

بررسی مفهوم حقوق مصرف کننده و حمایت از مصرف کنندگان در قراردادهای بازرگانی بین المللی

* محمد منقوش

کارشناس ارشد حقوق بین الملل ، دانشگاه آزاد اسلامی ، دامغان ، ایران

Email: M.manghoosh@gmail.com

نادر بردی زاده

کارشناس ارشد حقوق خصوصی ، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران شمال ، ایران

Email: Vakil.javan64@gmail.com

چکیده

امروزه به دلیل تنوع نیازها و تخصصی شدن مشاغل ، افراد یک خانواده برای تأمین حداقل مایحتاج مصرفی خود نیازمند استفاده از کالاها و خدمات عرضه شده توسط دیگران هستند. از این رو نیاز به کالاهای مصرفی و خدمات یک نیاز ضروری و اجتناب ناپذیر است که هرگونه اختلال در تولید و توزیع آنها می تواند جامعه و مدیریت آن را به چالش بکشد و علاوه بر زیانهای مادی صدمات و زیانهای معنوی را نیز متوجه مصرف کننده نماید. همچنین با توجه به تنوع محصولات و نظریه جهانی شدن اقتصاد ، خطر ناشی از مصرف کالاهای نامرغوب و ناآشنا از مرزهای ملی نیز می گذرد و در این میان مصرف کننده معمولاً نه از کیفیت کالا آگاه است و نه بر موارد زیان آور آن وقوف کامل دارد و ضمن اینکه ممکن است از قیمت واقعی کالا نیز مطلع نباشد. امروزه قراردادهای مصرف کننده نقطه مشترک تقابل بین قابلیت سنتی تعادل قراردادی بین طرفین و ضرورت نظارت جامع تر نسبت به تعادل قراردادی است. جایگاه مصرف کننده در انعقاد قرارداد نسبت به جایگاه تولیدکننده، ضرورتاً بیشتر باید تقویت شود؛ البته حمایت از مصرف کننده نباید به افراط و تفریط بیانجامد به گونه ای که حقوق تولیدکننده نادیده انگاشته شود. در واقع ما در این پژوهش به دنبال یافتن پاسخ این سؤال هستیم که حقوق مصرف کنندگان چیست و چه حمایت هایی از مصرف کنندگان در قراردادهای بازرگانی بین المللی صورت می گیرد؟

کلیدواژگان : مصرف کننده ، قرارداد ، تاجر ، بازرگانی بین المللی.