

The Study of Consumer Rights in Imamiyyah Jurisprudence by a Glance at the Role of the Governmental Ta'zir Organization

Arsalan Miri^{1}, Jalal Iranmanesh², Ebrahim Taqizadeh³, Jalal Soltan
Ahmadi⁴*

1. Ph.D Student in Private Law, Faculty of Law, Payamnoor University, Tehran, Iran
2. Assistant Professor, Faculty of Law, Islamic Azad University, Kerman Branch, Kerman, Iran
3. Professor, Faculty of Law, Payamnoor University, Tehran, Iran
4. Assistant Professor, Faculty of Law, Payamnoor University, Tehran, Iran

(Received: December 16, 2019; Accepted: April 17, 2020)

Abstract

The term “consumer and his rights” in its modern meaning has not been used in Imamiyyah jurisprudence and no specific and independent subject has been allocated to it. However, in various jurisprudential debates, some rules and mechanisms have been forecasted for protecting consumer rights. Prohibition of retailing, hoarding, and fainting in the deal are just a few examples of this matter. Using a descriptive-analytical method and collecting and gathering dispersed issues related to consumer and his rights in Imamiyyah jurisprudence, this study aims to show that this issue has not been neglected and specific rules and mechanisms have been considered by jurisprudential texts to protect consumer rights. At the present time also because of the specialization of consumer rights issues and enacting specific protection laws, the governmental Ta'zir Organization has been formed with the primary aim and mission of protecting consumer rights.

Keywords: Imamiyyah Jurisprudence, Consumer, Consumer Rights, Governmental Ta'zir.

* Corresponding Author, Email: aarsalanmiri@gmail.com

پژوهش‌های فقهی، دوره ۱۷، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۰
صفحات ۵۳۵-۵۰۷ (مقاله پژوهشی)

بررسی حقوق مصرف‌کنندگان در فقه امامیه با نگرشی اجمالی به نقش

سازمان تعزیرات حکومتی

ارسلان میری^{۱*}، جلال ایرانمنش^۲، ابراهیم تقی‌زاده^۳، جلال سلطان احمدی^۴

۱. دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۲. استادیار، دانشکده حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

۳. استاد، دانشکده حقوق، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۴. استادیار، دانشکده حقوق، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۹/۲۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۱/۲۹)

چکیده

اصطلاح مصرف‌کننده و حقوق وی به معنای امروزی در فقه امامیه به کار نرفته و مبحث ویژه و مستقلی به آن اختصاص داده نشده است، با وجود این در مباحث مختلف فقهی قواعد و سازوکارهایی در جهت حمایت از حقوق مصرف‌کننده پیش بینی شده است، نهی از کم‌فروشی و احتکار و غش در معامله، تنها نمونه‌هایی از این امر است. در این پژوهش بر آنیم تا با روشی توصیفی و تحلیلی و با تجمیع و گردآوری مباحث پراکنده مرتبط با مصرف‌کننده و حقوق وی در فقه امامیه، نشان دهیم این مهم مغفول نمانده است و در متون فقهی، قواعد و سازوکارهای ویژه‌ای به منظور حمایت از حقوق مصرف‌کننده در نظر گرفته شده است. در عصر حاضر نیز نظر به تخصصی بودن مسائل مربوط به حقوق مصرف‌کنندگان در کنار وضع قوانین خاص حمایتی، سازمان تعزیرات حکومتی با هدف و رسالت اصلی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان شکل گرفته است.

واژگان کلیدی

تعزیرات حکومتی، حقوق مصرف‌کننده، فقه امامیه، مصرف‌کننده.

۱. مقدمه

منصفانه نیست توزیع‌کنندگان و تولیدکنندگان کالا و خدمات در مقابل سودی که عایدشان می‌شود، از جبران ضررهای ناشی از کالا یا خدماتشان به شخصی دیگر (مصرف‌کننده) مصون بمانند؛ در واقع مطابق قاعده فقهی «من له الغنم فعلیه الغرم» تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و عرضه‌کنندگان در صورتی که رابطه‌ای بین فعل ایشان و ضرر وارده وجود داشته باشد، باید ضرر و زیان وارد را جبران کنند. چنانکه پیامبر گرامی اسلام می‌فرماید: «له غنمه و علیه غرمه؛ هر کس برای او منافی است، غرامت نیز از آن اوست» (نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۱۳: ۴۲۲). حمایت از مصرف‌کننده به‌عنوان طرفی که جایگاه ضعیف‌تریدر برابر تولیدکنندگان و توزیع و عرضه‌کنندگان دارند، در متون فقهی و حقوقی ضروری است. هرچند در فقه امامیه به‌صراحت از حقوق مصرف‌کنندگان نامی برده نشده است، اما با جست‌وجو در لابه‌لای متون فقهی می‌توان به پذیرش این حقوق پی برد. فقه امامیه راهکارهای ویژه‌ای را برای حمایت از این حقوق در نظر گرفته است و در عصر حاضر نیز با وضع قوانین حمایتی، سازمان تعزیرات حکومتی به‌عنوان نهاد متولی در امر رسیدگی به تخلفات اقتصادی و با رسالت اصلی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان با تخلفاتی چون کم‌فروشی، گران‌فروشی، احتکار و غیره مقابله می‌کند.

۲. بیان مسئله

هریک از افراد جامعه به‌نوعی در گروه مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرند و نمی‌توان کسی را یافت که به‌نوعی و از جهتی در زمره مصرف‌کنندگان قرار نگیرد، بنابراین با بررسی حقوق مصرف‌کنندگان به بررسی حقوق مرتبط با کل افراد یک جامعه خواهیم پرداخت؛ مصرف‌کنندگان نسبت به تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و عرضه‌کنندگان در جایگاه ضعیف‌تری قرار دارند و همین مسئله سبب شده است ایشان برای تضمین حقوق خویش نیازمند حمایت باشند. فقه امامیه هرچند اصلاح مصرف‌کننده را به‌کار نبرده و مبحث ویژه به حقوق آن اختصاص نداده است، لکن این بدان‌معنا نیست که در فقه مصرف‌کنندگان و

حمایت از حقوق ایشان مغفول مانده است، بلکه در لابه‌لای مباحث مختلف نظیر مبحث اختیارات و... می‌توان به نمود داشتن حقوق مصرف‌کننده در فقه پی برد، از این رو بر آن شدیم تا با جست‌وجو در مباحث مختلف و پراکنده در متون فقهی و با روشی تحلیلی و توصیفی دست به تجمیع مطالب گردآوری شده بزنیم. در این زمینه پژوهش‌هایی انجام گرفته و به گوشه‌ای از حقوق مصرف‌کنندگان و نمود آن حقوق در فقه اشاره شده است، لکن در این پژوهش سعی شده است که به بررسی نمود تمامی حقوق اساسی یک مصرف‌کننده و راهکارهای حمایتی از این حقوق در فقه امامیه پرداخته شود و در کنار آن، نقش قوانین جاری و سازمان تعزیرات حکومتی در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان نیز بررسی شود.

در این پژوهش ابتدا در صدد پاسخگویی به این پرسش هستیم که مصرف‌کننده کیست و چه حقوقی دارد؟ آیا حقوقی که در جامعه امروزی برای یک مصرف‌کننده مورد پذیرش قرار گرفته است، در فقه امامیه نیز نمود دارد و فقه امامیه راهکارهای در جهت حمایت از حقوق مذکور پیش‌بینی کرده است؟ و در نهایت برآنیم که به بررسی نقش و جایگاه قوانین جاری و سازمان تعزیرات حکومتی در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان بپردازیم.

۳. مفهوم مصرف‌کننده و حقوق وی

از مصرف‌کنندگان تعاریف مختلفی ارائه شده است: عده‌ای مصرف‌کنندگان را اشخاصی می‌دانند که برای کاربرد غیرحرفه‌ای، اموال یا خدماتی را برای خود تهیه می‌کنند یا مورد به‌کار می‌برند (کله-الوو، ستمتز، ۱۳۷۹: ۳۱۲). گاهی مصرف‌کننده به‌عنوان طرف قرارداد، گاهی به‌عنوان استفاده‌کننده و حتی به‌عنوان زیان‌دیده در نظر گرفته شده است. کامل‌ترین تعریفی که از مصرف‌کننده می‌توان ارائه داد، این است که مصرف‌کننده هر شخص حقیقی یا حقوقی است که کالا یا خدمتی را اغلب به قصد مصرف یا استفاده شخصی خود به‌طور قانونی تحصیل می‌کند (غفاری فارسانی، ۱۳۸۹: ۹۵).

اگر مصرف‌کننده را فردی د نظر بگیریم که اموال یا خدماتی را از طریق قرارداد مصرف

برای خود تهیه می‌کند، در این حالت، بیشترین همپوشانی را با مبحث بیع و اجاره در فقه دارد، اما اگر او را فردی د نظر بگیریم که از اموال یا خدماتی استفاده می‌کند که دیگران تهیه کرده‌اند، در این حالت، نمی‌توان اصطلاح خریدار و مستأجر را بر ایشان بار کرد و عنوان خاصی برای مصرف‌کننده در فقه یافت؛ البته همچنان که خواهیم دید، این به معنی نبود حقوقی برای مصرف‌کننده، خارج از چارچوب قرارداد نیست. گفته شد که در فقه امامیه صراحتاً از حقوق مصرف‌کنندگان نامی برده نشده است، اما در ادامه با بررسی متون فقهی به پذیرش این حقوق و نمود داشتن آنها در فقه امامیه پی خواهیم برد.

۴. حقوق اساسی مصرف‌کنندگان در متون فقهی

مصرف‌کنندگان از حقوق متعددی برخوردارند، اساسی‌ترین این حقوق عبارت‌اند از: حق استفاده از محصولات ایمن (حق ایمنی)، حق آموزش و حق آگاهی و بهره‌مندی از اطلاعات کامل، حق آزادی در انتخاب، حق داشتن حضور و تشکیل نهادهای مدافع، حق جبران خسارت، حق رفع و تأمین نیازهای اساسی از سوی دولت. هرچند به‌وضوح در فقه امامیه نامی از حقوق مصرف‌کنندگان برده نشده است، با بررسی متون فقهی می‌توان به پذیرش این حقوق و نمود داشتن آنها در شرع پی برد. در این قسمت سعی شده است، با بررسی مصداق‌های مطروحه در متون فقهی حمایت و صیانت از مصرف‌کنندگان و حقوق ایشان در تمامی جوانب در فقه امامیه محرز شود.

۴.۱. حق استفاده از محصولات سالم و ایمن (حق ایمنی)

حق ایمنی بدان معناست که مصرف‌کنندگان حق دارند کالا و خدمات ایمن و سالم به آنها عرضه شود، کالا و خدماتی که استفاده از آن، به سلامت جان و اموال آنها آسیب نمی‌رساند، بنابراین عرضه‌کنندگان باید کالا و خدماتی ایمن تولید و عرضه کنند (غفاری فارسانی، ۱۳۸۹: ۲۰۵). در واقع هر عرضه‌کننده به‌صورت ضمنی در برابر خریدار تعهد می‌کند جنسی سالم و بی‌عیب و ایمن تحویل وی دهد.

تلاش برای دستیابی مصرف‌کنندگان به کالاها و خدمات سالم و بی‌عیب و ایمن در

اسلام بسیار ریشه‌دار است که در این خصوص می‌توان به شرایطی که فقها برای مبیع در نظر گرفته‌اند، مانند طهارت عین آن و داشتن قابلیت انتفاع و همچنین پیش‌بینی خیاراتی مانند خیار عیب اشاره کرد (ابراهیمی سالاری و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۷). کالای غیرایمن به دلیل انتفاع نامطلوب معیوب محسوب می‌شود (عادل و غفاری فارسانی، ۱۳۸۸: ۳۳) و چیزی که نفع عقلایی ندارد در واقع مالیت ندارد (کاتوزیان، ۱۳۴۴، ج ۱: ۲۳۱). یکی از شرایط مبیع داشتن مالیت و قابلیت انتفاع است و فلذا دادوستد کالاهایی که بیش از حد متعارف خطرناک‌اند، صحیح نیست، زیرا قابلیت انتفاع کالا را از بین می‌برد.

۲.۴. حق آموزش و حق آگاهی و بهره‌مندی از اطلاعات کامل

حق مصرف‌کننده در دسترسی به اطلاعات کامل حقی است که به موجب آن مصرف‌کننده قادر خواهد بود تا به اطلاعات اساسی درباره اوصاف کالا یا خدماتی که قصد خریداری آنها را دارد، دست یابد یا این اطلاعات را از عرضه‌کنندگان مطالبه کند (غفاری فارسانی، ۱۳۸۹: ۱۴۱) تا بتواند با مقایسه کالاها و خدمات مشابه به اقدامی منطقی و مسئولانه مبادرت ورزد، به عبارت دیگر مصرف‌کنندگان باید در قبال اطلاعات نادرست و گمراهی ناشی از تبلیغات نادرست حمایت شوند (مصطفی منتقمی، ۱۳۹۱: ۵۲). ضروری است به مصرف‌کنندگان آموزش‌های لازم ارائه شود تا تخصص و مهارت در انتخاب بالاتر رود و آگاهانه به انتخاب کالا و خدمات اقدام کنند و برای ارزیابی کالا و خدمات و تبلیغات آنها جهت انتخاب آگاهانه توانمند شوند تا بهترین استفاده را از درآمد و منابع خود داشته باشند و همچنین از شیوه‌های احقاق حقوق خود آگاهی یابند (غفاری فارسانی، ۱۳۸۹: ۱۷۴؛ مصطفی منتقمی، ۱۳۹۱: ۵۸).

در متون فقهی نیز اهمیت ویژه به موضوع برخورداری مشتری از اطلاعات کامل داده شده است، از جمله:

الف) پیامبر گرامی اسلام (ص) می‌فرماید: خریدار و فروشنده تا زمانی که از هم جدا نشده‌اند، حق خیار دارند، پس اگر صادق باشند و حقیقت را در مورد کیفیت کالا و قیمت بیان کنند، خداوند در دادوستد آنها برکت می‌دهد و اگر پنهان‌کاری و دروغ‌گویی پیشه کنند، برکت دادوستد آنها از بین می‌رود (نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۱۳: ۲۹۸).

ب) در متون فقهی از هرگونه فریبکاری و خیانت در امور اقتصادی به‌ویژه معاملات نهی شده است، خیانت در روابط اقتصادی مصادیق متعددی در فقه از جمله تدلیس، غش در معامله و کم‌فروشی دارد؛ تدلیس یعنی جنسی را که فاقد صفت ممتازی است، واجد آن صفت قلمداد کردن و خلاف واقع نشان دادن است؛ مانند اینکه فروشنده با روشن کردن لامپی بر روی اجناس موجب تغییر رنگ آنها و فریب مشتری شود و ایشان آن را بخرد (صنعت‌کار، ۱۳۹۱: ۹۸). غش به معنای خلاف واقع جلوه دادن است، مانند مخلوط کردن کالاهای مرغوب با کالاهای نامرغوب (ابراهیمی سالاری و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۲). در واقع غش در معامله یعنی تقلب در جنس مثال بارز ریختن آب در شیر است؛ در نکوهش غش احادیثی ذکر شده است از جمله روایتی از امام صادق(ع) که هنگام ورود آرد فروش به او فرمود: «ایاک و الغش فانه من غش، غش فی ماله فان لم یکن له مال غش فی اهله» بر تو باد که از خیانت در معامله دوری کنی. زیرا آنکه تقلب کند، در اموال وی خیانت شود؛ پس اگر مال نداشته باشد، در خانواده‌اش خیانت شود (حر عاملی، ۱۳۷۲، ج ۱۲: ۲۰۹).

خداوند در قرآن کریم در آیات ۱-۳ سوره مطففین^۱، آیات ۱۸۱-۱۸۳ سوره شعراء^۲ و آیه‌ی ۸۴ سوره هود^۳ به نکوهش عمل کم‌فروشی پرداخته است.

۱. وَئِلَّ لِلْمُطَفِّفِينَ (۱) الْذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ (۲) که چون از مردم پیمانانه ستانند تمام ستانند (۲) وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ (۳) و چون برای آنان پیمانانه یا وزن کنند به ایشان کم دهند (۳)

۲. أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (۱۸۱) پیمانانه را تمام دهید و از کم‌فروشان مباشید (۱۸۱) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ (۱۸۲) و با ترازوی درست بسنجید (۱۸۲) وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ (۱۸۳) و از ارزش اموال مردم مکاهید و در زمین سر به فساد بر مدارید (۱۸۳)

۳. وَإِلَىٰ مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ وَلَا تَنْقُصُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ إِنِّي أَرَاكُمْ بِخَيْرٍ وَإِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ مُّحِيطٍ (۸۴) و به‌سوی [اهل] مدین برادرشان شعیب را [فرستادیم] گفت ای قوم من خدا را بپرستید برای شما جز او معبودی نیست و پیمانانه و ترازو را کم مکنید به‌راستی شما را در نعمت می بینم و [لی] از عذاب روزی فراگیر بر شما بیمناکم (۸۴)

ضمان ناشی از عدم اطلاع‌رسانی از قاعده فقهی وجوب اعلام الجاهل فیما یعطی استخراج شده است؛ مفاد این قاعده این است که وقتی شخصی به دیگری چیزی می‌دهد که خطر یا مشکلی (عیبی) دارد، شخصی که می‌دهد باید گیرنده آن چیز را از خطر یا مشکلی (عیبی) که در آن مال وجود دارد آگاه کند؛ (بهرامی احمدی، ۱۳۸۹: ۳۲۳). فقهایی از جمله شیخ طوسی و شیخ انصاری بر ضرورت اعلام عیب کالا تأکید کرده‌اند و بر فروشنده واجب می‌دانند که مشتری را از عیب کالا آگاه کند (شیخ طوسی، ۱۳۸۷ق، ج ۲: ۱۲۶؛ شیخ انصاری، ۱۴۱۱ق، ج ۲: ۴۷۲).

۳.۴. حق آزادی در انتخاب

این حق از مصادیق حق آزادی و در زمره حقوق بشر است؛ حق آزادی مصرف‌کننده نتیجه اصل کلی و پذیرفته‌شده آزادی قراردادهاست (غفاری فارسانی، ۱۳۸۹: ۱۸۵). مصرف‌کنندگان باید در شرایطی قرار گیرند که با قیمت‌های رقابتی کالا و خدمات مواجه شوند تا بتوانند با مقایسه گزینشی منطقی نمایند، در صورت انحصار و عدم وجود رقابت این امر میسر نمی‌شود (مصطفی منقعی، ۱۳۹۱: ۵۵)؛ از این رو فروش اجباری کالا و خدمات و اخفا و امتناع از عرضه و فروش و احتکار کالاها ممنوع شده است.

از مواردی که سالب آزادی مصرف‌کننده در انتخاب کالا یا خدمات است، وجود انحصار و عدم وجود رقابت در بازار است، به همین علت باید نمایندگی‌های انحصاری را لغو و از رقابت آزاد حمایت کرد (رباح، ۱۴۲۶ق: ۴۹ و ۵۲).

در فقه مواردی برای حمایت از حق انتخاب مصرف‌کننده وجود دارد؛ از جمله اینکه یکی از شروط صحت معامله رضایت طرفین است و از بیع همراه با شرط نیز نهی شده است (رهنمون و شیخ الاسلامی، ۱۳۹۰: ۸۵) و روایات متعددی در نهی احتکار وجود دارد که در مباحث آینده مواردی بیان می‌شود.

مبارزه با محتکران از این نظر مهم است که عده‌ای با توان مالی بالا کالایی را می‌خرند و با تبلیغات و ایجاد جو روانی نایاب شدن و کمبود محصول حق انتخاب مردم را به صورت مصنوعی محدود می‌کنند و کالای احتکارشده را بعدها گران‌تر می‌فروشند.

۴.۴. حق داشتن حضور و تشکیل نهادهای مدافع

مصرف‌کنندگان حق دارند علایق خود را در مراحل ایجاد و اجرای سیاست‌ها دولت مطرح کنند (آزادی، ۱۳۹۱: ۱۹). معمولاً این حق با ایجاد تشکل‌های صنفی اعمال می‌شود تا بتواند صدای خویش را به دولتمردان برسانند.

سیره پیامبر گرامی اسلام بر پذیرش این امر استوار بوده است و از پیمان حلف‌الفضول می‌توان به‌عنوان مهم‌ترین رویداد در این خصوص یاد کرد.

۴.۵. حق جبران خسارت

همواره مصرف‌کنندگان از حق جبران خسارت برخوردارند و باید خسارت وارده در نتیجه خرید کالا یا خدمات نامطلوب یا عرضه نادرست آنها جبران و به دعاویشان در این خصوص به طرز منصفانه در مراجع صالحه رسیدگی شود (شاه بیگی، ۱۳۹۸: ۱۷). به همین علت از گذشته نیاز به نهادی که برخورد سریع با عرضه‌کنندگان داشته باشد، احساس می‌شده است؛ سازمان تعزیرات حکومتی در همین زمینه شکل گرفته است.

در فقه امامیه قواعد و راهکارهای ویژه‌ای در خصوص جبران خسارت وضع شده است تا چنانچه ضرر و زیانی به مصرف‌کننده وارد شود، جبران‌نشده باقی نمانند و حقی از مصرف‌کننده تضییع نشود؛ از جمله قواعد و راهکارهایی که درصدد جبران خسارت وارده به مصرف‌کننده هستند، می‌توان به پیش‌بینی سیاست شرعی، قاعده لاضرر و عمل اقاله و اختیارات و... اشاره کرد.

۴.۶. حق رفع و تضمین نیازهای اساسی از سوی دولت

مصرف برخی کالا و خدمات تضمین‌کننده بقای انسان است، بنابراین حکومت‌ها باید منافع مصرف‌کنندگان را لحاظ کرده و نیازهای اساسی آنها را برطرف کنند (شاه بیگی، ۱۳۹۵: ۱۷). از جمله این نیازها می‌توان به غذا، پوشاک، مسکن و... اشاره کرد.

کرامت، حقی از حقوق انسان به‌شمار می‌آید که از سوی فرد، جامعه و نظام حاکم بر سیستم مدیریتی اجتماع در تمام عرصه‌های زندگی فردی و جمعی باید رعایت شود و به

اجرا درآید، انسان نباید خویش را مخدوش سازد و هیچ‌کس حق تعرض به کرامت دیگری را ندارد (گیلانی، ۱۳۸۷: ۲). اصل کرامت انسانی از اصول مورد پذیرش دین مبین اسلام است؛ جز کرامت انسانی مصرف‌کنندگان است که نیازهای اساسی آنها برطرف شود و کالا و خدماتی که تضمین‌کننده بقای ایشان است، تضمین شود و هیچ فردی حق تعرض به این حق را ندارد.

مصرف‌کنندگان جایگاه ضعیف‌تری نسبت به تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان دارند و وظیفه قانون حمایت از ضعیف است؛ دولت وظیفه دارد حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و رفع نیازهای آنها را بر عهده گیرد. از جمله دلایلی که می‌توان در خصوص موظف بودن دولت اسلامی به رفع نیازهای اساسی اشاره کرد، روایاتی در خصوص احتکار است، از جمله اینکه پیامبر گرامی اسلام می‌فرماید: احتکار در شش چیز است: گندم و جو و خرما و کشمش و روغن خوراکی و زیتون (شیخ صدوق، ۱۳۸۹، ج ۱: ۴۵۹). در این روایت آنچه احتکار آن جایز نیست، جز اقلام و نیازهای اساسی آن عصرند و با دقت در مجازات محتکر از جمله در ماده ۱۴ قانون تعزیرات حکومتی مصوب ۱۳۶۷ می‌توان دریافت که هدف اولیه از مجازات محتکر، رفع نیاز جامعه است و به همین علت است که وی ملزم به فروش می‌شود یا دولت رأساً اقدام به فروش کالا می‌کند.

۱. ماده ۴: احتکار - عبارت است از نگهداری کالا به صورت عمدۀ با تشخیص مرجع ذی‌صلاح و امتناع از عرضه آن به قصد گرانفروشی یا اضرار به جامعه پس از اعلام ضرورت عرضه توسط دولت. تعزیرات احتکار به شرح زیر می‌باشد:

مرتبه اول - الزام به فروش کالا و اخذ جریمه معادل ده درصد ارزش کالا.

مرتبه دوم - فروش کالا توسط دولت و اخذ جریمه از بیست تا صد درصد ارزش کالا.

مرتبه سوم - فروش کالا توسط دولت، اخذ جریمه از یک تا سه برابر ارزش کالا، قطع تمام یا قسمتی از سهمیه و خدمات دولتی تا شش ماه و نصب پارچه در محل واحد به‌عنوان محتکر.

مرتبه چهارم - علاوه بر مجازات مرتبه سوم، لغو پروانه واحد و معرفی از طریق رسانه‌های گروهی به‌عنوان محتکر. تبصره: در صورتی که نگهداری کالا با اطلاع مراجع ذی‌صلاح باشد مشمول احتکار نیست.

۵. راهکارهای فقهی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

مصرف‌کننده در قبال پرداخت هزینه، مالک عین یا منفعت کالا یا خدماتی می‌شود و ضرورت دارد تا از حق مالکیت وی حمایت شود. روایات زیادی در خصوص احترام به مالکیت مسلمان بیان شده است. روایت معروف به موثقه ابی بصیر که دال بر قاعده فقهی- تربیتی احترام مال المسلم و عمله است. در آن ابی بصیر از امام محمدباقر(ع) روایت کرده که پیامبر(ص) فرمود: «...سباب المومن فسوق... تا آنجا که فرمود: و حرمة ماله كحرمة دمه»؛ (کلینی، ۱۴۰۶ق، ج ۲: ۲۶۸). این روایت به وضوح می‌رساند که مال مسلمان محترم است و از تشبیه مال مسلمان به خون مسلمان حرمت و احترام مال او مشخص می‌شود؛ روایت «دست انسان ضامن هر چیزی است که در دست می‌گیرد تا زمانی که آن را بازمی‌گرداند» (نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۱۴: ۸). روایات مذکور اهتمام فقه امامیه در جهت حمایت از این حق را عیان می‌سازد؛ به همین علت فقه در جهت حمایت از حقوق مصرف‌کننده سازوکار و قواعد کلی بر معاملات، سیاست شرعی و قواعد در خصوص جبران خسارت وضع کرده است.

برای پی بردن به جایگاه حقوق مصرف‌کنندگان در اسلام، این امر در سه قسمت وضع سازوکار و قواعد کلی بر معاملات، ایجاد سیاست شرعی و وضع قواعد در خصوص جبران خسارت مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۵.۱. وضع سازوکار و قواعد کلی بر معاملات

نقطه تلاقی روابط تولیدکنندگان، عرضه‌کنندگان، توزیع‌کنندگان و مصرف‌کنندگان معاملات است. وضع قواعد کلی برای معاملات تا حدودی جنبه حمایتگر فقه از مصرف‌کننده را عیان می‌سازد.

با توجه به اینکه دعاوی مربوط به جبران خسارت مصرف‌کنندگان زیان‌دیده، کمتر به نتیجه می‌رسد (بادینی، ۱۳۸۴: ۵۵۵)؛ به همین علت نباید به امید داشتن قوانین منظم برای احقاق حقوق مصرف‌کننده از قانونمند کردن معاملات که نقطه تلاقی مصرف‌کننده و تولیدکننده است و سایر اقدامات پیشگیرانه غافل شد. به همین سبب شارع ضوابط دقیقی

را برای معاملات معین کرده است؛ برای مثال می‌توان به شرایطی که فقها «برای صحت عقد بیع» بیان و ضوابطی که «برای کار تجاری» ذکر کرده‌اند، همچنین به «سفارش‌های الزام‌آور یا اخلاقی بزرگان دین به بازرگانان» اشاره کرد.

از جمله مهم‌ترین مصادیق سازوکارهای مهمی که در فقه به منظور حمایت از مصرف‌کنندگان به آن اشاره شده است، می‌توان به کراهت دخول در سوم اخیه و حرمت غش در معاملات و پیش‌بینی اقاله و فسخ در معاملات اشاره کرد. در خصوص غش پیشتر سخن گفته شد، در ادامه به توضیح مختصر سایر موارد خواهیم پرداخت.

در خصوص کراهت دخول در سوم اخیه روایتی از رسول خدا(ص) نقل شده است: ایشان از مداخله در معامله دیگری نهی فرموده است (تمیمی مغربی، ۱۳۸۵ق، ج ۲: ۳۷). از موارد حرام در طول انجام معاملات، ورود و مداخله در معامله دیگری است، جز در هنگام انجام مزایده (شیخ طوسی، ۱۳۸۷ق، ج ۲: ۱۹۰). این عمل سبب ضرر به مصرف‌کننده خواهد بود، زیرا این رفتار علاوه بر ایجاد تنش بین افراد، موجب گرانی مصنوعی می‌شود. یکی از کارهایی که می‌تواند به عنوان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان معرفی شود، قائل شدن به حق اقاله است. اغلب فقها در کتاب‌های خود در بحث متاجر به عنوان راهی جهت انفساخ معامله معرفی کرده‌اند. طرفین عقد پس از انجام بیع ممکن است پشیمان شوند و قصد بر هم زدن معامله را داشته باشند، از آنجا که بیع عقدی لازم است، طرفین نمی‌توانند از پایبندی به آن سر باز زنند؛ اما می‌توانند با مراجعه به طرف دیگر و اظهار این پشیمانی تقاضای انفساخ آن را داشته باشند. این تقاضا ممکن است از طرف مقابل پذیرفته شود و شاید آن را نپذیرد، الزامی به این پذیرش نیست؛ در منابع اسلامی به اقاله معامله‌ای که طرف معامله از آن نادم است، تأکید زیادی شده است.^۱

خيارات فسخ معامله از جمله مصادیق حمایت از حقوق مصرف‌کننده در فقه اسلامی

است. در خصوص اعمال خیار در فسخ معامله به طور مفصل در کتاب‌های فقهی و حقوقی سخن به میان آمده است. در این مقاله به تعدادی از روایات که صراحت در حمایت از حقوق مصرف‌کننده دارند، اشاره می‌شود؛ در این خصوص روایاتی از امام صادق (ع) منقول است: قال فی حیوانی علیه شوط ثلاثة أيام المشتري فهو بالخيار فيها إن اشترط أو لم يشترط^۱ و قال (عليه السلام) أينما رجل اشترى من رجل بيعا فهما بالخيار كتي يفترقا فإذا افترقا فقد وجب البيع^۲ و قال (عليه السلام): المسلمون عند شروطهم إلا كل شرط خالف كتاب الله عروج فلا يجوز^۳ (شیخ صدوق، ۱۴۱۳ق، ج ۳: ۲۰۱ و ۲۰۲). در این روایات علاوه بر احترام به معاهدات میان اشخاص و رعایت شروط شرعی و قانونی، خیار فسخ معامله نیز مطرح شده است. اعمال خیار علاوه بر جبران ضرر و جلوگیری از آن، نوعی حمایت از مصرف‌کننده است، زیرا اگر نتوان از خیار فسخ معامله استفاده کرد، ضرر انجام معامله باقی می‌ماند و شخص متضرر می‌شود.

۶. سیاست شرعیه

هر آنچه مردم را هرچه بیشتر به درستی (صلاح) نزدیک و از تباهی (فساد) دور سازد؛ هر چند پیامبر خدا (ص) آن را وضع نکرده باشد و در وحی نازل نشده باشد، سیاست شرعیه نامیده می‌شود (الجوزیه، ۱۴۱۸ق: ۲). قید «شرعیه» به این معناست که حاکم باید در قانونگذاری اهداف شریعت را رعایت کند، زیرا در غیر این صورت نمی‌توان به آن لقب شرعی داد (عبدالسلام، ۱۹۹۶م: ۱۳). دولت سیاست شرعیه را با دخالت در عرصه‌های اقتصادی پیاده و از حقوق مصرف‌کننده حمایت می‌کند. در این خصوص می‌توان به دو

۱. امام صادق (ع) فرمود: درباره هر نوع حیوانی برای مشتری سه روز حق فسخ معامله وجود دارد، خواه این خیار را شرط کرده باشند یا نکرده باشند.

۲. هر جا مردی از مردی خرید نماید تا زمانی که از هم جدا نشده‌اند خیار (فسخ) دارند و هنگامی که جدا شدند دیگر بیع وجوب پیدا می‌کند.

۳. مسلمانان به هر شرطی پایبندند، مگر اینکه آن شرط مخالف باشد که در این صورت جایز نیست.

نهاد حسبه و تسعیر اشاره کرد؛ «تسعیر» به معنی تعیین قیمت عادلانه کالاها (خدمات) توسط حکومت، برای مبارزه با فزون‌طلبی بازرگانان است. نهاد دوم حسبه است که برای کنترل بازار و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان شکل گرفته بود، وظیفه‌ای شرعی از باب «امر به معروف و نهی از منکر» که حاکمان اسلامی آن را در جامعه پیاده کردند (قلعه جی، ۱۹۸۸م: ۱۳۰). در زمان حیات پیامبر گرامی اسلام (ص) نظارت بر بازار وجود داشته و این امر بعد از وفات حضرت ادامه پیدا کرده است (باقرزاده، ۱۳۸۱: ۶۶).

روایاتی از پیامبر (ص) وجود دارد که نهاد تسعیر را نفی و رد کرده است.^۱ عده‌ای از فقها نیز تسعیر را انتزاع مال فرد بدون رضایت وی می‌دانند که در قرآن و روایات تحریم شده است و به استناد ادله از جمله قاعده الناس مسلطون علی اموالهم آن را رد می‌کنند (بهمن‌پوری و حائری، ۱۳۸۹: ۶۹). با وجود این گروهی از فقیهان عدم استفاده از آن به ضرر مردم می‌دانند و استفاده از آن را پذیرفته و جزء وظایف و اختیارات حاکمان (امام) قرار داده‌اند و چنین استدلال کرده‌اند که در زمان حیات پیامبر (ص) شرایط خاصی بر جامعه حکمفرما بوده که نیازی به به‌کارگیری نهاد تسعیر نبوده است. بنا بر دیدگاه شیخ مفید، امام می‌تواند قیمت متعارفی برای محتکران مشخص کند (حلی، ۱۳۸۷ق، ج ۲: ۱۰۰۷). حضرت امام (ره) نیز در خصوص محتکر بیان می‌دارد: «...اگر محتکر در فروش قیمت را بیش از حد بالا ببرد، به پایین آوردن آن ملزم می‌شود در غیر این صورت امام او را وادار می‌کند که با توجه به قیمت متعارف شهر یا به قیمتی که امام مصلحت می‌بیند کالایش را بفروشد (موسوی الخمینی، ۱۴۱۰ق، ج ۱: ۴۱۶).

در عصر حاضر نیاز به قانونگذاری و بسترسازی در حمایت از مصرف‌کنندگان بیش از هر زمان احساس می‌شود و با توجه به اختیاراتی که فقها در این زمینه برای حاکم اسلامی برشمرده‌اند، قانونگذاری در این امر حتی اگر ظاهراً متضاد با متون فقهی باشد، تا جایی که به نفع مصرف‌کنندگان و بازگرداندن تعادل، بین ایشان و تولیدکنندگان باشد، خارج از فلسفه

قانونگذاری نخواهد بود (رهنمون و شیخ‌الاسلامی، ۱۳۹۰: ۹۱). علاوه بر این حقوق کلاسیک ما و قانون مدنی ایران برای تضمین حمایت از مصرف‌کننده ناتوان است و نیازمند وضع قوانین مدرن و تخصصی هستیم، چنانکه قانون‌گذاران ایرانی نیز همین راه را رفته و قوانین اختصاصی نظیر قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان را در سال ۱۳۸۸ تصویب کرده و در سال ۱۳۷۳ سازمان تعزیرات حکومتی را تأسیس کرده‌اند، این اقدامات دلگرم‌کننده کافی نیستند و در برهه کنونی نیاز به افزایش صلاحیت‌ها و اختیارات سازمان و تقویت آن احساس می‌شود.

۷. وضع قواعد در خصوص جبران خسارت

در عرصه جبران خسارت قواعدی در فقه وضع و مرسوم شده‌اند؛^۱ از بین این قواعد، مواردی به جبران خسارت وارده به مصرف‌کنندگان با توجه رابطه علیت بین رفتار مصرف و استفاده از کالا یا خدمات و رفتار و عمل تولیدکنندگان و توزیع و عرضه‌کنندگان مربوط می‌شوند که در این قسمت به مهم‌ترین آنها اشاره می‌شود؛ ابتدا قاعده علی‌الید، قواعد تسبیب، قاعده غرور و در نهایت لاضرر بررسی می‌شود.

۷.۱. قاعده علی‌الید

بررسی حقوق مصرف‌کننده در فقه اسلامی، بدون توجه به قاعده علی‌الید کامل نمی‌شود؛ این قاعده از حدیث نبوی علی‌الید ما اخذت حتی تؤدیه نشأت گرفته است. منظور از این قاعده این است که اگر کسی بر مال دیگری بدون اذن وی یا شارع استیلا یابد، ضامن است تا زمانی که مال و آنچه بر ذمه‌اش قرار گرفته است را به مالک برگرداند. این قاعده دارای دو حکم تکلیفی و وضعی است؛ حکم اول به معنای بازگرداندن مال دیگری از سوی فردی است که به عدوان بر آن مسلط است و حکم دوم به معنای جبران خسارت از سوی فرد است، حتی اگر در اثر قوه قاهره باشد (بهرامی احمدی، ۱۳۸۹: ۲۰۹ و ۲۱۰). از این قاعده به ضمان ید نیز یاد می‌شود.

همان‌طور که اشاره شد مطابق با حکم تکلیفی این قاعده در صورتی که عین کالایی باقی

۱. ر.ک: مهمان‌نوازان، ۱۳۹۰: ۵۱-۳۴.

باشد، باید به ذی‌حق برگردانده شود و در وجود نقص و عیب، و عدم پذیرش کالا با عیب موجود از سوی طرف قرارداد (مصرف‌کننده) تفاوت بین کالای صحیح و کالای معیوب باید پرداخت شود (مهمان‌نوازن، ۱۳۹۰: ۳۸) و در صورت تلف عین کالا مثل یا قیمت آن داده شود (محقق داماد، ۱۳۸۰: ۹۳). برای مثال یک تعمیرکننده موبایل که تخصص کافی ندارد با دریافت گوشی تلفن همراه فرد متقاضی تعمیرات، در وهله اول ملزم می‌شود گوشی را پس از عیب‌یابی و تعمیر، سالم بازگرداند و چنانچه به علت فقدان تخصص لازم نتواند ایراد را رفع کند یا آسیب جدیدی به گوشی وارد کند، ملزم به جبران خسارت وارد است و اگر تلفن همراه غیرقابل استفاده یا گم شود، باید به تهیه مدل مشابه اقدام کند.

از طرفی ضروری که در اثر استفاده از کالای معیوب به وجود آمده است، به موجب حکم وضعی همین قاعده جبران‌پذیر است، برای مثال خساراتی که در صورت استفاده از کالای معیوب برای مصرف‌کننده یا اشخاص ثالث به وجود می‌آید و در عصر حاضر، حقوق‌دانان تحت عنوان «مسئولیت ناشی از عیب تولید» یا «مسئولیت ناشی از کالاهای معیوب و خطرناک» به‌کار می‌گیرند، تحت لوای این قاعده باید جبران شود.

۲.۷. قاعده غرور

قاعده غرور یا ضمان غرور بر مبنای عبارت المغرور یرجع الی من غره دانسته‌اند؛ این قاعده به این معناست که اگر شخصی (غار) انسان دیگری (مغرور) را که جاهل به واقع است، به اشتباه بیندازد و این شخص باعث ضرر خود یا شخص ثالثی گردد، ضامن جبران خسارت است (بهرامی احمدی، ۱۳۸۹: ۱۸۴). عده‌ای معتقدند که حتی اگر غار قصد فریب نداشته باشد و از واقعیت نیز بی‌اطلاع باشد ولی رفتاری از وی سر بزند که مغرور به اشتباه بیفتد و باعث ضرر خود یا دیگری شود نیز مسئولیت وجود دارد (موسوی بجنوردی، ۱۳۹۸ ق: ۲۲۷). عده‌ای از فقهیان در مسئولیت‌های قراردادی نیز به قاعده غرور استناد کرده‌اند. مثلاً در مورد فروشنده‌ای که خریدار (مصرف‌کننده) را فریب داده و قیمت کالا و خدمات خود را بیشتر از بهای واقعی قلمداد کرده است، فروشنده به استناد قاعده غرور ملزم به جبران زیان وارده است (شیخ انصاری، ۱۳۷۵ ق: ۱۴۶ و ۱۴۷).

این قاعده در جبران خسارت مصرف‌کنندگان نقش بسزایی دارد و چنانچه عرضه‌کنندگان یا تولیدکنندگان مطابق این قاعده غار تلقی شوند و سبب ایجاد ضرر به مصرف‌کننده شود، باید زیان وارده به وی یا شخص ثالثی را که مصرف‌کننده به وی خسارت وارد کرده است، جبران کند.

۳.۷. قاعده تسبیب

مطابق قاعده تسبیب زیان‌زننده مستقیماً در ورود خسارت نقش ندارد، بلکه فقط مقدمات و زمینه‌های اولیه را فراهم می‌کند و سبب تلف و زیان می‌شود (مهمان‌نوازن، ۱۳۹۰: ۴۳). این قاعده که اتلاف بالتسبیب نیز نامیده می‌شود، در صورت دو شرط موجب ضمان است؛ اول وجود رابطه بین سببیت و تلف؛ دوم عدم وجود اراده فاعل انسانی بین سبب و تلف (بهرامی احمدی، ۱۳۸۹: ۶۰ و ۶۱).

در روابط بین مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان رفتاری که از سوی تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان سر می‌زند، سبب ورود خسارت و زیان به مصرف‌کنندگان می‌شود؛ در واقع بین این رفتار و زیان رابطه سببیت وجود دارد و تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان مستقیم و بالمباشره متلف نیستند، بلکه فقط سبب را فراهم می‌آورند؛ از این رو در خصوص جبران خسارت مصرف‌کنندگان نمی‌توان به قاعده اتلاف بالمباشره استناد نمود و باید به قاعده تسبیب مراجعه کرد.

۴.۷. قاعده لا ضرر

مدرک مهم در این زمینه روایت سمره بن جندب است که در آن پیامبر(ص) فرمودند: «انک رجل و لا ضرر و لا ضرار» (کلینی، ۱۴۰۶ق: ۲۰۰). لا ضرر و لا ضرار به این معناست که از سوی شارع ضرری وجود ندارد و ضرری که افراد به هم می‌زنند، مورد تأیید قانونگذار نیست، بنابراین در مواردی اگر به علت نبود حکمی از طرف شارع ضرری متوجه افراد شود و تحت عناوین غرور و تسبیب یا قاعده ید نتوان آن را جبران کرد یا وجود حکمی از سوی شارع مورد تردید باشد، به صرف قاعده لا ضرر می‌توان آن را جبران کرد (بهرامی احمدی، ۱۳۹۱: ۱۳۷).

روایات در زمینه بحث ما مخصوص احتکار است که در آن اگرچه مالک بر مال خود اختیار دارد، اگر به آن احتیاج باشد و وی از عرضه آن خودداری کند، عمل وی مورد نکوهش قرار می‌گیرد: «الجالب الی سوقنا کالمجاهد فی سبیل الله و المحتکر فی سوقنا کالملحد فی کتاب الله» (پاینده، ۱۳۸۲: ۴۳۲). در جای دیگر از امام کاظم (ع) نقل شده است که رسول خدا (ص) فرمود: «لئن یلقى الله العبد سارقا احب الی من ان تلقاه قد احتکر طعاما اربعین یوما»، اگر خداوند بنده‌ای را در حال سرقت ملاقات کند، در نزد من محبوب‌تر است از اینکه ملاقات کند او را در حالی که آذوقه مردم را چهل روز احتکار کند (طریحی، ۱۳۷۵، ج ۳: ۲۷۵). در روایت دیگری از رسول خدا (ص) نقل شده که می‌فرمود: «من احتکر علی المسلمین طعاما ضربه الله بالجذام و الافلاس»، هر کس آذوقه و مواد غذایی مسلمین را احتکار کند، خداوند او را به مرض جذام و فقر گرفتار می‌کند (ابن اثیر، ۱۴۲۰ق: ۵۹۶). در این روایات علت نکوهش احتکار به عنوان عملی که به جامعه زیان وارد می‌کند، است و مبنای جبران خسارت نه از باب قواعد تسبیب و غرور و علی‌البد، بلکه از باب قاعده لاضرر است.

۸. جایگاه و نقش قوانین موضوعه و سازمان تعزیرات حکومتی در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

به لحاظ قانونگذاری علاوه بر آنکه در قانون مدنی در حوزه قراردادهای، حمایت‌هایی از مصرف‌کننده می‌شود و در مواردی همچون معیوب بودن، حق بر هم زدن معامله یا مطالبه مابه‌التفاوت وجود دارد، اما به نحو تخصصی‌تر قوانینی وضع شده‌اند که هدف اصلی از وضع آنها حمایت از مصرف‌کنندگان است. یکی از مهم‌ترین آنها قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ است.^۱

۱. از جمله این قوانین می‌توان به قانون مواد خوردنی و آشامیدنی و آرایشی مصوب ۱۳۴۶، قانون تعزیرات حکومتی و قانون تعزیرات حکومتی امور بهداشتی درمانی مصوب ۱۳۶۷، قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۲، قانون سازمان نظام پزشکی کشور مصوب ۱۳۸۳، قانون نظام صنفی کشور مصوب ۱۳۸۳ اصلاحی، قانون

در حمایت از حقوق مصرف‌کننده نهادهایی در ایران تشکیل شده‌اند؛ مهم‌ترین و مقتدرترین سازمانی که در این زمینه به ایفای نقش می‌پردازد، سازمان تعزیرات حکومتی است؛ سازمان تعزیرات حکومتی در بیانیه چشم‌انداز خود، سازمانی است مقتدر، توانمند و منصف در حامی حقوق مصرف‌کنندگان و فعالان اقتصادی است و حقوق بنیادین مصرف‌کنندگان را تضمین می‌کند. سازمان تعزیرات حکومتی در امور رسیدگی به تخلفات اقتصادی اولین نهاد صالح به دادرسی است.

حقوق کیفری فنی یا خاص، حقوقی است که از یک ارزش یا پدیده نو و در عین حال فنی به گونه‌ای تخصصی حمایت می‌کند، چنین حمایتی نخست با جرم‌انگاری موارد نقض ارزش‌های جدید نمایانگر می‌شود که برای اجرا نیازمند ابزارهای دیگری همچون آیین دادرسی ویژه و مراجع رسیدگی‌کننده خاص است (نجفی ابرندآبادی و همکاران، ۱۳۸۴: ۲۴۵ و ۲۴۶)؛ سیاست کیفری تقنینی سلیقه قانونگذاران مختلف و انتخاب‌های آنها در انواع مجازات و به‌طور کلی نحوه مقابله با پدیده مجرمانه و دادرسی جرائم است. که به هنجارگریزی‌های مختلف جامعه پاسخ‌های مختلف می‌دهد (نجفی ابرندآبادی و همکاران، ۱۳۸۴: ۲۵۹ و ۲۶۰). این پاسخ‌ها می‌تواند اقداماتی سرکوب‌گر یا پیشگیرانه باشد (کوشا، دهقانی سانچ، ۱۳۹۶: ۸۹) یا نظارتی یا حمایتی باشد (حیدری، ۱۳۹۳: ۱۱۲). در مواردی این سیاست‌ها از سوی قوه مجریه و با راهکارهایی اساسی و مؤثر که برای کاهش اعمال غیرقانونی در جامعه به وسیله تصویب‌نامه‌ها و آیین‌نامه‌هایی که از سوی دولت وضع یا به‌کار گرفته می‌شوند، اعمال می‌گردد (ساک، ۱۳۹۶: ۲۵). سازمان تعزیرات حکومتی و قوانین مرتبط با حقوق مصرف‌کنندگان بر پایه سیاست‌های تقنینی خاص و ویژه شکل

حمایت از مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸، قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶، قانون ارتقای کیفی تولید خودرو و سایر تولیدات صنعتی داخلی مصوب، قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز مصوب ۱۳۹۲ اصلاحی اشاره کرد.

۱. از جمله می‌توان به سازمان تعزیرات حکومتی، سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی و... اشاره کرد.

گرفته‌اند؛ در واقع سازمان تعزیرات حکومتی نهاد تخصصی و شبه قضایی و جزء بدنه قوه مجریه است که به پاره‌ای از تخلفات اقتصادی از جمله تخلفات مرتبط با حقوق مصرف‌کنندگان رسیدگی می‌کند و فلسفه تشکیل سازمان تعزیرات حکومتی و تقنین قوانین مربوط به حقوق مصرف‌کنندگان را از جنبه‌های مختلف می‌توان بررسی کرد؛ سازمان تعزیرات حکومتی و قوانین مذکور با هدف پیشگیری از وقوع تخلفات اقتصادی و با نظارت و حمایت و سرکوب در جهت حمایت از حقوق افراد جامعه شکل گرفته‌اند؛ در ادامه به بیان این چهار جنبه خواهیم پرداخت.

۸.۱. جنبه پیشگیرانه

در این زمینه تلاش بر این است که با استفاده از روش‌های فنی و پیشگیری علمی از وقوع تخلفات جلوگیری شود. همان‌طور که گفته شد، یکی از حقوق اساسی مصرف‌کنندگان حق آگاهی و آموزش است؛ در صورتی که این حق رعایت شود و اطلاع‌رسانی در خصوص قیمت‌ها صورت گیرد، مصرف‌کننده آگاهانه اقدام به خرید کالا و خدمات می‌کند و می‌تواند در صورت مشاهده تخلف آن را گزارش کند. به همین علت قانونگذار در قانون تعزیرات حکومتی و قانون نظام صنفی و قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان، عرضه‌کنندگان و توزیع‌کنندگان را ملزم به ارائه اطلاعات دقیق به مصرف‌کنندگان کرده و ایشان را موظف به درج قیمت و صدور و ارائه صورت حساب نموده است و از آنجا که ایشان به‌خوبی از وضعیت کالا و خدمات خود آگاه است و اطلاعات مرتبط با کار را در اختیار دارد، باید تعهد ارائه اطلاعات مربوط به کالا هم بر عهده وی باشد.

پیش‌بینی حق ایمنی و استاندارد کالا یا خدمات برای مصرف‌کننده از مهم‌ترین اقدامات پیشگیرانه است، زیرا نقش این حق جلوگیری از تولید کالاهای زیانبار است و محل عمده رعایت این حق در مرحله تولید کالا است و از آنجا که اعطای اختیار اعمال این حق در مرحله تولید به مصرف‌کننده ممکن نیست، باید نمایندگی ایشان را به دولت داد (عادل و غفاری فارسانی، ۱۳۸۸: ۲۷)، به همین علت قانونگذار در مواردی اختیاراتی را به سازمان

تعمیرات حکومتی داده است، از جمله در تبصره ماده ۱۳ قانون تعمیرات حکومتی مقرر می‌دارد: «در مورد واحدهای (تولیدی) فاقد گواهی از مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی (در مورد اقلام مشمول استاندارد اجباری) که تولیدات آنها از نظر ایمنی مضر باشد، بلافاصله نسبت به تعطیلی واحد تا زمان اخذ پروانه اقدام می‌گردد».

تشکیل معاونت پیشگیری از وقوع تخلفات در سازمان تعمیرات حکومتی در همین راستا است.

۸.۲. جنبه نظارتی

سازمان تعمیرات حکومتی و سایر نهادهایی که در امر نظارت بر قیمت‌ها و بازرسی از واحدهای صنفی و... نقش دارند، باید نظارت مستمر و پرننگ داشته باشند و نظارت‌هایی که در قالب طرح‌های ویژه نظارتی ایام خاص مانند نوروز یا ماه مبارک رمضان وجود دارد، نمی‌تواند راهگشا باشد. در این خصوص در مقررات مربوط به سازمان تعمیرات حکومتی تشکیل شعب سیار و گشت‌های مشترک با سایر ارگان‌های نظارتی پیش‌بینی شده است که رئیس شعبه سیار به‌همراه کارشناسان و بازرسان نهادهای ذی‌صلاح مانند کارشناسان بهداشت و اصناف اقدام به بازدید و نظارت بر واحدهای ارائه‌دهنده کالا و خدمات می‌کنند.

از طرفی پل‌های ارتباطی مختلف اینترنتی و تلفنی مانند تلفن‌های ۱۲۴ و ۱۳۵ و سایت سازمان تعمیرات حکومتی برای دریافت شکایات پیش‌بینی شده است تا مصرف‌کننده بتواند تضييع حقوق خود و جامعه را آسان‌تر پیگیری کند و نیازی به مراجعه حضوری نداشته باشد.

۸.۳. جنبه حمایتی

از جمله راهکارهای حمایتی تلاش در جهت تضمین نیازهای اساسی مصرف‌کنندگان و رفع انحصار و ایجاد رقابت است تا مصرف‌کنندگان در انتخاب کالا و خدمات آزادی داشته باشند و در صورت محدودیت در این زمینه حمایت نهادهای نظارتی از شخص مصرف‌کننده باید چشمگیر باشد.

این جنبه در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶ قابل ذکر

است. از آنجا که بازار خودرو در ایران جنبه رقابتی ندارد و در انحصار چند شرکت بزرگ است و از این لحاظ احتمال اینکه شرکت‌های مذکور شرایط خود را بر مصرف‌کننده تحمیل کنند، زیاد است، از این رو تعزیرات حکومتی می‌تواند رسالت اصلی خود یعنی حمایت از حقوق مصرف‌کننده را بر دوش بکشد و از وی حمایت کند.

از طرفی یکی از شیوه‌های مرسوم حمایت از مصرف‌کنندگان پیش‌بینی ضمانت‌نامه یا خدمات پس از فروش است که مطابق آن تولیدکننده تعهد می‌کند تا مدتی مشخص طبق شرایط و ضوابط مبتنی بر معامله نسبت به رفع عیب و نقص و تعمیر و حتی جایگزینی محصول اقدام کند؛ این مهم در بند ۱ ماده ۳ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ پیش‌بینی شده است. این ماده مقرر می‌دارد: «عرضه‌کنندگان کالا و خدمات و تولیدکنندگان مکلف‌اند... ضمانت‌نامه‌ای را که در بردارنده مدت و نوع ضمانت است همراه با صورت حساب فروش که در آن قیمت کالا یا اجرت خدمات و تاریخ عرضه درج شده باشد به مصرف‌کننده ارائه نمایند...».

۸.۴. جنبه سرکوب گر

در مرحله آخر در صورتی علی‌رغم اقدامات پیشگیرانه و نظارتی و حمایتی، باز هم حقوق مصرف‌کننده تضییع شود، قانونگذار حق مراجعه به مراجع صالحه و جبران خسارت و جریمه و مجازات متخلفان را در نظر گرفته است و گاهی حتی با در نظر گرفتن جریمه‌های دارای مرتبه برای برخی تخلفات، مانند گران‌فروشی، کم‌فروشی، احتکار و غیره علاوه بر اینکه با تکرار هر مرحله از تخلف عملاً مجازات سنگین‌تر و حتی تعطیلی واحد صنفی را در نظر گرفته است، مرتکب و سایر افراد مستعد ارتکاب این تخلفات را از عواقب و جنبه‌های عتاب‌آمیز و سرکوبگر قانون آگاه می‌سازد که علاوه بر مجازات و تنبیه خاطی، نقشی بازدارنده و پیشگیرانه دارد.

۹. نتیجه‌گیری

در فقه امامیه با آنکه اصطلاح مصرف‌کننده به‌کار نرفته و مبحثی ویژه به قواعد و سازوکارهایی مختص حمایت از مصرف‌کننده اختصاص داده نشده است، لکن در مباحث

مختلف فقهی به پذیرش حقوق اساسی مصرف‌کنندگان اشاره شده و استفاده از کالای سالم و بدون عیب و برخورداری مصرف‌کننده از آگاهی و اطلاعات کامل و همچنین نبود انحصار و حق ایجاد تشکل‌های مدنی و رفع نیازهای اساسی از سوی دولت و جبران خسارت وارده پذیرفته شده است. البته صرفاً به بیان این حقوق بسنده نشده، بلکه در جهت حمایت از آنها نیز چاره اندیشه شده است؛ با توجه به هزینه‌بر بودن و فقدان نتیجه مطلوب ناشی از طرح دعاوی جبران خسارت، در وهله اول دست به تدوین قواعد و قوانین حاکم بر معاملات که ممکن است نقطه تلاقی بیشتر روابط بین مصرف‌کنندگان، توزیع‌کنندگان، عرضه‌کنندگان و تولیدکنندگان زده است و قواعدی در خصوص اعمال اقاله، خیارات و... ایجاد شده و به ایجاد سیاست شرعی در جهت حمایت مصرف‌کنندگان پرداخته و در نهایت قواعدی جهت خسارات را پیش‌بینی کرده‌اند که چنانچه مصرف‌کننده متضرر شد، بتواند از قواعدی مانند علی‌الید، تسبیب و غرور استفاده کند و در نهایت چنانچه با این قواعد خسارت جبران نشد، قاعده لاضرر زمینه جبران خسارات وی را فراهم خواهد آورد. علت ایجاد شبهه غفلت فقه از حقوق مصرف‌کنندگان، عدم پیش‌بینی بایی مستقل و ویژه حمایت از حقوق مصرف‌کننده در متون فقهی است.

در عصر حاضر و به‌خصوص بعد از انقلاب شکوهمند اسلامی، قوانین تخصصی متعددی برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان شکل گرفته است و از آنجا که پیاده‌سازی اهداف این قوانین نیازمند نهادی تخصصی است، سازمان تعزیرات حکومتی با رویکردی اصلی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و با نقشی نظارتی و حمایتی و پیشگیرانه شکل گرفته است و نباید قائل به این موضوع شد این سازمان صرفاً به جنبه مجازات و سرکوب می‌پردازد، چنانکه فعالیت‌هایی مانند گشت‌های سیار و... تأییدکننده این امر هستند.

کتابنامه

- قرآن کریم

۱. آزادی، محمدرضا (۱۳۹۱). *حقوق کاربردی مصرف‌کننده*، ج اول، تهران: مجد.
۲. ابراهیمی سالاری، تقی؛ مقدسی، محدثه؛ عاشورزاده، اعظم (۱۳۹۳). «حقوق مصرف‌کننده از دیدگاه اسلام و عملکرد آن در اقتصاد ایران»، مجموعه مقالات هشتمین همایش دوسالانه اقتصاد اسلامی، تهران: انتشارات پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس، دوره ۸، ش ۱، ص ۸۳-۵۱.
۳. ابن اثیر، مبارک بن محمد (۱۴۲۰ق). *جامع الاصول فی احادیث الرسول*. ج ۱، چ نهم، بیروت: دارالفکر.
۴. بادینی، حسن (۱۳۸۴). *فلسفه مسئولیت مدنی*، چ اول، تهران: شرکت سهامی انتشار.
۵. بهرامی احمدی، حمید (۱۳۹۱). *ضمان قهری (الزامات خارج از قرارداد)*، چ اول، تهران: دانشگاه امام صادق(ع).
۶. _____ (۱۳۸۹). *قواعد فقه: مختصر هفتادوهفت قاعده فقهی و حقوقی (با تطبیق بر قوانین)*. تهران، دانشگاه امام صادق(ع)، چ دوم.
۷. بهمن پوری، عبدالله؛ حائری، محمدحسن (۱۳۸۹). «نقد و بررسی ادله‌ی فقهی عدم جواز تسعیر»، *مجله فقه و مبانی حقوق اسلامی*، سال چهل و سوم، ش دوم، ص ۶۷-۷۹.
۸. پاینده، ابوالقاسم (۱۳۸۲). *نهج الفصاحه*، چ چهارم، تهران: دنیای دانش.
۹. تمیمی مغربی، ابوحنیفه نعمان بن محمد (۱۳۸۵ق). *عائم الإسلام*، چ دوم، قم: مؤسسه آل‌البیت(ع).
۱۰. جوزیه، ابن قیم (۱۴۱۸ق). *الطرق الحکمیة فی السیاسة الشرعیة*، چ اول، تجميع عصام فارس الحرستانی، بیروت: دارالجلیل.
۱۱. حر عاملی، محمد بن حسن (۱۳۷۲). *وسائل الشیعه*، تحقیق مرحوم ربانی شیرازی،

- ج ۱۲، چ هفتم، تهران: کتاب‌فروشی اسلامیه.
۱۲. حلی، محمد بن حسن بن یوسف (۱۳۸۷ق). *ایضاح الفوائد فی شرح مشکلات القواعد*، ج ۲، چ اول، قم: اسماعیلیان.
۱۳. حیدری، علیمراد (۱۳۹۳). «نقد سیاست تقنینی در قبال جرائم علیه حقوق مصرف‌کننده در تجارت الکترونیکی»، *فصلنامه مجلس و راهبرد*، سال بیست‌ویکم، ش ۷۹، ص ۱۲۲-۹۵.
۱۴. ریاح، غسان (۱۴۲۶ق). *قانون حمایه المستهلك الجدید*، چ اول، بیروت: منشورات زین الحقوقیه.
۱۵. رهنمون، رئوف؛ شیخ‌الاسلامی، اسعد (۱۳۹۰). «حمایت از حقوق مصرف‌کننده و قلمرو آن در فقه شافعیان و امامیه»، *مجله فقه و مبانی حقوق اسلامی*، سال چهل‌وچهارم، ش ۱، ص ۹۷-۷۷.
۱۶. ساکی، محمدرضا (۱۳۹۶). *حقوق کیفری اقتصادی*، چ چهارم، تهران: جنگل و جاودانه.
۱۷. شاه‌بیگی، ایمان (۱۳۹۵). *بررسی تطبیقی نهادهای رسیدگی به تخلفات اقتصادی*، چ اول، تهران: میزان.
۱۸. شیخ انصاری، مرتضی بن محمد امین (۱۴۱۱ق). *المکاسب*، ج ۲، چ اول، قم: دارالذخایر.
۱۹. _____ (۱۲۷۵ق). *مکاسب*، چ دوم، قم، چ سنگی.
۲۰. شیخ صدوق، محمد بن علی بن بابویه (۱۳۸۹). *الخصال محموده و المذومه*، ج ۱، چ پنجم، ترجمه صادق حسن‌زاده، تهران: ارمغان طوبی.
۲۱. _____ (۱۴۱۳هـ.ق). *من لا یحضره الفقیه*، ج ۳، چ دوم، تصحیح علی‌اکبر غفاری، قم: دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه.

۲۲. شیخ طوسی، محمد بن حسن (۱۳۸۷ق). *المبسوط فی فقه الامامیه*، ج ۲، چ سوم، تهران: مکتبه المرتضویه.
۲۳. صنعتکار، حسن (۱۳۹۱). اخلاق در بازار: به ضمیمه فتاوی حضرت امام خمینی ره در آداب کسب و تجارت، چ ششم، قم: بوستان کتاب.
۲۴. طریحی، فخرالدین بن محمد (۱۳۷۵). *مجمع البحرین*، محقق احمد حسینی اشکوری، چ سوم، تهران: انتشارات مرتضوی.
۲۵. عادل، مرتضی؛ غفاری فارسانی، بهنام (۱۳۸۸). «حق مصرف‌کنندگان در برخورداری از محصولات ایمن»، *فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی*، دوره ۱۳، ش ۵۱، ص ۸۸-۲۵.
۲۶. عبدالسلام، محمد (۱۹۹۶م). *نظریه سیاسیة الشرعیه (الضوابط و التطبيقات)*، چ اول، بنغازی: دانشگاه قاز یونس.
۲۷. غفاری فارسانی، بهنام (۱۳۸۹). *مصرف‌کننده و حقوق بنیادین او (نگاهی به قانون حمایت از مصرف‌کنندگان)*، چ اول، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، چ اول.
۲۸. قلعه‌جی، محمد رواس (۱۹۸۸م). *معجم لغه الفقهاء*، چ دوم، بیروت: دار النفائس للطباعة و انشر و التوزیع.
۲۹. کاتوزیان، ناصر (۱۳۴۴). *دوره مقدماتی حقوق مدنی*. ج ۱، چ اول، تهران: دانشکده علوم اداری و مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران.
۳۰. کله-الوو، ژان؛ ستنمتز، فرانک (۱۳۷۹). «تعریف مصرف‌کننده»، ترجمه عبدالرسول قدک، *تحقیقات حقوقی*، دوره ۳، ش ۱۲۷، ص ۳۳۰-۳۰۹.
۳۱. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۶ق). *اصول الکافی*، ج ۲، بیروت: دار صعب و دار التعارف.
۳۲. کوشا، جعفر؛ دهقانی سانج، محمدرضا (۱۳۹۶). «سیاست جنایی در جرائم اقتصادی»، *مجله دانش حقوق و مالیه*، سال اول، ش ۲، ص ۸۵-۱۰۱.
۳۳. گیلانی، رضا (۱۳۸۷). *کرامت انسان در نگاه تکوین و تشریح*، چ اول، تهران: صدرا.

۳۴. محقق داماد، سید مصطفی (۱۳۸۰). *قواعد فقه: بخش مدنی*، ج ۱، چ هشتم، تهران: مرکز نشر علوم اسلامی.
۳۵. مصطفی منتقمی، فروغ (۱۳۹۱). *تفکیر سازمان‌های غیردولتی در حمایت از حقوق مصرف‌کننده در کشور*، چ اول، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۳۶. موسوی الخمینی، روح‌الله (۱۴۱۰ق). *الرسائل*، ج ۱، چ اول، قم: اسماعیلیان، چ اول.
۳۷. موسوی بجنوردی، میرزا حسن (۱۳۹۸ق). *القواعد الفقیه*، ج ۱، چ دوم، نجف: نشر الآداب.
۳۸. مهمان‌نوازان، روح‌الله (۱۳۹۰). *خسارت قابل جبران در حقوق ایران*، چ دوم، تهران: مجلد.
۳۹. نجفی ابرندآبادی، علی حسین؛ جمعی دیگر از نویسندگان (۱۳۸۴). *علوم جنایی (گزیده مقالات آموزشی برای ارتقاء دانش دست‌اندرکاران مبارزه با مواد مخدر در ایران)*، ج ۲، چ اول، تهران: سلسبیل.
۴۰. نوری، میرزا حسین (۱۴۰۸ق). *مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل*، ج ۱۳، چ اول، بیروت: مؤسسه آل‌البیت (ع) لاحیاء التراث.
۴۱. _____ (۱۴۰۸ق). *مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل*، ج ۱۴، چ اول، بیروت: مؤسسه آل‌البیت (ع) لاحیاء التراث.

References

- The Holy Quran

1. Abdul Salam, Mohammad, (1996). *Theory of Sharia Policy (Regulations and Applications)*, First Edition, Benghazi: Ghaz Younes University Press. (in Arabic)
2. Adel, Morteza; Ghaffari Farsaani, Behnam (2009). "Consumers' right to safe products" *Quarterly Journal of Business Research*, Volume 13, Number 51, Pages 25-88. (in Persian)
3. Azadi, Mohammad Reza (2012). *Consumer applied rights*, first edition, Tehran: Majd. (in Persian)
4. Badini, Hassan (2005). *Philosophy of Civil Liability*, First Edition Tehran:

- Anteshar Co. (in Persian)
5. Bahman Pouri, Abdullah; Haeri, Mohammad Hassan (2010). "Critique and jurisprudential arguments of not permitting exchange" *Journal of Jurisprudence and Fundamentals of Islamic Law*, Year 43, Issue 2, Pages 67-79. (in Persian)
 6. Bahrami Ahmadi, Hamid (2012). *Coercive guarantee (non-contractual requirements)*, first edition, Tehran: Imam Sadegh (AS) University. (in Persian)
 7. Bahrami Ahmadi, Hamid (2010). *Rules of jurisprudence: a summary of seventy-seven rules of jurisprudence and law (by applying the laws)*, second edition, Tehran: Imam Sadegh (AS) University . (in Persian)
 8. Coleini, Muhammad ibn Ya'qub (1985). *Sufficient principles*, Volume 2, Beirut :Daar Saab and Daar Al-Taaref. (in Arabic)
 9. Ebrahimi Salari, Taqi; Moghaddasi, Muhaddatha; Ashourzadeh, Azam (2014). «Consumer rights from the perspective of Islam and its performance in the Iranian economy» , *Proceedings of the 8th Biennial Conference on Islamic Economics*, Tehran: Tarbiat Modares University Institute of Economics, Volume 8, Number 1, Pages 51-83. (in Persian)
 10. Ghaffari Farsani, Behnam, (2010). *Consumer and her Fundamental Rights (A Look at the Consumer Protection Law)* , First Edition, Tehran: Institute of Business Studies and Research. (in Persian)
 11. Gilani, Reza; (2008). *Human dignity in the view of creation and legislation*, first edition, Tehran: Sadra Publishing . (in Persian)
 12. Heidari, Alimorad (2014).« Critique of Legislative Policy on Crimes Against Consumer Rights in E-Commerce» *Quarterly Journal of Parliament and Strategy*, Year 21, No. 79, pp. 95-122.. (in Persian)
 13. Helli, Muhammad ibn Hassan ibn Yusuf (1967). *Explain the benefits in explaining the problems of the rules* , Volume 2, first edition, Qom: Ismailian. (in Arabic)
 14. Hor Ameli, Mohammad Ibn Hassan (1993). *Vasaal al shiee. Research of the late Rabbani Shirazi*, Volume 12, seventh edition, Tehran: Islamic Bookstore. (in Arabic)
 15. Ibn Athir, Mubarak Ibn Muhammad (1999). *Comprehensive principles in the hadiths of the Prophet*. Volume one, ninth edition, Beirut: Dar al-fekr. (in Arabic)
 16. Jawzia, Ibn Qayyim (1997). *The ways of wisdom in the politics of Sharia*. Collection of Essam Fars Al-Harastani, first edition, Beirut: Dar al-Jalil. (in Arabic)
 17. Kale-Elvo, Jean; Stanmetz, Frank (2000). «Consumer definition» ,Translation: Abdul Rasool Qadak, *Legal Research*, Volume 3, Number 127, Pages 309-330. . (in Persian)
 18. Katoozian, Nasser (1965). *Civil Law Preparatory Course*. Volume One, First Edition, Tehran: Faculty of Administrative Sciences and Business Management of the University of Tehran. (in Persian)
 19. Koosha, Jafar; Dehghani Sanij, Mohammad Reza (2017). «Criminal policy in economic crimes» *Journal of Legal and Financial Knowledge*, First Year, No.

- 2, pp. 85-101. (in Persian)
20. Mehmannaavazan, Ruhollah (2011). *Compensable damages in Iranian law*, second edition, Tehran: Majd Publications. (in Persian)
 21. Mohaghegh Damad, Seyed Mostafa (2001). *Rules of jurisprudence: civil section* , Volume one, eighth edition, Tehran: Islamic Sciences Publishing Center. (in Persian)
 22. Mostafa Montaghani, Forough (2012). *The role of non-governmental organizations in protecting consumer rights in the country* , First Edition, Tehran: Institute of Business Studies and Research. (in Persian)
 23. Mousavi Al-Khomeini, Ruhollah (1989). *Al Rasaael* , Volume 1, first edition, Qom: Ismailian. (in Arabic)
 24. Mousavi Bojnourdi, Mirza Hassan (1978). *AL Qavaed Faghih*, Volume 1, Second Edition, Najaf: Al-Adab Publishing. (in Arabic)
 25. Najafi Aberandabadi, Ali Hossein; Another group of authors (2005). *Criminal Sciences (excerpts from educational articles to improve the knowledge of anti-narcotics practitioners in Iran)*, Volume 2, First Edition, Tehran: Salsabil Publishing. (in Persian)
 26. Nouri, Mirza Hussein (1987). *Mustadrak al-Wasa'il and Mustanbat al-Masa'il*, Volume 13, First Edition, Beirut: Al-Bayt (AS) Institute for the Revival of Heritage. (in Arabic)
 27. Nouri, Mirza Hussein (1987). *Mustadrak al-Wasa'il and Mustanbat al-Masa'il*, Volume 14, First Edition, Beirut: Al-Bayt (AS) Institute for the Revival of Heritage. (in Arabic)
 28. Payende, Abolghasem (2003). *Approach to eloquence*, fourth edition, Tehran : World of Knowledge. (in Persian)
 29. Qala Jai, Muhammad Rawas (1988). *Dictionary of the Language of the Jurists*, second edition, Beirut: Daar Al-Nafae for printing, publishing and distribution. (in Arabic)
 30. Rabah, Ghassan (2005). *New Consumer Protection Act*, First Edition, Beirut: Zayn al-Haqqiya Publications. (in Arabic)
 31. Rahnemoun, Raouf; Shaykh al-Islami, Asad (2011). « Protection of consumer rights and its territory in Shafi'i and Imami jurisprudence » , *Journal of Jurisprudence and Fundamentals of Islamic Law*, Year 44, No. 1, pp. 77-97. (in Persian)
 32. Saki, Mohammad Reza (2017). *Economic criminal law* , Fourth Edition , Tehran: Forest and Immortal Publications. (in Persian)
 33. Sanatkar, Hassan (2012). *Market ethics: in addition to the fatwas of Imam Khomeini on business etiquett*, sixth edition e, Qom: Book Garden Institute. (in Persian)
 34. Shah Beigi, Iman, (2015). *Comparative study of economic violations bodies*, first edition, Tehran: Mizan. (in Persian)
 35. Sheikh Ansari, Morteza Ibn Mohammad Amin (1990). *Al Makaseb*, Volume two, first edition, Qom: Dar al-Zakhayr. (in Arabic)
 36. Sheikh Ansari, Morteza Ibn Mohammad Amin (1858). *Makaseb*, second edition,

- Qom: lithography. (in Arabic)
37. Sheikh Saduq, Muhammad ibn Ali ibn Babawiyah (2010). *Al-Khasal Mahmudah and Al-Mazumah*, Volume one, fifth edition, translated by Sadegh Hassanzadeh, Tehran: Armaghan Toobi Publications. (in Persian)
38. Sheikh Saduq, Muhammad ibn Ali ibn Babawiyah (1992). *From the presence of the jurist*, Volume 3, second edition, edited by Ali Akbar Ghaffari, Qom: Publisher of the Office of Islamic Publications affiliated with the Society of Seminary Teachers. (in Arabic)
39. Sheikh Tusi, Mohammad Ibn Hassan (1967). *Enlarged in Imami jurisprudence*, Volume 2, third edition, Tehran : Mortazavieh School. (in Arabic)
40. Tamimi Maghribi, Abu Hanifa Nu'man bin Muhammad (1965). *Aem Al Eslam*, second edition, Qom: Publisher of Al-Bayt Institute. (in Arabic)
41. Tarihi, Fakhruddin bin Muhammad, (1996). *majmae al Bahrain*. Researcher Ahmad Hosseini Eshkevari , Third Edition, Tehran : Mortazavi Publishing. (in Arabic)