

# تبیین ویژگی‌ها و آثار حق انصراف مصرف‌کننده؛ مقرر در مواد ۳۷ و ۳۸ قانون تجارت الکترونیکی

ستار زرکلام\* - سیدمحمدعلی طاهرزاده کاکلکی\*\*

## چکیده:

رشد چشم‌گیر حمایت از مصرف‌کننده طی دو قرن اخیر مفید ایجاد حقوقی برای مصرف‌کننده بوده است که از جمله آن می‌توان به حق انصراف از معامله انجام شده اشاره نمود. ویژگی‌ها و آثار استفاده از این حق با دیگر حقوقی که قانونگذار ایران در موارد مشابه برای خریدار یا هر یک از متبایعین مقرر نموده متفاوت است که البته متأثر از تفاوت در ماهیت این حق با دیگر حقوق مقرر است و باید مورد بررسی قرار گیرند. البته ماهیت و موارد کاربرد این حق در مقاله‌ای جداگانه بررسی شده‌اند و در این مقاله صرفاً به بیان ویژگی‌ها و آثار استفاده از این حق پرداخته خواهد شد. این موضوع که مهلت مصرف‌کننده در استفاده از این حق از چه زمانی شروع می‌شود و آیا در قراردادهای مختلف این مهلت تغییری می‌کند و همچنین آثار استفاده از این حق در این مقاله بیان خواهد شد.

## کلیدواژه‌ها:

مصرف‌کننده، حق انصراف، قانون تجارت الکترونیکی، دوره انصراف، قراردادهای مرتبط.

مجله پژوهش‌های حقوق خصوصی، شماره ۲، نیمسال دوم ۱۳۹۲  
صفحه ۲۹ - ۵۲، تاریخ وصول: ۱۳۹۲/۰۸/۰۳، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۱/۱۲

Email: sattarzarkalam@gmail.com

\* استادیار دانشگاه شاهد.

Email: m.a.taherzadeh@gmail.com

\*\* دانش‌آموخته رشته حقوق تجارت بین‌الملل دانشگاه علامه طباطبائی (ره).

**مقدمه**

مفهوم مصرف‌کننده را می‌توان مفهومی نوین دانست که سابقه پیدایش آن به حداکثر دو قرن پیش می‌رسد. با وجود اینکه حمایت از مصرف‌کننده (خریدار غیرحرفه‌ای) را می‌توان در قوانین قدیمی‌تر نیز مشاهده نمود؛ ولی تفکیک این مفهوم از مفهوم خریدار را که معمولاً به خریدار حرفه‌ای اطلاق می‌شود و تحت شمول قوانین بین‌المللی مثل کنوانسیون بیع سال ۱۹۸۰ قرار می‌گیرد، باید راهکاری جدید دانست که قانونگذار برای حمایت بیشتر از خریدار غیرحرفه‌ای ابداع نموده است. اینکه چه کسی را می‌توان مصرف‌کننده نامید، موضوعی است که باید طبق قوانین مورد بررسی قرار گیرد و البته از شمول این نوشتار خارج است.<sup>۱</sup> در اثر تشدید این حمایت‌ها، حقوقی برای مصرف‌کننده فرض شد که می‌توان به حق انصراف مصرف‌کننده به عنوان یکی از این حقوق اشاره نمود. از آنجا که این حق در حقوق ایران فقط در مواد ۳۷ و ۳۸ قانون تجارت الکترونیکی مطرح شده است و با توجه به تفاوت‌های آثار فسخ موجود در قوانین کشورهای اروپایی با حق فسخ موجود در حقوق ایران، لازم است تا در ابتدا ماهیت این حق بررسی شود.

همچنین برای شناخت هرچه بیشتر این حق، باید به ویژگی‌ها و آثار استفاده از این حق نیز پرداخت که با توجه به محدودیت‌های موجود، تصمیم بر این شد که ماهیت این حق به صورت جداگانه در مقاله‌ای دیگر مورد بررسی قرار گیرد و در اینجا صرفاً به ویژگی‌ها و آثار ناشی از اعمال این حق پرداخته شود.

**مبحث اول - ویژگی‌های حق انصراف****گفتار یکم - شروع دوره انصراف**

یکی از مهم‌ترین مباحث موجود در موضوع حق انصراف، زمان شروع این دوره است. علت اهمیت این مبحث در این است که با توجه به هدف حمایت از مصرف‌کننده در وجود این حق، باید استنباط نمود که تعیین چه زمانی به عنوان آغاز این دوره می‌تواند به بهترین نحو این حمایت را انجام دهد و در قوانین موجود چه زمانی در این رابطه مقرر شده است.

**الف - در حقوق ایران**

همان‌طور که گفته شد در ایران تنها قانونی که حق انصراف را برای مصرف‌کننده مقرر می‌دارد قانون تجارت الکترونیکی است. در این قانون برای

۱. برای مطالعه بیشتر نک: سیدمحمدعلی طاهرزاده کاکلکی، «حق انصراف مصرف‌کننده در قراردادهای فروش کالا و خدمات (مطالعه تطبیقی)»، (پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۸۹)، ۱۱-۲۲.

شروع دوره انصرافی که اطلاعات به طور صحیح ارائه شده،<sup>۱</sup> گفته شده است:<sup>۲</sup> در صورت فروش کالا، دوره انصراف از تاریخ تسلیم کالا شروع می‌شود؛ و در صورت فروش خدمات، این دوره از زمان انعقاد قرارداد است.<sup>۳</sup> همان‌طور که مشاهده می‌شود مطابق این قانون، بین موارد مختلفی که می‌توانستند موضوع معامله قرار گیرند، تفکیک انجام گرفته است؛ یعنی مواردی که موضوع معامله خرید کالا است از مواردی جدا شده که موضوع، معامله خرید خدمات است.

### ب - در مقررات بین‌المللی

زمان شروع این دوره، با توجه به قوانین موجود، در موارد مختلف فرق می‌کند. در فروش دم در،<sup>۴</sup> آغاز دوره انصراف از زمان دریافت اطلاعات در زمینه حق انصراف است.<sup>۵</sup> زمان آغاز این دوره در کشورهای مختلف به طور متفاوت ذکر شده است.<sup>۶</sup> در مالکیت زمانی شروع دوره انصراف مطابق با دستورالعمل مربوطه، دو حالت دارد که عبارت‌اند از: روزی که قرارداد

۱. این موضوع در حالی که اطلاعات به طور ناقص ارائه شده باشد، متفاوت است و ضمانت‌اجراهایی از سوی قانونگذار در این زمینه بیان شده است.

۲. بند «الف» ماده ۳۸ قانون تأمین اجتماعی.

۳. اشکالی که در این ماده وجود دارد این است که قانونگذار به جای استفاده از عبارت «شروع دوره انصراف» از عبارت «شروع اعمال انصراف» استفاده نموده است که کمی ابهام دارد؛ این ابهام به این دلیل است که از عبارت «شروع اعمال انصراف»، این نکته برداشت می‌شود که قانونگذار قصد داشته برای اعمال انصراف یک دوره مقرر کند (یعنی اعمال انصراف از طرف مصرف‌کننده فقط مختص به زمان اعلام نیست و شامل یک دوره می‌شود؛ از اعلام تا یک زمان خاص) در حالی که در ذیل این ماده به بیان شروع دوره انصراف در حالات مختلف پرداخته شده است.

۴. اشکال دیگری که بر این ماده از قانون تجارت الکترونیک وارد است اینکه در ذیل حالات مختلف شروع دوره و در بند «ج» به اثر استفاده از حق انصراف از طرف مصرف‌کننده پرداخته شده و در بند «د» موارد استثنای این حق بیان شده است؛ در حالی که عنوان این ماده «شروع اعمال انصراف» است.

۵. مفهومی که در ایران از فروشنده دوره‌گرد (فروشنده دم‌در) استنباط می‌شود با یکی از مفاهیم این واژه در آمریکا در دهه ۱۹۶۰ یکسان است؛ (hit and run salesman) یعنی فروشنده‌ای که بعد از یک‌بار حضور در درب منزل، دیگر پیدایش نمی‌شود و در صورت عدم رضایت از کالا یا خدمت خریداری شده، مصرف‌کننده نمی‌تواند از خرید خود انصراف دهد. نوع دوم از این فروشندگان که به دستفروشان یهودی (ghetto peddler) شهرت داشتند، در واقع با تنوع بسیار در محصولات خویش، با هدف یافتن مصرف‌کنندگان دائمی برای محصولات‌شان، اقدام به دستفروشی می‌نمودند. آنها به دنبال ایجاد اعتماد در مصرف‌کننده بودند که ارزش آن حتی از خصوصیات محصول وی می‌توانست بیشتر باشد. مفهوم نوین دستفروش در اروپا و آمریکا به نوع اخیر شباهت بسیاری دارد؛ به گونه‌ای که می‌توان گفت که ریشه مفهوم جدید همین است. به نقل از:

William G. Meserve., "The Proposed Federal Door-to-Door Sales Act: An Examination of Its Effectiveness as a Consumer Remedy and the Constitutional Validity of Its Enforcement Provisions", *George Washington Law Review* 37, 1968-1969, 1177, 1178; Available at: <http://heinonline.org/HOL/PDFsearchable/handle=hein.journals/gwlr37&collection=journals&id=1183&print=47&sectioncount=1&ext=.pdf>; (Lastly checked: 04/07/2010).

5. Art. 5 of Directive 85/577/EC.

6. Hans Schulte-Nölke and Christoph M. Scheuren-Brandes, "Doorstep Selling Directive", in *EC Consumer Law Compendium; The Consumer Acquis and its transposition in the Member State*, Edited by: Hans Schulte-Nölke, Christian Twigg-Flesner, Martin Ebers, Sellier, Munich, 2008, 99.

اصلی یا هر نوع قرارداد ابتدایی الزام‌آوری منعقد شده است؛ یا از روزی که مصرف‌کننده متن قرارداد ابتدایی الزام‌آور یا قرارداد اصلی را دریافت کند؛ البته مورد دوم در صورتی ملاک عمل قرار می‌گیرد که زمان دریافت قرارداد از طرف مصرف‌کننده از زمان انعقاد قرارداد دیرتر باشد.<sup>۱</sup> نوع روز در این دستورالعمل، روز تقویمی است.<sup>۲</sup>

در فروش از راه دور، اگر مورد معامله کالا باشد، شروع این دوره از زمان تحویل کالا به مصرف‌کننده است و در صورتی که معامله برای فروش خدمات منعقد شده باشد، از لحظه انعقاد قرارداد این دوره شروع می‌شود.<sup>۳</sup> زمان شروع این دوره در بازاریابی از راه دور خدمات مالی همزمان با انعقاد قرارداد از راه دور است؛ البته این حکم دارای استثنائاتی است: اگر قرارداد در رابطه با بیمه عمر باشد، زمان شروع دوره از زمان اطلاع یافتن مصرف‌کننده نسبت به انعقاد قرارداد است و اگر مصرف‌کننده شرایط و ویژگی‌های قرارداد را پس از انعقاد قرارداد دریافت کند، زمان شروع این دوره از لحظه دریافت این شرایط از سوی مصرف‌کننده است.<sup>۴</sup>

در توافقاتی که مربوط به دریافت اعتبار، دوره انصراف از زمان انعقاد توافق اعتبار شروع می‌شود یا اینکه می‌تواند از زمان دریافت شرایط قراردادی و اطلاعات قانونی توسط مصرف‌کننده شروع شود اگر این دریافت اطلاعات پس از انعقاد قرارداد صورت گرفته باشد.<sup>۵</sup>

### گفتار دوم - طول دوره انصراف

مدت انصراف در واقع مدت زمانی است که مصرف‌کننده در آن مدت می‌تواند از قرارداد انصراف دهد.

### الف - در حقوق ایران

در قانون تجارت الکترونیک ایران برای انصراف از قرارداد حداقل هفت روز کاری را در نظر گرفته است.<sup>۶</sup> اشکالی که بر این قانون وارد است اینکه در قوانین داخلی باید به طور دقیق مدت

1. Art. 6(2) of Directive 2008/122/EC.

2. Recital 13 of Directive 2008/122/EC.

در این بند، دستورالعمل به 3 June 1971 Council Regulation (EC, Euratom) No 1182/71 of 3 June 1971 ارجاع داده است که روز تقویمی را به عنوان نوع روز در نظر گرفته است. روز تقویمی در حقیقت در برابر روز کاری قرار می‌گیرد و دارای مزایای بیشتری نسبت به روز کاری است. برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: طاهرزاده، ۳۰-۳۱.

3. Ibid, 347; Art. 6(1) of Directive 97/7/EC.

4. Art. 6(1) of Directive 2002/65/EC.

5. Art. 14(1) of Directive 2008/48/EC; Paul R. Moo, "Legislative Control of Consumer Credit Transactions", *Law and Contemporary Problems*, Vol.33, 1968, p669; Available at: <http://heinonline.org/HOL/PDFsearchable/handle=hein.journals/lcp33&collection=journals&id=662&print=15&section-count=1&ext=.pdf>; (lastly Checked 20/04/2010).

6. Cooling-off period

۷. ماده ۳۷ قانون تأمین اجتماعی.

زمان‌ها تعیین شود و به عنوان مثال گفته شود که در صورت تمایل طرفین می‌توانند مدت بیشتری را برای دوره انصراف از قرارداد مقرر نمایند.<sup>۱</sup> نکته دیگری که در اینجا باید متذکر شد این است که گفته شده است هفت روز کاری؛ این قانون به دلیل اینکه فقط در یک کشور اعمال می‌شود به نظر می‌رسد صحیح باشد و مانعی در اعمال آن وجود ندارد.

### ب - در مقررات بین‌المللی

در این مقررات، مدت زمان واحدی برای انصراف تعیین نشده است و بسته به نوع قرارداد و ماهیت آن، مهلت انصراف متفاوت می‌شود. حداقل این مدت زمان سه روز کاری است.<sup>۲</sup> هفت روز تقویمی،<sup>۳</sup> ده روز تقویمی، چهارده روز تقویمی،<sup>۴</sup> هفت روز کاری،<sup>۵</sup> چهارده روز کاری و حتی یک ماه<sup>۶</sup> نیز از جمله مواردی است که برای این مدت زمان در نظر گرفته شده است.<sup>۷</sup> این فقدان مدت زمان واحد برای انصراف در واقع نوعی مانع برای تجارت برون‌مرزی تلقی می‌شود.<sup>۸</sup> در آمریکا در قانون ضمانت وام<sup>۹</sup> مدت زمان انصراف حداقل سه روز تعیین شده است و مصرف‌کننده می‌تواند در این سه روز از قرارداد وام انصراف دهد.<sup>۱۰</sup> مصرف‌کننده پس از اینکه دوره انصرافش به اتمام رسید و حق انصراف خود را اعمال نمود، مخصوصاً اگر این اعمال نکردن حق به دلیل اطلاع نداشتن نسبت به وجود چنین حقی باشد، پس

۱. نک: ماده ۴۶ قانون تأمین اجتماعی.

2. Jan M. Smits, "The Right to Change Your Mind? Rethinking the Usefulness of Mandatory Rights of Withdrawal in Consumer Contract Law", Paper to be presented at the 15th meeting of the International Academy of Commercial and Consumer Law, Toronto, July 22-24, 2010, p 2; Available at: <http://www.law.utoronto.ca/documents/conferences/2IACCL10-Smits.pdf>, (Lastly Checked 12/06/2010); C.F: Art. 7:2 Dutch Civil Code ('bedenktijd'), introduced in 2003.

3. Art. 5 of Directive 85/577/EC.

4. Art. 12 of proposal Directive 2008; Art. 6(1) of the Directive 2002/65/EC.

5. Art. 6(1) of Directive 97/7/EC; Natali Helberger and P. Bernt Hugenholtz, "No Place Like Home for Making a Copy: Private Copying in European Copyright Law and Consumer Law", *Berkeley Technology Law Journal*, 2007, 1091-1092.

6. Art. 6 (1) of the Directive 2002/65/EC.

7. Marco B.M. Loos, "Review of the European Consumer Acquis", *Centre for the Study of European Contract Law*, No. 2008/03, 4.

۸. هر چند ممکن است عده‌ای معتقد باشند که باید در مورد هر قرارداد به طور جداگانه این مدت زمان تعیین شود، آنچه در مزایای یکسان‌سازی مدت‌زمان اعمال این حق وجود دارد بر ضرر یکسان‌سازی این مدت‌زمان غلبه دارد؛ نک:

Marco B.M. Loos, "Rights of Withdrawal", *Centre for the Study of European Contract Law*, Working Paper Series, 04(2009): 5; Quoted from: Jac. Hijma, 'Bedenktijd in het contractenrecht', in: Jac. Hijma, W.L. Valk, *Wettelijke bedenktijd*, preadviezen Nederlandse Vereniging voor Burgerlijk Recht, Kluwer: Deventer, 2004, no 50.

9. Section 1635(b) of the TILA;

در این قانون مقرر داشته شده است زمانی که مدیون از قرارداد انصراف می‌دهد، طلبکار باید تمام تضمینات مربوط به وام وی را لغو نماید و پول پرداختی مدیون را به وی بازگرداند.

10. Jo Carrillo and Paul Kofoed, "the Sound of Silence: the Continuing Legal Debate Over Class Action Rescission under TILA", *Hastings Business Law Journal*, Vol. 6:1, Winter 2010, 4.

می‌تواند بر اساس قوانین ملی، خسارت خود را مطالبه نماید و انقضای این دوره تأثیری بر مطالبه خسارت ندارد.<sup>۱</sup>

### بند سوم - پیش‌پرداخت

#### الف - حقوق ایران

در این زمینه مطالبی در قانون تجارت الکترونیک ایران ذکر نشده است و به نظر می‌رسد با توجه به مفهوم اینکه تأمین‌کننده باید در حداقل زمان ممکن مبلغ پرداختی را به مصرف‌کننده بازگرداند،<sup>۲</sup> هیچ الزام یا منعی در زمینه پیش‌پرداخت توسط مصرف‌کننده وجود ندارد.

#### ب - مقررات بین‌المللی

در دستورالعمل مالکیت زمانی ذکر شده است که پرداخت هرگونه هزینه‌ای قبل از اتمام دوره انصراف ممنوع است و در قراردادهای فروش مجدد کالا، تا زمانی که فروش حقیقی رخ نداده یا زمانی که قرارداد فروش مجدد خاتمه یابد این ممنوعیت وجود دارد.<sup>۳</sup> این ممنوعیت شامل پیش‌پرداخت، ارائه ضمانت‌نامه، ذخیره پول در حساب، اقرار صریح به دین یا هرگونه عوضی که برای تأمین‌کننده یا شخص ثالث می‌گردد که باید توسط مصرف‌کننده فراهم شود.<sup>۴</sup> در دستورالعمل دریافت اعتبار در این زمینه ممنوعیتی بیان نشده است. گفته شده که بهتر است ممنوعیتی که در دستورالعمل‌ها ذکر شده است، همچنان حفظ شود.<sup>۵</sup>

### بند چهارم - زمان ارائه اطلاعات و ضمانت اجرای آن

بحث ارائه اطلاعات شامل چهار عنوان زیر می‌شود:

۱. عدم ارائه اطلاعات غلط و نادرست؛<sup>۶</sup>

۲. شفافیت<sup>۷</sup> اظهارات تجاری و فرم‌های قراردادی؛

1. Recital 12 of Directive 2008/122/EC.

۲. بند ج ماده ۳۸ قانون تأمین اجتماعی.

3. Recital 14 of Directive 2008/122/EC; Yesim M. Atamer and Hans W. Micklitz, "The Implementation of the EU Consumer Protection Directives in Turkey", *Penn State International Law Review*, 27:3,4, 2008-2009, 581; Available at: <http://heinonline.org/HOL/PDFsearchable/handle=hein.journals/psilr27&collection=journals&id=55&print=58&sectioncount=1&ext=.pdf>; (Lastly Checked 20/04/2010).

4. Art. 9(1) of Directive 2008/122/EC.

5. Pedro A. Munar Bernat, "Estudio sobre la Directiva 2008/122/CE, de 14 de enero de 2009, relativa a la protección de los consumidores en los contratos de aprovechamiento por turnos de bienes de uso turístico, adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa e intercambio", *Indret*, Barcelona, Octubre 2009, 5.

6. Misleading

7. Transparency

۳. اطلاعات خاص و تعهد به بیان آنها؛<sup>۱</sup>

۴. حق انصراف در بعضی قراردادها.<sup>۲</sup>

در اینجا با توجه به موضوع این نوشتار فقط به بحث ارائه اطلاعات در زمینه حق انصراف، زمان ارائه آن و ضمانت اجرای عدم ارائه اطلاعات می‌پردازیم.

در بحث ارائه اطلاعات دو مسأله مطرح می‌شود: یکی اینکه اطلاعات کافی به مصرف‌کننده داده نشود که قواعد مربوط به این مسأله تقریباً در تمام قوانین مطرح شده است؛ و دیگری اینکه اطلاعات بسیاری به مصرف‌کننده ارائه شود که مصرف‌کننده را در این زمینه سرگردان کند؛ این موضوع که توسط سازمان‌های حمایت از مصرف‌کننده مطرح شده است،<sup>۳</sup> در هیچ مقرره‌ای ذکر نشده است.

مسأله دیگری که در قوانین مطرح نشده است، در زمینه تجارت از طریق موبایل<sup>۴</sup> است. مسأله این است که با توجه به محدودیت اندازه صفحه نمایش موبایل، حجم اطلاعاتی که می‌تواند ارائه شود، محدود است. راه‌حلی که تأمین‌کنندگان کالا و خدمات مطرح نموده‌اند این است که در اطلاعات ارائه شده برای موبایل، نشان سایت تأمین‌کننده نیز ارائه شود.<sup>۵</sup> در مورد ضمانت اجرای عدم ارائه اطلاعات به طور کلی می‌توان گفت که اگر فرض کنیم که تأمین‌کننده در ارائه اطلاعات در موضوع قرارداد قصور ورزد (عمداً یا سهواً)، قانونگذار می‌تواند اقدامات زیر را انجام دهد:<sup>۶</sup>

۱. توسعه مدت زمان دوره انصراف مصرف‌کننده به صورت کلی و در همه قراردادها؛

۲. طبقه‌بندی اطلاعاتی که باید ارائه شوند و مقرر نمودن ضمانت‌های متناسب برای هر نقض تعهدی به طور جداگانه؛

۳. طبقه‌بندی انواع مختلف قراردادها و تعیین ضمانت‌های نقض این تعهد در هر یک از این قراردادها به طور جداگانه.

## الف - در حقوق ایران

در ماده ۳۴ قانون تجارت الکترونیک ایران آمده است که تأمین‌کننده علاوه بر اطلاعات مقرر در ماده ۳۳ باید شرایط و فراگرد فسخ معامله را به موجب مواد ۳۷ و ۳۸ این قانون

1. Disclosure Obligation

2. Norbert Reich, "Crisis or Future of European Consumer Law?", *The Yearbook of Consumer Law 2009*, Ed. Deborah Parry and etc., (UK, Ashgate, 2008), 6.

3. B.M. Loos, "Review of the European consumer acquis", *op. cit.*, 14.

4. m-commerce

5. *Ibid*; Quoted from: Review of consumer acquis document, 16.

6. Green Paper on the Review of the Consumer Acquis (presented by the European Commission), Brussels, 08.02.2007, COM (2006) 744 final, 20.

ارسال نماید. این اطلاعات طبق باید از طریق یک واسط با دوام به مصرف‌کننده تحویل داده شود.<sup>۱</sup> ضمانت اجرایی که برای نقض چنین وظیفه‌ای تعیین شده است، پنجاه میلیون ریال جزای نقدی است.<sup>۲</sup> در این قانون ضمانت اجرای دیگری تعیین نشده است. با توجه با ماده ۳ این قانون و با توجه به قوانین بین‌المللی باید گفت که دوره انصراف نیز تمدید می‌شود؛ اما با این تفسیر هم به دلیل اینکه طول مدت تمدید معلوم نیست، نمی‌توان مدت معینی را برای انصراف تعیین نمود و از این نظر نیز در این قانون ابهام وجود دارد.

طبق این قانون، اطلاعات طبقه‌بندی شده‌اند و ضمانت اجرای هر نقض ارائه اطلاعاتی به طور جداگانه در این قانون آمده است. در نتیجه این قانون شیوه دوم را در زمینه ضمانت اجرا انتخاب نموده است؛ هر چند این ضمانت اجراها ناقص است.

### ب - در مقررات بین‌المللی

در بررسی اقدامات انجام‌شده در اتحادیه اروپا و قوانین و دستورالعمل‌های این اتحادیه، می‌توان به این نتیجه رسید که قانونگذار اروپایی در این مسأله، روش سوم را انتخاب نموده است و با توجه به نوع قرارداد، ضمانت اجراهای مختلفی را مقرر نموده است.<sup>۳</sup>

در دستورالعمل فروش دم در برای چنین وضعیتی قاعده خاصی وضع نشده است و به قوانین داخلی کشورها واگذار شده است.<sup>۴</sup> در نتیجه تفاوت‌های موجود در این زمینه بین قوانین کشورهای مختلف بیشتر است. از جمله اینکه در برخی کشورها،<sup>۵</sup> در صورت ارائه اطلاعات بعد از انعقاد قرارداد، مدت اعمال این حق را تا یک ماه افزایش داده‌اند و اگر اصلاً چنین اطلاعاتی ارائه نشود، محدودیت زمانی برای اعمال این حق وجود نخواهد داشت.<sup>۶</sup> در دستورالعمل پیشنهادی برای حمایت از مصرف‌کننده آمده است که در قراردادهای فروش از راه دور و همچنین قراردادهایی که خارج از محل اقامت تجاری تأمین‌کننده منعقد می‌شوند باید شرایط و اقدامات مربوط به اعمال حق انصراف توسط تأمین‌کننده به اطلاع مصرف‌کننده برسد.<sup>۷</sup> در حالی که در دستورالعمل فروش از راه دور فقط گفته شده بود که مصرف‌کننده باید از وجود چنین حقی و نه شیوه اعمال یا شرایط آن مطلع شود.<sup>۸</sup>

در دستورالعمل فروش دم در مطلبی در رابطه با ضمانت اجرای عدم ارائه اطلاعات مذکور

۱. ماده ۳۵ قانون تأمین اجتماعی.

۲. تبصره ماده ۶۹ قانون تأمین اجتماعی.

3. ibidem.

4. Art. 4 of Directive 85/577/EC.

5. E.g. Finland, Portugal, Latvia, and Sweden.

6. Ibid, 98- 99.

7. Art. 9(b) of Proposal Directive 2008.

8. Art. 4(1)(f) of Directive 97/7/EC.



بیان نشده است؛ از این عدم تعیین ضمانت اجرای مناسب به دلیل عدم حمایت کافی از مصرف‌کننده انتقادهای بسیاری شده است. دو نقص عمده‌ای که در این دستورالعمل وجود داشت این بود که از یک سو ضمانت اجرای کافی برای عدم ارائه اطلاعات در آن پیش‌بینی نشده بود و از سوی دیگر ارائه اطلاعات به صورت شفاهی هم طبق مفهوم این دستورالعمل مورد قبول بود.<sup>۱</sup> در حالی که در دستورالعمل پیشنهادی آمده است که در فروش دم در این اطلاعات باید در یک فرم نمونه تکمیل نشده به صورت ساده و قابل فهم و خوانا به مصرف‌کننده ارائه شوند<sup>۲</sup> و مصرف‌کننده نیز آن را امضا کند.<sup>۳</sup>

در قراردادهای مالکیت زمانی تأمین‌کننده باید قبل از انعقاد قرارداد، مصرف‌کننده را در زمینه وجود حق انصراف و ممنوعیت پرداخت قبل از اتمام دوره انصراف مطلع نماید.<sup>۴</sup> دریافت این اطلاعات باید به طور جداگانه توسط مصرف‌کننده تأیید و امضا شود.<sup>۵</sup> اگر به مصرف‌کننده درباره وجود حق انصراف اطلاع داده نشود یا اینکه فرم جداگانه ارائه نشود، مصرف‌کننده سه ماه و چهارده روز از شروع دوره انصراف مهلت دارد که اقدام به اعمال حق خود بنماید.<sup>۶</sup> اگر تأمین‌کننده در طی این دوره تمدید شده، اطلاعات مربوطه و فرم مورد نیاز را ارائه کند، مدت چهارده روز از زمان ارائه اطلاعات و فرم شروع می‌شود.<sup>۷</sup>

در زمینه فروش از راه دور نیز در دستورالعمل پیشنهادی گفته شده است که تأمین‌کننده باید به وسیله یک واسطه با دوام این اطلاعات را در یک مدت‌زمان معقول بعد از انعقاد قرارداد و حداکثر در زمان تحویل کالاها یا زمان شروع به اجرای خدمات به مصرف‌کننده ارائه دهد؛<sup>۸</sup> مگر اینکه این اطلاعات قبل از انعقاد قرارداد در یک واسطه با دوام به مصرف‌کننده ارائه شده باشد.<sup>۹</sup> این در واقع همان چیزی است که در دستورالعمل فروش از راه دور آمده بود.<sup>۱۰</sup> البته نکته‌ای که در دستورالعمل فروش از راه دور مطرح شده است، ولی در دستورالعمل پیشنهادی ذکر نشده است بحث لزوم ذکر نتیجه اعمال حق انصراف در واسطه با دوام برای قراردادهایی است که بیش از

1. Ibid, 98.

2. Art. 10(1) of Proposal Directive 2008.

3. Art 10(2) of Proposal Directive 2008.

4. Art. 5(4) of Directive 2008/122/EC.

5. Art. 5(4) of Directive 2008/122/EC.

6. Art. 6(3)(b) of Directive 2008/122/EC.

7. Art. 6(4) of Directive 2008/122/EC.

8. Jane K. Winn and Brian H. Bix, "Diverging Perspectives on Electronic Contracting in the US and EU", *Cleveland State Law Review*, Vol. 54, 2006, 189.

9. Art 11(4) of Proposal Directive 2008.

10. Art. 5(1) para.1,2 of Directive 97/7/EC.

یک سال طول می کشند.<sup>۱</sup> مطابق دستورالعمل پیشنهادی اگر مصرف کننده از وجود حق انصراف مطلع نشد، دوره انصراف به مدت سه ماه افزایش می یابد.<sup>۲</sup> در اینجا سه حالت وجود دارد: نخست اینکه مصرف کننده از وجود حق مطلع شده باشد که در نتیجه می تواند حق خود را طی مدت زمان مقرر اعمال نماید؛ دوم آنکه مصرف کننده از وجود حق خود مطلع نشود و در نتیجه باز هم می تواند اقدام به اعمال حق انصراف خود نماید؛ حالت سوم این است که مصرف کننده از وجود حق خود مطلع نشود، ولی حق خود را در حداکثر مدت زمان مقرر نیز اعمال نماید که در نتیجه مصرف کننده دیگر نمی تواند حق خود را اعمال نماید.<sup>۳</sup>

در بازاریابی از راه دور خدمات مالی،<sup>۴</sup> وجود یا فقدان این حق، طول دوره انصراف و شرایط اعمال آن در زمان مناسب و قبل از ملزم شدن مصرف کننده به قرارداد از راه دور یا ایجاب، باید به اطلاع مصرف کننده رسانده شود.<sup>۵</sup> همچنین اطلاعات دیگری که باید به مصرف کننده داده شود، روش عملی اعمال حق انصراف است که مثلاً نشان می دهد که اعلامیه انصراف باید به چه نشانی ارسال شود.<sup>۶</sup> در زمینه ارتباطات تلفنی نیز تأمین کننده باید چنین اطلاعاتی را ارائه دهد.<sup>۷</sup> در زمینه اثبات این امر که تعهدات تأمین کننده برای مطلع نمودن مصرف کننده انجام شده و اینکه مصرف کننده برای انعقاد قرارداد رضایت کافی داشته است بر عهده تأمین کننده است و اگر در قرارداد شرطی خلاف این امر بیاید با استناد به دستورالعمل شروط ناروا<sup>۸</sup> به عنوان شرط ناعادلانه تلقی می شود.<sup>۹</sup>

ضمانت اجرایی در این دستورالعمل برای عدم ارائه اطلاعات کافی از طرف تأمین کننده تعیین نشده است؛ اما این موضوع به طور کلی بیان شده که کشورهای مختلف در قوانین خود می توانند در این حالت ضمانت اجرا مقرر نمایند و پیشنهاد شده است که این ضمانت اجرا می تواند تمدید دوره انصراف تا زمان ارائه اطلاعات باشد.<sup>۱۰</sup>

1. Art 5(1) para. 4 of Directive 97/7/EC.

2. Cristina Poncibo, "Some Thoughts on the Methodological Approach to EC Consumer Law Reform", *Loyola Consumer Law Review*, Vol. 21, 2008-2009, 356.

3. Atamer and Micklitz, *op. cit.*, 581.

4. Art. 3(1)(3)(a) of the Directive 2002/65/EC.

5. Stelios Koussoulis, "Regulation Electronic Commerce", *RHDI*, Vol. 55, 2002, 363-364.

6. Art. 3(1)(3)(d) of the Directive 2002/65/EC.

7. Art. 3(3)(b) of the Directive 2002/65/EC.

8. Unfair Terms in Consumer Contracts Directive 93/13/EC.

9. Art. 15 of proposal Directive 2008.

10. Art. 11 of Directive 2002/65/EC.

### بند پنجم - قاعده قابل قبول

باید دید که انصراف مصرف‌کننده در چه زمانی مدنظر است و ملاک عمل قرار می‌گیرد؛ یعنی اینکه مصرف‌کننده آیا لزوماً باید در مدت زمان تعیین شده، تأمین‌کننده را از انصراف خود مطلع سازد یا اینکه به این امر نیازی نیست و به شرط اینکه این عمل در مدت زمان قانونی انصراف انجام شده باشد، به صرف اعلام یا ارسال اعلامیه انصراف، انصراف انجام شده است؛ هرچند تأمین‌کننده پس از اتمام این دوره از این اقدام مصرف‌کننده مطلع گردد. همان‌طور که می‌دانید در مورد قراردادهایی که به صورت مکاتبه‌ای انجام می‌شود، بر سر زمان دقیق انعقاد قرارداد اختلاف وجود دارد. در اینجا چهار حالت و نظریه وجود دارد که عبارت‌اند از: نظریه اعلام قبول، نظریه ارسال قبول، نظریه وصول قبول و نظریه اطلاع از قبول؛<sup>۱</sup> دو قاعده ارسال و وصول از طرفداران بیشتری برخوردارند. مطابق با قاعده ارسال، زمان انعقاد عقد همان لحظه ارسال قبول توسط خریدار است و مطابق با قاعده وصول، زمان انعقاد عقد لحظه‌ای است که نامه قبولی به دست تأمین‌کننده می‌رسد.

جدای از اثر این قواعد در زمان انعقاد قرارداد، در موضوع انصراف و زمان آن نیز این قواعد مطرح شده‌اند. اثر بحث در اینجا این است که اگر نظریه ارسال را قبول کنیم، مصرف‌کننده حتی اگر در آخرین ثانیه مهلت انصراف خود نیز اقدام به این امر نموده باشد، مورد قبول است؛ ولی در صورت پذیرفتن نظریه وصول، مصرف‌کننده در حالت عادی باید لحظاتی، حتی چند روز، زودتر اقدام به اعلام انصراف نماید تا این اعلامیه در زمان مقرر به دست تأمین‌کننده برسد.<sup>۲</sup> در واقع در اینجا نظریه ارسال به نفع مصرف‌کننده است<sup>۳</sup> و نظریه وصول به نفع تأمین‌کننده.

تأمین‌کننده مطابق با نظریه وصول می‌تواند اطمینان حاصل نماید که اگر در مهلت مقرر قانونی، اعلامیه‌ای از سوی مصرف‌کننده‌اش دریافت ننمود، مورد معامله بازپس فرستاده نخواهد شد و مصرف‌کننده بدون دلیل نمی‌تواند قرارداد را باطل کند؛ اما در نظریه ارسال، تأمین‌کننده چند روز بعد از اتمام مهلت انصراف نیز نمی‌تواند چنین اطمینانی به دست آورد؛ چون ممکن است مثلاً به دلیل نقص در سیستم ارتباطی یا ایجاد وقفه در ارتباط اینترنتی یا نقص در سیستم پستی، این اعلامیه مدتی بعد از اتمام مهلت مصرف‌کننده به تأمین‌کننده برسد.

از آنجا که این قوانین به دنبال حمایت از طرف ضعیف‌تر قرارداد هستند، در این زمینه باید قاعده ارسال را مدنظر قرار دهیم<sup>۴</sup> تا به هدف این قوانین لطمه‌ای وارد نیاید و حمایت

۱. غلام‌نبی فیضی چکاب، «زمان وقوع عقد از طریق واسطه‌های الکترونیکی»، پژوهش حقوق و سیاست ۱۳ (۱۳۸۳) ۶۰-۶۱.

2. Marco B.M. Loos, "Rights of Withdrawal", *op. cit.*, 21.

3. *Ibid.*, 20; Quoted from: *Bijlage Handelingen Tweede Kamer* 2001/02, 23 095, no. 14, 20;

4. Reiner Schulze, "Conclusion of Contract", *ERA*, 35; available at: [www.springerlink.com/index/](http://www.springerlink.com/index/)

حداکثری از مصرف کننده به عمل آمده باشد.<sup>۱</sup> به عنوان مثال قانونگذار اروپایی در دستورالعمل مالکیت زمانی<sup>۲</sup> این قاعده را قبول کرده است؛<sup>۳</sup> نباید از نظر دور داشت که نظریه ارسال در صورتی مورد قبول است که اعلامیه انصراف به نشانی تأمین کننده برسد؛ یعنی ارسال در مدت زمان مقرر انجام شود و به دست تأمین کننده هم برسد؛ اگرچه ممکن است تأمین کننده این اعلامیه را زمانی دریافت کند که مهلت انصراف به پایان رسیده باشد.

### الف - در حقوق ایران

قوانین ایران از جمله قانون تجارت الکترونیک در این زمینه ساکت هستند<sup>۴</sup> و در نتیجه باید به نظریات حقوقدانان در این زمینه رجوع کنیم. مطابق با نظریات حقوقدانان ایران و تفسیر ایشان از قوانین می توان این گونه نتیجه گرفت که قاعده قابل قبول در ایران همان قاعده ارسال است.<sup>۵</sup> بنابراین در ایران از این لحاظ خوشبختانه بیشترین حمایت از مصرف کننده از این نظر انجام می شود.

### ب - در مقررات بین المللی

در فروش دم در کفایت می نماید که ارسال اعلامیه انصراف قبل از اتمام دوره باشد و نیاز به تحویل اعلامیه در طول دوره نیست.<sup>۶</sup> مطابق قوانین انگلستان در این زمینه، اثبات این امر که اعلامیه انصراف ارسال شده است کفایت می کند و نیازی به اثبات رسیدن اعلامیه به تأمین کننده نیست.<sup>۷</sup>

متأسفانه اینکه چه قاعده ای را باید در این موارد حاکم دانست، در تمامی قوانین مربوط به مصرف کنندگان ذکر نشده و موضعی نسبت به این موضوع در این قوانین اتخاذ نشده است. البته با توجه به دکتترین حقوقی مورد قبول در اروپا، می توان به این نتیجه رسید که

G74340J873K41362.pdf; (lastly checked: 20/12/2010); Marco B.M. Loos, Ibid, 20; Quoted from: *Bi- jlage Handelingen Tweede Kamer* 2001/02, 23 095, no. 14, 20.

1. Ibid, 17.

2. Art. 7 of Directive 2008/122/EC; also, See: Art. 5 of Doorstep Selling Directive; Art. 6 Distance Marketing of Financial Services Directive; Art. 14 para. 3(a) of Consumer Credit Directive; Art. 12 proposal for Consumer Rights Directive.

3. Ibid, 21.

۴. زویه لینان دُلفون، حقوق تجارت الکترونیک، ترجمه ستار زرکلام (تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای حقوقی شهردانش، ۱۳۸۸)، ۱۰۴.

۵. فیضی چکاب، پیشین، ۶۲؛ به نقل از: ناصر کاتوزیان، قواعد عمومی قراردادها، جلد ۱، ۱۸۲ به بعد؛ و مهدی شهیدی، تشکیل قراردادها و تعهدات، ۱۶۲.

6. Peter Sparkes, *European Land Law*, (USA, Hart, 2007) 238; Quoted from: P Hellwege, 'Consumer Protection in Britain in Need of Reform', *CLJ*, 2004, 717.

7. Ibid, 239: Cancellation of Contracts Concluded Away from Business Premises, Regulations 1987, SI 1987/2117, reg. 4 (6).

قانونگذاران اروپایی به طور ضمنی قاعده وصول را قبول کرده‌اند.<sup>۱</sup> در کنوانسیون بیع نیز قاعده وصول به عنوان قاعده قابل قبول پذیرفته شده است.<sup>۲</sup>

### بند ششم - الزامات و نحوه اعمال حق انصراف

ویژگی مهم این حق، فسخ ارادی قرارداد است که بدون ارائه دلیل از سوی مصرف‌کننده صورت می‌گیرد. این ویژگی با حقوق سنتی قراردادهای مخالفت می‌کند که در آن، قرارداد الزام‌آور را فقط در شرایطی ویژه و با استناد به دلایلی خاص می‌توان بر هم زد؛ مثلاً طرف قرارداد می‌تواند با استناد به اجرای ناقص یا عدم اجرای قرارداد از سوی طرف دیگر، تقاضای فسخ قرارداد را بنماید.<sup>۳</sup>

اما برای اینکه مصرف‌کننده تمایل خود مبنی بر اعمال حق انصراف و استفاده از آن حق را نشان دهد، باید به گونه‌ای آن را به تأمین‌کننده اعلام کند. مثلاً در برخی موارد، اعلام فسخ از سوی خریدار حتی به صورت ضمنی نیز می‌تواند برای اعمال حق فسخ کفایت کند. این موضوع تا حدودی در مورد نحوه اعمال و اعلام حق انصراف فرق می‌کند و نیازمند بررسی بیشتری است.

### الف - در حقوق ایران

در قانون تجارت الکترونیک ایران هیچ‌گونه الزامی برای اعلام انصراف توسط مصرف‌کننده مطرح نشده است و در نتیجه مصرف‌کننده به هر وسیله‌ای از جمله از طریق بازپس فرستادن مورد معامله یا حتی اعلام شفاهی می‌تواند انصراف خود را به تأمین‌کننده اعلام کند. البته این نکته را نباید از نظر دور داشت که باید این قانون را همان‌طور که در ماده ۳ آن ذکر شده است در موارد سکوت با توجه به مقررات بین‌المللی تفسیر نمود و در نتیجه مصرف‌کننده را از نظر این قانون نیز باید ملزم به تشریفات دانست.

### ب - در مقررات بین‌المللی

در قوانین برخی کشورها<sup>۴</sup> برای اعمال حق انصراف هیچ‌گونه الزامی در نظر گرفته نشده

1. Marco B.M. Loos, *op. cit.*, 21.

ناگفته نماند که در برخی قوانین نیز به طور صریح قاعده دریافت مورد قبول قرار گرفته است؛ مثلاً در هلند به صراحت و با استناد به قوانین ملی، در فروش از راه دور، قاعده ارسال رد شده است و قاعده دریافت مورد قبول قرار گرفته است؛ نک: *Ibid.*

۲. بند ۲ ماده ۱۸ کنوانسیون بیع: «قبول ایجاب از لحظه‌ای که اعلام رضا به ایجاب‌کننده واصل می‌گردد نافذ است...»؛ نک: مرتضی وصالی ناصح، «قرارداد الکترونیک و مبانی اعتبار آن»، کانون ۶۶ (۱۳۸۵)، ۱۳۷؛ همچنین ماده ۲۳ کنوانسیون بیع مقرر می‌دارد: «قرارداد از لحظه‌ای که قبول ایجاب مطابق مقررات این کنوانسیون نافذ می‌شود، منعقد می‌گردد.» فیضی چکاب، پیشین، ۶۳.

3. Jan M. Smits, *op. cit.*, 1.

۴. مانند کشور آلمان؛ نک:

Loos, *op. cit.*, pp10-11; Quoted from: Cp. § 355 par. 1 BGB.

است و مثلاً در فروش کالا، مصرف کننده می تواند صرفاً با بازپس فرستادن کالا انصراف خود را اعلام نماید؛ در قوانین کشورهای دیگر، استفاده مصرف کننده از یک فرم برای اعلام انصراف ضروری دانسته شده است؛ ولی نوع فرم و شکل آن در هر کشوری متفاوت است: مثلاً در کشور هلند، تعیین نوع فرم و نحوه انصراف مصرف کننده، بر عهده تأمین کننده گذارده شده است؛<sup>۱</sup> در برخی دستورالعمل‌ها<sup>۲</sup> اعمال حق انصراف نیازمند ارسال اعلامیه‌ای مبنی بر این امر از سوی مصرف کننده به تأمین کننده دانسته شده است؛ ولی در آنها نوع اعلامیه و اینکه فرم خاصی مد نظر دستورالعمل باشد، ذکر نشده و گفته شده است که مصرف کننده با استفاده از هر واسطه بادیومی<sup>۳</sup> می تواند اقدام به ارسال اعلامیه خود نماید.<sup>۴</sup>

می توان مقررات موجود در این زمینه را به سه دسته تقسیم نمود:

۱. مقرراتی<sup>۵</sup> که اعلام انصراف را به هر وسیله‌ای ممکن می‌دانند؛<sup>۶</sup>
۲. مقرراتی<sup>۷</sup> که استفاده از ابزاری را ضروری می‌دانند که مطابق با قانون ملی ارزش اثباتی داشته باشد؛

۳. مقرراتی<sup>۸</sup> که اعلام انصراف را فقط به صورت کتبی یا به وسیله هر واسطه بادیومی مجاز می‌شمارند.<sup>۹</sup>

مورد دوم را باید نادیده گرفت، زیرا مصرف کننده اگر بخواهد معامله‌ای برون مرزی را منعقد سازد، در این زمینه حمایت کافی از او نخواهد شد و با در نظر گرفتن اینکه فروشندگان می‌توانند با حبله‌هایی، قانون کشور خود یا کشوری را که مزیت بیشتری در این زمینه برای آنها در نظر گرفته است؛ قانون قابل اعمال جلوه دهند، ممکن است مصرف کننده غیر مطلع

۱. اشکال مهم این طرح این است که با هدف حمایت از مصرف کننده ناسازگار است؛ زیرا ممکن است هر فروشنده در هر نوع از معاملاتش از فرم خاصی برای انصراف استفاده نماید و مصرف کننده‌ای که در معامله قبلی‌اش از فرم تعیین شده توسط فروشنده برای انصراف استفاده کرده است، اگر بخواهد در قرارداد جدید نیز از همان فرم استفاده کند، ممکن است انصراف وی صحیح و معتبر تلقی نشود. نک:

Ibid, 11.

2. Directive 85/577/EC.

3. Durable Medium;

نک: ماده ۲ - قانون تأمین اجتماعی مصوب ۱۳۸۲.

4. Ibid, 17.

5. E.G: Distance Selling Directive 97/7.

6. Study Group on a European Civil Code and the Research Group on EC Private Law (Acquis Group) Based in part on a revised version of the Principles of European Contract Law, *Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law*, Ed. Christian von Bar, Eric Clive and Hans Schulte-Nölke, 121; Available at: <http://webh01.ua.ac.be/storme/DCFRInterim.pdf>, (Lastly checked 22/10/2010).

7. E.g. Distance Marketing of Financial Services.

8. E.g. Doorstep Selling.

9. Loos, *op. cit.*, 18.

با اینکه نسبت به اعمال حق خود اقدام نموده، انصراف وی با توجه به قانون اخیر معتبر شناخته نشود و او ملزم به قرارداد منعقد شده باقی بماند.<sup>۱</sup> این موضوع با هدف قوانین حمایت از مصرف‌کننده مطابقت نمی‌کند و در واقع باعث ایجاد رویه‌های جدید در اعلام انصراف و سردرگمی مصرف‌کننده و همچنین تأمین‌کننده می‌شود و در صورت پذیرش این مقررات، توسعه تجارت برون‌مرزی هرگز محقق نخواهد شد.

در زمینه نحوه اعلام حق انصراف نیز روش‌های زیر در برابر اتحادیه اروپا وجود دارد:

۱. (وضعیت کنونی) دولت‌های عضو در تعیین فرم اعلام انصراف را آزاد باشند؛<sup>۲</sup>
  ۲. باید فرم واحدی را در این زمینه تعیین نماییم و همه کشورها از آن پیروی نمایند؛
  ۳. هر نوع فرم رسمی برای اعمال این حق را باید حذف نمود و مصرف‌کننده باید بتواند به هر وسیله‌ای، از قبیل بازپس فرستادن کالا، حق خود را اعمال نماید.<sup>۳</sup>
- مطابق ماده ۴ دستورالعمل فروش دم‌در، در اعلامیه‌ای که تأمین‌کننده به مصرف‌کننده در زمینه وجود حق انصراف ارائه می‌دهد، باید تاریخ آن نیز ذکر شود. این موضوع در برخی قوانین کشورهای اروپایی ذکر نشده است و الزامی به تعیین تاریخ در اعلامیه در قوانین آنها وجود ندارد.<sup>۴</sup> در زمینه کتبی یا شفاهی بودن اعلام انصراف بین قوانین کشورهای مختلف تفاوت وجود دارد. برخی قوانین اعلام شفاهی مصرف‌کننده مبنی بر انصراف را هرچند در قرارداد الزام به اعلام کتبی آن تصریح شده باشد، مکفی می‌دانند.<sup>۵</sup> در نتیجه برای تفسیر مفهوم ارسال اعلامیه باید به قانون ملی رجوع کرد و موضع آن قانون را در این زمینه بررسی کرد.<sup>۶</sup> برخی بر این باورند که آنچه از دستورالعمل در رویه قضایی در این زمینه تفسیر شده، مؤید این امر است که الزامی به اعلام کتبی وجود ندارد.<sup>۷</sup>
- در دستورالعمل مالکیت زمانی به منظور راحت نمودن اعمال انصراف از طرف مصرف‌کننده،

1. Ibid, 19.

۲. در برخی کشورها، مصرف‌کننده می‌تواند نحوه انصراف را خودش تعیین نماید؛ در حالی که در برخی کشورها مصرف‌کننده باید از فرمی خاص برای اعلام انصراف استفاده نماید.

3. Green Paper on the Review of the Consumer Acquis (presented by the European Commission), *op. cit.*, 21-22.

4. E.g. Austrian Consumer Protection Act 2003; Hans Schulte-Nölke, Christian Twigg-Flesner and Martin Ebers, *EC Consumer Law Compendium; The Consumer Acquis and its transposition in the Member State*, Sellier, 2008, 12.

۵. در پرونده Sanchis دادگاه اسپانیا با وجود تصریح قرارداد مبنی بر لزوم کتبی بودن این اعلامیه، با مدنظر قراردادن این امر که در قانون اسپانیا الزام به تهیه و اعلام کتبی انصراف وجود ندارد، رأی داد که اعلام شفاهی هم کفایت می‌کند. به نقل از: Sparkes, *op. cit.*, 238; Quoted from: C-423/97 *Travel Vac v Sanchis* [1999] I ECR 2195 ECJ, J[13]; Spanish Doorstep Selling Law 26/91, Boletín Oficial del Estado November 26th 1991, §5[2].

6. *Ibidem*; Quoted from: C-423/97 *Travel Vac v Sanchis* [1999] I ECR 2195 ECJ, J[12], J[45-48].

7. *Ibid*, 238-239; Quoted from: C-423/97 *Travel Vac v Sanchis* [1999] I ECR 2195 ECJ, J[50-51].

وجود فرم انصراف همراه با قرارداد ضروری شناخته شده است. این فرم باید جدای از متن قرارداد باشد.<sup>۱</sup>

در بازاریابی از راه دور خدمات مالی، مصرف‌کننده برای اعمال انصراف خود باید طبق راهنمایی ارائه شده به او، تصمیم خود را به گونه‌ای اعلام کند که طبق قانون ملی هر کشور بتوان به آن استناد نمود و از طریق آن اعلام انصراف را اثبات نمود.<sup>۲</sup>

در توافق‌های دریافت اعتبار، مصرف‌کننده باید قبل از اتمام دوره انصرافش تأمین‌کننده را از قصد خود مبنی بر انصراف از قرارداد مطلع سازد و این اعلام انصراف باید به شیوه‌ای باشد که در قانون ملی هر کشور معتبر شناخته شده باشد.<sup>۳</sup>

### آثار استفاده از حق انصراف

از آنجا که حق انصراف را نمی‌توان فسخ قرارداد نامید، آثار استفاده از این حق نیز با حق فسخ متفاوت است.<sup>۴</sup>

#### بند اول - اثر اعمال حق انصراف بر تعهدات مصرف‌کننده

وقتی که مصرف‌کننده حق انصراف خود را به درستی<sup>۵</sup> به تأمین‌کننده اعلام نمود، موضوعی که در اینجا مطرح می‌شود، مسأله بازپس فرستادن مورد معامله و همچنین هزینه پرداخت شده از طرف مصرف‌کننده است؛ در حقیقت، همان‌گونه که در بحث مبانی حمایت از مصرف‌کننده گفته شد، با اعمال انصراف توسط مصرف‌کننده، قرارداد منحل می‌شود و دیگر مسؤولیتی بر عهده طرفین قرار نمی‌گیرد؛ موضوعی که در اینجا مطرح می‌شود، ممنوعیت داراشدن بلاجهت است که در مواد ۳۰۱-۳۰۵ قانون مدنی بیان شده است.

این به آن معنی است که طرفین باید به وضعیت قبل از قرارداد برگردند و با تعهداتی از قرارداد که اجرا شده‌اند باید به گونه‌ای برخورد شود که انگار این تعهدات اصلاً اجرا نشده‌اند؛<sup>۶</sup> اینکه این تعهدات در چه زمانی و تحت چه شرایطی باید بازپس فرستاده شوند از جمله

1. Art. 6(4) of Directive 2008/122/EC.

2. Art. 6(6) of Directive 2002/65/EC.

3. Art. 3(a) of Directive 2008/48/EC.

4. Kunihiro Nakata, "Recent Development in Japanese Consumer Law", *Penn State International Law Review*, Vol. 27:3,4, 2008-2009, 811; Available at: <http://heinonline.org/HOL/PDFsearchable/handle=hein.journals/psilr27&collection=journals&id=809&print=14&sectioncount=1&text=.pdf>; (Lastly Checked 20/04/2010).

۵. یعنی در مهلت معین و با در نظر گرفتن اینکه کدام قاعده (ارسال یا دریافت) مورد قبول است.

6. Marco B.M. Loos, *op. cit.*, 21.



مباحثی است که باید به عنوان آثار انصراف مصرف‌کننده بررسی شوند. موضوع این است که چه هزینه‌ای را مصرف‌کننده باید پس از اعمال حق خود متحمل شود؟

۱. هیچ هزینه‌ای بر عهده مصرف‌کننده قرار نمی‌گیرد؛ یا
۲. فقط هزینه بازپس فرستادن کالا بر عهده مصرف‌کننده قرار می‌گیرد.<sup>۱</sup>

#### الف - در حقوق ایران

مطابق با قانون تجارت الکترونیک ایران تنها هزینه‌ای که بر مصرف‌کننده باید تحمیل شود، هزینه بازپس فرستادن مورد معامله است. ماده ۳۷ این قانون در این زمینه مقرر می‌دارد: «... تنها هزینه تحمیلی بر مصرف‌کننده هزینه بازپس فرستادن کالا خواهد بود.»

#### ب - در مقررات بین‌المللی

##### ۱. بازپس فرستادن مورد معامله

یکی از عوضین معامله همان مورد معامله است که بر طبق این اصل که وضعیت طرفین معامله باید به حالت قبل از انعقاد برگردانده شود، مصرف‌کننده باید آن را به تأمین‌کننده عودت دهد؛ بسته به اینکه مورد معامله چه چیزی باشد و اینکه معامله به چه نحوی منعقد شده است، شرایط و پروسه زمانی<sup>۲</sup> برای اعاده مورد معامله متفاوت است؛ مثلاً اگر مورد معامله مبلغی وام باشد که از سوی تأمین‌کننده به مصرف‌کننده پرداخت شده باشد، مصرف‌کننده باید بعد از انصراف، مبلغ پول دریافتی را به همراه بهره و سود مدتی که آن مقدار پول نزد او بوده ظرف سی روز، بدون تعلل بپردازد.<sup>۳</sup> در بازاریابی از راه دور خدمات مالی مصرف‌کننده باید هر مبلغ یا کالای دریافتی از تأمین‌کننده را ظرف سی روز از زمان ارسال اعلامیه انصراف به تأمین‌کننده بازگرداند.<sup>۴</sup>

در مورد برخی کالاها، مانند نرم‌افزارهای رسانه‌ای، مصرف‌کننده می‌تواند حتی بعد از اینکه از معامله‌اش انصراف داد، مجدداً از مورد معامله استفاده نماید و این موضوع به ضرر تأمین‌کننده است. ابزاری که می‌توان به وسیله آن از این اقدام جلوگیری نمود، مستثنا نمودن برخی معاملات از حیطه اعمال حق انصراف مصرف‌کننده است که باعث می‌شود سوءاستفاده از این حق در چنین حالتی به صفر برسد.<sup>۵</sup>

موضوع بعدی که در اینجا مطرح می‌شود این است که آیا پس از اعلام انصراف،

1. Green Paper on the Review of the Consumer Acquis (presented by the European Commission), *op. cit.*, 22.

۲. البته اگر این موارد در قانون مربوطه تعیین شده باشد.

3. Art. 14(3)(b) of Directive 2008/48/EC.

4. Art. 7(5) of Directive 2002/65/EC.

۵. این راهکار از طرف فروشندگان مطرح شده است؛ نک:

Marco B.M. Loos, *op. cit.*, 22.

مصرف کننده باید اقدام به بازگرداندن مورد معامله نماید یا اینکه چنین الزامی تا زمانی که تأمین کننده هزینه پرداختی را مسترد ننموده است، به وجود نمی آید و پس از اقدام تأمین کننده، مصرف کننده ملزم به بازگرداندن مورد معامله است. این موضوع در بسیاری از دستورالعمل های اروپایی تعیین تکلیف نشده است و طبیعتاً قانونگذار داخلی<sup>۱</sup> در هر کشور باید چنین موضوعی را مشخص نماید.<sup>۲</sup>

## ۲. هزینه ها

مطابق با حقوق اتحادیه اروپا، بعد از انصراف مصرف کننده از قرارداد هیچ گونه تعهدی بر مصرف کننده بار نمی شود؛<sup>۳</sup> ولی این موضوع در برخی آرا مدنظر قرار نگرفته است و بعد از انجام انصراف توسط مصرف کننده، هزینه ای بابت خسارت وارده به تأمین کننده مطالبه شده است.<sup>۴</sup> طبق مقدمه های ۱۱ و ۱۲ دستورالعمل مالکیت زمانی مصرف کننده در اعمال حق خود نیازی به پرداخت هزینه ندارد و به صورت ارادی می تواند از قرارداد انصراف دهد.<sup>۵</sup> همچنین نیازی نیست که مصرف کننده هزینه خدمات انجام شده قبل از اتمام دوره انصراف را بپردازد.<sup>۶</sup> در دستورالعمل فروش از راه دور نیز این مطلب ذکر شده است و تنها هزینه ای که بر عهده مصرف کننده قرار داده شده است هزینه مستقیم برای بازپس فرستادن کالا است.<sup>۷</sup> در کل هزینه هایی را که بر عهده مصرف کننده قرار نمی گیرد، می توان موارد زیر دانست:

۱. هرگونه نقص در ارزش کالا که پس از امتحان کردن آن حاصل شده است؛ و
۲. خسارت های وارده به کالا در صورتی که مصرف کننده اقدامات معقول را برای محافظت از کالا انجام داده باشد.<sup>۸</sup>

البته اگر مصرف کننده از حق انصراف خود مطلع باشد و بخواهد انصراف دهد و در عین حال از مورد معامله استفاده نماید، مسؤول جبران هر گونه نقصی در مورد معامله است.<sup>۹</sup> با این حال حق انصراف مصرف کننده باطل نمی شود و از بین نمی رود. استثنایی که در اینجا

۱. متأسفانه در قانون تجارت الکترونیک ایران مصوب ۱۳۸۲، به این موضوع تصریح نشده است.

2. Ibid, 21.

3. Sparkes, *op. cit.*, 239; Quoted from: C-423/97 *Travel Vac v Sanchis* [1999] I ECR 2195 ECJ, J [53-60].

۴. مثلاً در پرونده Sanchis معادل ۲۵ درصد از کل قرارداد مطالبه گردید. به نقل از: Peter Sparkes, *op. cit.*; Quoted from: C-423/97 *Travel Vac v Sanchis* [1999] I ECR 2195 ECJ, J[55-56].

۵. «آشنایی با مالکیت زمانی در ایران و اسپانیا»، پیشین.

6. Art 8(2) of Directive 2008/122/EC.

7. See Art. 6(1) of Directive 97/7/EC; Natali Helberger and P. Bernt Hugenholtz, *op. cit.*, 1091-1092.

8. Study Group on a European Civil Code and the Research Group on EC Private Law (Acquis Group) Based in part on a revised version of the Principles of European Contract Law, *op. cit.*, 121-122.

9. Ibid, 122.

وجود دارد در زمینه قراردادهای دریافت اعتبار است که مطابق با آن مصرف‌کننده باید مبلغی را به عنوان سود به تأمین‌کننده اعتبار بپردازد.<sup>۱</sup>

### بند دوم - اثر اعمال حق انصراف بر تعهدات تأمین‌کننده

#### الف - در حقوق ایران

پس از استفاده مصرف‌کننده از حق انصراف، تأمین‌کننده باید بدون مطالبه هیچ‌گونه وجهی عین مبلغ دریافتی را در اسرع وقت به مصرف‌کننده مسترد نماید.<sup>۲</sup> در این قانون حداکثر مدت زمانی که تأمین‌کننده مهلت دارد هزینه را بازپس بفرستد، ذکر نشده است. در زمینه اینکه تأمین‌کننده باید این اقدام را قبل از بازپس فرستادن کالا توسط تأمین‌کننده یا بعد از آن انجام دهد، ابهام وجود دارد و با توجه به ظاهر این ماده می‌توان گفت که تأمین‌کننده باید قبل از بازپس فرستادن مورد معامله توسط مصرف‌کننده اقدام به بازپس فرستادن مورد معامله نماید یا حداقل می‌توان گفت که تأمین‌کننده نباید منتظر بازپس فرستادن مورد معامله شود.

این تفسیر به ضرر تأمین‌کننده است و به نظر می‌رسد بهتر است قانونگذار در این زمینه اول اینکه مهلتی را برای مصرف‌کننده برای بازپس فرستادن مورد معامله مقرر دارد و دوم آنکه وظیفه تأمین‌کننده را مقید به انجام وظیفه مصرف‌کننده نماید و در نهایت باید برای انجام وظیفه تأمین‌کننده نیز ضمانت اجرا مقرر داشت.

#### ب - در مقررات بین‌المللی

همان‌گونه که در مبحث قبل ذکر شد، تکلیف این نکته که کدام‌یک از طرفین قرارداد باید قبل از طرف دیگر معامله این وظیفه خود را انجام دهند، در اکثر دستورالعمل‌های اروپایی مشخص نشده است و این موضوع به قانونگذار داخلی واگذار شده است. اما نکته‌ای که در برخی دستورالعمل‌ها<sup>۳</sup> آمده است اینکه تأمین‌کننده ملزم است در یک بازه زمانی مشخص پس از دریافت اعلامیه انصراف اقدام به بازگرداندن هزینه پرداختی مصرف‌کننده نماید، بدون اینکه در این دستورالعمل‌ها از وظیفه مصرف‌کننده به بازپس فرستادن مورد معامله حرفی زده شده باشد؛ در چنین حالتی مطمئناً تأمین‌کننده با تردید بسیار نسبت به اینکه آیا مصرف‌کننده نیز مورد معامله را در مدت معقول و به طور

1. Paul R. Moo, *op. cit.*, 669.

۲. بند ج ماده ۳۸ قانون تأمین اجتماعی

3. E.g. Art. 2 of Directive 85/577/EC.

مناسب مسترد می‌نماید یا نه، موظف است این عمل را انجام دهد.<sup>۱</sup> آنچه در اینجا می‌تواند به عنوان راه‌حل مطرح شود این است که مصرف‌کننده پس از اعلام انصراف، در یک مدت‌زمان مشخص ملزم به بازپس فرستادن مورد معامله شود<sup>۲</sup> و پس از انجام این عمل، تأمین‌کننده نیز در یک مدت‌زمان مشخص ملزم به انجام تعهد خود باشد؛ مثلاً این مدت در امریکا بیست‌روز تقویمی پس از دریافت اعلامیه انصراف توسط وام‌دهنده است و<sup>۳</sup> در مورد بازاریابی از راه دور خدمات مالی نیز تأمین‌کننده خدمات باید ظرف سی‌روز تقویمی تمام مبلغ پرداختی را بازگرداند.<sup>۴</sup>

این موضوع در دستورالعمل پیشنهادی برای حمایت از حقوق مصرف‌کننده نیز مطرح شده است.<sup>۵</sup> طبق این دستورالعمل تأمین‌کننده موظف است ظرف سی‌روز تقویمی از زمان اعمال حق انصراف توسط مصرف‌کننده مبلغ پرداخت شده را به مصرف‌کننده بازگرداند.<sup>۶</sup>

موضوعی که بار دیگر در اینجا مورد بحث قرار می‌گیرد این است که کدام قاعده را باید در اینجا حاکم دانست: قاعده ارسال یا قاعده وصول که هم درباره مورد بازپس فرستادن مورد معامله مطرح می‌شود و هم در بازپس فرستادن هزینه پرداختی؛ یعنی آیا تأمین‌کننده باید ظرف سی‌روز مبلغ را بازگرداند به گونه‌ای که این مبلغ در همان سی‌روز به دست مصرف‌کننده برسد یا اینکه صرف ارسال مبلغ پرداختی در سی‌روز کفایت می‌نماید و نیازی نیست که ظرف همان سی‌روز این مبلغ به دست مصرف‌کننده برسد.

این موضوع نیز در دستورالعمل‌ها مطرح نشده است؛ حتی دستورالعمل پیشنهادی برای حمایت از حقوق مصرف‌کننده که نسبت به قوانین بقیه دستورالعمل‌ها پیشرفته‌تر است، این موضوع را مسکوت قرار داده است و به آن نپرداخته است؛ به نظر می‌رسد که بهتر است بنابر مطالب بیان شده در مباحث قبل، برای هر دو وظیفه، قاعده ارسال را حاکم دانست.<sup>۷</sup>

1. Loos, *op. cit.*, 22.

۲. ماده ۱۴ دستورالعمل اعتبار مصرف‌کننده مهلت سی‌روز را برای انجام چنین عملی از سوی مصرف‌کننده مشخص نموده است.

3. Section 1635(b) of the TILA; Jo Carrillo and Paul Kofoed, *op. cit.*

4. Art. 7(4) of Directive 2002/65/EC.

تفاوت شروع این سی‌روز با سی‌روز مهلت مصرف‌کننده در این است که شروع مهلت مصرف‌کننده از روز ارسال اعلامیه است اما شروع مهلت فروشنده از زمان دریافت اعلامیه توسط تأمین‌کننده است.

Art. 7(5) of Directive 2002/65/EC.

۵. در ماده ۱۷ این دستورالعمل آمده است که مصرف‌کننده باید ظرف مدت چهارده‌روز پس از اعلام انصراف، اقدام به بازگرداندن مورد معامله نماید؛ مطابق با ماده ۱۶ این دستورالعمل، فروشنده تا زمانی که مصرف‌کننده این عمل را انجام نداده است، الزامی به انجام تعهد خود در اعاده هزینه پرداختی توسط مصرف‌کننده ندارد.

6. Poncibo, *op. cit.*

7. Loos, *op. cit.*

### بند سوم - تأثیر بر قراردادهای مرتبط

مهم‌ترین تأثیر اعمال این حق، ابطال قراردادهای مرتبط<sup>۱</sup> با قرارداد اصلی، مانند قرارداد وام است؛<sup>۲</sup> به شرط اینکه این قراردادها با تأمین‌کننده یا شخص ثالثی که با تأمین‌کننده دارای رابطه قراردادی است، منعقد شده باشد.<sup>۳</sup> مطابق با ماده ۱۱ دستورالعمل جدید مالکیت‌زمانی<sup>۴</sup> به محض اعمال انصراف توسط مصرف‌کننده، تمام قراردادهای فرعی نیز باطل می‌شوند<sup>۵</sup> و از بین می‌روند.<sup>۶</sup> در حقوق ایران مطالبی در این زمینه بیان نشده است. در توافقی‌های مربوط به دریافت اعتبار نیز این چنین است<sup>۷</sup> و خدمات فرعی که توسط تأمین‌کننده برای مصرف‌کننده طبق قرارداد دریافت اعتبار اعطا شده است یا توسط ثالث بر اساس توافق بین ثالث و تأمین‌کننده منعقد شده است پس از اعلام انصراف باطل می‌شوند.<sup>۸</sup> تمام مواردی که در زمینه آثار حق انصراف بیان نمودیم در زمینه قراردادهای مرتبط و فرعی نیز جریان دارد.<sup>۹</sup>

### نتیجه‌گیری

حق انصراف مصرف‌کننده به عنوان حقی نوین در قلمرو حقوق داخلی، دارای ویژگی‌ها و شرایطی است که آن را از حقوق متمایز می‌نماید و برای شناخت هر چه بیشتر این حق، شناخت ویژگی‌های آن ضرورت دارد. مهم‌ترین ویژگی این حق را می‌توان مدت‌دار بودن آن دانست که در قراردادهای مختلف از سه روز تا یک‌ماه متغیر است و آنچه در قانون تجارت الکترونیکی ایران مورد قبول واقع شده؛ مدت هفت‌روز کاری است. مسلماً آنچه در درجه دوم اهمیت قرار می‌گیرد این است که این مدت زمان از چه زمانی شروع می‌شود. شروع این مدت زمان که به آن دوره انصراف می‌گویند در قراردادهای مختلف و با توجه

1. Linked Contracts.

2. Study Group on a European Civil Code and the Research Group on EC Private Law (Acquis Group) Based in part on a revised version of the Principles of European Contract Law, *op. cit*

3. Recital 16 of Directive 2008/122/EC.

«آشنایی با مالکیت زمانی در ایران و اسپانیا»، پیشین.

4. Art. 11(1) of Directive 2008/122/EC.

5. Atamer and Micklitz, *op. cit*, 582.

۶. توجیه این موضوع می‌تواند این باشد که قراردادی که مصرف‌کننده از آن انصراف داده است به عنوان قرارداد اصلی تلقی می‌شده است و با انصراف وی این قرارداد باطل می‌شود؛ در نتیجه باید گفت که قراردادهای فرعی با این اقدام مبنای خود را از دست می‌دهند.

7. See: Peter Rott, "Linked Credit Agreement in EC Consumer Credit Law", in *Evolving Legislation on Consumer Credit and Trade Practices: Stimulus or Drag on Economic Activity*, Ed. E.P.Della, (APS Bank, 2007), 137-161.

8. Art. 14(4) of Directive 2008/48/EC.

9. Study Group on a European Civil Code and the Research Group on EC Private Law (Acquis Group) Based in part on a revised version of the Principles of European Contract Law, *op. cit*

به ویژگی‌های قراردادهای متفاوت است. آنچه در قانون تجارت الکترونیکی ایران آمده است اینکه در قراردادهای فروش کالا از زمان تحویل کالا و در قراردادهای فروش خدمات از زمان انعقاد قرارداد است.

بحث پیش‌پرداخت با اینکه در قانون تجارت الکترونیکی ایران از آن یاد نشده است، اما از اهمیت بالایی برخوردار است و در مقررات بین‌المللی در موارد مختلفی از ممنوعیت پیش‌پرداخت سخن گفته شده است. آنچه در تمام قوانین، اعم از داخلی و خارجی مطرح شده بحث لزوم آگاهی دادن فروشنده به خریدار در زمینه وجود چنین حقی است؛ اما قانون داخلی با بقیه قوانین در زمینه نوع ضمانت اجرای عدم ارائه چنین اطلاعاتی متفاوت است. قانون داخلی جریمه نقدی مقرر شده است، در حالی که در قوانین کشورهای دیگر بحث تمدید مدت زمان انصراف مطرح شده که به نظر می‌رسد با ماهیت و مبنای وضع چنین حقی هماهنگی بیشتری داشته باشد.

اینکه مصرف‌کننده نیز چگونه می‌تواند این حق خود را اعمال نماید، از اهمیت بسزایی برخوردار است که در قانون داخلی هیچ الزامی در این رابطه مطرح نشده است و مصرف‌کننده هم به صورت شفاهی و هم به صورت کتبی می‌تواند اقدام به اعمال حق خود نماید. موضوع بعدی اثر اعمال این حق بر تعهدات هر یک از طرفین و بر قراردادهای مرتبط است. تعهدات مصرف‌کننده عبارت‌اند از پس فرستادن کالا و همچنین پرداخت هزینه‌های ارسال کالا؛ اما آنچه مهم است تعهد فروشنده مبنی بر بازپرداخت پیش‌پرداخت انجام شده از سوی مصرف‌کننده است که نیازمند وضع مقررات و ضمانت اجراهای مناسب است تا اطمینان هر چه مصرف‌کننده را هر چه بیشتر جلب نماید. در مورد قراردادهای مرتبط نیز باید گفت که در قانون داخلی مطلبی در این زمینه بیان نشده است و آنچه در قوانین بین‌المللی آمده بیانگر ابطال قراردادهای مرتبط پس از اعمال این حق است.

### منابع فارسی

۱. دُلفون، زویه لبنان. حقوق تجارت الکترونیک. ترجمه ستار زرکلام، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های حقوقی شهردانش، ۱۳۸۸.
۳. طاهرزاده کاکلی، سیدمحمدعلی. «حق انصراف مصرف‌کننده در قراردادهای فروش کالا و خدمات (مطالعه تطبیقی)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۸۹.
۴. فیضی چکاب، غلام‌نبی. «زمان وقوع عقد از طریق واسطه‌های الکترونیکی». پژوهش حقوق و سیاست ۱۳ (۱۳۸۳).
۵. وصالی ناصح، مرتضی. «قرارداد الکترونیک و مبنای اعتبار آن»، کنون، کنون سردفتران و دفترباران، ۶۶ (۱۳۸۵).

## منابع لاتین

### A. books

1. Schulte-Nölke, Hans, Christian Twigg-Flesner and Martin Ebers, EC Consumer Law Compendium; *The Consumer Acquis and its transposition in the Member State*, Munich: Sellier, 2008.
2. Sparkes, Peter, *European Land Law*, USA: Hart, 2007.
3. Reich, Norbert, "Crisis or Future of European Consumer Law?". In *The Yearbook of Consumer Law 2009*. Ed. Deborah Parry etc. 3-68 UK: Ashgate, 2008.
4. Rott, Peter, "Linked Credit Agreement in EC Consumer Credit Law". in *Evolving Legislation on Consumer Credit and Trade Practices: Stimulus or Drag on Economic Activity*, Edited by E.P.Della. APS Bank, 2007.
5. Schulte-Nölke, Hans and Christoph M.Scheuren-Brandes, "Doorstep Selling Directive". in *EC Consumer Law Compendium; The Consumer Acquis and its transposition in the Member State*, Ed. Hans Schulte-Nölke, Christian Twigg-Flesner, Martin Ebers. Sellier: Munich, 2008.

### B. Articles

6. Atamer, Yesim M. and Hans W. Micklitz, "The Implementation of the EU Consumer Protection Directives in Turkey", *Penn State International Law Review* 27,(2008-2009):3,4 Available at: <http://heinonline.org/> ,Lastly Checked 20/04/2010
7. Carrillo, Jo and Pau. "The Sound of Silence: the Continuing Legal Debate Over Class Action Rescission under TILA", *Hastings Business Law Journal* 6,1 (2010) :101-130.
8. Green Paper on the Review of the Consumer Acquis (presented by the European Commission, Brussels: 08.02.2007, COM (2006) 744 final.
9. Helberger, Natali and Hugenholtz, p. Bernt. "No Place Like Home for Making a Copy: Private Copying in European Copyright Law and Consumer Law", *Berkeley Technology Law Journal*, 22 (2007):1061-1098.
10. Koussoulis, Stelios, "Regulation Electronic Commerce", *RHDI* 55,( 2002).
11. Loos, Marco B.M., "Review of the European Consumer Acquis", *Centre for the Study of European Contract Law*, (2008).
12. Meserve, William G., "The Proposed Federal Door-to-Door Sales Act: An Examination of Its Effectiveness as a Consumer Remedy and the Constitutional Validity of Its Enforcement Provisions", *George Washington Law Review*, 37 (1968-1969): 1171, Available at: <http://heinonline.org/HOL/PDFsearchable/handle=hein.journals/gwlr37&collection=-journals&id=1183&print=47&sectioncount=1&ext=pdf>,(Lastly checked: 04/07/2010).

13. Moo, Paul R., "Legislative Control of Consumer Credit Transactions", *Law and Contemporary Problems* 33, (1968), 656-670, Available at: <http://heinonline.org/HOL/PDF searchable/handle=journals/Icp33&collection=journals &id=662&print=15&sectioncount=1& ext=pdf>, (lastly Checked 20/04/2010).
14. Munar Bernat, Pedro A., "Estudio sobre la Directiva 2008/122/CE, de 14 de enero de 2009, relativa a la protección de los consumidores en los contratos de aprovechamiento por turnos de bienes de uso turístico, adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa e intercambio", *Indret*, Barcelona, Octubre 2009.
15. Nakata, Kunihiro, "Recent Development in Japanese Consumer Law", *Penn State International Law Review* 27:3,4 (2008-2009): Available at: <http://heinonline.org/HOL/PDF searchable/handle=henin.journals/psilr27& collection=journals&id=809&print=14&sectioncount/14&sectioncount=1&ext=pdf>, (Lastly Checked 20/04/2010).
16. Poncibo, Cristina, "Some Thoughts on the Methodological Approach to EC Consumer Law Reform", *Loyola Consumer Law Review* 21, (2008-2009): 353-371.
17. — "Rights of Withdrawal", *Centre for the Study of European Contract Law*, Working Paper Series, No. 2009/ 04.
18. Smits, Jan M. "The Right to Change Your Mind? Rethinking the Usefulness of Mandatory Rights of Withdrawal in Consumer Contract Law", *Paper to be presented at the 15th meeting of the International Academy of Commercial and Consumer Law*, Toronto, July 22-24, 2010, Available at: <http://www.law.utoronto.ca/documents/ conferencs2IACCL 10- smits.pdf>, (Lastly Checked 12/06/2010).
19. "Study Group on a European Civil Code and the Research Group on EC Private Law (Acquis Group) Based in part on a revised version of the Principles of European Contract Law, *Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law*, Ed. Christian von Bar, Eric Clive and Hans Schulte-Nölke; Available at: <http://webh01.ua.ac.be, storme/ DCFRInterim.pdf>, (Lastly checked 22/10/2010).
20. Winn, Jane K. and Bix Brian H. "Diverging Perspectives on Electronic Contracting in the US and EU", *Cleveland State Law Review* 54, (2006): 175-190.



## Clarification of the Features & Effects of Consumer Withdrawal's Right; Subject of Electronic Commercial Law-Articles 37,38

**Sattar Zarkalam**

(Assistant Professor of Shahed University)

**MohammadAli Taherzadeh Kakolaki**

(Master of International Commercial Law)

### **Abstract:**

Protecting the consumer in recent century has been had a dramatic growth which has been gave the consumer some rights. One of these

rights was the withdrawal right which makes the consumer able to withdraw the contract, truly concluded. The features and the effects of using this right have some basic differences with other similar rights in Iranian civil code which affected from the difference in nature. Discussing about the nature is not our purpose in this article. In this article we only discuss about the features and the effects of using this right like how long it is and when it starts and the effects of using this right on each parties and the related contract. Period; Related Contracts

### **Keywords:**

Consumer; Withdrawal Right; E-Commerce Law; Withdrawal.