

مطالعه تطبیقی حمایت از مصرف‌کننده بعدی در حقوق ایران و ترکیه

سید احد یوزباشی^۱

یوسف مولایی^۲

عادل عباسی^۳

چکیده

امروزه یکی از مشکلاتی که در رسیدگی به اختلافات راجع به مصرف‌کنندگان و تأمین‌کنندگان وجود دارد، شکایات و درخواست‌هایی است که از سوی اشخاصی به‌غیر از مصرف‌کننده اصلی مطرح می‌شود و ایراد طرف مقابل شکایت (تأمین‌کننده) مبنی بر این است که شاکی یا مدعی خصوصی سمتی در دعوی مطروحه نداشته، بر این اساس تأمین‌کننده هیچ مسئولیتی در مقابل وی ندارد. در قانون حمایت ترکیه، حمایت از مشتری عمده‌تاً بر اساس قانون حمایت از مصرف‌کنندگان صورت می‌گیرد و در حقوق ایران نیز باید به همین نحو عمل شود. هدف قانون حمایت از مصرف‌کننده حمایت از مشتریانی است که در مرتبه اول با فروشنده یا عرضه‌کننده سروکار دارند. در این نوشته هدف، بررسی امکان حمایت از مصرف‌کننده بعدی است، یعنی مصرف‌کننده‌ای که کالا یا خدمت را نه از تأمین‌کننده اصلی، بلکه از خریداری که قبلاً طی فرایند مصرف از فروشنده اصلی خریده است، تهیه می‌کند. موضوع این مقاله به روش تحلیلی-توصیفی در حقوق ایران و ترکیه مورد مطالعه قرار گرفته است. بررسی رویه قضایی ترکیه نشان می‌دهد قانون حمایت از مصرف‌کنندگان منبع اصلی حمایت از مصرف‌کننده در کشور ترکیه است و قوانین این کشور راهکارهای بهتری برای حمایت از مصرف‌کننده بعدی ارائه می‌کند. در نظام حقوقی ایران، حقوق مدنی امکان حمایت مناسب از مصرف‌کننده بعدی را ندارد و این موضوع باید در قانون حمایت از مصرف‌کننده پیش‌بینی شود و تا تصویب قوانین حمایتی جدید بررسی ظرفیت قوانین موجود برای حمایت از مصرف‌کننده بعدی ضرورت دارد.

واژگان کلیدی: تأمین‌کننده، حمایت از مصرف‌کننده، قانون حمایت، مصرف‌کننده، مصرف‌کننده بعدی.

vahed_amiri@yahoo.com

y.molaei@yahoo.com

adelabbasi23@yahoo.com

۱. دانشجوی دکتری حقوق خصوصی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ارومیه، ارومیه، ایران

۲. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ارومیه، ارومیه، ایران (نویسنده مسئول)

۳. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ارومیه، ارومیه، ایران

مقدمه

حمایت از مصرف‌کننده مفهومی معاصر بوده که امروزه از نظر اجتماعی، اقتصادی، حقوقی و موارد دیگر از اهمیت خاصی برخوردار است. با توسعه ایده حمایت از مصرف‌کننده، همچنان که نظریه حمایت از مصرف‌کننده قوی‌تر می‌شود، ضرورت حمایت از مصرف‌کننده افزایش یافته، دائماً تغییر و توسعه می‌یابد و این فرایند توسعه در بخش حقوقی و همچنین شکل‌گیری حقوق مصرف‌کننده و توسعه مفاهیم و صلاحیت‌های این شاخه از قانون قطعاً با بررسی قانون تعهدات و مباحث حقوقی دانشگاهی و دادرسی قضایی حاصل می‌شود. صرف‌نظر از مواردی که کالا یا خدمت به اعتبار عقود معین یا غیرمعین به دیگری انتقال یافته، از حوزه حقوق مصرف‌کننده خارج می‌شوند. عملاً اشخاصی که کالا یا خدمتی را از مصرف‌کننده اولیه (خریدار اصلی) به‌عنوان هبه یا... دریافت می‌کنند، آیا مصرف‌کننده محسوب می‌شوند و از حمایت قانون حمایت بهره‌مند خواهند شد؟ ممکن است عده‌ای معتقد باشند با وجود امکان ایجاد رابطه حقوقی مؤثر برای اشخاص ثالث از طریق انتقال قرارداد در حقوق مدنی کلاسیک، به‌ویژه در نوع انتقال تبعی قرارداد، نیازی به طرح این مباحث نیست. در حقوق مدنی کلاسیک شاید بتوان با تبعیت از نظریه برخی استادان حقوق، بین عرضه‌کننده در معنی عام و مصرف‌کنندگان بعدی (خریدار دوم به بعد) از طریق انتقال تبعی قرارداد رابطه حقوقی مستقیم در نظر گرفت و انتقال‌گیرنده مال را دارای حقوق و تکالیفی دانست که قبلاً در قرارداد اولیه فی‌مابین عرضه‌کننده و مصرف‌کننده اول وجود داشته است.^۱ ولی آنچه در این نوشته مد نظر است امکان بهره‌مندی مصرف‌کنندگان بعدی از مزایای حمایتی حقوق مصرف‌کننده همانند مصرف‌کننده اول است. این‌گونه مزایا همانند رسیدگی رایگان و مجانی، عدم پرداخت هزینه دادرسی، نبود تشریفات معمول رسیدگی و شیوه‌های جبرانی متعدد، صرفاً با شناسایی رابطه حقوقی بین عرضه‌کننده و مصرف‌کنندگان بعدی به‌عنوان یک رابطه قراردادی مصرف‌کننده قابل تصور است و ادامه قرارداد اولیه از طریق انتقال تبعی قرارداد چنین مزیتی را ایجاد نخواهد کرد. در این زمینه و در ادامه، مصرف‌کننده‌ای که با

۱. ابراهیم، شعاریان ستاری، *انتقال قرارداد: نظریه عمومی - عقود معین*، (تهران: نشر مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های حقوقی شهر دانش، ج ۱، ۱۳۹۴)، ص ۹۷.

مصرف‌کننده اول معامله می‌کند مورد بررسی قرار گرفته، جایگاه آن در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

۱. حمایت از مصرف‌کننده بعدی و تعریف آن

اصولاً قانون حمایت از مصرف‌کنندگان برای حمایت از مصرف‌کننده اصلی وضع شده و منطق کلی آن حمایت از مصرف‌کننده در معاملات بین مصرف‌کننده و فروشنده است.^۱

بر اساس قوانین تعهدات، طرفین از آغاز مذاکره تا پایان آن و انعقاد قرارداد، از آزادی لازم برخوردار و در شرایط برابر قرار دارند. سیستمی که بر این عقیده، یعنی «طرفین به بهترین نحو از حقوق و منافع خود دفاع می‌کنند» تأسیس شده بود، در عمل و در طول زمان ناکارآمدی آن مشخص شد و قانون‌گذار را ناگزیر از دخالت در اصل آزادی قراردادی نمود. وضعیت کارگر در قانون کار شاید برگرفته از این مثل معروف باشد که در مسائل و مشکلات حقوقی فی‌مابین کارگر و کارفرما لازم است کسی که در مقابل کارفرما و در موقعیت ضعیف قرار دارد مورد حمایت قرار گیرد؛ به‌خصوص در قراردادهای اجاره مسکن وضعیت مستأجر در قبال مؤجر. اما با گذشت زمان، این روابط قانونی خاص در کنار تنوع محصولات، تحولات تکنولوژیک و ایجاد شرکت‌های قوی و سازمان‌یافته در حوزه کسب و کار روش‌های فروش تهاجمی، تغییر یافت؛ به‌طوری که کالا یا خدمات مورد استفاده حمایت و محافظت می‌شوند.^۲

در واقع، معاملات مختلف به‌طور مداوم و مکرر در فعالیت‌های تجاری و حرفه‌ای لازم است. در حال حاضر نمی‌توان از برابری قدرت، شرایط، دانش و قدرت چانه‌زنی و استدلال طرفین صحبت کرد، بنابراین در مقابل استقلال اراده در چارچوب مذاکرات طرفین در قانون تعهدات، هرگونه مداخله را ناگزیر نموده، افزایش قوانین و ایجاد پایگاه‌های محکم باعث

۱. حسن، یادینی، «نقدی بر مبنا و قلمروی مسئولیت مدنی عرضه‌کنندگان کالا و خدمات در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸»، مجله تحقیقات حقوقی، ش ۵۸ (۱۳۹۱)، ص ۵.

۲. مهدی، اسدی فرد، «مطالعه تطبیقی قابلیت استناد قراردادها در حقوق ایران با نگاهی بر حقوق انگلیس»، مجله کانون، ش ۱۳۰ (۱۳۹۱)، ص ۳.

3. Baykan, R., *Tüketici Hukuku, Mevzuata ilişkin Yorum-Eleştiri-Öneri*, (2. bakka, İttanbul, 2005), p. 21.

تولد حقوق مصرف شد.^۱ در حقیقت در اغلب موارد، مصرف‌کننده نسبت به فروشنده در موضع ضعیف‌تری قرار دارد و نیازمند حمایت است. تبلیغات و روش‌های مدرن فروش و غیره موجب می‌شود مصرف‌کننده محصولی را دریافت کند که مورد نیاز وی نبوده یا بسیار فراتر از نیازهای واقعی بوده است (خرید اجباری). امکان دارد محصولی که در اینترنت عرضه می‌شود حین تحویل همان کالایی نباشد که عرضه شده است. ممکن است استفاده مناسب از محصول نیاز به اطلاعات زیاد داشته باشد به طوری که اگر این اطلاعات ارائه نشده، یا آموزش داده نشود، آنچنان که شایسته است نتوان از محصول استفاده کرد.

خریدار در زمان مذاکره شرایطی را که متوجه نشده یا فرصت درک و فهم آن نداشته، امضا می‌کند و یا ممکن است به لحاظ ضرورت‌های اقتصادی مجبور به أخذ وام برای خرید شده باشد و اکنون با مشکل بازپرداخت اقساط مواجه شود.

در صورتی که کالای فروخته شده معیوب باشد، مصرف‌کنندگان می‌توانند (یا ممکن است) حقوق خود را از دست بدهند، زیرا در قانون تعهدات، وظایف بازرسی و اطلاع‌رسانی به نحو مناسبی معین نشده و قرارداد مبتنی بر آن، این هدف را برآورده نمی‌کند و در مقابل، اثبات عیب نیز ممکن است با مشکلات عدیده‌ای مواجه شود و سخت باشد.

بر این اساس، اگر وضعیت خریدار و فروشنده در مقام فروش اموال منقول در قانون تعهدات و قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده با همدیگر مقایسه شود^۲، مزیت قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده به‌آسانی قابل مشاهده است. حداقل در حقوق ایران اقدام از طریق قانون حمایت این مزیت اساسی را خواهد داشت که مصرف‌کننده هزینه دادرسی پرداخت نکرده، از شرایط دادرسی فوری بهره‌مند شود و در همان مرجع نیز مطالبه خسارت بنماید، ولی به‌طور یقین این مزایا در حقوق ترکیه بیشتر است.

در قانون تعهدات ترکیه برای اینکه مصرف‌کننده به حقوق خود در مقابل کالایی که عیب آن با چشم عادی قابل رؤیت است برسد، منوط به شرایطی است:

1. *Ibid.*

۲. بادینی، پیشین، ص ۵.

اولاً خریدار باید وضعیت کالای خریداری شده و امکان استفاده متعارف از آن را بررسی کند.

ثانیاً اگر در اثر این کنترل متوجه وجود عیب شود، باید مراتب را در یک زمان معقول به اطلاع فروشنده برساند.

اگر خریدار به این تکالیف عمل نکند حقوق ناشی از معیوب بودن کالای خریداری شده را از دست خواهد داد (بند ۳ ماده ۲۲۳ قانون تعهدات ترکیه)^۱؛ درحالی که در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان شماره ۶۵۰۲ در خصوص عیوب این‌چنینی تکلیف شرط بررسی متعارف و همچنین اطلاع‌رسانی پیش‌بینی نشده است.^۲

قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده برخلاف وضعیت مندرج در قانون تعهدات از دیدگاه اثباتی وضعیت سهل‌تری در اختیار مصرف‌کننده قرار داده و آن، این است که از تاریخ تسلیم کالای فروخته‌شده ظرف ۶ ماه هرگونه عیبی که موجود یا حادث شده باشد مورد قبول خواهد بود (ماده ۱-۱۰ قانون حمایت ترکیه). بنابراین اگر در این مدت که امکان کم کردن آن نیز وجود ندارد، عیبی حادث شود، فرض بر این خواهد بود که فروشنده کالا را درحالی که معیوب بوده فروخته است و اثبات خلاف آن برعهده فروشنده خواهد بود.^۳

با این حال، قانون تعهدات و قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ترکیه حقوق مشابهی برای خریدار و مصرف‌کننده در مقابل کالای خریداری شده معیوب در نظر گرفته است (ماده ۲۲۷ قانون تعهدات و ماده ۱۱ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده ترکیه). با این همه، برخلاف خریدار، مصرف‌کننده می‌تواند در برابر تولیدکننده یا واردکننده حق تعمیر در محل و حق تعویض و جایگزینی را به صورت مکرر داشته باشد، و علاوه بر آن، فروشنده، تولیدکننده و واردکننده به‌طور مشترک در اجرای این تکالیف مسئولیت دارند (ماده ۲-۱۱ قانون حمایت ترکیه).^۴

1. Yavuz,C./Acar,F./Özen,B.:*Türk Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, (9. baskı, İttanbul, 2014), p.121.

2. Güüü MMM:6502 SayılıTüketicininKorunmasıHakkındaKanunŞerhi, Cilt:1, (İttanbul, 2014), p. 83.

3. Yavuz, *op.cit*, p. 125.

4 Guuu Ş, *op.cit*, p. 83.

برای مثال، اگر نصب کالای فروخته شده از سوی فروشنده و یا تحت مسئولیت وی انجام شده باشد و با توجه به دستورالعمل‌های نصب دارای ایراد یا نقص بوده و به‌درستی انجام نگرفته باشد، بر اساس بند ۳ ماده ۸ حمایت، مصرف‌کننده می‌تواند بر اساس مسئولیت ناشی از عیب علیه فروشنده اقدام نماید که مطابق قانون تعهدات ترکیه حمایت بیشتری از مصرف‌کننده صورت می‌گیرد و این حمایت در خصوص مصرف‌کننده‌ای اعمال می‌شود که با فروشنده معامله می‌کند (یعنی بر اساس رابطه قراردادی صرفاً میان خریدار و فروشنده حاکم است). اگر مصرف‌کننده کالایی را که از فروشنده خریداری نموده است به مصرف‌کننده دیگری بفروشد، نمی‌تواند از این نوع حمایت بهره‌مند شود.^۲ در حقیقت، زمانی که مفهوم لفظی قانون مورد توجه قرار می‌گیرد، اگر خریدار آن را برای مقاصد غیرحرفه‌ای و غیرتجاری خریداری کند، نمی‌تواند از قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده ترکیه بهره‌مند شود، زیرا طرف مقابل معامله از منظر قانون فروشنده نیست.

با توجه به اصل نسبی بودن قراردادها، اگر عیبی در کالای مورد معامله هویدا شود، در این وضعیت خریدار یا فروشنده دوم فقط می‌تواند به قانون تعهدات مراجعه نماید.^۳ بی‌تردید، این وضعیت با توجه به نحوه حمایت از حقوق مصرف‌کننده که پیش‌تر بیان شد، مطلوب مصرف‌کنندگان نیست و همچنین به ضرر و علیه مصرف‌کننده دوم است، و مصرف‌کننده اول در مقابل عیوب حادث شده کالای مصرف‌کننده دوم قرار می‌گیرد، و برای مصرف‌کنندگان نیز این وضعیت غیرقابل پیش‌بینی است.

زیرا مصرف‌کننده اول در مقابل کالای معیوب فروخته شده به مصرف‌کننده دوم و مورد خطاب وی بر اساس آثار ناشی از فروش کالای معیوب قرار خواهد گرفت.^۴ ولی او سعی

۱. به همین ترتیب، جایی که تصمیم گرفته شود نصب و مونتاژ از سوی مصرف‌کننده انجام شود، اگر مونتاژ بر اساس اشتباه یا نقص در دستورالعمل مونتاژ ارائه شده از طرف فروشنده صورت گرفته باشد، این نقص به‌عنوان نقص کالا در نظر گرفته می‌شود و مانند عیبی است که در حین تسلیم وجود داشته است؛ حتی مانند عیبی خواهد بود که پس از تسلیم حادث شده باشد.

۲. فاضل، سلیمی، «حمایت از حقوق مصرف‌کننده در ادبیات حقوقی ایران»، وکیل مدافع، ش ۵ (۱۳۹۱)، ص ۶.

۳. ناصر، کاتوزیان، «محدودیت‌های آزادی قراردادی بر مبنای حمایت از مصرف‌کننده»، فصلنامه حقوق مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دوره ۳۸ (۱۳۸۷)، ص ۷.

4. Baykan, *op.cit.*, p. 507.

۵. همان، ص ۸.

می‌کند جبران خسارت خود را از فروشنده اول مطالبه نماید؛ حتی اگر این اتفاق بیفتد، یک‌بار خواهد بود. درحالی که اگر مسئولیت فروشنده در قلمرو قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده، محدود به مصرف‌کننده اول نباشد و به عبارت دیگر، مسئولیت فروش کالای معیوب در مقابل مصرف‌کننده بعدی همانند مصرف‌کننده اول وجود داشته باشد و حمایت شود، موانع یادشده در قانون تعهدات نیز رفع خواهد شد.^{۲۱}

برای قراردادهای غیر از فروش و بیع نیز این اصل قابل اعمال است و باید قبول کرد که حتی ضرورت حمایت از مصرف‌کنندگان بعدی بیشتر از مصرف‌کننده اول است، زیرا در هبه مسئولیت واهب در مقابل کالای معیوب زمانی حادث می‌شود که واهب به صورت مستقل تضمین داده باشد (ماده ۲۹۴ قانون تعهدات ترکیه)؛ یعنی اصل بر عدم مسئولیت واهب در مقابل خسارات واردشده از عیب کالا است. برای مثال، اگر سرعت پردازشگر کامپیوتر اهداشده خیلی کند باشد، مادامی که واهب به صورت جداگانه متعهد نشده باشد امکان مراجعه به وی به دلیل عیب کالا امکان‌پذیر نخواهد بود و متهم در همین وضعیت کامپیوتر را قبول خواهد کرد. در حقوق ایران با ملاحظه صرف احکام هبه اساساً مسئولیتی علیه واهب وجود ندارد و اصل عدم مسئولیت موجود در حقوق ترکیه به عنوان یک قاعده در حقوق ایران جاری است. ولی یکی از خیارهای موجود در حقوق مدنی ایران خیار عیب است که به خریدار کالا اختیار می‌دهد از ظرفیت قانونی موجود برای فسخ معامله و یا حقوق انتخابی دیگر بهره‌مند شود و ماده ۴۵۶ قانون مدنی وجود تمام انواع خیار را (به استثنای خیارهای مختص بیع) در جمیع معاملات لازم ممکن دانسته، از منظر معتقدین به لازم بودن عقد هبه خیار عیب می‌بایست در هبه نیز جاری شود، در این صورت موضوع مطروحه در حقوق ایران جاری خواهد بود.^{۲۲}

اگر مصرف‌کننده محصول نو (صفر) و دست اول را که از فروشنده خریداری کرده است به شخص دیگری هبه کند، این شخص به‌وضوح خود را تحت حمایت قانون حمایت از

۱. اگر عیب از اول و حین تسلیم کالا وجود نداشته باشد، و به دلیل استفاده نادرست مصرف‌کننده اول یا بعدی ایجاد شود، بدون شک فروشنده مسئول نخواهد بود، بلکه در این گونه موارد باید به مصرف‌کننده‌ای که کالا را به مصرف‌کننده بعدی فروخته است مراجعه کرد.

2. Zevkliler, *op.cit*, pp. 181-182.

3. *Ibid*, p. 182.

حقوق مصرف‌کنندگان احساس خواهد کرد^۱. در واقع در صورت هبه کالای خریداری‌شده معیوب به شخص دیگر و زیان حادث از مصرف و یا کاهش سود و منفعت ناشی از عیب محصول در زمانی که متعهد مجبور به استفاده از محصول بوده است، عدم حمایت از چنین فردی در این وضعیت عادلانه نیست. با توجه به وجود روزهای تولد، روزهای عشق (ولنتاین) و روزهای خاص مانند آن، درآمدهای پیش‌بینی نشده به‌طور قابل ملاحظه در سطح جهانی افزایش می‌یابد، جدا از این، کالاهای نو خریداری‌شده از فروشندگان در مراسم مختلف مانند نامزدی و عروسی به زوجین اهدا می‌شود. در واقع، در فرهنگ ایران و ترکیه، والدین، بستگان و همسایگان و دوستان هرکدام با خرید بخشی از لوازم خانگی به کمک زوجین می‌آیند و حتی در برخی از رسوم و سنت‌ها لازم است از طرف خانواده دختر فهرستی از لوازم موردنیاز تهیه شود (جهیزیه) و این فهرست اغلب شامل اقلامی برای خانه است. افرادی که در این لیست قرار دارند باید کالای مدنظر خود را برای اجتناب از خرید تکراری انتخاب کنند. به‌طور خلاصه این شامل کالاهایی می‌شود که فروشنده در مفهوم قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده خریداری می‌کند و به مصرف‌کننده دیگر می‌فروشد یا هبه می‌نماید.

ممکن است کالا در یک معامله به مصرف‌کننده دیگر انتقال پیدا کند و برای بیان این وضعیت می‌توان گفت مصرف‌کننده با مصرف‌کننده‌ای که معامله کرده، مواجه است. در اینجا دو بار از (عنوان) مصرف‌کننده یاد شده است. برای جلوگیری از سردرگمی، مصرف‌کننده‌ای که با مصرف‌کننده دیگری معامله می‌کند، مصرف‌کننده اول و مصرف‌کننده‌ای که مصرف‌کننده اول با او معامله می‌کند، مصرف‌کننده دوم (بعدی) نامیده می‌شود.

در مورد مصرف‌کننده بعدی در اغلب موارد، از لحاظ محصول خریداری‌شده، تولیدکننده، واردکننده و عرضه‌کننده (فروشنده) که با کالای فروخته‌شده مرتبط است، از نظر مسئولیت مانند مسئولیت در قبال مصرف‌کننده اول است و تفاوتی ندارد و در بیشتر موارد نیز هویت فرد خریداری‌کننده از سوی شرکت، با مؤسس شرکت متفاوت است. در فروش محصولات

1. Ozanoğlu, Hannı, *Tüketici koruması Açısından Taksitle Satım Sözleşmesi*, (Ankara, 1999), p. 50.

تولیدشده (انبوه و عمده) به صورت سری (مطالبه‌شده)، فروش کالا به شخص A یا B اهمیت چندانی ندارد. با توجه به این دلایل در موارد یادشده، برای حمایت از مصرف‌کننده‌ای که با مصرف‌کننده اول معامله می‌کند، در مواردی که قانون از حقوق مصرف‌کننده اول مراقبت و حمایت می‌کند، در این خصوص مصرف‌کننده بعدی نیز بهره‌مند خواهد شد. بنابراین برای مثال، اگر مصرف‌کننده کالایی را که خریداری کرده است پس از سه ماه به مصرف‌کننده دیگری بفروشد، چنانچه در محصول فروخته‌شده عیبی حادث شود، مصرف‌کننده دوم در مقام اثبات باید از امکانات مندرج در قانون حمایت به شیوه بند ۱ ماده ۱۰ ترکیه و ماده ۲ قانون حمایت ایران استفاده نماید و فروشنده نمی‌تواند به دلیل نبود رابطه قراردادی از خود رفع مسئولیت کند. ممکن است برخی با استناد به مسئولیت محض تولیدکنندگان در قبال مصرف‌کنندگان، مدعی مسئولیت تولیدکننده در مقابل کلیه مصرف‌کنندگان صرف نظر از وجود رابطه قراردادی یا عدم وجود آن باشند. ولی این ادعا نیز با توجه به قواعد مقرر در قانون حمایت از مصرف‌کننده و شناسایی فرایند قرارداد مصرف به عنوان یک قرارداد خاص قابل پذیرش به نظر نمی‌رسد؛ هرچند چنین ادعایی می‌تواند برابر قواعد مسئولیت مدنی قابل پیگیری و جبران خسارات احتمالی باشد، اما باز هم وضعیت‌های قانون حمایت از مصرف‌کننده در این مقام قابل اعمال نخواهد بود.^۱

اگر یک انسان خیر یک کتاب دریافت (دانلود) شده‌ای را به یک انجمن خیریه اهدا نماید، انجمن یادشده می‌تواند جهت تعویض کتاب‌های معیوب با کتاب‌های سالم به ناشر یا تولیدکننده و واردکننده مراجعه نماید یا اگر برای یک محصول تکنولوژیک اهداشده، یک کتابچه راهنمای کاربر برای معرفی و نحوه استفاده از محصول به زبان ترکی وجود نداشته باشد و یا داخل بسته‌بندی موجود نباشد، در مقابل این ادعا، اثبات تسلیم کتابچه به مصرف‌کننده اول برعهده فروشنده است. بند ۴ ماده ۵۵ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ترکیه^۲ با توجه به این اصل و ملاحظه این رویه، مصرف‌کننده بعدی باید از

۱. همان، ص ۷.

مزایای قانونی ارائه شده^۱ به مصرف‌کننده اول بهره‌مند شود.^۲

پس از رسیدن به نتیجه یادشده، باید موارد زیر روشن شود که آیا حمایت از مصرف‌کننده بعدی تحت حمایت قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان است یا نه و یا تحت چه شرایطی و به چه میزان و کدام احکام و موضوعات می‌تواند در این باره مطرح شود. این مطالب در ادامه مطالعه خواهد شد.

۲. قانونی کردن حمایت از حقوق مصرف‌کننده بعدی

۱.۲. از نظر مفهوم مصرف‌کننده

اولین قانون در حقوق ترکیه برای حمایت از حقوق مصرف‌کننده، قانون شماره ۴۰۷۷ به نام قانون حمایت از مصرف‌کننده در سال ۱۹۹۵ است. این قانون با قانون شماره ۴۸۲۲ در سال ۲۰۰۳ با اصلاحات قابل توجهی مواجه شد و در نهایت با قانون شماره ۶۵۰۲ از تاریخ ۲۸ می ۲۰۱۴ لغو گردید، هر سه قانون تعریف مصرف‌کننده را بیان نموده‌اند (ماده ۸۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ترکیه).

در قانون شماره ۴۰۷۷، مصرف‌کننده یک فرد طبیعی (حقیقی) یا قانونی (حقوقی) است که کالا یا خدمات را برای اهداف خاص خریداری کرده، در نهایت از آن استفاده می‌کند (ماده ۳/۳). مفهوم مصرف‌کننده طبق قانون شماره ۴۸۲۲ عبارت است از هر شخص حقیقی یا حقوقی که در زمینه‌های غیرتجاری یا غیرحرفه‌ای برای به دست آوردن کالا یا خدمات و استفاده از آن تلاش می‌کند.

در قانون جدید، مصرف‌کننده قرارداد را برای اهداف غیرحرفه‌ای یا غیرتجاری منعقد می‌کند، در حالی که در متن قبلی عنوان اهداف خاص مناسب بوده، هدف را به خوبی تبیین

۱. در صورتی که تصمیمات اتخاذ شده از سوی کمیته‌های دآوری مصرف‌کننده به نفع مصرف‌کننده، مورد اعتراض قرار گیرد و به نقض تصمیم هیئت منجر گردد، برابر بند ۶ ماده ۷۰ قانون حمایت از مصرف‌کنندگان ترکیه هزینه وکالت نسبت به مصرف‌کننده مطابق با حداقل تعرفه دستمزد اعمال خواهد شد. در صورتی که اختلاف به نفع مصرف‌کننده قطعی شود، طبق مفاد قانون جمع‌آوری و وصول مطالبات عمومی شماره ۶۱۸۳ مورخ ۲۱ جولای ۱۹۵۳، هزینه‌های خبره و اخطار از طرف دیگر وصول می‌شود.

۲. برای مثال، ر.ک. بند ۶ ماده ۷۰ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ترکیه.

می‌کرد.^۱ به این ترتیب، لازم نیست تأکید نمایید که خریدار تا زمانی که به‌عنوان واسطه در تولید کالاهای دیگر عمل می‌کند نمی‌تواند یک مصرف‌کننده نهایی در نظر گرفته شود.^۲

برابر قانون شماره ۶۵۰۲ که در حال حاضر لازم‌الاجراست، مصرف‌کننده به یک شخص طبیعی و قانونی که برای اهداف تجاری یا غیرحرفه‌ای عمل می‌کند، اشاره دارد (بند K ماده ۳).

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌هایی که در پیش‌نویس لایحه این قانون وجود دارد و شامل مجموعه‌ای از جزئیات پیچیده است که به زمینه‌های مختلفی از قانون تعهدات ترکیه نفوذ کرده، به موقعیت صحیح مفاهیم مربوط می‌شود که این خود دلیلی بر افزایش آشفتگی است.

در اغلب قوانین اتحادیه اروپا کلمات مشابه دارای معانی و مفاهیم متفاوتی هستند و حتی کلمه مصرف‌کننده به‌عنوان اساسی‌ترین مفهوم نیز می‌تواند معانی متفاوتی داشته باشد. در زمان تهیه این پیش‌نویس (قانون)، برای به‌حداقل رساندن این سردرگمی تلاش شده و در برخی موارد به‌منظور تطبیق با الزامات اتحادیه اروپا ناگزیر از توضیح و استثنا بوده است.

همان‌طور که می‌توان گفت حاصل کار در رویه، یک مفهوم جدید از مصرف‌کننده را فراهم کرده و گسترده بودن تعریف، راه را برای پیشرفت‌های جدید باز گذاشته و به تقاضاهای جدید نیز پاسخ سریع داده است. در حقیقت، هیچ‌یک از تغییرات جدید در صدد محدود کردن حمایت از مصرف‌کننده نبوده، برعکس مفهوم را با معنی جدید حمایت‌سازگار کرده است.

پس تعریف قانون جدید، حمایت از کلیه معاملات مصرف‌کننده و برنامه‌های کاربردی و الگوی مصرف (ماده ۲ قانون حمایت ترکیه) و همچنین طرف مقابل مصرف‌کننده را نشان می‌دهد.

1. Zevkliler, A/Aydoğdu, M.; *Ibid*, pp. 83-84.

2. *Ibid*, p. 84.

3. Baykan, *op.cit*, p. 507.

در حقوق ایران در بند ۱-۱ ماده یک قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، مصرف‌کننده به این شرح تعریف شده است: «هر شخص حقیقی و یا حقوقی که کالا یا خدمتی را خریداری می‌کند». این تعریف مفهوم گسترده‌تری نسبت به تعاریف ارائه‌شده در حقوق خارجی را شامل بوده، دامنه شمول مصرف‌کنندگان بسیار وسیع و تعریف همه خریداران کالاها و خدمات صرف‌نظر از هدف خرید را دربر می‌گیرد. معلوم نیست منظور از خرید، رفع نیازهای غیرحرفه‌ای و غیرتجاری است، یا خریداران کالا و خدمات برای رفع نیازهای حرفه‌ای را نیز شامل می‌شود.^۱

آیا هم خریداری که جهت رفع حواجی ضروری تجاری خود اقدام به خرید کالای مشخص می‌کند و هم خریدار دیگری که همان کالا را جهت استفاده شخصی خود خریداری می‌کند، هر دو بایستی از حمایت عمومی قانون حمایت بهره‌مند باشند؟ یا صرفاً مصرف‌کننده‌ای که فاقد قدرت و در موضع ضعف قرار دارد بایستی مورد حمایت قرار گیرد. شاید عده‌ای معتقد باشند چون قانون‌گذار در صدد حمایت از مصرف‌کنندگان است و مصرف‌کننده غیرحرفه‌ای به دلیل نداشتن تخصص، اطلاعات و مهارت لازم در معرض آسیب قرار دارد، لذا این حمایت صرفاً شامل این دسته از مصرف‌کنندگان است، ولی اطلاق تعریف ارائه‌شده از سوی قانون‌گذار و عنوان انتخابی مجلس شورای اسلامی برای قانون یادشده با عبارت «قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان» مانع چنین تفسیر و برداشتی می‌شود، و به نظر می‌رسد در قانون کشور ما هم مصرف‌کنندگان حرفه‌ای و هم غیرحرفه‌ای در کف حمایت قانون قرار گرفته‌اند. تعریف حقوق ترکیه با قید فعالیت غیرحرفه‌ای و غیرتجاری محدود شده است و به عبارت دیگر مصرف‌کننده شخص حقیقی و یا حقوقی است که با هدف غیرتجاری و غیرحرفه‌ای فعالیت نماید، لذا حقوق ترکیه از اطلاق حقوق ایران برخوردار نیست و البته در حقوق اغلب کشورها به‌ویژه کشورهای اروپایی به نوعی این قید را مقرر و از توسعه مفهوم مصرف‌کننده جلوگیری کرده‌اند.

با توجه به مطالبی که بیان شد، باید افرادی که با مصرف‌کننده معامله می‌کنند به‌عنوان مصرف‌کننده دوم در نظر گرفته شوند؛ مادامی که آنها برای مقاصد غیرتجاری و غیرحرفه‌ای اقدام و عمل می‌کنند.

از نظر قانون حمایت ترکیه مصرف‌کننده‌ای که با فروشنده یا عرضه‌کننده محصول معامله می‌کند، اگر متعاقب آن با شخص ثالث معامله کند، مادامی که این شخص نیز با اهداف غیرتجاری و غیرحرفه‌ای عمل می‌کند وی نیز مصرف‌کننده شناخته خواهد شد، زیرا در تعریف مصرف‌کننده باید مفهومی مستقل از مفهوم رابطه فروشنده و عملیات مصرف‌کننده (معامله) مد نظر باشد. به دیگر سخن، برای اینکه شما مصرف‌کننده شناخته شوید لازم نیست با فروشنده‌ای معامله کرده یا مصرف‌کننده‌ای که عملیات خرید و فروش انجام می‌دهد، باشید تا در حقیقت، طرف مقابل فروشنده قرار بگیرید.

همان‌طور که در ادامه بحث خواهیم کرد، معامله واقعی مصرف‌کننده‌ای است که با حضور فروشنده و مصرف‌کننده محقق می‌شود و با این وصف، صفت مصرف‌کننده وابسته به وجود معامله مصرف نیست؛ یعنی مصرف‌کننده به‌عنوان «طرف معامله مصرف» تعریف می‌شود و این درحالی است که معامله مصرف «معامله‌ای است که دو طرف آن فروشنده و مصرف‌کننده» خواهند بود. بنابراین طرفی که با مصرف‌کننده معامله می‌کند، اگر دارای مقاصد غیرتجاری و غیرحرفه‌ای باشد در صورتی که به این نحو عمل کند، از دیدگاه مفهومی یک مصرف‌کننده به‌شمار می‌آید.

بنابراین مانند مصرف‌کننده اول می‌توان از ضرورت حمایت از مصرف‌کننده دوم سخن به‌میان آورد.

۲.۲. مفهوم معاملات (قرارداد) فروشنده و مصرف‌کننده

با توجه به بند I ماده ۳ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ترکیه، فروشنده عبارت است از: «اشخاص حقیقی، حقوقی و نهادهای عمومی که با اهداف حرفه‌ای یا تجاری مستقیماً یا وکالتاً (نیابتاً) محصول را به مصرف‌کننده ارائه می‌کنند» و بند ۲-۱ ماده یک قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ایران عرضه‌کنندگان کالا و خدمات را این‌گونه تعریف کرده است: به کلیه تولیدکنندگان، واردکنندگان، توزیع‌کنندگان، فروشندگان کالا و ارائه‌کنندگان خدمات اعم از فنی و حرفه‌ای و همچنین کلیه دستگاه‌ها، مؤسسات و

۱. برای سهولت امر، در قسمت‌های زیر به جای فروشنده یا تأمین‌کننده فقط از واژه فروشنده استفاده شده است.

شرکت‌هایی که شمول قانون بر آن‌ها مستلزم ذکر یا تصریح نام است و به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم و به صورت کلی یا جزئی کالا یا خدمت به مصرف‌کننده ارائه می‌نمایند اطلاق می‌شود. برخلاف قانون حمایت ترکیه که در بند C ماده یک، فرایند مصرف و به‌عبارتی قرارداد مصرف‌کننده را تعریف نموده، قانون حمایت ایران هیچ تعریفی در این خصوص ارائه نکرده است، ولی از تعریف ارائه‌شده در بند ۲-۱ ماده یک می‌توان استنباط کرد که یکی از طرفین فرایند مصرف در حقوق ایران باید مصرف‌کننده باشد.^۱ فعلاً این برداشت و با در نظر گرفتن تعریف مصرف‌کننده در بند ۱-۱ همان ماده برای جریان بحث در حقوق ایران کفایت می‌کند.

ویژگی شاخص فروشنده این است که کالا را به مصرف‌کنندگان با مقاصد تجاری یا حرفه‌ای ارائه می‌دهد. نمی‌توان گفت مصرف‌کننده‌ای که چیزی از فروشنده خریداری می‌کند یا آن را به دیگری می‌فروشد و یا هبه می‌کند مقاصد تجاری یا حرفه‌ای دارد.

در هر صورت، ارائه محصولات در اینجا برای اهداف تجاری یا حرفه‌ای نتیجه فعالیت تجاری یا حرفه‌ای است که به‌عنوان یک کسب و کار انجام می‌شود. احتمالاً اگر مصرف‌کننده‌ای محصولی را برای فروش خریداری کند و سپس به فعالیت تجاری و حرفه‌ای پرداخته، جنس خریداری‌شده را به مصرف‌کننده دیگری بفروشد، می‌تواند یک فروشنده به معنای قانون حمایت ترکیه باشد.^۲

خارج از این احتمال، مصرف‌کننده‌ای که کالای خریداری‌شده را به مصرف‌کننده دیگر می‌فروشد، اگر بر اساس قانون تعهدات، صفت مصرف‌کننده بر او صادق باشد، بر پایه قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ترکیه به‌عنوان مصرف‌کننده شناخته نخواهد شد.

در خصوص فرایند مصرف (معاملات و عملیات مصرف) و بر اساس بند L ماده ۳ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده، فرایند مصرف عبارت است از: «هرگونه روند حقوقی و قرارداد رسمی کاری از جمله حمل و نقل، سمساری، بیمه، بانکداری و وکالت مابین

۱. سمیه، عبدالهی ویشکایی، «بررسی انتقادی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان»، مجله راه وکالت، ش ۲۲ (۱۳۹۸)، ص ۴.
2. Guuu Ş Şerh, *op.cit.*, p. 15.

مصرف‌کننده و اشخاص حقیقی و حقوقی و نهادهای عمومی، یا وکیل رسمی آنها در مورد کالا و خدمات عرضه‌شده که با اهداف حرفه‌ای یا تجاری مستقیماً یا کالتاً منعقد می‌گردد». در اصل، فرایند مصرف، معامله میان فروشنده/ عرضه‌کننده (تأمین‌کننده خدمات) و مصرف‌کننده است.

با توجه به اینکه طرفین معاملات مصرف به‌وضوح در قانون تعریف شده‌اند، لذا معامله میان اولین مصرف‌کننده و مصرف‌کننده بعدی نمی‌تواند به‌عنوان یک معامله مصرف در نظر گرفته شود، زیرا از آنجا که پیش‌تر توضیح داده شد، مصرف‌کننده‌ای که محصول خریداری شده را به مصرف‌کننده دیگری می‌فروشد، از دیدگاه قانون فروشنده نیست؛ بنابراین در معامله دوم، هرچند مصرف‌کننده دوم (بعدی) به‌عنوان مصرف‌کننده شناخته می‌شود، ولی عرضه‌کننده کالا بر اساس قانون، مصرف‌کننده شمرده نمی‌شود.

۳.۲. راهکار برای اطمینان از حمایت از مصرف‌کننده بعدی در قانون حمایت

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، بر اساس مفاهیم و اصطلاحات موجود در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده، مصرف‌کننده بعدی (ثانویه) هرچقدر هم که مصرف‌کننده شناخته شود، مصرف‌کننده‌ای که با او معامله می‌کند فروشنده شناخته نمی‌شود؛ با این بیان، معامله فی‌مابین مصرف‌کننده اول و مصرف‌کننده بعدی (ثانویه)، فرایند مصرف یا عملیات مصرف، و معامله مصرف‌کننده نخواهد بود.

قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده «تمام انواع معاملات مصرف‌کننده و عملیات مرتبط با آن» را مورد حمایت قرار می‌دهد.

قرار گرفتن عملیات مرتبط با مصرف، اقدامات و عملیاتی که قبل از معامله و یا مراحل بعد از آن انجام می‌گیرد، تحت حمایت قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، گسترش دایره و چارچوب قانون حمایت است؛^۱ حتی اگر این عملیات پس از معامله صورت گیرد، لازم است از سوی فروشنده به خریدار ارائه شود، مانند توضیحات نحوه مصرف، و ارائه دفترچه راهنمای مصرف و غیره که ضروری است در پرتو حمایت قانون شناخته شوند.

۱. برای اطلاع بیشتر، ر.ک. ماده ۲ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ترکیه.

ارائه اطلاعات مصرف به مصرف‌کننده- به‌نحوی که بیان شد- ارتباطی با بحث ما ندارد. با توجه به تعریف مصرف‌کننده، معامله بین مصرف‌کننده اول و مصرف‌کننده بعدی نمی‌تواند به‌عنوان یک معامله مصرف محسوب شود و در نتیجه، خارج از محدوده قانون مورد حمایت قرار می‌گیرد. معنای لفظی قانون، ما را به این نتیجه سوق می‌دهد که با این وضعیت، حمایت از حقوق مصرف‌کننده بعدی تحت قلمرو قانون حمایت، از این دو طریق امکان‌پذیر است: ۱- تفسیر موسع مفاد این قانون، ۲- ایجاد قاعده‌ای روشن در قانون مرتبط با آن.

در ادامه در خصوص این دو روش بحث خواهد شد.

۱.۳.۲. قبول اثر بعدی معاملات مصرف‌کننده

بر اساس قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و دایره شمول آن، قراردادهای و معاملاتی که نمی‌توانند به‌عنوان معاملات مصرف‌کننده توصیف شوند در محدوده قانون یادشده وارد نمی‌شوند.

همان‌طور که قبلاً توضیح داده شد، معامله بین اولین مصرف‌کننده و مصرف‌کننده بعدی، ماهیتاً معامله مصرف نیست؛ با این حال، هنگامی که یک گام به عقب برمی‌گردیم با معامله مصرف‌کننده‌ای مواجه هستیم که یکی از طرفین آن مصرف‌کننده اول است (و طرف مقابل آن نیز فروشنده یا عرضه‌کننده است). در اینجا، معامله میان اولین مصرف‌کننده و مصرف‌کننده بعدی که در پس‌زمینه انجام می‌شود، در سایه معامله‌ای که پیش‌تر به‌صورت واقعی انجام شده است، داخل در قانون حمایت تلقی می‌شود.

بنابراین، اگر بیش از یک رابطه حقوقی در ادامه به‌صورت متوالی اتفاق بیفتد و در نهایت، آخرین رابطه به معامله مصرف برسد، از حمایت قانون حمایت برخوردار است.

اگر این دیدگاه پذیرفته شود، معامله مصرف ایجاد شده و در حال اجرا و استمرار است؛ بنابراین حمایت از مصرف‌کننده بعدی نیز ضرورت پیدا خواهد کرد. این اثر همچنین باعث می‌شود مصرف‌کنندگان بعدی نیز در قلمرو حمایت قانون قرار گیرند. وضعیت‌هایی که با معامله مصرف مرتبط نیست، مانند تکلیف به تسلیم کالا از سوی اولین مصرف‌کننده به صورت بسته‌بندی مناسب و عدم تسلیم به شکل یادشده و موارد و تأثیراتی مانند آن،

موضوع بحث نخواهد بود. شایان ذکر است که در این مطالعه، با بیان مصرف‌کننده اول و اعتبار و قصد نمودن طرف مقابل معامله‌کننده، در پس‌زمینه با مجموعه معاملاتی حقوقی مواجه خواهیم بود که به نظر نمی‌رسد معامله مصرف باشد. لذا از مصرف‌کننده بعدی که با مصرف‌کننده اول معامله می‌کند، نمی‌توان بحث کرد.

برای مثال، چنانچه شخصی گردنبندی را که به‌عنوان سرگرمی با دست خود درست کرده است به شخص دیگری بفروشد (شخصی که برای مقاصد تجاری یا حرفه‌ای کار نمی‌کند)، قبل از این فروش هیچ اقدام و یا عملیات مصرفی دیگر وجود ندارد.

بنابراین در این مطالعه وقتی از مصرف‌کننده بعدی سخن به میان می‌آید، در برخی معاملات وقتی به عقب برمی‌گردیم، مطمئناً با یک عملیات مصرف مواجه خواهیم بود. برای مثال، اگر مصرف‌کننده بعدی محصولات را از یک مصرف‌کننده دیگر و وی نیز از یک مصرف‌کننده دیگر خریداری کرده باشد، بر مبنای این رابطه متوالی (اولین معامله)، معامله‌ای که مصرف‌کننده با فروشنده انجام داده است در نظر قانون با عملیات مصرف هماهنگ و معادل خواهد بود. به‌طور خلاصه، اگر چنین تأثیر بعدی از معامله مصرف در نظر گرفته شود، باید مصرف‌کننده بعدی همان‌قدر که مصرف‌کننده اول حمایت می‌شود مورد حمایت قرار گیرد؛ به‌طوری که فرایند عملیات مصرف تا زمانی که این فرایند رخ می‌دهد بتواند به عقب برگشته، بر اساس این واقعیت، اثر عملیات مصرف اول که به معاملات بعدی سرایت می‌کند، برای اینکه معاملات یادشده را نیز در حمایت قانون حمایت قرار دهد، کافی خواهد بود.

۲.۳.۲. حرکت قانون به سوی مقررات و ترتیبات جدید

در صورتی که حمایت از مصرف‌کنندگان بعدی که با مصرف‌کننده اولی معامله می‌کنند مورد قبول باشد، اگر اثر پیش‌گفته در معاملات مصرف‌کننده مورد پذیرش واقع نشود، اکنون یک راه‌حل برای ایجاد تدابیر حمایتی برای حمایت از مصرف‌کنندگان بعدی در قانون حمایت وجود دارد. برای این منظور ممکن است این موضوع در بخش تعاریف اضافه شود و یا حمایت از مصرف‌کنندگان بعدی در اصول اساسی قانون گنجانده شود.

۴.۲. برخی ملاحظات در مورد حمایت از مصرف‌کننده بعدی

اگر پذیرفته شود که مصرف‌کنندگان بعدی از سوی قانون و مقررات مرتبط حمایت شوند، میزان و قلمرو حمایت می‌تواند به شرح زیر تعیین گردد:
الف) مصرف‌کننده‌ای که با مصرف‌کننده اول معامله می‌کند برای اینکه تحت حمایت قانون حمایت قرار گیرد، بدون شک باید مصرف‌کننده باشد.

بنابراین اگر مصرف‌کننده‌ای که کالا را برای مصرف تجاری یا حرفه‌ای خود استفاده می‌کند آن را به شخص دیگری منتقل نماید (بفروشد یا هبه کند)، این شخص به‌عنوان یک مصرف‌کننده مورد حمایت واقع نخواهد شد، زیرا نمی‌تواند یک مصرف‌کننده تلقی شود.

ب) به زبان ساده‌تر منظور از «مصرف‌کننده بعدی»، تنها اولین مصرف‌کننده که با مصرف‌کننده اول معامله می‌کند، نیست و کسانی که با مصرف‌کننده دوم بعداً به‌صورت متوالی معامله می‌کنند نیز شامل عنوان مصرف‌کننده بعدی هستند. برای مثال، اگر فروشنده‌ای کالاها را از شخص «الف» خریداری کرده، آن را به مصرف‌کننده اول بفروشد و او نیز کالا را به مصرف‌کننده دوم انتقال دهد و مصرف‌کننده دوم با وصف مصرف‌کننده بودن کالا را به مصرف‌کننده سوم هبه نماید، مصرف‌کننده سوم نیز به‌عنوان مصرف‌کننده بعدی قابل پذیرش است.

ج) بعد از معامله اولین مصرف‌کننده اگر معاملات دیگر مصرف‌کننده در میان باشد، این معاملات بعدی علاقه و ارتباطی با معامله اولیه نخواهد داشت. بنابراین اگر فروشنده کالا را از شخص «الف ۱» خریداری کند و مصرف‌کننده اول آن را به فروشنده «الف ۲» بفروشد و او نیز آن را به مصرف‌کننده دوم، و وی نیز کالا را به مصرف‌کننده سوم هبه نماید، مصرف‌کننده سوم از قانون حمایت بهره‌مند خواهد شد و علت آن معامله بین فروشنده «الف ۲» با مصرف‌کننده دوم خواهد بود. بنابراین مسئولیت آتی فروشنده دوم برای مثال، در تعیین محدودیت زمانی بر اساس بند ۲ ماده ۱۲ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده ترکیه اعمال خواهد شد. بدون شک مسئولیت مشترک تولیدکننده و واردکننده با این فروشنده بر مبنای بند ۲ ماده ۱۱ ادامه خواهد یافت.

د) فروشنده در مقابل مصرف‌کننده بعدی نباید در موقعیت شدیدتر (سخت‌تر) از

مصرف‌کننده اول قرار گیرد؛ بنابراین اگر او کالای مصرفی خریداری شده به مبلغ ۷۰۰ لیر را به مبلغ ۸۰۰ لیر به مصرف‌کننده بعدی فروخته باشد، اگر به دلیل عیب از فروشنده اولی اعمال تخفیف شود باید بر مبنای ۷۰۰ لیر انجام گیرد.^۱

ه) در معاملاتی که شخصیت طرف مقابل علت عمده در قرارداد مصرف است، با توجه به اهمیت شخص می‌بایست از حمایت مصرف‌کنندگان بعدی صرف‌نظر نمود؛ برای مثال، فروشنده یا ارائه‌دهنده (عرضه‌کننده) قبل از استفاده از کالا و یا خدمات طبق ماهیت آن کالا باید از سوی فروشنده به مصرف‌کننده آموزش یا دوره آموزشی ارائه شود. به همین ترتیب، ممکن است کالاها یا خدمات برای استفاده افراد، دارای ماهیت آموزش تخصصی خاصی باشند که این ویژگی ممکن است زمانی مشخص شود که محصول در اختیار مصرف‌کننده قرار گیرد. در هر دو حالت می‌توان از حمایت مصرف‌کننده بعدی به‌طور کلی یا جزئی صرف‌نظر نمود.

و) در مورد تعهدات و بدهی‌هایی که با اولین مصرف‌کننده پایان می‌یابد، یعنی صرفاً برعهده مصرف‌کننده اول است، دیگر نمی‌توان در خصوص آنها از وجود یک حق برای مصرف‌کننده بعدی سخن گفت.

برای مثال، بر اساس بند ۳ ماده ۱۰ قانون حمایت از مصرف‌کنندگان ترکیه، کالاهای معیوب که در معرض فروش قرار می‌گیرند باید برچسبی بر روی محصول یا بسته‌بندی آن که شامل توضیحاتی درباره نحوه قرار دادن کالاها و استفاده از آن است، نصب یا درج شود تا مصرف‌کننده به راحتی آن را بخواند.^۲

این چنین کالای (معیوب) خریداری شده از سوی مصرف‌کننده اول، اگر بعد از برداشتن اتیکت به مصرف‌کننده بعدی فروخته شود، بدون شک در خصوص آن دیگر نمی‌توان فروشنده را در برابر مصرف‌کننده بعدی مسئول دانست.

۱. اگر فروشنده کالا را به قیمت ۱۰۰۰ لیر فروخته باشد، و مصرف‌کننده بعدی آن را به ۸۰۰ لیر خریداری کرده باشد، در این صورت تخفیف باید بیش از ۸۰۰ لیر مد نظر باشد.

۲. سلیمی، پیشین، ص ۱۲.

به همین ترتیب، اگر اولین مصرف‌کننده یک راهنما برای معرفی کالا و نحوه استفاده از آن از فروشنده دریافت کرده باشد (ماده ۵۵ قانون حمایت ترکیه)، چنانچه مصرف‌کننده بعدی این دفترچه راهنما را از مصرف‌کننده اول دریافت نکرده باشد، حق مطالبه آن را از فروشنده اصلی ندارد.

وضعیت متفاوت خواهد بود، اگر به دلیل برچسب راهنمایی که اطلاعات غلط یا گمراه‌کننده داشته است به مصرف‌کننده بعدی خسارتی وارد شود. باز هم از آنجا که اولین مصرف‌کننده دفترچه راهنما یا اتیکت اطلاعات دریافت نکرده و به همین نحو به مصرف‌کننده بعدی منتقل کند و از فقدان دفترچه راهنمای مصرف‌کننده خسارتی وارد شود، این خسارت قابل جبران است.

ز) اگر کیفیت کار جهت حمایت از مصرف‌کننده بعدی موضوعیت نداشته باشد، دیگر نیازی به تعیین حقوق خاص از سوی قانون برای اولین مصرف‌کننده نیست. بنابراین در مواردی که هدف حکم، حمایت از مصرف‌کننده بعدی نبوده و او در نظر گرفته نشده است، حقوق حاصل از آن حکم نیز برای وی قابل استفاده نخواهد بود.

برای مثال، در این مورد می‌توان قراردادهای منعقد در خارج از محل کار (ماده ۴۷ قانون حمایت ترکیه) و همچنین قراردادهای از راه دور را عنوان کرد.

قراردادهای از راه دور قراردادهایی هستند که بدون حضور فیزیکی هم‌زمان فروشنده یا ارائه‌دهنده (عرضه‌کننده) و مصرف‌کننده در چارچوب یک سیستم بازاریابی و فروش کالا و خدمات از راه دور، قبل و هنگام عقد قرارداد، از طریق سیستم ارتباط از راه دور منعقد می‌شوند (ماده ۴۸ قانون حمایت ترکیه).

در این قرارداد، مصرف‌کننده ظرف ۱۴ روز بدون نیاز به ادله منطقی و بدون پیش‌شرط هرگونه جریمه می‌تواند از قرارداد انصراف دهد (ماده ۴-۴۸ قانون حمایت ترکیه).

هنگامی که مصرف‌کننده کالا را به این نحو به دست می‌آورد و بعداً با حضور فیزیکی هم‌زمان طرفین کالا را به مصرف‌کننده دیگر می‌فروشد، در این وضعیت نه انعقاد قرارداد با وسایل ارتباط از راه دور مطرح است و نه مصرف‌کننده بدون معاینه و رؤیت کالا خریداری

کرده است. بنابراین در مقابل این موارد خاص، حمایتی که از سوی احکام قانونی ارائه شده است، به نفع مصرف‌کننده بعدی قابل استفاده نیست.

بنابراین اگر مصرف‌کننده اول کالایی را که به واسطه قرارداد از راه دور خریداری کرده است بعد از ۹ روز به مصرف‌کننده بعدی بفروشد، مصرف‌کننده بعدی حقی مبنی بر انصراف از عقد در مقابل فروشنده اولیه ندارد.

۵.۲. حمایت از مصرف‌کننده در آرای قضایی

جستجو در نمونه آرای قضایی که مشخصاً در راستای حمایت از حقوق مصرف‌کننده و با اعمال قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ایران صادر شده باشد بی‌ثمر بود و شاید به جرئت بتوان ادعا کرد حکم قضایی در این باب صادر نشده است، مگر احکامی از سوی دیوان عدالت اداری که مبتنی بر عدم صلاحیت تعزیرات حکومتی در رسیدگی به موضوع اختلاف طرفین به دلیل وجود قرارداد مکتوب است که این آرای محدود نیز صرف نظر از ایرادات اساسی وارد بر آن ارتباطی به موضوع بحث ما ندارد و آرای سازمان تعزیرات حکومتی در این خصوص آن‌چنان قابل طرح و بحث نیست. لذا به‌ناچار به ذکر احکام سیستم قضایی ترکیه قناعت می‌شود.

در دوره نوزده‌ساله حاکمیت قانون حمایت از مصرف‌کننده شماره ۴۰۷۷ برخی اختلاف نظرها در مورد مصرف‌کننده بعدی در تصمیمات قضایی منعکس شده است. این تصمیمات به‌طور طبیعی بینش مناسبی نسبت به رویکرد قضایی در خصوص حمایت از مصرف‌کننده بعدی ارائه می‌دهند.

برابر رأی هیئت عمومی دیوان کیفری در سال ۲۰۰۵^۱، مصرف‌کننده‌ای خودروی صفر کیلومتر خریداری شده خود را به مصرف‌کننده بعدی (شاکی پرونده) فروخته است، پس از ظهور عیب در خودروی شاکی (مصرف‌کننده بعدی)، وی به دلیل وجود عیب پنهان در خودروی جدید، تعویض خودروی معیوب را مطالبه می‌نماید، و دادگاه محلی به دلیل مرور

1. 05.10.2005 T.,E.2005/4-487,K.2005/553 (Hukuk Türk Mevzuat İçihat Bilgi Bankası: Kazancı İçihat Programı).

زمان این درخواست را رد می‌کند.^۱

شعبه چهارم حقوقی دیوان عالی کشور به دلیل عدم احراز ضرر و زیان رأی اصراری صادره را نقض نمود. این دعوی علیه شرکت فروشنده، واردکننده و تولیدکننده اقامه شده بود.

مدعی‌علیه (متهمان) در این دعوی علاوه بر طرح ادعاهای دیگر مدعی شدند که خودرو از ناحیه فروشنده مجاز خریداری نشده است؛ به عبارت دیگر، خودرو از طرف نمایندگی به شخصی غیر از مدعی پرونده فروخته شده و شاکی نقش مستقیمی در خرید نداشته و مشارالیه خودرو را از شخص ثالث خریداری کرده است و این دعوی را نمی‌توان به شرکت و فروشنده آن منتسب نمود و هیچ ادعایی از ناحیه اولین خریدار مبنی بر وجود عیب پنهان مطرح نشده، لذا تقاضای رد شکایت را نموده و اعلام کرده‌اند که شاکی و مدعی پرونده باید شخصی باشد که خودرو را از فروشنده اصلی خریداری کرده است (مصرف‌کننده اول). دادگاه محلی تصریح کرد چون مدعی نقشی در معامله مصرف‌کننده اول نداشته، لذا شرکت فروشنده طرف دعوای او نخواهد بود. به گفته دادگاه اگر مالی از نمایندگی مجاز خریداری شده و به شخص ثالثی منتقل نشده باشد، در این وضعیت ادعا علیه نمایندگی فروش صحیح است. ولی اگر کالا به شخص ثالثی منتقل شده باشد، مخاطب دعوی خریدار اول (مصرف‌کننده اول) یا تولیدکننده مال یا واردکننده آن خواهد بود. هیئت عمومی دیوان عالی کشور با توجه به اینکه موضوع دعوی (خودرو) از جمله محصولات صنعتی است که تولیدکننده مکلف به گارانتی و ضمانت آن است و در این مورد مشخص، محصول گارانتی ۳۰ ساله دارد، و دادگاه محلی نیز با ذکر این اصل که «گارانتی محصول را تعقیب می‌کند نه شخص را»، بر این اساس، اگر خودرو در زمان گارانتی به غیر انتقال پیدا کند، نه در رأی شعبه چهارم حقوقی دیوان و نه در رأی هیئت عمومی دیوان به صراحت مفهومی مبنی بر اینکه نظر دادگاه محلی دال بر مسئولیت شرکت فروشنده رد شده باشد، وجود ندارد.

در یکی دیگر از آرای دیوان عالی کشور در سال ۲۰۰۵، مصرف‌کننده‌ای است که

1. (08.03.2004 T., E. 2003/6837, K. 2004/2852 (bak. Ören. m, 24:bak.,2009; 24) dn. 24.

2. (22.06.2005 T., E. 2005/4-309, K. 2005/391 (HukukTürk Mevzuat İçtihat Bilgi) Bankası; Kazancı İçtihat Programı).

خودروی صفرکیلومتری را از یک شرکت واردکننده و عرضه‌کننده خودرو خریداری کرده و آن شرکت همان کالا را به شخص دیگر و مصرف‌کننده دیگری فروخته و وی به همین دلیل تقاضای تعویض خودرو با یک خودرو دیگر را نموده است، دادگاه به دلیل وجود عیب پنهان و احراز آن، دعوی را قبول می‌کند.^۱

دیوان عالی کشور پس از استفاده از حق تعمیر، بر اساس قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده شماره ۴۰۷۷ و حصول شرایط معین در بندهای مرتبط با گارانتی بیان کرد که شخص می‌تواند از حقوق مشخصه حاصل از عیب کالا مندرج در ماده ۴ همان قانون نیز استفاده نماید، لذا نظریه دادگاه محلی را خلاف قانون ندانست.^۲

شعبه چهارم حقوقی دیوان عالی در رأی صادره به تاریخ ۲۰۰۸ مقرر نمود: اگر اتومبیلی از شخصی که آن را از فروشنده خریداری کرده، خریداری شود، و خریدار سوم به دلیل وجود عیب از دادگاه مصرف‌کننده تقاضای تحویل بدل مال را نموده است، دادگاه به دلایل زیر نباید به موضوع رسیدگی کند:^۳

بر اساس برگ گارانتی خودروی موضوع دعوی، برای ایرادات ناشی از تولید، دوره تضمین یک‌ساله در نظر گرفته شده است و برابر قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان شماره ۴۰۷۷ و همچنین خارج از زمان گارانتی، امکان اقامه دعوی در دادگاه‌های حمایت از حقوق مصرف‌کننده برای خریدار دست دوم ممکن نیست.^۴

تصمیم دیوان عالی کشور طی یک رأی در سال ۲۰۰۹ مؤید دیدگاه قضایی است که در تمامی آرا به‌نحوی منعکس شده است:^۵

«.....در دعوی حاضرکه از طرفین دعوی.....تولید شده است و توسط یک عامل یا فروشنده غیرمجاز خارج از پرونده و دعوی مطروحه به شخص دیگر خارج از پرونده فروخته شده و در نهایت با انتقال به مالکیت طرف پرونده درآمده باشد».

1. 15.09.2003- T.,E.2007/14396,K.2008/10898 (Hukuk Türk Mevzuat İçihat Bilgi Bankası).

2. 15.09.2003 T., .. 2003/9405, K. 2003/10034,HukukTürk Mevzuat İçihat Bilgi Bankası ..

3. (23.09.2008 T., E. 2007/14396, K. 2008/10898) - (HukukTürk Mevzuat İçihat Bilgi Bankası).

4. 15.09.2003T.,E.2007/14396,K.2008/10898 (Hukuk Türk Mevzuat İçihat Bilgi Bankası).

5. 25.11.2009 T., E. 2009/13-542, K. 2009/551-(HukukTürk Mevzuat İçihat Bilgi Bankası).

با توجه به عیوب ثبت شده در اتومبیل هنگام حمل و نقل، تولیدکننده برابر قانون ۴۰۷۷ حمایت از حقوق مصرف کنندگان مسئول شناخته خواهد شد.

... اگر عیب حادث شده جزء عیوب پنهان باشد^۱، انقضای دوره گارانتی مسئولیت را از بین نخواهد برد، در این چنین مواردی خریدار (مالک) حق هرگونه ادعا بر اساس حقوق حاصل از قانون شماره ۴۰۷۷ حمایت مصرف کنندگان را داراست.

... دادگاه محلی در ابتدا در راستای کشف ادعای مطروحه این امر را که عیب موردنظر در زمان گارانتی حادث شده یا نه، تحقیق خواهد کرد.

تشخیص: اگر وقوع عیوب یادشده در دوره گارانتی تعیین و تثبیت شود، صلاحیت رسیدگی به دعوی از سوی دادگاه بررسی می گردد و چنانچه عیوب حادث شده خارج از زمان گارانتی باشد، دادگاه این موضوع را که عیب از عیوب پنهان است یا نه، با ارجاع امر به کارشناس خبره و یا تولیدکننده دیگر معین خواهد کرد. اگر جزء عیوب پنهان باشد، صلاحیت رسیدگی موجود بوده، رسیدگی ادامه خواهد یافت. ولی اگر خلاف آن باشد، یعنی از عیوب پنهان نباشد، دادگاه عدم صلاحیت خود را صادر خواهد کرد... و تصمیم به ادامه رسیدگی برخلاف اصول حقوقی و قانونی خواهد بود.

به طور دقیق باید گفت رویه قضایی، حمایت از مصرف کننده بعدی به ویژه عیوب حادث شده در طول دوره گارانتی را همچنان قبول دارد و در خصوص عیوب پنهان حادث در خارج از دوره گارانتی، همان دیدگاه قابل اعمال است.^۲ از سوی دیگر، اگرچه به اندازه فوق روشن نباشد، ولی در فروش های ایادی بعدی، با رفع مسئولیت فروشنده، استقرار مسئولیت تولیدکننده و در صورت وجود، واردکننده، از رویه قضایی قابل استنباط است. افزون بر این - اگر به اول بحث برگردیم - لزوماً برای تحقق و انتساب عنوان مصرف کننده، نیازی به وجود معامله عملیات مصرف نیست، و بدون در نظر گرفتن طرف مقابل معامله باید تأکید کرد که افرادی که برای مقاصد تجاری یا حرفه ای کالا یا خدماتی به دست می آورند، در نهایت مصرف کننده محسوب خواهند شد.^۳

1. Baykan, op.cit, p. 507.

2. Yargitay.HGK, op.cit.

3. Ibid.

نتیجه

صرف نظر از اینکه ممکن است اقدامات مختلفی از سوی مصرف‌کننده در حقوق ایران، چه از منظر قانون مدنی و چه قانون مسئولیت مدنی برای حفظ منافع خود قابل انجام باشد، ولی نتیجه آن به غیر از تضمین مندرج در قانون مدنی و یا مسئولیت مدنی چیز دیگری نخواهد بود و مزیت‌های قانونی حمایت از مصرف‌کننده از دست خواهد رفت.

اشخاصی که با مصرف‌کننده معامله می‌کنند اگر با اهداف غیرتجاری و غیرحرفه‌ای اقدام و حرکت نمایند، مصرف‌کننده هستند و در بیشتر موارد آنان نیز همانند مصرف‌کنندگان اول نیاز به حمایت دارند، بنابراین قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده و مقررات مرتبط بایستی از مصرف‌کنندگان بعدی حمایت نماید.

از آنجا که قانون حمایت از مصرف‌کنندگان شامل معاملات مصرف‌کننده است، در شمول قانون به معامله میان فروشنده اول و مصرف‌کننده بعدی مشکل وجود دارد. مشکل این است که معامله مصرف‌کننده به خرید مصرف‌کننده اول است. ممکن است با تأیید اثر معاملات بعدی و یا با اضافه کردن یک متن صریح مبنی بر حمایت از مصرف‌کننده بعدی قابل رفع باشد. این‌طور نیست که از مصرف‌کننده بعدی در عمل حمایت نمی‌شود، ولی با این حال، ایجاد ساختار نظام‌مند و زیرساخت نظری و تئوری لازم است. برای این منظور در حمایت از مصرف‌کننده بعدی چند اصل ارائه شده است؛ نخست، به علت ماهیت معامله، اگر تهدیدی که مصرف‌کننده اول با آن مواجه است مصرف‌کننده بعدی روبه‌رو نباشد، در این صورت دیگر بحث حمایت از مصرف‌کننده بعدی بر اساس قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان نیز وجود نخواهد داشت و این شامل قراردادهای منعقد شده خارج از محل کار و فروش از راه دور نخواهد بود. به همین ترتیب، در برخی موارد فروشنده، تولیدکننده و واردکننده‌ای که مسئولیت خود را در قبال مصرف‌کننده اول انجام می‌دهد، دیگر مسئولیتی در قبال مصرف‌کننده بعدی نخواهد داشت؛ عدم ارائه دفترچه راهنما و اطلاعات مصرف‌کننده از این قبیل موارد است. دوم، همچنین در قرارداد مصرفی که شخصیت طرف معامله علت عمده عقد است، اعتقاد به حمایت از مصرف‌کنندگان بعدی به همان میزان که از مصرف‌کننده اصلی مورد انتظار است، صحیح نخواهد بود. همچنین در رویارویی با مصرف‌کننده بعدی نباید فروشنده در موقعیت شدیدتر از موقعیت مصرف‌کننده اول قرار گیرد.

منابع و مأخذ

الف) فارسی

– کتاب‌ها و مقاله‌ها

۱. ابراهیمی سالاری، تقی؛ مقدسی، محدثه؛ عاشورزاده، اعظم، «حقوق مصرف‌کننده از دیدگاه اسلام و عملکرد آن در اقتصاد ایران»، *فصلنامه علمی-ترویجی اقتصاد و بانکداری اسلامی*، ش ۱۰ (۱۳۹۴).
۲. اسدی فرد، مهدی، «مطالعه تطبیقی قابلیت استناد قراردادهای در حقوق ایران با نگاهی بر حقوق انگلیس»، *مجله کانون*، ش ۱۳ (۱۳۹۱).
۳. بادینی، حسن و پناهی اصانلو، پانته آ، «نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶»، *فصلنامه پژوهش حقوق خصوصی*، ش ۱ (۱۳۹۱).
۴. بادینی، حسن، «نقدی بر مبنا و قلمروی مسئولیت مدنی عرضه‌کنندگان کالا و خدمات در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸»، *مجله تحقیقات حقوقی*، ش ۵۸ (۱۳۹۱).
۵. تقی‌زاده، ابراهیم، حقوق بنیادین مصرف‌کننده «مطالعه تطبیقی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ایران با مقررات اتحادیه اروپا و اصول راهنمای سازمان ملل متحد»، *دوفصلنامه دانشنامه حقوق اقتصادی (دانش و توسعه سابق)*، ش ۱ (۱۳۹۱).
۶. سلیمی، فضا و پارساپور، محمداقرا، «مبانی مسئولیت مدنی عرضه‌کننده در مقابل مصرف‌کننده؛ مطالعه تطبیقی در قانون حمایت از مصرف‌کنندگان و حقوق اتحادیه اروپایی»، *مجله پژوهش‌های حقوق تطبیقی*، ش ۴ (۱۳۹۱).
۷. سلیمی، فضا، «حمایت از حقوق مصرف‌کننده در ادبیات حقوقی ایران»، *وکیل مدافع*، ش ۵ (۱۳۹۱).
۸. شعاریان ستاری، ابراهیم، *انتقال قرارداد: نظریه عمومی- عقود معین*، (تهران: نشر مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های حقوقی شهر دانش، چ ۱، ۱۳۹۴).
۹. صادقی نشاط، امیر و حاج نجفی، حسنا، «هماهنگ‌سازی حقوق خصوصی در اتحادیه اروپا»، *مطالعات حقوقی*، ش ۴ (۱۳۹۸).
۱۰. عبدالهی ویشکایی، سمیه، «بررسی انتقادی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان»، *مجله راه وکالت*، ش ۲۲ (۱۳۹۸).

۱۱. کاتوزیان، ناصر، «محدودیت‌های آزادی قراردادی بر مبنای حمایت از مصرف‌کننده»، فصلنامه حقوق، *مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی*، دوره ۳۸ (۱۳۸۷).
۱۲. محسنی، حسن؛ غفاری فارسانی، بهنام؛ شوشی‌نسب، نفیسه، «دعای جمعی و نقش آنها در احقاق حقوق مصرف‌کنندگان»، *فصلنامه پژوهش حقوق خصوصی*، ش ۱ (۱۳۹۱).

– قوانین

۱۳. قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ایران مصوب ۱۳۸۸.
۱۴. قانون تعزیرات حکومتی مصوب ۱۳۶۷ مجمع تشخیص مصلحت نظام.

ب) ترکی استانبولی

15. Baykan, R.: *Tüketici Hukuku, Mevzuata ilişkin Yorum-Eleştiri-Öneri*, (aaaaaaİttİllİll İl2)))).
16. Yavuz,C./Acar,F./Özen,B.: *Türk Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, (aaaaaaİttİllİll İll)))).
17. GmmMMMM6502SayılıTüketicininKorunmasıHakkındaKanunŞerhi,Cilt: (İttİllİll İ44444).
18. Gmm A.: *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, (Ban İttİllİll İllİll 1.
19. Eren, F: *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, (Ankara, 2004).
20. Ozğğğğl Hss *Tüketici Haorumması Açısından Taksitle Satım Sözleşmesi*, (Ankara ,1999).
21. . evklilrr A/Ayğğğ :: *Tüketicinin Korunması Hukuku*, (3. sss kİAAkrr 0000000.
22. Zevkliler, A./Gökyayla, K. E.: *Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, (bbbbbİAAkrr,,)))).
23. yyyyyyyylıTktt iii ii KKK mmssıHkkıKKKKKKKK
24. KKKKKkkkt iii ii KKK mmssıHkkıKKKKKKKK
25. KKKKKkkkBr ll rr KK....