوم: علاوه بر مجازات‌های مرتبه اول، جریمه نقدی تا مبلغ یکصد هزار ریال. مرتبه سوم: جریمه نقدی تا مبلغ پانصد هزار ریال. مرتبه چهارم: تعلیق پروانه مسئول فنی تا شش ماه».

قواعد حمایتی در قانون تعزیرات حکومتی امور درمانی و بهداشتی، از ورود خسارت به مصرف کننده پیش‌گیری به عمل آورده است.

هـ: سایر قوانین

ضرورت رعایت استاندارد علاوه بر قوانین مذکور در ضمن قوانین دیگری نیز پیش‌بینی شده است:

۱- بند «و» تبصره ۱۹ قانون برنامه پنج ساله دوم مصوب سال ۱۳۷۳ به منظور اعمال صرفه جویی و منطقی کردن مصرف انرژی و حفاظت از محیط زیست، دولت را به تعیین مشخصات فنی و معیارها در مورد سیستم‌ها و تجهیزات انرژی، به ترتیبی که کلیه تولیدکنندگان و واردکنندگان چنین تجهیزاتی، ملزم به رعایت این مشخصات و معیارها باشند، موظف نموده است.

۲- ضرورت رعایت استاندارد موجب گردیده تا قانون‌گذار در قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن در موارد معین مصوب ۱۳۷۳ منابع مالی مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران را تقویت نماید. در ذیل ماده ۱۰ این قانون و در ماده ۴۲ آن محل تأمین اعتبارات مربوطه پیش‌بینی شده است.

۹. ماده ۱۰ قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن در موارد معین مقرر می‌دارد: «گمرک ایران مجاز است معادل دو درصد (۲٪) از حقوق گمرکی و سود بازرگانی که توسط گمرک وصول و به درآمد عمومی کشور واریز می‌شود را از محل اعتباری که به همین منظور در قانون بودجه هر سال پیش‌بینی می‌شود به منظور تهیه وسایل و تجهیزات مورد نیاز و توسعه گمرکات کشور و آموزش و بازآموزی و هم‌چنین تشویق و ترغیب کارکنان هزینه نماید. پنج درصد (۵٪) از دو درصد (۲٪) فوق در اختیار مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران قرار می‌گیرد».

در ماده ۴۲ این قانون نیز مقرر گردیده است: «به مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران اجازه داده می‌شود معادل صد درصد (۱۰۰٪) درآمدی که از محل ارایه خدمات، وصول و به خزانه واریز می‌نماید را از محل اعتباری که به همین منظور در قانون بودجه هر سال منظور می‌شود دریافت و جهت انجام هزینه‌های آموزشی، تحقیقاتی، نوسازی و ایجاد آزمایشگاه‌ها، تأمین تجهیزات لازم، افزایش کارایی و تقویت کادر تخصصی خود و واحدهای استانی به مصرف برساند. مازاد افزایش درآمد نسبت به درآمد پیش‌بینی شده در بودجه هر سال، جهت انجام طرح‌های عمرانی و توسعه آزمایشگاه‌ها و خرید تجهیزات لازم و انجام سایر هزینه‌های سرمایه‌ای در اختیار مؤسسه مذکور قرار داده می‌شود تا حسب ضوابطی که به تصویب شورای عالی استاندارد می‌رسد، هزینه شود».

۳- رعایت استاندارد در مورد مصالح و اجزای ساختمانی نیز مورد تأکید قانون گذار قرار گرفته است. تبصره یک ماده ۳۴ قانون نظام مهندسی و کنترل ساختمان مصوب ۱۳۷۴ مقرر می دارد: «وزارتخانه های مسکن و شهرسازی، کشور و صنایع مکلفند با توجه به امکانات و موقعیت هر محل، آن دسته از مصالح و اجزای ساختمانی که باید به تأیید مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران برسد را طی فهرست هایی احصا و آگهی نمایند. از تاریخ اعلام، کلیه تولیدکنندگان و واردکنندگان و توزیع کنندگان مصالح و اجزای ساختمانی موظف به تولید و توزیع و استفاده از مصالح استاندارد شده خواهند بود».

۴- پیش بینی ضمانت های اجرایی کیفری در مورد جعل علائم استاندارد و استعمال عالمانه آن در قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۷۵ مصرف کنندگان را مورد حمایت جدی قرار داده است. ماده ۵۲۵ این قانون مقرر می دارد: «هر کس یکی از اشیای ذیل را جعل کند یا با علم به جعل یا تزویر استعمال کند یا داخل کشور نماید علاوه بر جبران خسارت وارده به حبس از یک تا ده سال محکوم خواهد شد...». تبصره ذیل این ماده در خصوص جعل و تزویر علائم استاندارد بین المللی بیان داشته است: «هر کس عمداً و بدون داشتن مستندات و مجوز رسمی داخلی و بین المللی و به منظور القای شبهه در کیفیت تولیدات و خدمات از نام و علائم استاندارد ملی یا بین المللی استفاده نماید به حداکثر مجازات مقرر در این ماده محکوم خواهد شد».

مبحث دوم: اقدامات تأمینی

یکی از رویکردهای مهم و کارآمد حقوق جزا در ارتباط با حقوق مصرف کننده، پیش بینی اقدامات تأمینی است. این اقدامات با دارا بودن جنبه پیش گیرانه در مراحل تولید و عرضه کالا می تواند مصرف کننده را در مقابل خطرات و خسارت های ناشی از به کارگیری کالاهای معیوب و خطرناک مورد حمایت قرار دهد.

گفتار اول: مفهوم اقدامات تأمینی

اقدام تأمینی واکنشی است که به منظور پیش گیری از وقوع جرم به عمل می آید. قانون گذار این اقدامات را جهت ارباب و یا مجازات پیش بینی نمی نماید. اما در مواردی

این اقدامات پیش‌گیرانه دارای آثار ارباب‌انگیز نیز هستند.^{۱۰} این شیوه بر خلاف مجازات، جنبه رنج و عذاب نداشته، بلکه درصدد معالجه و ختنی سازی حالت خطرناک می‌باشد.^{۱۱} به نظر عده‌ای از حقوقدانان معاصر حکم اقدام تأمینی ممکن است از مرجعی اداری و نه ضرورتاً قضایی نیز صادر شود.^{۱۲}

جهت حفظ مصالح اجتماعی، قانون مجازات اسلامی تدابیری مانند تعطیل محل کسب، لغو پروانه و محرومیت از حقوق اجتماعی و اقامت در نقطه‌ای معین را به‌عنوان مجازات بازدارنده پیش‌بینی نموده است. به‌کارگیری عبارت «از قبیل» در متن ماده ۱۷ این قانون نشان می‌دهد، تدابیر یادشده تمثیلی بوده و محصور به مواد مصرحه در قانون نیست بلکه، توقیف محصولات فاسد، تعطیل محل تولید و توزیع و اقداماتی از این قبیل نیز به‌منظور حمایت از مصرف‌کننده قابل اعمال خواهند بود.

گفتار دوم: مصادیق اقدامات تأمینی

پیش‌بینی اقدامات تأمینی واکنشی است حقوقی که از سوی قانون‌گذار در جهت حفظ نظم و مراعات مصالح اجتماعی و به‌منظور مقابله با متخلفین صورت می‌گیرد. در راستای

۱۰. بولک، برنار، کیفر شناسی، ترجمه علی حسین نجفی ابرندآبادی، چاپ سوم، انتشار مجد، سال ۱۳۸۲، ص. ۸۱.

۱۱. شامبیاتی، هوشنگ، حقوق جزای عمومی، جلد دوم، چاپ هفتم، انتشارات و یستار، سال ۱۳۷۵، ص. ۴۱۳.

۱۲. اردبیلی، محمدعلی، حقوق جزای عمومی، جلد دوم، چاپ پنجم، نشر میزان، ۱۳۸۲، ص. ۱۷۸. ماده ۱ قانون اقدامات تأمینی مصوب ۱۳۳۹ مقرر می‌دارد: «اقدامات تأمینی عبارتند از تدابیری که دادگاه برای جلوگیری از تکرار جرم (جنحه یا جنایت) درباره مجرمین خطرناک اتخاذ می‌کند. مجرمین خطرناک کسانی هستند که سوابق و خصوصیات روحی و اخلاقی آنان و کیفیت ارتکاب و جرم ارتکابی، آنان را در مظان ارتکاب جرم در آینده قرار دهد صرف‌نظر از این که قانوناً مسئول باشند یا غیر مسئول. صدور حکم اقدام تأمینی از طرف دادگاه وقتی جایز است که کسی مرتکب جرم گردیده باشد».



حمایت از مصرف‌کننده کالاهای معیوب یا خطرناک، تعطیل محل تولید و عرضه کالاهای معیوب (بند اول) و ممنوعیت از اشتغال به کسب یا حرفه معین (در بند دوم) به- عنوان مصادیق اقدامات تأمینی قابل اعمال خواهد بود.

بند اول: تعطیل محل تولید و عرضه کالاهای معیوب

تعطیل محل تولید و عرضه کالا به عنوان اقدامات تأمینی زمینه پیش‌گیری از ورود خسارت به مصرف‌کنندگان کالاهای معیوب و خطرناک را فراهم می‌سازد. در این اقدام، فرد و تربیت او مستقیماً و در درجه اول مورد نظر نمی‌باشد؛ زیرا، عامل تربیتی اصولاً در رابطه با انسان معنا پیدا می‌کند. تعطیل کردن محل تولید و عرضه محصولات صنعتی اقدامی احتیاطی است که به‌طور مستقیم و در درجه اول از تکرار جرم پیش‌گیری می‌نماید. رأی به تعطیل واحدهای تولیدی یا عرضه و کسب تحت عناوین مصرحه قانونی مثل بستن محل یا لغو پروانه یا جمع کردن خط تولید و شدیدتر از همه توقیف ابزارآلات و مصادره محل به نفع دولت صادر می‌گردد. این اقدامات ممکن است به‌طور موقت یا دائم صورت گیرد. تقلب در ساختن کالا به واسطه داخل کردن مواد خارجی، ساختن محصولاتی که عناصر اصلی آن میکروب یا سرم یا خون است از مواردی است که ضمانت اجرای قانونی آن تعطیل محل تولید یا عرضه کالا است.^{۱۴} گران‌فروشی، احتکار، کم‌فروشی

۱۳. ماده ۱۷ قانون مجازات اسلامی مقرر داشته است: «مجازات بازدارنده، تأدیب یا عقوبتی است که از طرف حکومت به منظور حفظ نظم و مراعات مصلحت اجتماع در قبال تخلف از مقررات و نظامات حکومتی تعیین می‌گردد از قبیل حبس، جزای نقدی، تعطیل محل کسب، لغو پروانه و محرومیت از حقوق اجتماعی و اقامت در نقطه یا نقاط معین و منع از اقامت در نقطه یا نقاط معین و مانند آن».

۱۴. ماده ۸ قانون مربوط به مقررات امور پزشکی و دارویی و مواد خوردنی و آشامیدنی مصوب ۱۳۳۴ مقرر می‌دارد: «دارندگان آزمایشگاه‌ها نمی‌توانند اقدام به خرید و فروش خون نموده و یا محصولات آنی که عناصر

و عدم اجرای ضوابط قیمت‌گذاری و توزیع نیز در سومین مرحله تخلف ضمانت اجرای تعطیل محل تولید یا عرضه کالا را به دنبال خواهد داشت.^{۱۵}

بند دوم: ممنوعیت از اشتغال به کسب، فعل یا حرفه معین

ممنوعیت از اشتغال به کسب، فعل یا حرفه معین جزو اقدامات تأمینی محدودکننده آزادی می‌باشد. در ماده ۹ قانون اقدامات تأمینی مقرر شده است: «هر گاه کسی به سبب اشتغال به کسب یا حرفه یا شغل معینی مرتکب جنحه یا جنایتی گردد و اشتغال به آن کسب یا حرفه یا شغل احتیاج به اجازه مقامات رسمی داشته باشد، در صورتی که مرتکب به علت ارتکاب این جرم قبلاً نیز محکوم شده باشد و اوضاع و احوال و روحیه متهم منطبق با ماده یک این قانون باشد، دادگاه می‌تواند ضمن حکم محکومیت دستور رفع اشتغال او را به کسب یا حرفه یا شغلش برای مدتی از سه ماه تا دو سال صادر نماید». بنابراین در صورت وجود شرایط فوق، به‌منظور جلوگیری از تکرار جرم و بروز حالت خطرناک، مرتکب محکوم به مجازات یاد شده در بالا خواهد شد.^{۱۶}

در جرایمی نظیر فروش و عرضه جنس فاسد و معیوب و یا فروش و عرضه جنسی که موعد مصرف آن گذشته است، ساختن مواد تقلبی محصولات تجاری و صنعتی و عرضه محصول به بازار بدون کسب مجوز از مقامات ذیصلاح و یا تولید و اصرار و تداوم در

اصلی آن از میکرب یا سرم یا خون است ساخته و به فروش رسانند مگر با اجازه مخصوص وزارت بهداشتی».

۱۵. مواد ۵۷، ۵۸، ۶۰ و ۶۳ قانون نظام صنفی کشور مصوب ۱۳۸۲ که در سومین مرتبه تخلف تعطیل محل کسب را پیش‌بینی نموده‌اند.

۱۶. قاسمی، ناصر، اقدامات تأمینی و تربیتی در حقوق کیفری ایران، چاپ اول، نشر میزان، سال ۱۳۷۴، ص. ۱۵۰.

عرضه کالاهای غیر استاندارد از کالاهای مشمول استاندارد اجباری و یا مخلوط کردن مواد خارجی به جنس مورد نظر به منظور سوءاستفاده، اقدام تأمینی فوق به عنوان مجازات بر مرتکب بار می شود.^{۱۷}

فصل دوم: در مرحله عرضه کالا

یکی از ابزارهای مؤثر برای حمایت از مصرف کننده در مقابل متخصص، آگاه نمودن مصرف کننده غیر متخصص از مشخصات کالا و خدمات عرضه شده و خطرات احتمالی ناشی از به کارگیری آن است. بر این اساس نظریه تعهد به دادن اطلاعات پایه ریزی شده است (مبحث اول). قانون گذار با وضع قوانین و مقررات خاص در جهت الزام متخصص به ایفای این تعهد، زمینه ورود خسارت به مصرف کنندگان کالاهای معیوب و خطرناک را محدود می نماید (مبحث دوم).

۱۷. ماده ۱ و تبصره ۱ ماده ۳ قانون مواد خوردنی و آشامیدنی و آرایشی و بهداشتی مصوب ۱۳۴۶. ماده ۱ مقرر می دارد: «مرتکب هر یک از اعمال زیر در مواد خوردنی و آشامیدنی و آرایشی و بهداشتی به مجازات های مقرر در این قانون محکوم خواهد شد: عرضه یا فروش جنسی به جای جنس دیگر، مخلوط کردن مواد خارجی به جنس به منظور سوءاستفاده، عدم رعایت استاندارد یا فرمول ثبت شده در مواردی که تعیین فرمول و رعایت آن و همچنین تعیین استاندارد و رعایت آن الزامی باشد، فروش و عرضه جنس فاسد و یا فروش و عرضه جنسی که موعد مصرف آن گذشته و همچنین تعیین استاندارد و رعایت آن الزامی باشد، به کار بردن رنگ ها و اسانس ها و سایر مواد اضافی غیرمجاز در مواد خوردنی یا آشامیدنی یا آرایشی یا بهداشتی و یا لوازم بازی کودکان».

تبصره ۱ ماده ۳ نیز بیان می دارد: «مرتکب هر یک از جرایم مذکور در این ماده علاوه بر کیفر مقرر جز در مورد اعدام به پرداخت جزای نقدی از بیست هزار ریال تا پانصد هزار ریال و محرومیت از اشتغال به کسب یا کار مربوط به مواد خوردنی یا آشامیدنی یا آرایشی یا بهداشتی از یک سال تا سه سال محکوم خواهد شد».

مبحث اول: نظریه تعهد به دادن اطلاعات به مصرف‌کننده

تکلیف متخصص به ارایه اطلاعات به مصرف‌کنندگان کالا و خدمات از شیوه‌های کارآمد پیش‌گیری از ورود خسارت است (گفتار اول). به کارگیری قواعد سنتی، گام نخست پردازش این نظریه در نظام حقوقی ایران خواهد بود (گفتار دوم).

گفتار اول: تکلیف متخصص به ارایه اطلاعات به مصرف‌کنندگان

از جهت تاریخی تعهد به دادن اطلاعات و اطمینان بخشی در روابط قراردادی از قواعد اخلاقی و بر مبنای راست‌گویی و امانت‌داری نشأت گرفته است. در ابتدا این قواعد بیشتر در حرفه‌هایی چون وکالت، حسابداری و پزشکی به کار گرفته می‌شد.^{۱۸} مهم‌ترین مبنای اخلاقی این تعهد، اصل حسن نیت است. دو جنبه اصل حسن نیت که تعهد به درستکاری و تعهد به همکاری است، ضرورت رعایت تعهد به دادن اطلاعات را توجیه می‌نماید.^{۱۹}

تنوع و پیچیدگی کالا و خدمات موجود در بازار، استفاده صحیح آن را وابسته به اطلاعاتی نموده که نوعاً در اختیار متخصص است. این اطلاعات، مصرف‌کننده را در استفاده بهینه از کالا و خدمات راهنمایی نموده و خطرها و آثار جانبی زیان‌بار آن را گوشزد می‌نماید. به همین جهت حقوق‌دانان، تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان را مکلف به ارایه اطلاعات و راهنمایی‌های لازم در مورد چگونگی استفاده از کالا و اطلاع‌رسانی

18. Potter, Lori, "Failure to Disclose hmo Incentives and the Breach of Fiduciary duty: Is a New Cause of Action against Physicians the best Solution?", University of San Francisco Law Review, Vol. 34, Number 4, Summer 2000, p.733.

۱۹. برای تفصیل بیشتر ر.ک. قاسمی حامد، عباس، «حسن نیت در قرارداد، مبنای تعهد به درستکاری و تعهد به همکاری در حقوق فرانسه»، همان، صص. ۹۹-۱۰۰.

نسبت به عیوبی نمودند که از وجود آن مطلع هستند و یا تخصص آن‌ها ایجاب می‌نماید از آن عیوب آگاه باشند.^{۲۰}

برای تحمیل این تکالیف، پردازش قواعد موجود و تدوین قوانین جدید برای طرح نظریه تعهد به دادن اطلاعات ضروری است.^{۲۱} تعهد به دادن اطلاعات اقسامی دارد: تعهد به دادن اطلاعات کلی و ساده، تعهد به دادن اطلاعات راجع به خطرات احتمالی، تعهد به دادن اطلاعات مشاوره‌ای.^{۲۲}

وجود عیب یا خطر از ضرورت‌های انکار ناشدنی و دلایل مهم طرح نظریه تعهد به دادن اطلاعات می‌باشد. چنانچه در موضوع تعهد، عیب‌های پنهان یا وضعیت معیوب مخفی وجود داشته باشد، به گونه‌ای که مصرف‌کننده با بررسی متعارف و معقول قادر به کشف آن‌ها نباشد، عرضه‌کننده موظف است اطلاعات لازم در خصوص این عیوب را در اختیار مصرف‌کننده قرار دهد. قصور وی از افشای اطلاعات مزبور موجب نقض تعهد به دادن اطلاعات می‌گردد. علاوه بر آن، یکی از اقسام عیب، عیب ناشی از عدم افشای اطلاعات است. یک کالا ممکن است به واسطه عدم آرایه اطلاعات ضروری و مناسب درباره خطرهای زیان‌های احتمالی و چگونگی بهره‌برداری از آن معیوب محسوب شود.^{۲۳}

۲۰. جنیدی، دکتر لعیاء، «مطالعه تطبیقی تعهد به دادن اطلاعات با تأکید بر نظام کامن‌لا»، فصل‌نامه حقوق مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، دوره سی و هشتم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۸۷، ص ۱۲.

21. Braeunig, Renee D., "Johnson, V. Davis: New Liability for Fraudulent non Disclosure in Real Property Transactions", Nova Law Review, Vol. 11, 1986, p. 756.

۲۲. برای تفصیل بیشتر رک. قاسمی حامد، «عباس، مروی اجمالی بر نظریه تعهد به دادن اطلاعات»، مجله کانون وکلا، شماره ۱۰، ۱۳۷۵، ص. ۹۹-۱۰۰.

23. 29. C. Art 2 (3) of the Directive, Section 14 (2c) of the UK'S Sale of Goods Act 1979, quotes from Twigg, Christian F., "Information Disclosure about the Quality of Goods; Duty or Encouragement?", University of Hull, 2004, p.6

یکی دیگر از موجبات ضرورت دادن اطلاعات، وجود خطر در موضوع تعهد می‌باشد. بسیاری از کالاهای سالم و فاقد عیب، بدون همراهی اطلاعات مربوط به چگونگی استفاده از آن، ناسالم و خطرناک می‌باشند. از این رو عرضه‌کننده و فروشنده، متعهد به ارائه اطلاعات ضروری و لازم نسبت به خریدار می‌باشند. در مواردی که کالا دارای خطرهای بدیهی و آشکار باشد و یا این که خطرهای موجود در آن به راحتی قابل کشف نباشد و هم‌چنین در مواردی که خطر از استفاده غیر متعارف کالا ناشی شود، عرضه‌کننده تعهدی به دادن اطلاعات ندارد.^{۲۴}

گفتار دوم: مبانی عام تعهد به دادن اطلاعات

در قوانین سنتی از جمله قانون مدنی، مقرر صریحی که تعهد به دادن اطلاعات را به فروشنده یا عرضه‌کننده تحمیل نماید وجود ندارد. اما، می‌توان مبانی این تعهد را از لایه‌لای قواعد موجود در قانون مدنی و مبانی کلی مسئولیت مدنی به‌ویژه نظریه‌های جدید استنتاج کرد.

بند اول: تسلیم کالا (مبیع)

با توجه به مواد ۳۶۷ و ۳۶۹ قانون مدنی، تسلیم باید به گونه‌ای باشد که مشتری بتواند از آن استفاده کند. بنابراین، تسلیم زمانی صورت می‌گیرد که اطلاعات ضروری در خصوص بهره‌برداری از کالا نیز تسلیم شود.^{۲۵}

24. 30. Olson, Sarah L. and Kimball, Anne C., "To Limits on the Use of Tort Law to Encourage Consumer Safely", Consumer Law Review, 12, 178, 1999-2000, p.190.

۲۵. ماده ۳۶۷ قانون مدنی مقرر می‌دارد: «تسلیم عبارت است از دادن مبیع به تصرف مشتری به نحوی که متمکن از انحاء تصرفات و انتفاعات باشد و قبض عبارت است از استیلاي مشتری بر مبیع».



الزام فروشنده به تسلیم مبیع ریشه قراردادی دارد و ناشی از عقد بیع می‌باشد. این تسلیم باید به گونه‌ای باشد که مصرف‌کننده را قادر به استفاده مطلوب از کالا بنماید. بنابراین، فروشنده باید اطلاعات ضروری و لازم در خصوص استفاده بهینه از کالا و چگونگی بهره‌برداری صحیح از آن و همچنین عیب‌ها و خطرات پنهانی موجود در آن و طرق اجتناب از خطرهای احتمالی آن را در اختیار مصرف‌کننده قرار دهد تا تسلیم تحقق یابد. در واقع تسلیم بیشتر جنبه سلطه معنوی و عرفی دارد. مقصود از تسلیم این است که مبیع چنان در اختیار مشتری قرار گیرد که عرف او را مسلط بر مال بداند، به نحوی که هر عملی که به طور معقول و متعارف می‌خواهد بر آن انجام دهد و منتفع از آن شود.^{۲۶}

بند دوم: شرط ضمنی

در هر قرارداد فروشنده به‌طور تبعی متعهد می‌شود کلیه اطلاعات ضروری در خصوص طرز استفاده ناشی از مبیع، خطرهای موجود در آن، طرق اجتناب از خطر و ضرر و زیان-های احتمالی ناشی از استفاده کالا و عیوب پنهانی مبیع را در اختیار خریدار قرار دهد. سلامت مبیع جزو شروط ضمن عقد است و اطلاق عقد اقتضا می‌نماید که مبیع سالم و

ماده ۳۶۹ قانون مدنی نیز مقرر می‌دارد: «تسلیم به اختلاف مبیع به کیفیات مختلفه است و باید به‌نحوی باشد که عرفاً آن را تسلیم گویند».

۲۶. کاتوزیان، ناصر، عقود معین، جلد اول، چاپ چهارم، شرکت سهامی انتشار، سال ۱۳۷۱، تهران، ص. ۱۶۶؛ امامی، سید حسن، حقوق مدنی، جلد اول، چاپ ششم، انتشارات اسلامی، ۱۳۶۶، ص. ۴۴۹.

۲۷. کاشانی، سید محمود، الزامات غیر قراردادی و عقد بیع، چاپ اول، انتشارات روزنامه رسمی، سال ۱۳۶۰، تهران، ص. ۹۹؛ کاتوزیان، ناصر، ضمان قهری، مسئولیت مدنی، چاپ اول، کتاب فروشی دهخدا، سال ۱۳۶۲، تهران، ص. ۲۵.

بدون عیب باشد.^{۲۸} لذا، تعهد ناشی از شرط سلامت ضمنی میع وقتی ساقط می‌گردد که اطلاعات لازم و ضروری در خصوص میع به آگاهی خریدار رسیده باشد.

بند سوم: مطابقت کالا با موضوع قرارداد

در مورد مطابقت کالا با موضوع قرارداد، حقوق‌دانان به دو دیدگاه متوسل می‌شوند. گاه به مفهوم کلی اجرای قرارداد که غالباً وابسته به تعهد تسلیم میع است متمسک می‌شوند و گاه مفهوم تعهد تضمین ایمنی میع از سوی بایع مورد استناد آن‌ها قرار می‌گیرد. یکی از معیارهای تأمین مطابقت کالا با قرارداد این است که عرضه‌کننده، کالای سالم و بدون عیب را به مصرف‌کننده تسلیم نماید و اطلاعات ضروری در خصوص چگونگی بهره‌برداری از کالا و استفاده بهینه از آن را به اطلاع مصرف‌کننده برساند تا این که کالا متناسب با مقاصد معمول و متعارفی باشد که در قرارداد مدنظر وی بوده است.

بند چهارم: مسئولیت محض

قسمت «الف» از بخش ۴۰۲ مجموعه مقررات مسئولیت مدنی ایالات متحده، عدم ارایه اطلاعات را بدون این که بتواند تقصیر محسوب شود منشأ مسئولیت دانسته است. به نظر می‌رسد در منبع اخیر نوعی مسئولیت محض در نتیجه عدم ارایه اطلاعات پذیرفته شده است. سازنده در مواردی، خود خطر احتمالی ناشی از کالا را نمی‌داند تا آن را اعلام کند، با این همه عدم ارایه اطلاعات و عدم اخطار و هشدار در این موارد نیز گاه موجب مسئولیت دانسته شده است، گرچه خطر قابل پیش‌بینی نبوده است.

۲۸. محقق حلی، علامه، شرایع الاسلام فی مسائل الحلال و الحرام، جلد اول و دوم، انتشارات استقلال، تهران، ص. ۲۹۰.

29. Geistfed, Mark, "The Value of Consumer Choice in Products Liability", New York University School of Law, Brooklyn Law Review, the Encyclopedia of Law and Economics, Edward Elgar Press, paper 133, 2009, p.7, available at <http://ssrn.com>

مبحث دوم: مقررات خاص راجع به تعهد به دادن اطلاعات

پردازش نظریه تعهد به دادن اطلاعات در نظام حقوقی ایران بر مبنای مقررات خاص مراحل اولیه خود را پشت سر گذاشته است. مبنای این تعهد در قوانین و مقررات خاص در شکل‌های ضرورت اطلاع‌رسانی صحیح و کامل (گفتار اول) و ممنوعیت اطلاع‌رسانی غلط و ناقص (گفتار دوم) تجلی یافته است.

گفتار اول: ضرورت اطلاع‌رسانی صحیح و کامل

اطلاع‌رسانی به مصرف‌کنندگان در مورد کالا و خدمات عرضه شده در بازار بدیهی‌ترین شیوه ایفای تعهد به دادن اطلاعات است. ضرورت ایفای این تعهد در قوانین و مقررات خاص به‌روشنی مشهود است.

بند اول : قانون تعزیرات حکومتی امور بهداشتی و درمانی مصوب ۱۳۶۲

متداول‌ترین نوع اطلاع‌رسانی، درج اطلاعات بر روی بسته‌بندی کالا و یا الصاق برچسب‌های حاوی اطلاعات بر روی محصولات و فرآورده‌های تولیدی است. ماده ۳۴ قانون تعزیرات حکومتی امور بهداشتی و درمانی مصوب ۱۳۶۷/۱۲/۲۳ مجمع تشخیص مصلحت نظام مقرر می‌دارد: «کلیه تولیدکنندگان موظفند برچسب اطلاعاتی بر روی کلیه محصولات و فرآورده‌های تولیدی الصاق نمایند و شماره پروانه ساخت و مهلت اعتبار مصرف (تاریخ مصرف) را نیز روی محصولات، حسب مورد درج نمایند. تخلف از این امر جرم بوده و متخلف به مجازات‌های زیر محکوم می‌شود: مرتبه اول: اخطار و جریمه نقدی تا مبلغ دویست هزار ریال. مرتبه دوم: جریمه نقدی تا مبلغ پانصد هزار ریال. مرتبه سوم: جریمه نقدی تا مبلغ یک میلیون ریال».

این ماده قانونی اگرچه بیان‌گر قاعده کلی است اما اجرای صحیح آن وابسته به تصویب آیین‌نامه اجرایی یا دستورالعمل تکمیلی آن است. در هر حال، مراجعه به نظرات دکترین و یا مداخله قضات در این زمینه نیز راه‌گشا خواهد بود. در متن قانونی اخیر مهم‌ترین موارد اجمال به شرح زیر است:

- ۱- در این ماده قانونی اطلاعاتی که باید ارایه شود مشخص نشده است. بنابراین چنان‌چه در مقررات خاصی چگونگی اطلاع‌رسانی مشخص شده باشد باید مطابق آن عمل گردد. در غیر این صورت، اطلاع‌رسانی باید متعارف و قابل بهره‌برداری عموم باشد.
 - ۲- بر طبق این ماده قانونی فقط تولیدکنندگان وظیفه الصاق برچسب اطلاعاتی را بر عهده دارند و توزیع کنندگان متخصص موظف به انجام آن نشده‌اند.
- با وجود ایرادات یاد شده در متن قانونی مورد بحث، صرف عدم الصاق برچسب اطلاعاتی جرم بوده و ملازمه با آسیب و صدمه به مصرف‌کننده ندارد. این اقدام قانونی، موجبات پیش‌گیری از ورود خسارت به مصرف‌کنندگان را فراهم می‌آورد.

بند دوم: قانون مواد خوردنی، آشامیدنی و آرایشی و بهداشتی مصوب ۱۳۴۶

بر اساس مندرجات قانون مواد خوردنی، آشامیدنی و آرایشی و بهداشتی مصوب ۱۳۴۶/۲/۲۲ اطلاعات لازم باید بر روی بسته‌بندی یا ظرف محتوی جنس قید شود. طبق ماده ۱۱ قانون یادشده، در مؤسسات داخلی که نوع آن‌ها از طرف وزارت بهداشتی تعیین و صورت آن منتشر می‌گردد صاحبان آن‌ها مکلفند طبق دستور وزارت بهداشتی مشخصات لازم را در مورد هر نوع فرآورده به خط فارسی خوانا بر روی بسته‌بندی یا ظرف محتوی جنس قید نمایند. در مواردی که فرمول محصول با مواد ترکیبی طبق تقاضای سازنده فرمول بایستی محفوظ بماند، باید فرمول محصولات پیش‌تر به وزارت بهداشتی تسلیم و

شماره پروانه آن روی بسته‌بندی ذکر گردد. متخلفین از مقررات این ماده به پرداخت غرامت از پنج هزار تا بیست هزار ریال محکوم خواهند شد.

بند سوم: قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۲

ضرورت اطلاع‌رسانی برای تصمیم‌گیری مصرف‌کننده به تفصیل مورد تأکید در قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۲/۱۱/۵ قرار گرفته است. ماده ۳۳ این قانون مقرر می‌دارد: «فروشنده‌گان کالا و ارایه دهندگان خدمات بایستی اطلاعات مؤثر در تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان جهت خرید و یا قبول شرایط را از زمان مناسبی قبل از عقد در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهند. حداقل اطلاعات لازم شامل موارد زیر می‌باشد: الف - مشخصات فنی و ویژگی‌های کاربردی کالا و یا خدمات. ب - هیأت تأمین‌کننده، نام تجاری که تحت آن نام به فعالیت مشغول می‌باشد و نشانی وی. ج - آدرس نشانی الکترونیکی، شماره تلفن و یا هر روشی که مشتری در صورت نیاز بایستی از آن طریق با فروشنده ارتباط برقرار کند. د - کلیه هزینه‌هایی که برای خرید کالا بر عهده مشتری خواهد بود (از جمله قیمت کالا و یا خدمات، میزان مالیات، هزینه حمل، هزینه تماس). ه - مدت زمانی که پیشنهاد ارایه شده معتبر می‌باشد. و - شرایط و فرایند عقد از جمله ترتیب و نحوه پرداخت، تحویل و یا اجرا، فسخ، ارجاع خدمات پس از فروش».

به‌منظور تضمین هرچه بیشتر حقوق مصرف‌کننده، ماده ۳۴ این قانون مقرر می‌دارد: «تأمین‌کننده باید به‌طور جداگانه ضمن تأیید اطلاعات مقدماتی، اطلاعات زیر را ارسال نماید. الف - آدرس محل تجاری یا کاری تأمین‌کننده برای شکایت احتمالی. ب - اطلاعات راجع به ضمانت و پشتیبانی پس از فروش. ج - شرایط و فراگرد فسخ معامله به موجب مواد ۳۷ و ۳۸ این قانون. د - شرایط فسخ در قراردادهای انجام خدمات». مقررات

مندرج در مواد ۳۳ و ۳۴ اخیرالذکر با شیوه «مهلت عکس‌العمل» در قانون مصرف‌فرانسه هم‌خوانی دارد.^{۳۰}

ضمانت اجرای نقض تکالیف یادشده در ماده ۶۹ این قانون، جریمه از ده میلیون ریال تا پنجاه میلیون ریال تعیین شده است.^{۳۱}

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، قانون مزبور با پیش‌بینی دقیق و همه‌جانبه‌ای تکلیف اطلاعات لازم را به‌عنوان تکلیفی قانونی بیان نموده و ضمانت‌های اجرایی نیز برای نقض آن پیش‌بینی نموده است.

بند چهارم: قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸

قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸/۷/۱۵ قانونی است که با تأخیر بسیار به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید. ضرورت اطلاع‌رسانی به مصرف‌کنندگان در بند ۲ ماده ۳ این قانون به شرح آتی مورد تأکید قرار گرفته است: «عرضه‌کنندگان کالا و خدمات و تولیدکنندگان مکلفند اطلاعات لازم شامل نوع، کیفیت، کمیت، آگاهی‌های مقدم بر مصرف، تاریخ تولید و انقضای مصرف را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهند». باید توجه داشت، عنوان «آگاهی‌های مقدم بر مصرف» عنوانی عام و مبهم است و مصادیق آن روشن نیست. می‌توان گفت این آگاهی‌ها شامل طرز استفاده صحیح کالا، نتایج و آثار ناشی از استعمال کالا و نیز استعمال نابه‌جای کالا و تمامی اطلاعاتی است که

۳۰. برای توضیح بیشتر ر.ک. قاسمی حامد، عباس، «معرفی حقوق مصرف‌با مقدمه‌ای از مترجم»، منبع همان، صص. ۲۵۶ و ۲۵۷.

۳۱. ماده ۶۹ قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۲ مقرر می‌دارد: «تأمین‌کننده متخلف از مواد ۳۳، ۳۴، ۳۵، ۳۶ و ۳۷ این قانون به مجازات از ده میلیون ریال تا پنجاه میلیون ریال محکوم خواهد شد».

عرفاً جهت استفاده از کالا و نیز چگونگی به کارگیری خدمات و نتایج حاصله از آن و هشدارهای مربوط به خطرات احتمالی ناشی از استفاده کالا می‌باشد.

ضمانت اجرای نقض تعهد اطلاع‌رسانی در ماده ۱۹ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به این شرح است: «عرضه‌کنندگان کالا و خدمات و تولیدکنندگانی که مبادرت به تخلفات موضوع مواد ۳ الی ۸ این قانون نمایند در صورت ورود خسارات ناشی از مصرف همان کالا و خدمات به مصرف‌کنندگان علاوه بر جبران خسارت وارده به جزای نقدی حداکثر معادل دو برابر خسارت وارده محکوم خواهند شد».

از نوآوری‌های مفید این قانون، جرم‌انگاری تخلف از اطلاع‌رسانی و در نظر گرفتن جزای نقدی به‌عنوان مجازات تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگانی است که بدون رعایت حقوق مصرف‌کنندگان صرفاً به دنبال کسب سود و منفعت مالی هستند.

گفتار دوم: ممنوعیت اطلاع‌رسانی غلط و ناقص

عرضه‌کنندگان کالا و خدمات علاوه بر تکلیف ارایه اطلاعات به مصرف‌کنندگان باید از دادن اطلاعات غلط یا ناقص نیز منع شوند و تبلیغات خلاف واقع نباید وسیله اغوای مصرف‌کنندگان قرار گیرد.

تولیدکنندگان و فروشندگان معمولاً برای بازاریابی، نیازمند تبلیغ کالاهای خود هستند. تبلیغ از شیوه‌های همیشگی بازاریابی بوده است و تا زمانی که شکل خلاف واقع به خود نگیرد ممنوع نخواهد بود.

حقوق‌دانان غربی عملیات تبلیغاتی تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان و عدم اطلاع کافی مصرف‌کنندگان را یکی از دلایل گسترش دامنه مسئولیت تولیدکنندگان تلقی کرده‌اند و بر این باورند که این گسترش مسئولیت سبب می‌شود، تولیدکنندگان در توصیف کالاهایشان دقت کافی مبذول دارند.

در قوانین ایران اظهارات خلاف واقع در مواردی جرم محسوب شده و برای آن ضمانت اجرای کیفری مقرر شده است.

بند اول: قانون مقررات امور پزشکی و دارویی و مواد خوردنی و آشامیدنی مصوب ۱۳۳۴

قانون مقررات امور پزشکی و دارویی و مواد خوردنی و آشامیدنی از متون قانونی نسبتاً قدیمی نظام حقوقی ایران در زمینه تبلیغات خلاف واقع است. ماده ۵ این قانون مقرر می‌دارد: «هیچ یک از مؤسسات پزشکی و دارویی و صاحبان فنون پزشکی و داروسازی و سایر مؤسسات مصرح در ماده اول این قانون حق انتشار آگهی تبلیغاتی که موجب گمراهی بیماران یا مراجعین به آن‌ها باشد و یا به تشخیص وزارت بهداشتی بر خلاف اصول فنی و شئون پزشکی یا عفت عمومی باشد ندارند و استفاده از عناوین مجعول و خلاف حقیقت روی تابلو و سرنسخه و یا طرق دیگر و دادن وعده‌های فریبنده ندارند و هم‌چنین دخل و تصرف و یا تغییر در نسخه پزشکی به هر صورت که باشد بدون اجازه خود پزشک از طرف داروساز ممنوع می‌باشد. متخلفین برای بار اول به پرداخت پنج هزار ریال تا بیست هزار ریال و برای دفعات بعد هر دفعه از بیست هزار ریال تا ۵۰ هزار ریال جزای نقدی و یا به حبس تأدیبی از یک ماه تا چهار ماه و یا به هر دو مجازات محکوم خواهند شد».

از مندرجات این ماده قانونی می‌توان نتیجه گرفت:

- تبلیغات نباید گمراه‌کننده باشد که تشخیص آن بر عهده محکمه رسیدگی‌کننده است.

- صرف انتشار آگهی تبلیغاتی گمراه‌کننده جرم تلقی شده و نیازی به تحقق ضرر و یا گمراه کردن افراد نیست.

- مرتکبین این جرم مؤسسات پزشکی و دارویی و صاحبان فنون پزشکی و داروسازی می‌باشند.

شایان ذکر است که مبالغ تعیین شده به‌عنوان جزای نقدی با وضعیت اقتصادی امروز تناسب ندارد.

بند دوم: قانون نظام صنفی مصوب ۱۳۸۲

قانون نظام صنفی مصوب ۱۳۸۲/۱۲/۲۴ در تبصره ۲ ذیل ماده ۱۷ خود در مورد تبلیغات خلاف واقع مقرر می‌دارد: «افراد صنفی مجاز نیستند برای جلب مشتری درباره محصولات، کالاها یا خدمات، برخلاف واقع تبلیغ کنند در غیر این صورت طبق ماده ۶۸ این قانون با آن‌ها رفتار خواهد شد». ماده ۶۸ این قانون نیز مقرر می‌دارد: «عدم رعایت مفاد تبصره فوق از سوی افراد صنفی، تخلف محسوب می‌شود و متخلف باید جریمه نقدی از دویست هزار ریال تا پانصد هزار ریال را در هر بار تخلف بپردازد».

بر مبنای مندرجات تبصره ۲ ذیل ماده ۱۷ می‌توان گفت:

- موضوع تبلیغ می‌تواند کالا، محصولات و یا خدمات باشد.

- تبلیغ خلاف واقع ممنوع است. در این ماده به تبلیغاتی که دارای ابهام بوده و ممکن است موجب فریب افراد شود اشاره‌ای نشده است.

- صرف تبلیغات خلاف واقع جرم محسوب می‌شود و نیازی به تحقق اغفال و فریب نیست.

به نظر می‌رسد مجازات مندرج در متن قانونی با وضعیت اقتصادی امروز هم‌خوانی ندارد.

بند سوم: قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۲

قانون‌گذار در ضمن مواد ۵۰ تا ۵۷ قانون تجارت الکترونیک به بر وضع مقررات مرتبط با تبلیغات خلاف واقع پرداخته است. در مورد تبلیغات گمراه‌کننده ماده ۵۰ این قانون مقرر می‌دارد: «تأمین‌کنندگان در تبلیغ کالا و خدمات خود نباید مرتکب فعل یا ترک فعلی شوند که سبب مشتبه شدن و یا فریب مخاطب از حیث کمیت و کیفیت شود».

در این ماده قانونی تبلیغ خلاف واقع مورد توجه مستقیم قانون‌گذار قرار نگرفته بلکه تبلیغ ممنوع در این ماده قانونی تبلیغی است که سبب مشتبه شدن و یا فریب مخاطب از حیث کمیت و کیفیت شود. تبلیغی که از سوی عرضه‌کننده صورت می‌گیرد باید مطابق واقع باشد. بنابراین بهتر بود برای تقویت جنبه پیش‌گیرانه این قانون، صرف تبلیغ خلاف واقع به عنوان موضوع تحقق تخلف در نظر گرفته می‌شد.

توجه ویژه به سلامتی افراد از جمله نوآوری‌های این قانون است. در این ارتباط ماده ۵۱ مقرر داشته: «تأمین‌کنندگانی که برای فروش کالا و خدمات خود تبلیغ می‌کنند نباید سلامتی افراد را به خطر اندازند».

هم‌چنین شیوه تبلیغ در این قانون مورد توجه قرار گرفته است. ماده ۵۲ در این زمینه مقرر داشته: «تأمین‌کننده باید به‌نحوی تبلیغ کند که مصرف‌کننده به‌طور دقیق، صحیح و روشن اطلاعات مربوط به کالا و خدمات را درک کند».

الزام به اعلام صریح هویت شخص یا بنگاهی که تبلیغات به نفع اوست در ماده ۵۳ این قانون آمده است. حسب مفاد ماده ۵۴ این قانون نیز تأمین‌کنندگان نباید از خصوصیات ویژه معاملات به روش الکترونیکی جهت مخفی نمودن حقایق مربوط به هویت یا محل کسب خود سوءاستفاده کنند.

از ویژگی‌های خاص این قانون پیش‌بینی حق تصمیم‌گیری برای مصرف‌کننده در رابطه با دریافت تبلیغات است. ماده ۵۵ در این زمینه مقرر داشته: «تأمین‌کنندگان باید

تمهیداتی را برای مصرف‌کنندگان در نظر بگیرند تا آنان راجع به دریافت تبلیغات به نشانی پستی خود تصمیم بگیرند».

توجه به رویه حرفه‌ای که در ماده ۵۶ به آن اشاره شده نیز از ابتکارات پسندیده این قانون است؛ اگر چه ضمانت اجرایی تخلف از این الزام قانونی پیش‌بینی نشده است. این ماده قانونی مقرر می‌دارد: «تأمین‌کنندگان در تبلیغات باید مطابق با رویه حرفه‌ای عمل نمایند. ضوابط آن به موجب آیین‌نامه‌ای است که در ماده (۷۹) این قانون خواهد آمد».^{۳۳}

ضمانت اجرای نقض مقررات ذکر شده در ماده ۷۰ این قانون، مجازات از بیست میلیون ریال تا یکصد میلیون ریال تعیین شده است.^{۳۳}

بند چهارم: قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸

ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان تبلیغ خلاف واقع و ارایه اطلاعات نادرست را ممنوع اعلام نموده است. این ماده قانونی مقرر می‌دارد: «تبلیغات خلاف واقع و ارایه اطلاعات نادرست که موجب فریب یا اشتباه مصرف‌کننده از جمله از طریق وسایل ارتباط جمعی، رسانه‌های گروهی و برگه‌های تبلیغاتی شود، ممنوع می‌باشد».

ماده ۱۹ قانون یاد شده، مجازات متخلفین را در صورت ورود خسارت ناشی از مصرف همان کالا و خدمات به مصرف‌کنندگان علاوه بر جبران خسارت وارده، جزای نقدی

۳۲. بند الف ماده ۷۹ قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۲ مقرر داشته است: «آیین‌نامه مربوط به مواد ۳۸ و ۴۲ این قانون به پیشنهاد وزارت خانه‌های بازرگانی و فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور تهیه و به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید».

۳۳. ماده ۷۰ قانون تجارت الکترونیک مقرر می‌دارد: «تأمین‌کننده متخلف از مواد ۳۹، ۵۰، ۵۱، ۵۲، ۵۳، ۵۴ و ۵۵ این قانون به مجازات از بیست میلیون ریال تا یکصد میلیون ریال محکوم خواهد شد».

حداکثر معادل دو برابر خسارت وارده تعیین نموده است. در این ماده قانونی، شرط تحقق تبلیغات خلاف واقع، فریب یا اشتباه مصرف کننده در نظر گرفته شده است.^{۳۴}

بند پنجم: قانون مجازات استفاده غیر مجاز از عناوین علمی مصوب ۱۳۸۸

ماده واحده قانون مجازات استفاده غیرمجاز از عناوین علمی مصوب ۱۳۸۸/۱۲/۱۶ اگرچه الزاماً به منظور حمایت از مصرف کنندگان تدوین نشده است لیکن، مقررات مندرج در آن برای پردازش نظریه ممنوعیت اطلاع رسانی غلط قابل بهره بردای است. این ماده واحده مقرر می دارد: «استفاده از عناوین علمی دکتر، مهندس و مانند آن‌ها که شرایط اخذ آن مطابق قوانین و مقررات مربوط تعیین می گردد توسط هر فرد برای خود مستلزم داشتن مدرک معتبر از مراکز علمی و دانشگاهی داخلی و یا خارجی مورد تأیید رسمی وزارتخانه های علوم، تحقیقات و فناوری یا بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و شورای عالی انقلاب فرهنگی می باشد. مرتکبین استفاده غیرمجاز از عناوین علمی مذکور به مجازات ماده ۵۵۶ فصل هشتم قانون مجازات اسلامی محکوم خواهند شد».^{۳۵}

۳۴. «عرضه کنندگان کالا و خدمات و تولیدکنندگانی که مبادرت به تخلفات موضوع مواد ۳ الی ۸ این قانون نمایند در صورت ورود خسارات ناشی از مصرف همان کالا و خدمات به مصرف کنندگان علاوه بر جبران خسارت وارده به جزای نقدی حداکثر معادل دو برابر خسارت وارده محکوم خواهند شد».

۳۵. ماده ۵۵۶ قانون مجازات اسلامی مقرر می دارد: «هرکس بدون مجوز و به صورت علنی لباس های رسمی مأموران نظامی یا انتظامی جمهوری اسلامی ایران یا نشان ها، مدال ها یا سایر امتیازات دولتی را بدون تغییر یا با تغییر جزئی که موجب اشتباه شود مورد استفاده قرار دهد در صورتی که عمل او به موجب قانون دیگری مستلزم مجازات شدیدتری نباشد به حبس از سه ماه تا یک سال و یا جزای نقدی از یک میلیون و پانصد هزار ریال تا شش میلیون ریال محکوم خواهد شد و در صورتی که از این عمل خود سوء استفاده کرده باشد به هر دو مجازات محکوم خواهد شد».

تبصره ذیل این ماده قانونی به روشنی تبلیغ عمومی را از مصادیق استفاده غیرمجاز اعلام نموده است. حسب مندرجات تبصره یادشده: «استفاده غیرمجاز از عناوین فوق شامل استفاده در مکاتبات اداری یا در تبلیغ عمومی از طریق وسایل ارتباط جمعی مانند رادیو، تلویزیون، روزنامه، مجله، تارنما (سایت) یا نطق در مجامع و یا انتشار اوراق چاپی یا خطی خواهد بود».

نتیجه‌گیری

در نظام پیچیده تولید و توزیع و بازار گسترده مصرف، عرضه کالای معیوب یا خطرناک از معضلات چشم‌گیر و ملموس دنیای امروز است که سلامت و ایمنی مصرف‌کنندگان را مورد تهدید قرار می‌دهد و گاه صدمات جبران‌ناپذیری را نیز به‌بار می‌آورد. بنابراین، جهت حمایت از مصرف‌کننده نظام‌های حقوقی باید به وضع قواعدی روی آورند تا در وهله اول بتوانند از ورود صدمه و خسارت به مصرف‌کننده پیش‌گیری نمایند و در صورت ورود خسارت نیز آن را جبران کنند. علاوه بر قوانینی که صرفاً با هدف حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان تدوین می‌شوند مقررات دیگری نیز وجود دارد که الزاماً با ملاحظه این هدف وضع نشده‌اند اما در این زمینه قابل به‌کارگیری هستند. در نظام حقوقی ما نیز قوانین و مقررات متعدد و پراکنده‌ای به صورت عام و خاص وجود دارد که اعمال آن‌ها می‌تواند در حمایت از حقوق مصرف‌کننده مفید و مؤثر باشد. اجرای قوانین استاندارد و گسترش دایره شمول کالاهای مشمول استاندارد اجباری با وضع ضمانت‌اجراهای متناسب، حمایت‌های بازدارنده حقوق کیفری و شفاف نمودن نوع اطلاعات و الزام به ارایه آن‌ها می‌تواند از ورود خسارت به مصرف‌کننده پیش‌گیری نماید و یا حداقل احتمال ورود خسارت را کاهش دهد.

فهرست منابع

منابع فارسی

کتاب و مقالات

۱. اردبیلی، محمد علی، حقوق جزای عمومی، جلد دوم، چاپ پنجم، نشر میزان، ۱۳۸۲.
۲. اسماعیل زاده، هادی، نگاهی به حقوق مصرف‌کننده، چاپ اول، انتشارات سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۴.
۳. بولک، برنار، کیفرشناسی، ترجمه علی حسین نجفی ابرندآبادی، چاپ سوم، انتشارات مجد، ۱۳۸۲.
۴. جنیدی، لعلیا، مطالعه تطبیقی تعهد به دادن اطلاعات با تأکید بر نظام کامن‌لا، فصل‌نامه حقوق، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، دوره سی و هشتم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۸۷.
۵. سیملر، فیلیپ، راه‌حل حقوق فرانسه در مقابله با شروط تحمیلی در قراردادها، ترجمه عباس قاسمی حامد، مجله تحقیقات حقوقی، دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۲۴-۱۳۷۷، ۲۳.
۶. شامبیاتی، هوشنگ، حقوق جزای عمومی، جلد دوم، چاپ هفتم، انتشارات ویستار، ۱۳۷۵.
۷. فصلی پیرامون استاندارد، مرکز پژوهش‌های مجلس، کارگروه خدمات پژوهشی، ۱۳۷۶.
۸. قاسمی، ناصر، اقدامات تأمینی و تربیتی در حقوق کیفری ایران، چاپ اول، نشر میزان، ۱۳۷۴.

۹. قاسمی حامد، عباس، حسن نیت در قرارداد، مبنای تعهد به درستکاری و تعهد به همکاری در حقوق فرانسه، مجله تحقیقات حقوقی، دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۴۶، ۱۳۸۶.
۱۰. قاسمی حامد، عباس، متخصص، متعهد ارایه اطلاعات به مصرف‌کننده در حقوق فرانسه، مجله تحقیقات حقوقی، دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۴۹، ۱۳۸۸.
۱۱. قاسمی حامد، عباس، مروری اجمالی بر نظریه تعهد به دادن اطلاعات در قرارداد از دیدگاه حقوق فرانسه، مجله کانون وکلا، شماره ۱۰، ۱۳۷۵.
۱۲. قاسمی حامد، عباس، معرفی حقوق مصرف با مقدمه‌ای از مترجم، مجله حقوقی، شماره ۲۳، پاییز و زمستان ۱۳۷۷.
۱۳. کاتوزیان، ناصر، عقود معین، جلد اول، چاپ چهارم، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۷۱.
۱۴. کاتوزیان، ناصر، قواعد عمومی قراردادها، جلد چهارم، چاپ چهارم، شرکت سهامی انتشار با همکاری شرکت بهمن برنا، ۱۳۷۶.
۱۵. کاشانی، سید محمود، الزامات غیرقراردادی و عقد بیع، چاپ اول، انتشارات روزنامه رسمی، ۱۳۶۰.
۱۶. محقق حلی، علامه، شرایع الاسلام فی مسائل الحلال و الحرام، جلد اول و دوم، انتشارات استقلال، ۱۴۰۹ ه. ق.
۱۷. وهاجی، عبدالحسین، سخنرانی سمینار اهمیت و کاربرد استاندارد، مجله استاندارد و کالاهای ایرانی، سال چهارم، شماره ۲۳، مرداد ۱۳۷۲.

منابع لاتین

-Books And Articles

1. Black, Henry Compell, "Blacks Law Dictionary", Sixth Edition, West Publishing Co., 1990.
2. Breanig, Renee D., "Johnson V.Davis: New Liability for Fraudulent Disclosure in Real Property Transactions", Nova Law Review, Volume 11, 1986.
3. Geistfed, Mark A., "The Value of Consumer Choice in Product Liability", New York Uuniversity, School of Law, the Enclopedia of Law and Economics, paper 133, 2009-12-13.
4. Olson, Sarah L. and Kimball, Anne C., "To Limits on the Use of Tort Law to Encourage Consumer Safely", Consumer Law Review, 12 loyola, 178, 1999-2000.
5. Potter, Lori, "Failure to Disclose hmo Incentives and the Breach of Fiduciary Duty: Is a New Cause of Action against Physicians the best Solution?," University of San Francisco Law Review, Vol. 34, Number4, Summer 2000.
6. Twigg, Christian F., "Information disclosure about the Quality of Goods; Duty or Encouragement?", University of Hull, 2004.