

نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶

حسن بادینی

استادیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.

پانته آ پناهی اصانلو

دانشجوی دکتری حقوق خصوصی و وکیل پایه یک دادگستری.

تاریخ پذیرش: ۹۱/۳/۲۲

تاریخ دریافت: ۸۹/۱۰/۲۲

چکیده

قانون حمایت از مصرف کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶/۳/۲۳ سعی کرده است تا نظام حمایتی خاصی را برای مصرف کنندگان خودرو برقرار کند. در این مقاله ابعاد مختلف این قانون از جمله مبانی و قلمرو مسئولیت مدنی عرضه کنندگان خودرو، مفهوم، ماهیت و مصادیق عیب خودرو، خسارات مادی و معنوی قابل جبران، اطلاعات و تبلیغات، فراخوان، دادرسی و برخی نکات دیگر مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می دهد که قانون مذکور در برآورده ساختن اهداف و انتظارات موجود توفیق کامل را نداشته است و حمایت های صورت گرفته از مصرف کننده خودرو در آن اندک و محدود به موارد خاص، از جمله حمایت در مدت ضمانت است و بسیاری از مسائل مهم دیگر مغفول مانده است.

واژگان کلیدی: عرضه کننده خودرو، مصرف کننده خودرو، تقصیر، مسئولیت محض، عیب خودرو، خسارت مادی و معنوی، اطلاعات و تبلیغات، فراخوان، دادرسی.

در بیشتر کشورها،^۱ بویژه در خصوص مسئولیت مدنی عرضه‌کنندگان خودرو،^۲ قانون خاصی وجود ندارد و این نوع مسئولیت تابع قوانین عام حقوق مصرف‌کنندگان است. اما در حقوق ایران قانونگذار در سال ۱۳۸۶ قانونی را با عنوان «قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو» تصویب کرده است. شاید این پرسش مطرح شود که چه نیازی به تصویب قانون ویژه در این حوزه وجود دارد؟ چرا باید در بین مصرف‌کنندگان انواع محصولات، مصرف‌کنندگان خودرو تابع وضعیت حقوقی خاص باشند؟ آیا نمی‌توان از طریق مقررات عام حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان (قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸، قانون نظام صنفی، قانون مدنی و سایر قوانین عام) از مصرف‌کننده خودرو نیز حمایت به عمل آورد؟

پاسخ به پرسش‌های فوق را باید در واقعیت‌های بازار خودرو در ایران و میزان خسارات و صدمات ناشی از این وسیله نقلیه جستجو کرد: از طرفی بازار خودرو در ایران جنبه رقابتی ندارد، بلکه در انحصار چند شرکت بزرگ دولتی و شبه دولتی است که می‌توانند تمام شرایط خود را به مصرف‌کنندگان خودرو تحمیل کنند. لذا چون در این زمینه بازار دچار کاستی است، دولت باید با هدف رفع این کاستی و حمایت از مصرف‌کنندگان مداخله نماید. از طرف دیگر، میزان حوادث رانندگی و خسارات بدنی و مالی ناشی از این حوادث در ایران سرسام‌آور و متحیر کننده است، به نحوی که حوادث رانندگی سالیانه به اندازه زلزله بم قربانی می‌گیرد و خسارت به بار می‌آورد (بادینی، ۱۳۸۴، ص. ۳). طبق گزارش سازمان بهداشت جهانی، ایران از این لحاظ رتبه اول را در دنیا دارد و تلفات حوادث رانندگی ۱۱ برابر استاندارد جهانی است.^۳ بخش زیادی از این خسارات ناشی از عیب خودروها و ایمن نبودن آنها است. قانونگذار خواسته است با تصویب قانون خاص و مقرر کردن تکالیفی برای عرضه‌کنندگان خودرو گامی هر چند کوچک در جهت ایمن‌تر کردن خودروها و جبران خسارت برداشته باشد.

^۱ . در خصوص نظام مسئولیت مدنی عرضه‌کنندگان کالاها، اعم از خودرو و سایر کالاها، رک. به (Fairgrieve, 2005; Lambert-Faivre, 2008, p. 859 ET s.; Weatherill, 2005; Whittaker, 2005; Micklitz, 2010.

کاتوزیان، ۱۳۸۴، ص. ۳۵ به بعد).

^۲ . در خصوص تولید، فراخوان، کیفیت و ایمنی خودرو، محیط زیست، اطلاع‌رسانی و ... غالباً مقررات خاص وجود دارد که در متن مقاله به مواردی از آن اشاره شده است.

تاریخ رویت سایت <http://www.iransalamat.com/forum/showthread.php?t=28106>^۳.
۱۳۸۹/۷/۱۴

نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو.../۴۱

این مقاله به دنبال پاسخگویی به این پرسش اساسی است که قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶ دارای چه کاستی‌هایی است و برای رفع این کاستی‌ها چه راه‌حل‌ها و پیشنهادهایی می‌توان ارائه داد؟ برای پاسخ به این پرسش و تأمین درستی و صحت نظرات ارائه شده، از مطالعه تطبیقی نیز استفاده شده است.

الف - مبانی مسؤولیت مدنی عرضه کننده خودرو

مطابق قواعد مرسوم مسؤولیت مدنی زیان‌دیده ناشی از عیب خودرو لازم بود تا تقصیر تولید کننده یا عرضه کننده را ثابت می‌کرد تا موفق به دریافت خسارت شود، اما، لازمه اثبات تقصیر این بود که مصرف کننده احاطه و آگاهی لازم را در خصوص چگونگی ساخت خودرو و ترکیبات و موارد ایمنی آن داشته باشد؛ در حالی که با توجه به پیچیدگی روند تولید خودرو، از مصرف کننده که اصولاً فردی عادی و غیرحرفه‌ای است نباید چنین انتظاری داشت. همچنین، امکانات مالی و فنی عرضه کننده که در قالب شرکت یا بنگاه اقتصادی فعالیت می‌کند، موفقیت در دعوای مسؤولیت مدنی مبتنی بر تقصیر را برای مصرف کننده کم می‌کند (بادینی، ۱۳۷۶، ص. ۷۵-۷۱؛ داراب پور، ۱۳۸۷، ص. ۲۰۳ و ۲۰۴). از طرف دیگر، اثبات تقصیر عرضه کننده مستلزم ارجاع موضوع به کارشناس و پرداخت هزینه‌های سنگین برای اظهار نظر در خصوص تقصیر یا عدم تقصیر است (بادینی، ۱۳۸۴، ش. ۲۰۲، ص. ۴۴۸). به دلایل مذکور، در نظام‌های حقوقی مبنای مسؤولیت مدنی عرضه کنندگان و تولید کنندگان خودرو از نظریه تقصیر فاصله گرفته و بر یکی از دو مبنای زیر استوار شده است:

۱. نقض ضمانت (Breach of warranty): بر طبق این نظر در معامله هر کالا یا خدمتی، از جمله خودرو، نوعی تضمین صریح یا ضمنی به سود مصرف کننده وجود دارد که به موجب آن عرضه کننده تعهد می‌کند که کالا و خدمت سالم و بی‌عیب در اختیار مصرف کننده قرار دهد. نقض این تعهد مسؤولیت قراردادی و تکلیف به جبران خسارت را به همراه دارد. از آنجا که عرضه کنندگان کالاها و خدمات به ندرت صریحاً سلامت و ایمنی کالا و خدمات را تضمین می‌کنند، در برخی از کشورها، دادگاه‌ها با هدف حمایت از مصرف کنندگان تعهداتی را به قرارداد اضافه می‌کنند که در متن قرارداد پیش‌بینی نشده و قانون هم در خصوص آن ساکت است. رویه قضایی در پاره‌ای از کشورها این شرط ضمنی را گسترش داده و آن را شامل مصرف کنندگانی هم که با عرضه کننده رابطه قراردادی ندارند، دانسته است.^۱ در واقع،

^۱ . از جمله در حقوق آمریکا می‌توان به تصمیم دادگاه در نیوجرسی در دعوی Henning v. Bloomfield Motors در سال ۱۹۶۰ اشاره کرد. در این خصوص رک. به (Dobbs, 2001, p. 974).

عرضه‌کننده تنها در برابر خریدار مستقیم، ایمنی کالا را تضمین نمی‌کند، بلکه این تضمین در برابر عموم مصرف‌کنندگان است (Le Tourneau, 2005, pp. 125-126). پاره‌ای از حقوقدانان ایران نیز این راه‌حل را به رویه قضایی پیشنهاد داده‌اند (کاتوزیان، ۱۳۷۱، ص. ۲۵۱؛ جعفری‌تبار، ۱۳۷۵، ص. ۳۵، ش. ۱۲).

این تعهد می‌تواند به صورت «تعهد به نتیجه» باشد که در این صورت عرضه‌کننده تنها هنگامی از مسئولیت رهایی می‌یابد که بتواند ورود ضرر را به حادثه‌ای خارجی نسبت دهد (مواد ۲۲۷ و ۲۲۹ قانون مدنی) و یا به صورت «تعهد به وسیله» که در این صورت با اثبات بی‌تقصیری عرضه‌کننده وی از مسئولیت بری می‌شود. در خصوص تولیدکنندگان کالا این مسئولیت غالباً منوط به اثبات تقصیر نیست و صرف نقض عهد کافی است، حتی اگر خواننده ثابت کند که مانند انسانی معقول و متعارف رفتار کرده است (Dobbs, 2001, p. 971).

هر چند در این نظریه نیز می‌توان عرضه‌کننده را بدون این که تقصیری مرتکب شده باشد، مسؤول شناخت، اما دارای این ایراد است که چنین مسؤولیتی را در چارچوب مسئولیت قراردادی محصور می‌کند و در هر حال از طریق آن بطور کامل نمی‌توان بر محدودیت‌های اصل نسبی بودن قراردادها غلبه کرد. از این رو لازم است، مسئولیت عرضه‌کننده در قالب مسئولیت بدون تقصیر غیرقراردادی توجیه شود (Ibid, p. 974).

۲. مسئولیت محض (Strict Liability): به دلایل مزبور و ضعف نظریه‌های پیشین، در زمینه مسئولیت ناشی از عیب تولید، از جمله عیب خودرو، نظریه مسئولیت محض توسعه و تکامل یافته است. این نظریه اجازه می‌دهد زیان‌دیده، از سازنده یا فروشنده خودروی معیوب یا خطرناک مطالبه خسارت کند بدون اینکه نیازی به اثبات تقصیر آنها باشد.

با توجه به اینکه مسئولیت محض در حقوق آمریکا از پیشینه و رویه مستند و مشخص برخوردار شده است و دعاوی زیادی، بویژه در خصوص مسئولیت ناشی از عیب خودرو، در حقوق این کشور مطرح شده است، به شمه‌ای از این تحول، اشاره می‌شود:

یکی از پرونده‌های مهم مسئولیت خودرو ساز در حقوق آمریکا، پرونده مک فرسون به طرفیت شرکت خودرو سازی بیوک^۱ است. در این دعوا، شرکت بیوک که خواننده دعوا بود خودروی به عرضه‌کننده فروخته و سپس شخص اخیر، خودرو را به خواهان فروخته بود. خودرو، ناگهان واژگون و خواهان به بیرون پرتاب شده بود. علت واژگون شدن خودرو، خرد

^۱. Macpherson v. Buick motors co.(N.y. 1916)

نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو.../۴۳

شدن میله‌های چوبی داخل چرخ خودرو بود. شرکت بیوک، چرخ خودرو را نساخته، بلکه آن را از دیگری خریده بود. دلایل حاکی بود چرخ خودرو با بازرسی، کشف شدنی بود و خوانده، بازرسی لازم را معمول نکرده بود. دادگاه خوانده را ضامن خسارت دانست و استدلال کرد که او مکلف بوده است خودرو را با معیار عرفی، بازرسی و آزمایش و سپس به بازار عرضه کند. از این رو، با توجه به عدم انجام تکلیف بازرسی، خوانده، مقصر و مسؤول شناخته شد (Gunn, 2005, p. 799).

پس از پرونده مک فرسون تا سال ۱۹۵۰، نظام مسؤولیت مدنی در آمریکا، جنبه سنتی داشت و دست کم تقصیر سازنده خودرو، شرط مسؤولیت او به پرداخت خسارت ناشی از فرآورده بود. کم کم و پس از دهه ۱۹۵۰، مسؤولیت ناشی از تقصیر سازنده به خریدار نهایی فرآورده و خانواده، مهمانان و افراد پیرامون تسری یافت. هر چند حرکت نیمه دوم سده بیستم به سوی مسؤولیت محض سازنده در دادگاه‌ها تسریع و به رسمیت شناخته شد و در واقع، گسترش نظام تقصیر به جای رفع اشتباهات فنی منجر به برقراری نظام جبران خسارت با استفاده از منطق نوین گردید، تا میانه‌های سده پیشین، شخص مصدوم از فرآورده می‌بایست ثابت می‌کرد: ۱- عیب فرآورده موجب مصدومیت او شده؛ ۲- عیب پیش از خروج از دست سازنده آن موجود بوده؛ ۳- عیب ناشی از تقصیر سازنده بوده است.

پراسر (Prosser) در زمینه تحول مسؤولیت در این حوزه می‌نویسد: «هرچند، بار اثبات تقصیر به عهده خواهان است اما در اکثر حوزه‌های قضایی (ایالت‌ها) دکترین 'Res ipsa loquitur' (به ظاهر، تقصیر خوانده موجب عیب شده است) به کمک خواهان می‌آید؛ زیرا موجب استناد مجاز و مسموع به تقصیر خوانده می‌شود و خواهان از هیأت منصفه مدد می‌جوید. ملاک در این زمینه این است که سازنده فرآورده، پیش‌بینی خطر را می‌کرده و در جلوگیری از بروز آن، قصور کرده باشد (Prosser and Keeton, 1984, p. 32).

پس از دهه ۵۰ قضاات و حقوقدانان، مبنای خطا برای توجه مسؤولیت را سطحی‌نگرانه دانستند، و تردید درباره مناسب بودن مفهوم «خطا» عمدتاً در پرونده‌های تصادف خودرو مطرح شده است.

در مواردی که احتمال، قوی است و هر راننده‌ای، خطای توجه دارد، اگر شرایط بد و نامساعد حادث شود، هر کسی در حادثه، مرتکب خطا می‌شود. از این رو، هزینه‌های سنگین طرح دعوا که نظام مسؤولیت مدنی تحمیل می‌کرد طرح بیمه خسارت حادثه خودرو را در پی داشت. افزون بر این، هر فرآورده یا فعالیتی، پیش‌بینی خطر را می‌کند و در این صورت،

^۱. از نظر تحت اللفظی به معنی: موضوع خود، گویای واقعیت است.

اقدام پیش‌گیرانه و احتیاطی را می‌طلبد. در مورد میزان دقت و احتیاط، در تشخیص «معقول و متعارف بودن» عمل سازنده فراورده، پیش‌بینی خطر و هزینه او از حیث جلوگیری صدمه، سنجیده می‌شود. این موضوع در سده نوزدهم در بطن تقصیر ارزیابی می‌شده است.

بحثی که در اینجا مطرح می‌شود این است که چنانچه سازنده فراورده، احتیاط لازم را کرده، اما فراورده او خطرناک باشد و فراورده به مصرف کننده‌ای که مرتکب خطا نشده آسیب وارد کند در این صورت بار و هزینه صدمه و زیان را باید به مصرف کننده تحمیل کرد یا به سازنده که هر دو، بی‌گناه هستند. اصول سنتی، مسئولیت را بر سازنده تحمیل نمی‌کند. با این حال، انتظار رفع خطر توسط سازنده فراورده، مرجح است، زیرا او کسی است که می‌تواند با کمترین هزینه، مانع خطر و صدمه شود (Schwartz, 1991, p. 43).

از نظر تاریخی جنبش به سوی مسئولیت سازنده، تسریع شده است. سعی بر آن است تا از مسئولیت مدنی عرضه کننده کالا به عنوان ابزاری برای کاهش بروز خسارت ناشی از حوادث استفاده شود و لازمه آن این است که کسی که در بهترین موقعیت دفع هزینه‌های صدمه و خسارت قرار داشته، مسؤول جبران خسارت شناخته شود. در واقع، هدف اصلی آن بوده است که مسئولیت محض برای سازنده فراورده در قبال خسارات مربوط به استفاده درست فراورده، قایل شوند. اگر کسی مشروب بنوشد و هنگام رانندگی توأم با مستی، کسی را مصدوم کند، علت تصادف و حادثه، مستی است. اما فرض کنید خودروسازی فورد، می‌تواند خودرویی بسازد که راننده مست نتواند آن را روشن کند یا وسیله‌ای در آن نصب کند که با توجه به نفس راننده از جهت وجود الکول، مانع روشن شدن و حرکت خودرو شود. در این حالت، یکی از علل حادثه، نصب نبودن دستگاه سنجش تنفس راننده است. یا برای مثال، فرض کنید خودروسازی مذکور، می‌تواند وسیله‌ای نصب کند که ترافیک روبرو را با رایانه بیاید و اتومبیل را در جهت دفع خطر هدایت کند. در این حالت، یکی از علل تصادف، عدم نصب این رایانه در خودرو است.

مسئولیت محض سازنده خودرو مبتنی بر دلایل قوی و مستحکم زیر است: ۱- اعتماد و انتظار مشتری: با عرضه فراورده به بازار، فروشنده به طور ضمنی تضمین می‌کند که کالا ایمن و سالم است و مشتریان به طور موجه به این عمل ضمنی، اتکا می‌کنند. ۲- مسئولیت بنگاه و سرمایه‌گذاری: اقتصادی‌ترین وسیله ی توزیع هزینه ناشی از صدمات فراورده‌های معیوب، تحمیل هزینه‌ها به سازنده یا فروشنده فراورده است که می‌تواند این هزینه‌ها را میان همه خریداران سرشکن کند. ۳- مشکلات ارایه ی دلیل: با وجود تقصیر سازنده کالا در غالب موارد، اثبات تقصیر سازنده ی فراورده برای مصرف کننده یا خریدار دشوار است و چه بسا پیش آمده که دعوای طرح شده علیه سازنده ی مقصر با شکست و موانع گوناگون روبرو شده است. ۴- بازدارندگی و توان دفع ضرر: مسئولیت محض، انگیزه لازم برای سازنده فراهم می‌کند تا فراورده

نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو.../۴۵

خود را در حد معقول ایمن و سالم بسازد. همچنین سازنده نسبت به مصرف کننده از حیث دفع ضرر ناشی از خودرو در وضعیت مالی بهتری قرار دارد. ۵- مصلحت: جلب نفع و دفع ضرر روی هم رفته ایجاب می کند، مسئولیت محض برای سازنده در نظر گرفته شود تا اکثریت زیان دیدگان از آن بهره مند شوند. ۶- انصاف: سازنده، ضمان و خطر غیر متقابلی را به مصرف کننده تحمیل می کند، اما نفع اقتصادی مهمی را از عرضه ی فراورده به بازار تحصیل می نماید. بنابراین، منصفانه آن است که ضامن خطری باشد که خود ایجاد می کند نه اینکه هزینه ی خطر را به جامعه به طور کلی یا به قربانی تحمیل کند (Kionka, 2006, p.274).

قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶ بروشنی تعهد عرضه کننده در طول مدت ضمانت دایر بر تأمین ایمنی و سلامت خودرو را تعهد به نتیجه دانسته است و او با اثبات بی تقصیری خود نمی تواند از زیر بار مسئولیت شانه خالی کند. ماده ۳ قانون اخیر در این باره مقرر می دارد: « عرضه کننده در طول مدت ضمانت مکلف به رفع هر نوع نقص یا عیب (ناشی از طراحی، مونتاژ، تولید، یا حمل) است که در خودرو وجود داشته یا در نتیجه استفاده معمول از خودرو، بروز نموده و با مفاد ضمانتنامه و مشخصات اعلامی به مصرف کننده مغایر بوده یا مانع استفاده مطلوب از خودرو یا نافی ایمنی آن باشد یا موجب کاهش ارزش معاملاتی خودرو شود. هزینه رفع نقص یا عیب خودرو در طول مدت ضمانت و جبران کلیه خسارات وارده به مصرف کننده و اشخاص ثالث، اعم از خسارات مالی و جانی و هزینه های درمان ناشی از نقص یا عیب (که خارج از تعهدات بیمه شخص ثالث باشد) هزینه های حمل خودرو به تعمیرگاه، تأمین خودروی جایگزین مشابه در طول مدت تعمیرات (چنانچه مدت توقف خودرو بیش از چهل و هشت ساعت باشد). برعهده عرضه کننده می باشد». با این همه، در تبصره ۱ ماده ۲ مقرر شده است که دوره تضمین (دوره ضمانت) نمی تواند کمتر از یک سال یا ۳۰۰۰ کیلومتر بر حسب مورد باشد. با توجه به اینکه زمان و کارکرد کیلومتر مذکور، بخشی ناچیز از عمر خودرو است، در این صورت مصرف کننده از کمترین و ناچیزترین حمایت ها برخوردار شده که در عمل دیده می شود نحوه استفاده در این حالت ها، به لحاظ نو بودن خودرو، همراه با احتیاط های بیشتر و غیرعرفی است. بنابراین، اقتضا داشت قانونگذار سقف دوره ضمانت را میزان بالاتری تعیین می کرد تا حمایت مقتضی از مصرف کننده صورت می گرفت.

از طرف دیگر، قانون در خصوص مسئولیت عرضه کننده در خارج از مدت ضمانت حکمی ندارد و از این سکوت ممکن است این گونه برداشت شود که مسئولیت عرضه کننده محدود به مدت ضمانت است و خارج از مدت ضمانت نسبت به جبران خسارات ناشی از عیب خودرو مسئولیتی ندارد؛ یعنی، در حقیقت، قانون در جهت تحدید مسئولیت عرضه کننده، برآمده است. بنابراین لازم بود برای جلوگیری از این استنباط قانونگذار، نظام مسئولیت عرضه کننده خودرو

در خارج از مدت ضمانت را هم مشخص می‌کرد. اما، قبل از تغییر قانون از طریق تفسیر هم می‌توان این مشکل را برطرف ساخت. بدین ترتیب که می‌توان گفت: با توجه به این که قانون مورد بحث جنبه حمایتی دارد، لذا تفسیر قانون باید به نفع مصرف‌کننده خودرو باشد نه عرضه‌کننده. از این رو، باید در خصوص مسئولیت عرضه‌کننده خودرو بین دو فرض تفکیک قائل شد: مسئولیت عرضه‌کننده در مدت ضمانت که مبتنی بر تقصیر نیست و از نوع تعهد به نتیجه است و مسئولیت عرضه‌کننده در خارج از مدت ضمانت که تابع قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸^۱ و قواعد عمومی است.

ب - قلمرو مسئولیت مدنی عرضه‌کننده خودرو

۱. مفهوم مصرف‌کننده: از آنجا که عرضه‌کننده خودرو در مقابل مصرف‌کننده مسئولیت دارد، روشن کردن مفهوم «مصرف‌کننده» می‌تواند قلمرو مسئولیت عرضه‌کننده را مشخص نماید. در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، مصرف‌کننده در معنای وسیعی مد نظر قرار گرفته است، به نحوی که شامل هر شخص حقیقی یا حقوقی می‌شود که خودرو را برای استفاده شخصی یا عمومی در اختیار دارد.^۲ این نوع تعریف از مصرف‌کننده جزو مزایا و نکات مثبت این قانون است و با تحولات صورت گرفته در این حوزه هماهنگی دارد.

امروزه گرایش بر آن است تا تعریف وسیعی از مصرف‌کننده ارایه شود به نحوی که اشخاص ثالث استفاده‌کننده را نیز که با شخص حرفه‌ای (فروشنده کالا یا خدمت) رابطه قراردادی ندارند در بر گیرد. بر این اساس کمیسیون بازرنگری حقوق مصرف در فرانسه تعریف زیر را برای مصرف‌کننده ارایه داده است: «مصرف‌کنندگان اشخاص حقیقی یا حقوقی حقوق خصوصی هستند که برای استفاده غیرحرفه‌ای، اموال یا خدماتی را برای خود تهیه می‌کنند یا مورد استفاده قرار می‌دهند» (ژان کله - الووا (Jean Calase-Auloy) و فرانک سنتنمتر (Frank Steinmetz)، ۱۳۷۹، ص. ۳۱۲) در حقوق آمریکا قاضی کاردوزو در سال ۱۹۱۶ در یکی از دعاوی معروف^۳ مرزهای اصل نسبی بودن قراردادهای را در نوردید و حکم داد که تولیدکننده خودرو در مقابل زیان دیده‌ای که به دلیل عیب چرخ‌های ماشین صدمه دیده است، مسئول

۱. ماده ۲ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ اعلام داشته است: «کلیه عرضه‌کنندگان کالا و خدمات، منفرداً یا مشترکاً مسئول صحت و سلامت کالا و خدمات عرضه شده مطابق با ضوابط و شرایط مندرج در قوانین و یا مندرجات قرارداد مربوطه یا عرف در معاملات هستند...».

۲. در بند ۱ ماده ۱ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸، مصرف‌کننده در معنایی بسیار محدودتر به هر شخص حقیقی یا حقوقی اطلاق شده است که کالا یا خدمتی را خریداری می‌کند. در واقع، در این قانون مصرف‌کننده شخصی جز طرف قرارداد با عرضه‌کننده کالا یا خدمت نیست.

۳. MacPherson v. Buick Motor Co.

نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو.../۴۷

جبران خسارت است، حتی اگر زیان دیده ماشین را از او نخریده باشد (Dobbs, op.cit., p. 973).

حتی از این هم می‌توان فراتر رفت و هر زیان دیده‌ای از عیب خودرو را مصرف‌کننده تلقی کرد، حتی اگر خریدار و یا استفاده کننده از آن نباشد؛ مانند عابر پیاده‌ای که در نتیجه عیب یک اتومبیل صدمه می‌بیند (bystander)، در حالی که نه خریدار است و نه استفاده کننده (جعفری تبار، ۱۳۷۵، ش. ۱۲، ص. ۳۶).

مسئول شناختن فروشنده در برابر آخرین مصرف کننده با این ایراد روبرو شده است که رابطه سببیت بین تقصیر سازنده کالا و زیان مصرف کننده وجود ندارد، زیرا نه تنها ورود چنین خسارتی از ناحیه عیب کالا برای فروشنده، قابل پیش‌بینی نیست، فرض بر آن است که مصرف کننده آن کالا را از دیگری خریده است. وانگهی، مسئول شناختن سازنده کالا در برابر صدها مصرف کننده ناشناخته، بار سنگینی است که تحمیل آن عادلانه به نظر نمی‌رسد.

اما، این ایرادها را به آسانی می‌توان رفع کرد: برای احراز رابطه سببیت عرفی بین کار تولید کننده و زیان‌های به بارآمده ضرورتی ندارد تا بین خواهان و خوانده قراردادی موجود باشد. هیچ کس نمی‌تواند باعث ضرر دیگران شود خواه به طور مستقیم باشد یا از راه تصرف در مال خود (ملاک ماده ۱۳۲ ق.م). سازنده اتومبیل، همین که کالای معیوب را به بازار عرضه می‌کند و قراردادی درباره فروش آن می‌بندد، خطایی می‌کند که باید نتایج آن را نیز متحمل شود. او به خوبی می‌تواند پیش‌بینی کند که سرانجام عیب کالای او زیانی به بار می‌آورد؛ کالایی که فروخته دست به دست می‌گردد و کسی که آن را استعمال کند از خطای او متضرر می‌شود. ضرورتی ندارد که سازنده اتومبیلی که با سهل انگاری، چرخ‌های آن را درست نساخته است متضرر از این خطا را بشناسد. او با این کار وسیله خطرناکی را به بازار آورده و در برابر همگان به تکلیف خود در باب ضرر زدن به دیگران، عمل نکرده است (کاتوزیان، ۱۳۸۷، صص ۲۲۴-۲۲۳).

۲. مفهوم عرضه‌کننده: قانونگذار در قانون سال ۱۳۸۶، تکالیف موضوع قانون را تنها متوجه عرضه‌کننده دانسته و در تعریف عرضه‌کننده گفته است: «هر شخص حقیقی یا حقوقی که به طور مستقیم یا از طریق واسطه فروش مبادرت به فروش خودروهای نو تولیدی یا وارداتی خود می‌کند». اما، می‌دانیم در جریان تولید و عرضه خودرو اشخاص مختلفی مانند سازنده قطعه،

خودروساز، واردکننده، واسطه فروش^۱ یا نمایندگی^۲ دخالت دارند. برای تضمین جبران خسارت زیان دیده قانونگذار بهتر بود برای تمام اشخاص درگیر در عرضه تولید، توزیع و عرضه خودرو مسئولیت تضامنی مقرر نماید.

بطور کلی امروزه در زمینه مسئولیت ناشی از عیب تولید مسئولیت تضامنی یکی از ابزارهای مؤثر حمایت از زیان دیدگان است، زیرا معمولاً باید مراحل مختلفی طی شود تا کالایی به دست مصرف‌کننده برسد: ابتدا تولیدکننده، کالا را می‌سازد و آن را به بازار عرضه می‌کند؛ اشخاصی نیز به نام توزیع‌کننده امور مربوط به بازاریابی کالاها را بر عهده دارند. عمده‌فروشان به صورت عمده مبادرت به خرید کالا می‌کنند و سپس به صورت جزئی آن را به خرده‌فروشان می‌فروشند. در این میان سوداگران و دلالان نیز نقش قابل توجهی در دست به دست گشتن کالاها دارند (Fleming, 1985, p. 80). سرانجام بعد از گذشتن از هفت خان رستم، کالا به دست مصرف‌کننده می‌رسد، اما اگر به دلیل عیب یا نقص کالا به او آسیبی وارد شود، معلوم نیست در این زنجیره از چه شخصی یا اشخاصی تقاضای جبران خسارت کند و مسئولیت هر یک از واسطه‌ها و تولیدکننده به چه میزانی است. مصرف‌کننده ممکن است به تولیدکننده مراجعه کند، اما او مسئولیت خود را انکار کند و یا اصلاً طبق قانون مسؤول نباشد و یا تنها یکی از اسباب ورود ضرر محسوب شود. در این صورت باید برای تمام یا بخشی از خسارات به دست‌های ماقبل (مانند قطعه‌سازان) و دست‌های مابعد (واسطه‌های فروش) مراجعه کند که این امر مستلزم صرف وقت فراوان و تحمل هزینه‌های گزاف است؛ بویژه اگر تولیدکننده و قطعه‌سازان در کشوری باشند و واسطه‌های فروش در کشور دیگری. همچنین اگر طبق قواعد عمومی مسئولیت مدنی همگی یا چند تن از این اشخاص به اشتراک مسؤول شناخته شوند و او مجبور باشد به همگی مراجعه کند خسارت تجزیه می‌شود و باید دعاوی متعدد طرح کند و ممکن است با اعسار تعدادی از آنان روبرو شود. وانگهی در مورد تعدادی از کالاهای پیچیده، روند تولید و توزیع از یکدیگر قابل تفکیک نیست و عیب ممکن است در هر مرحله‌ای بوجود آمده باشد.

با توجه به مشکلات فوق و با هدف تسهیل جبران خسارت زیان‌دیده، در قوانین جدید به مصرف‌کننده اختیار داده شده است تا بتواند علیه کلیه اشخاصی که در زنجیره تولید و توزیع

^۱. هر شخص حقیقی یا حقوقی که با موافقت عرضه‌کننده نسبت به فروش خودروی نو اقدام می‌کند (بند ۳ ماده ۱ قانون).

^۲. هر شخص حقیقی یا حقوقی که با موافقت عرضه‌کننده عهده‌دار فروش و خدمات پس از فروش خودرو در طول مدت ضمانت است (بند ۴ ماده ۱ قانون).

نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو.../۴۹

دخالت دارند اقامه دعوا کند و از شخصی که دسترسی به او ساده‌تر است درخواست جبران خسارت کند. در واقع، مصرف‌کننده‌ای که بر اثر استفاده از کالا خسارت دیده است، می‌تواند به همان شخصی که کالا را از او خریده است و یا به سازنده یا تولیدکننده اصلی، مراجعه کند و همگی آنان در مقابل مصرف‌کننده مسئولیت تضامنی دارند و پس از جبران خسارت مصرف‌کننده می‌توانند طبق قواعد عمومی مسئولیت مدنی به یکدیگر مراجعه نمایند، به نحوی که سرانجام خسارت را شخص یا اشخاص مقصر متحمل شوند.

در قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو، تنها به مسئولیت عرضه‌کننده در مدت ضمانت اشاره شده است، اما در این زمینه که آیا مصرف‌کننده می‌تواند برای جبران خسارت خود به هر یک از افراد درگیر در زنجیره تولید و توزیع خودرو از جمله سازنده قطعه معیوب، واسطه فروش، نمایندگی فروش و سازنده خودرو مراجعه کند ساکت است. در این صورت در این خصوص باید به قواعد عمومی رجوع کرد. متأسفانه قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ نیز برای عرضه‌کنندگان کالا مسئولیت تضامنی مقرر نکرده است.^۱ در سایر مقررات عام نیز مسئولیت تضامنی به عنوان اصلی کلی پذیرفته نشده است.

ماده ۲ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ در این باره اعلام می‌دارد: «کلیه عرضه‌کنندگان کالا و خدمات منفرداً یا مشترکاً مسئول صحت و سلامت کالا و خدمات عرضه شده ... هستند». منظور قانون از عبارت «منفرداً یا مشترکاً» این است که زیان دیده در مواردی تنها از یکی از عرضه‌کنندگان می‌تواند تقاضای جبران خسارت کند و در مواردی از چند تن از آنان اما نه به صورت تضامنی، بلکه به صورت اشتراکی که آن هم ممکن است به تساوی باشد

^۱. در بند ۲ ماده ۱ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸، عرضه‌کنندگان کالا و خدمات شامل کلیه اشخاصی دانسته شده است که در زنجیره تولید و توزیع دخالت دارند و کلیه تولیدکنندگان، واردکنندگان، توزیع‌کنندگان، فروشندگان کالا و ارایه‌کنندگان خدمات اعم از فنی و حرفه‌ای و همچنین کلیه دستگاهها، موسسات و شرکتهایی که مشمول قانون بر آنها مستلزم ذکر یا تصریح نام است و به طور مستقیم یا غیرمستقیم به صورت کلی یا جزئی کالا یا خدمت به مصرف‌کننده ارایه می‌نمایند، در بر می‌گیرد، اما مسئولیت آنها جنبه تضامنی ندارد و این از موارد نقص قانون است. یکی از نکات مثبت لایحه دولت پیش‌بینی مسئولیت تضامنی برای عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات بود که ظاهراً برای تأمین نظر شورای نگهبان حذف شده و برای آنان مسئولیت انفرادی یا اشتراکی پیش‌بینی شده است. ماده ۲ قانون در این باره اعلام می‌دارد: «کلیه عرضه‌کنندگان کالا و خدمات منفرداً یا مشترکاً مسئول صحت و سلامت کالا و خدمات عرضه شده ... هستند».

یا برحسب درجه تقصیر یا نحوه مداخله. اما، این که در چه مواردی مسئولیت انفرادی و در چه موارد اشتراکی است، بستگی به این دارد که در بین عرضه‌کنندگان چه شخص یا اشخاصی مسئول جبران خسارت شناخته شوند. ماده ۱۶ در این باره مقرر داشته است: «مسئولیت جبران خسارات وارده به مصرف‌کننده با تشخیص مرجع رسیدگی‌کننده به عهده شخص حقیقی یا حقوقی اعم از خصوصی و دولتی می‌باشد که موجب ورود خسارت و اضرار به مصرف‌کننده شده است. در مورد شرکتهای خارجی علاوه بر شرکت مادر، شعبه یا نمایندگی آن در ایران مسئول خواهد بود».

ظاهراً دلیل مخالفت با مسئولیت تضامنی در نظام حقوقی ایران مغایرت آن با شرع اعلام شده است، در حالی که تحقیقات موجود چنین مغایرتی را نشان نمی‌دهد (جنیدی، ۱۳۷۵، ص. ۴۷-۷)؛ زیرا، دلیل عمده‌ای که در فقه برای منع مسئولیت تضامنی ذکر شده این است که: «اشتغال ذمه متعدد برای دین واحد عقلاً محال است»، در حالی که حقوق عالم اعتبار است نه عالم واقع و در عالم اعتبار می‌توان این امر را فرض نمود. کما این که در واجب کفایی نیز با اجرای تکلیف از سوی یکی از مکلفان، تکلیف از عهده دیگران ساقط می‌شود.^۱ وانگهی، توجیه مسئولیت تضامنی بر اساس جدایی دو مفهوم «مدیونیت» و «التزام به تأدیه» به سادگی قابل توجیه است (کاتوزیان، ۱۳۸۵، ش. ۴۷، ص. ۶۴)؛ تحلیلی که پاره‌ای از فقهای بزرگ نیز برای توجیه تضامن غاصبان ارایه داده‌اند (نجفی، ۱۳۶۷، ص. ۳۳ و ۳۴). در واقع، مسئولیت تضامنی تمام عرضه‌کنندگان کالاها یا خدمات در مقابل مصرف‌کننده صرفاً تضمینی قانونی برای جبران خسارت مصرف‌کننده است که بنا به مصالحی مقرر شده است و بدان معنی نیست که آنها همگی اشتغال ذمه دارند، زیرا سرانجام ضمان بر عهده شخص مقصر (برای مثال سازنده قطعه معیوب) مستقر می‌شود.

۳. شرط عدم مسئولیت یا شرط محدود کننده مسئولیت: نکته دیگر در خصوص قلمرو مسئولیت عرضه‌کننده خودرو این است که او نمی‌تواند از طریق درج شرط (شرط عدم مسئولیت یا شرط محدود کننده) مسئولیت، خود را محدود نماید، در ماده ۷ قانون این نکته به صراحت آمده است: «هر نوع توافق مستقیم یا غیرمستقیم بین عرضه‌کننده، واسطه فروش با مصرف‌کننده که به موجب آن تمام یا بخشی از تعهداتی که عرضه‌کننده بر طبق این قانون و یا ضمانتنامه صادره بر عهده دارد ساقط نماید یا به عهده واسطه فروش یا هر عنوان دیگری گذارده

^۱. پاره‌ای از پژوهشگران، ضمان تضامنی را به دلیل شباهت با وجوب کفایی قابل توجیه دانسته‌اند. بدین بیان که التزاممشترک ضامنان در ضمان تضامنی مانند وجوب کفایی در احکام تکلیفی است که با اجرای تکلیف از سوی یکی از مکلفان، دیگران وظیفه‌ای ندارند: (کاتوزیان، ۱۳۷۶، قرائت و تمرین ۶، ص. ۲۳۷).

نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو.../۵۱

شود، در برابر مصرف کننده باطل و بلااثر می باشد». تبصره این ماده برای تأکید بیشتر اعلام کرده است: «انعقاد هر نوع قراردادی که حقوق و تکالیف طرفین قرارداد و مشمولین این قانون در آن رعایت نشود به استناد ماده (۱۰) قانون مدنی و مورد مشابه غیرقانونی و از درجه اعتبار ساقط است».

چنین حکمی برای جلوگیری از سوء استفاده عرضه کنندگان خودرو است: از آنجا که این ترس، وجود دارد که عرضه کننده که از موقعیت برتری برخوردار است براحتمال بتواند به مصرف کننده که طرف ضعیف تر است، شرط عدم مسئولیت یا محدود کننده مسئولیت تحمیل کند، نظم عمومی حمایتی اقتضاء می کند تا در رابطه این دو، چنین شروطی اعتبار نداشته باشد تا هم عدالت قراردادی برقرار شود و هم برای مصرف کنندگان امنیت بیشتری فراهم گردد (ایزنلو، ۱۳۸۲، ش. ۷۹؛ سیملر، ۱۳۷۷، ص. ۲۶۹-۲۳۹). در این راستا در قوانین کشورها این امر مورد تصریح قرار گرفته است؛ از جمله در ماده ۷ طرح دستوری جامعه اروپایی آمده است: «مسئولیتی که نسبت به جبران ضرر زیان دیده در این طرح پیش بینی شده است، با شرط مخالف از بین نمی رود و محدود نمی شود: یعنی، شروط معاف کننده و تخفیف دهنده مسئولیت در اصل التزام بی اثر است». به پیروی از این ماده در قوانین کشورهای اروپایی نیز این نکته مورد تأکید قرار گرفته است.

ج- شرایط تحقق مسئولیت مدنی عرضه کننده خودرو

۱. عیب خودرو: مسئولیت عرضه کننده ناشی از نقص یا عیب خودرو است، اما قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو در این خصوص ساکت است. ماده ۴۲۶ قانون مدنی ایران نیز تعریف صریحی از عیب ارائه نکرده و تشخیص آن را مطابق عرف و عادت و ازمه و امکان، مقرر کرده است. یکی از اساتید «پایین بودن کیفیت کالا از حد انتظار خریدار و عرف مصرف کنندگان» را عیب کالا دانسته اند (کاتوزیان، ۱۳۸۱، ص ۹). بند ۴ ماده ۱ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان، مصوب ۱۳۸۸ عیب را زیاده یا نقیصه یا تغییر حالتی دانسته است که موجب کاهش ارزش اقتصادی کالا یا خدمات گردد. ولی جا داشت که قانون حمایت از مصرف کنندگان خودرو تعریف روشنی از عیب خودرو ارائه دهد تا مصرف کننده به راحتی بتواند به آن استناد نماید.

از جمله عیب های مهم خودرو، عیب طراحی است که به منظور روشن شدن موضوع، به چند نمونه از رویه قضایی آمریکا اشاره می شود:

در پرونده بادورک به طرفیت شرکت جنرال موتور^۱ خواهان، مسافر خودروی کوروت بود. اتومبیل دیگری از ناحیه‌ی پشت با او تصادف کرده بود. در اثر ضربه، باک خودروی کوروت آسیب دید و خودرو آتش گرفت و خواهان سوختگی‌های شدیدی دید. دلایل حاکی بود که باک خودرو حدود ۲۰ سانتی متر با سپر عقب فاصله داشت و با ضربه‌های کم و متوسط هم امکان آسیب دیدن آن وجود داشت. دادگاه به نفع خواهان رأی داد و اظهار نمود: خودروساز مسئولیت محض در برابر صدمات ثانویه‌ای دارد که از طراحی و ساخت معیوب خودرویی که به طور نامعقول خطرناک بوده ناشی شده است. دادگاه به بند الف ماده ۴۰۲ مجموعه حقوقی مؤسسه ی حقوقی آمریکا استناد کرد.

در پرونده میکِل به طرفیت بلک مان^۲ میکِل خواهان پرونده، مسافر خودروی فورد مدل ۱۹۴۹ بود. اهرم تعویض دنده در زمانی که او به جلو پرتاب شد به بدن او فرو رفت. دلایل حاکی بود که بالای اهرم دنده به علت گرما و آفتاب، شکننده و ترک‌دار شده و در موقع تصادف به بدن خواهان آسیب رسانده بود. دلایل نشان می‌داد شرکت خودروسازی فورد یک سال پس از تولید خودروی مزبور بالای اهرم تعویض دنده را تغییر و به منظور پیشگیری در خراب شدن رنگ آمیزی کرده بود. دیوان عالی کارولینای جنوبی رأی داد که خودرو ساز وظیفه احتیاط معقول و به حداقل رساندن خطر مرگ و صدمه‌های جانی قربانیان تصادف را داشته است.^۳

در آمریکا قانون امنیت وسایل نقلیه و ترافیک ملی مصوب ۱۹۶۶ به مدیر حمل و نقل و ترافیک، اجازه‌ی تعیین معیارهای ایمنی راجع به طرح و ساخت خودرو را داده است. عیب دیگر، عیب ساخت است. وقتی خودرو عیب ساخت دارد که مطابق با مشخصات طراحی و ساخت نباشد. اثبات این عیب ها، آسان است زیرا از طرح خود سازنده یا از ضابطه‌های بازار برای اثبات عیب فراورده می‌توان استفاده کرد. اما اثبات اینکه لغزش چگونه و به چه علت پدیدار شده دشوار است. بنابراین حقوق دو دکترین خاص را در این دعاوی اعمال می‌کند تا خواهان حتی اگر نتواند تقصیر سازنده را اثبات کند، بتواند خسارت مطالبه نماید.

نظریه *Res ipsa loquitur* بار اثبات را در برخی موارد به عهده خواننده می‌گذارد. این عبارت لاتین به معنی «شیء گویای خود است»؛ یعنی، عیب مورد بحث پدید نمی‌آید، مگر اینکه کسی مقصر باشد. چنانچه استناد به این دکترین موفقیت‌آمیز باشد، دیگر نیاز نیست

^۱. Badorek v. General Motors Corp. (1970).

^۲. Mick le V. Blackmon (1949).

^۳. Products Liability Consumer Product Safety Act/duty to report risk, Willamette University College of Law, Willamette Law Online, Ninth Circuit Court of Appeals, Decisions issued 2004, 17th summarized case, available at: <http://www.willamette.edu/wucl/journals/wlo/9thcir/04cases/20041102.htm>.

نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو.../۵۳

خواهان ثابت کند که خوانده به چه دلیل مقصر است، بلکه خوانده باید ثابت کند که مقصر نبوده است.

قاعده دوم که در این زمینه به خواهان، کمک می کند، قاعدهٔ مسؤولیت محض است: در صورتی که این قاعده اعمال شود، نیازی نیست خواهان اثبات کند سازنده مقصر بوده؛ بلکه باید ثابت کند که خودرو معیوب بوده است.^۱ با منتفی شدن موضوع خطای ساخت، نظریهٔ مسؤولیت محض به خواهان اجازه مطالبه خسارت می دهد.

در پرونده روی استر^۲ به طرفیت نمایندگی فروش تویوتا در آمریکا، خواهان نه ماه پس از خرید، خودروی تویوتای خود را نزد فروشنده برد تا سوپاپ آن را که نشستی داشت تعویض کند. به علت تأخیر در تعویض قطعه، تعمیر انجام شده تا ۵۵ روز، کامل نبود. چندی بعد با مراجعه ی مجدد و تعمیر ترمز خودرو، مالک، براساس مقررات حمایت مصرف کننده (Lemon Law) طرح دعوا و مطالبه ی خسارت به لحاظ عدم استفاده از خودرو به مدت ۳۰ روز کرد. مقررات ایالت اوهایو، چنین حقی برای او قایل بود.^۳ دادگاه عالی اوهایو رأی داد: خواهان مطابق ماده ۱۱۳۴ قانون اصلاحی اوهایو، حق جبران خسارت دارد، به این علت که خودروی او در سال اول پس از خرید، قابل استفاده نبوده، قطع نظر از اینکه تعمیر خودرو در مدتی فراتر از ۳۰ روز به درستی صورت گرفته است یا خیر (Donald, 2002, p 314).

در پروندهٔ "راد"، به طرفیت شرکت جنرال موتور^۴، صاحب کامیون، به دلیل جا به جاشدن تیغه ی پروانه در زمان تنظیم موتور و مصدوم شدن از ناحیه سر و گردن و بازو مطالبه خسارت کرد. در آغاز رسیدگی، دادگاه نظر کارشناس را ضروری تشخیص داد. ماده ۷۰۲ قانون آیین دادرسی فدرال در مورد ادله ی اثبات دعوا کارشناسی را مقرر کرده است. بنا به تحلیل موسع، دادگاه ناحیه نظر داد که ماده ۷۰۲ موافق نظر دیوان عالی است مبنی بر اینکه مسؤولیت دادگاه از جهت رسیدگی شامل همه کارشناسی هاست و صرفاً ناظر به کارشناسی عملی نیست (Donald, 2002, p 311).

عیب سوم، عیب عدم راهنمایی و هشدار لازم است. برخی فراورده ها را طبعاً نمی توان بدون منتفی دانستن کارایی آنها، ایمن تر ساخت. به طور نمونه چاقوی الکتریکی بسیار کند به درد مصرف مورد نظر نمی خورد. بنابراین، در مورد اینگونه فراورده ها، استفاده کننده و مصرف

^۱. در واقع، عیب ممکن است منسوب به تقصیر سازنده باشد یا نباشد.

^۲. Royster V. Toyota Motor Sales, USA inc. (Ohio 2001)

^۳. ماده ۴ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو در ایران نیز مهلت تعمیر یا رفع عیب خودرو را حداکثر ۳۰ روز مقرر کرده است.

^۴. Rudd V. General Motors corp. (2001).

کننده را باید به نحوی مجهز نمود که خطر و حادثه به حداقل برسد. سازندگان و عرضه کنندگان این گونه کالاها باید هشدار لازم را در مورد خطر فراورده بدهند به گونه ای که مصرف کننده بتواند آگاهانه در مورد استفاده یا عدم استفاده آنها تصمیم بگیرد.

فراورده ای که بدون هشدار و راهنمایی به بازار عرضه می شود خطرناک و معیوب است و حتی این عیب را می توان موجب خیار عیب دانست (جعفری تبار، ۱۳۷۵، ص ۹۵). خودروساز یا فروشنده ای که وظیفه دارد خطرهای ناشی از خودرو را یادآوری و هشدار دهد و این وظیفه را انجام نمی دهد، مرتکب تقصیر شده است. مطابق رویه دادگاههای آمریکا، اگر سازنده، رهنمودها و دستورهای لازم را به مصرف کننده ندهد، فراورده از این حیث معیوب تلقی می شود.

نکته قابل توجه دیگر در مورد عیب خودرو این است که مطابق ماده ۲ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو، عرضه کننده مکلف به رعایت استانداردهای ابلاغی در مورد ایمنی، کیفیت، سلامت خودرو مطابقت آن با ضمانت ارائه شده به مصرف کننده می باشد. اما این ماده یا مواد دیگر به صراحت اعلام نکرده اند که چه مراجعی تکلیف دارند که استانداردها را در مورد ایمنی، کیفیت و سلامت خودرو اعلام کنند. بنابراین، حکم این ماده به لحاظ سکوت قانون، در عمل در ضمانت نامه موضوع همین ماده، محلی برای درج ندارد. هر چند آئین نامه نسبت به طرح این موضوع در بند ۲ ماده ۲ مبادرت کرده است، با این وجود، با توجه به شأن و جایگاه قانونی آئین نامه، این تکلیف، مصون از ایراد آئین نامه ای (با توجه به عدم تکلیف قانونی) نخواهد بود.^۱

۲. اطلاعات و تبلیغات: عرضه کننده مکلف است اطلاعات لازم راجع به عیب خودرو، طرز استفاده از آن و یا اخطار راجع به کاربرد نابجای آن را در اختیار مصرف کننده قرار دهد و همچنین از آرایه اطلاعات غلط راجع به کالا یا خدمت خودداری کند.^۲ تعهد به دادن اطلاعات را به دو طریق می توان توجیه کرد: یا این که منشأ آن خواست و اراده طرفین باشد که در این

^۱. لازم به ذکر است که ماده ۱۰ قانون، ناظر به آئین نامه اجرایی قانون است. این ماده تنها وزارت صنایع را مکلف کرده است آئین نامه ای تهیه و به تصویب هیأت وزیران رساند. در حالی که جوانب گوناگون این آئین نامه روشن و مشخص نشده است. بنابراین اقتضا داشت، مراجع مرتبط دیگر نیز در این زمینه تکلیف همکاری و اظهار نظر می داشتند.

^۲. آرایه اطلاعات غلط راجع به کالا یا خدمت ممکن است به دو شکل باشد: یا به صورت اظهار خلاف واقع، یعنی عرضه کننده به کالا یا خدمت عبارات یا الفاظی را بگوید که منطبق با واقع نباشد و یا این که برخی علائم و برچسبها یا نمونه کالا یا خدمت را واجد وصفی اعلام کند که چنین نباشد.

نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو .../ ۵۵

صورت تعهدی قراردادی خواهد بود که ممکن است به صراحت در قرارداد ذکر شود یا به شکل تضمین ضمنی باشد و یا این که منشأ آن حکم قانون باشد که در این صورت مسئولیت عرضه‌کننده در این ارتباط غیر قراردادی خواهد بود؛ یعنی او مکلف است اطلاعات فوق را در اختیار عموم قرار دهد و چنانچه در این زمینه کاهلی کند مسئول خواهد بود و حتی در پاره‌ای از نظام‌های حقوقی مسئولیت عرضه‌کننده در این خصوص محض است و نیازی به اثبات تقصیر نیست. روشن است، چنانچه نقض تعهد به دادن اطلاعات منشأ غیر قراردادی داشته باشد، عرضه‌کننده در مقابل هر زیان‌دیده‌ای، خواه با او رابطه قراردادی داشته باشد یا نداشته باشد، مسئولیت دارد (جنیدی، ۱۳۸۱ ص. ۴۷-۱۱؛ قاسمی حامد، ۱۳۷۵).

در این راستا، عرضه‌کننده خودرو در ماده ۹ قانون، مکلف شده است تعهدات خود را به صورت کتبی در اوراق ضمانت‌نامه^۱ قید نماید و در زمان تحویل خودرو به طور صریح و روشن به مصرف‌کننده اعلام نماید. همچنین، در ماده ۴ آیین‌نامه، عرضه‌کننده خودرو موظف شده است کتابچه راهنمای مصرف‌کنندگان، اوراق ضمانت به زبان فارسی، مشخصات خودرو، سند فروش، پرسشنامه ارزیابی رضایت مشتریان و نظرسنجی، نام و نشانی نمایندگی‌های مجاز در سراسر کشور را در زمان تحویل خودرو به مصرف‌کننده تحویل دهد.

قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ بیشتر به بحث تعهد به دادن اطلاعات توجه کرده است. در ماده ۵ کلیه عرضه‌کنندگان کالا و خدمات مکلف شده‌اند تا با الصاق برچسب روی کالا، یا نصب تابلو در محل کسب یا حرفه، قیمت واحد کالا یا دستمزد خدمت را به طور روشن و مکتوب به گونه‌ای که برای همگان قابل رویت باشد، اعلام نمایند. همچنین در ماده ۷ تبلیغات خلاف واقع و ارایه اطلاعات نادرست که موجب فریب یا اشتباه مصرف‌کننده از جمله از طریق و سایل ارتباط جمعی، رسانه‌های گروهی، برگه‌های تبلیغاتی شود، ممنوع می‌باشد.

متأسفانه قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، روش خاصی را برای ضابطه‌مند کردن آگهی فروش و نحوه انتشار آن، مقرر نکرده است. ناهماهنگی‌ها و ضعف کنونی حاکم درمورد عرضه و فروش خودرو، موجب سردرگمی مصرف‌کننده و برخوردار نشدن او از حمایت لازم دست کم از حیث اطلاعات فنی شده است.

^۱ قانون در مورد شکل و مضمون ضمانت نامه ساکت است. اقتضا داشت، نکات اصلی و اساسی تعهدات عرضه‌کننده به منظور یکسان‌سازی مسئولیت، در مواد ۳ و ۹ مقرر می‌گردید. این امر، از سویی مانع سوء استفاده عرضه‌کننده و از سوی دیگر موجب تقویت حقوق مصرف‌کننده خواهد بود.

بهتر است قانونگذار با توجه به میزان بالای مصرف و خطر و خسارات ناشی از خودرو، که متوجه عموم و محیط زیست می‌گردد، ضابطه‌هایی را برای اعلام اوصاف خودرو و قراردادهای فروش مربوط و جلوگیری از تبلیغات خلاف واقع عرضه‌کنندگان خودرو و تکلیف آنان به ارائه اطلاعات درست مقرر دارد.

همچنین اطلاع رسانی به مصرف‌کنندگان در سطوح مختلف به ویژه از طریق رسانه‌های فراگیر و آشنا ساختن مصرف‌کننده با معیارهای ایمنی و سلامت خودرو انتظار معقولی است که باید برآورده شود.

۳. فراخوان: چنانچه بعد از عرضه خودرو به بازار مشخص شود که در آن عیبی وجود دارد، عرضه‌کننده لازم است طی فراخوانی دارندگان خودروهای معیوب را از وجود عیب آگاه سازد تا ظرف مهلت مشخصی برای رفع عیب مراجعه کنند. متأسفانه در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو به این تکلیف مهم عرضه‌کننده خودرو اشاره نشده است.

در حقوق آمریکا مطابق مقررات حمایتی موجود^۱ چنانچه خودرو یا تجهیزات آن مطابق معیارهای مقرر روز نباشد یا عیبی در خودرو یا تجهیزات آن موجب در معرض خطر قرار گرفتن امنیت سرنشینان شود، خودروساز باید از طریق پست سفارشی سریع، کلیه خریداران را از آن مطلع و طریق اصلاح و مرکز رفع عیب و مهلت آن را ارائه کند. خودروساز می‌تواند از طریق آگهی سراسری یا آگهی در نمایندگی محل خرید، اقدام به فراخوان کند. عمل نکردن به این تکلیف مسؤولیت خودروساز را در پی دارد؛ برای مثال، در دعوی آنتونی علیه شرکت جنرال موتورز^۲ زیان دیده مدعی بود که به دلیل عیب دیسک چرخ خودرو صدمه جسمی دیده است. دیسک‌ها را شرکت کلسی هیس (Kelsey-Hayes) ساخته و به شرکت جنرال موتورز فروخته بود و شرکت اخیر آن را در خودرو شورلت مدل‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۶۵ نصب کرده بود. خواسته دعوا این بود که خوانده مبادرت به فراخوان و تعویض چرخ‌ها ننموده است. هر چند خوانده طی نامه‌ای به خواهان پذیرفت که چرخ‌ها را تعویض و هزینه‌ها را پرداخت می‌کند، خواهان دعوای تکمیلی مطرح و ادعا کرد که تعویض چرخ‌های او و حل قضیه به این شکل، سایر صاحبان کامیون را از حقشان محروم می‌کند و آنها فکر می‌کنند که چرخ‌های خودروشان سالم بوده است. مدیریت حمل و نقل ترافیک نیز تأیید کرد که عیب چرخ‌های این مدل خودرو به گونه‌ای نامعقول موجب صدمه جانی و خسارت خواهد شد. دولت آمریکا نیز در دادگاه ناحیه کلمبیا درخواست چهارصد هزار دلار جریمه برای شرکت جنرال موتورز کرد...» (Dix Noel, 1977, p. 195).

^۱. از جمله قانون ایمنی خودرو و ترافیک ملی مصوب ۱۹۶۶ و مقررات مدیریت ایمنی ترافیک بزرگراه‌های آمریکا.

^۲. Anthony v. General Motors Corp. (1973).

نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو.../۵۷

در ایران عیب‌های کشف شده در انواع خودروها و تلفات جانی و مالی ناشی از آنها، مانند عیب ترمز خودروی وارداتی هوو، عیب شلنگ سوخت خودروهای برخی از مدل‌های سمند، پرشیا و پژو ۴۰۵ و عیب قطعه معیوب در خودروی پژو ۴۰۵ که منجر به آتش‌سوزی آن می‌شود و بسیاری از موارد اعلام شده و نشده دیگر^۱، ضرورت وضع مقرراتی در خصوص تکلیف عرضه‌کنندگان خودرو به اعلام فراخوان و چگونگی آن و ضمانت اجرای عدم انجام این تکلیف را در موارد یادشده و موارد مشابه دیگر ایجاب می‌کند. در حال حاضر خودروسازان در این زمینه بطور دلبخواهی عمل می‌کنند و حتی گاه مشاهده می‌شود برای جلوگیری از لطمه به اعتبار تجاری و حرفه‌ای خود سعی می‌کنند، بر قضیه سرپوش گذارند و موضوع را به صورت موردی حل و فصل نمایند؛ شیوه‌ای که به ضرر جامعه مصرف‌کنندگان و بازار است. از این رو، اقتضا داشت در قانون حمایت از مصرف کنندگان خودرو قانونگذار مقرر می‌کرد در صورتی که بروز عیب خودرو به میزان قابل توجه و هشدار دهنده‌ای رسید (دست کم ۱۰ مورد مشابه و مشخص) سازنده مکلف باشد ظرف مثلاً ۱۰ روز از احراز موضوع و وصول شکایت‌ها مبادرت به فراخوان رفع عیب همان مدل خودروی تولید شده با همان قطعات نماید.

د-دعوی جبران خسارت و ضمانت اجراها

۱. **خسارات قابل جبران:** ماده ۳ قانون درباره خسارات قابل جبران مقرر می‌دارد: «عرضه کننده در طول مدت ضمانت مکلف به رفع هر نوع نقص یا عیب (ناشی از طراحی، مونتاژ، تولید، یا حمل) است که در خودرو وجود داشته یا در نتیجه استفاده معمول از خودرو، بروز نموده و با مفاد ضمانتنامه و مشخصات اعلامی به مصرف‌کننده مغایر بوده یا مانع استفاده مطلوب از خودرو یا نافی ایمنی آن باشد یا موجب کاهش ارزش معاملاتی خودرو شود. هزینه رفع نقص یا عیب خودرو در طول مدت ضمانت و جبران کلیه خسارات وارده به مصرف‌کننده و اشخاص ثالث، اعم از خسارات مالی و جانی و هزینه‌های درمان ناشی از نقص یا عیب (که خارج از تعهدات بیمه شخص ثالث باشد) هزینه‌های حمل خودرو به تعمیرگاه، تأمین خودروی جایگزین مشابه در طول مدت تعمیرات (چنانچه مدت توقف خودرو بیش از چهل و هشت ساعت باشد)، برعهده عرضه‌کننده می‌باشد».

نکته قابل توجه در این ماده این است که ضررهای اقتصادی (عدم‌النفع) که به استناد عموماً در خصوص قابلیت جبران آن تردید وجود دارد قابل مطالبه شناخته شده است.

^۱ در این خصوص رک. به سایت: www.Phalls.com/vbulletin

همچنین به نظر می‌رسد به استناد این قانون هزینه‌های درمانی مازاد بر دیه را نیز بتوان مطالبه کرد. عطف کردن «هزینه‌های درمان ناشی از نقص یا عیب» به خسارات جانی و تکلیف عرضه‌کننده به جبران این هزینه‌ها، حتی اگر خارج از تعهدات بیمه شخص ثالث باشد، مؤید این استنباط است.

هر چند، خسارت معنوی به صراحت ذکر نشده است، اما می‌توان اطلاق عبارت «جبران کلیه خسارات وارده به مصرف‌کننده و اشخاص ثالث» ضرر معنوی را هم در بر می‌گیرد و مصادیق ذکر شده در قانون جنبه تمثیلی دارد. با این همه، با توجه به تردیدها و ابهاماتی که در نظام حقوقی ایران در خصوص قابلیت جبران ضرر معنوی وجود دارد، بهتر بود قانونگذار جبران‌پذیر بودن این نوع ضرر را مورد تصریح قرار می‌داد.

۲. سایر ضمانت اجراها: در تبصره ۲ ماده ۲، دوره تعهد، تأمین قطعات و ارائه خدمات، ده سال مقرر شده است. اما قانون، اعلام نکرده است که ضمانت اجرای آن چیست؟ اقتضا داشت مقرر می‌شد که ضمانت اجرا به صورت یکسان در همه قراردادهای فروش قید شود و نحوه جبران خسارت، عدم ایفای تعهد و یا قصور عرضه‌کننده یا نمایندگی مجاز و فاصله زمانی آن مقرر می‌گردید.

ماده ۸ قانون بر استفاده مصرف‌کننده از شبکه‌های مجاز و رسمی عرضه‌کننده تأکید می‌ورزد و ضمانت عدم اجرای آن را برائت عرضه‌کننده اعلام کرده است. اما مواردی که خدمات جزئی و ناگزیر، صورت می‌گیرد مستثنی نشده‌اند و منصفانه نیست قانونگذار به طور کل، عرضه‌کننده را که دست کم درصدی از خسارات متوجه اوست، از مسؤولیت بری کند. علاوه بر موارد فوق، یکی از مشکلات موجود در معاملات خودرو، تعیین استانداردها و تبعیت قیمت از امکانات خودرو است که قانون راهی برای حمایت مصرف‌کنندگان در این زمینه نگشوده است. ساز و کارهای مربوط به گرانفروشی یا تعزیرات نیز در این خصوص کارآیی لازم را نداشته‌اند. بنابراین با توجه به تصویب این قانون خاص، اقتضا داشت قانونگذار گام‌هایی در این زمینه در جهت حمایت از مصرف‌کنندگان می برداشت؛ البته در آئین‌نامه اجرایی قانون به برخی از این موارد پرداخته شده است، ولی با توجه به جایگاه قانونی آئین‌نامه، این مقررات در معرض ایراد و متزلزل است.

در ماده ۱۱ قانون، نحوه نظارت وزارت صنایع و معادن بر اجرای قانون و سازوکارهای آن مقرر نشده است. به نظر نمی‌رسد تکلیف گزارش شش ماهه ادواری به کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی نیز در عمل کارآیی لازم را داشته باشد.

نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو.../۵۹

۳. دادرسی: در تبصره ۲ ماده ۳ مقرر شده است در صورت بروز اختلاف بین طرفین موضوع ماده فوق، موضوع مورد اختلاف حسب درخواست طرفین ابتدا در هیأت حل اختلاف مربوط که متشکل است از نماینده عرضه‌کننده خودرو، کارشناس رسمی دادگستری و کارشناس نیروی انتظامی طرح و رأی لازم با اکثریت آرا صادر خواهد شد.

مفاد ماده حاکی است که «حسب درخواست طرفین» هیأت به موضوع رسیدگی می‌کند. درحالی که در اکثر موارد، این مصرف‌کننده است که معترض و متقاضی جبران خسارت است. از این رو، اقتضا دارد عبارت تبصره ماده ۳ مزبور به «حسب درخواست یکی از طرفین یا هر دو» اصلاح گردد. این امر موجب تسریع رسیدگی و جبران خسارت مورد درخواست مصرف‌کننده خواهد شد. همچنین ذیل تبصره مذکور، مدت اعتراض به رأی صادره اعلام نشده است. این مدت باید مشخص و معقول باشد.

از طرف دیگر، به نظر می‌رسد راه‌حل مندرج در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸^۱ که در آن پیش‌بینی شده است که در درجه اول انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به اختلافات بین مصرف‌کنندگان و عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات رسیدگی کنند، با اصول حقوق مصرف‌کنندگان سازگارتر است.

نتیجه‌گیری

قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶ قانون خاص مقدم و قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ قانون عام مؤخر است. چنانچه قانونی اولی در خصوص حقوق مصرف‌کننده خودرو، متضمن حکمی نباشد، می‌توان به قانون اخیر که قانون مادر در زمینه حقوق مصرف‌کنندگان بطور کلی است مراجعه کرد و چنانچه هر دو قانون در این زمینه ساکت باشند، لازم است به نظام عام حقوق مدنی متوسل شد.

غالباً تصویب قوانین خاص در حوزه حقوق مصرف‌کننده با هدف برقراری نظام ویژه و حمایت بیشتر از کسانی است که به دلیل وضعیت حقوقی خاص، قانون حمایت از آنها را ضروری

^۱. به موجب ماده ۱۴ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ به منظور تسهیل و تسریع در رسیدگی به تخلفات و در راستای استیفای حقوق مصرف‌کنندگان، انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان می‌توانند شکایات واصله از افراد حقیقی و حقوقی را در حدود موارد مذکور در بندهای ۲، ۳ و ۴ ماده (۱۲) این قانون بررسی نموده و در صورت عدم توافق طرفین (شاکی و متشاکی عنه) یا جهت رسیدگی قانونی به سازمان تعزیرات حکومتی ارجاع نمایند. سازمان مذکور موظف است شکایات مربوط به صنوف مشمول قانون نظام صنفی را در مواردی که واجد عناوین مجرمانه نباشد براساس قوانین و مقررات مربوطه رسیدگی و حکم لازم را صادر و اجرا نماید.

دانسته است، در حالی که در زمینه قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو این حمایت به نحو مؤثری از مصرف‌کنندگان خودرو صورت نگرفته است و اگر حقوق مصرف‌کنندگان خودرو تابع قوانین عام، مانند قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ یا قانون مدنی باشد، وضعیت زیاد فرق نمی‌کند؛ حتی در مواردی به نظر می‌رسد که قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو در صدد تحدید مسؤولیت عرضه‌کنندگان خودرو برآمده است.

هر چند قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو به روشنی تعهد عرضه‌کننده در طول مدت ضمانت دایر بر تأمین ایمنی و سلامت خودرو را تعهد به نتیجه دانسته است و او با اثبات بی‌تقصیری خود نمی‌تواند از زیر بار مسؤولیت شانه خالی کند، اما با توجه به کوتاه بودن مدت ضمانت، این حمایت، جزیی و ناچیز است. بنابراین، اقتضا داشت قانونگذار سقف دوره ضمانت را میزان بالاتری تعیین می‌کرد تا حمایت مقتضی از مصرف‌کننده صورت می‌گرفت. از طرف دیگر، قانون در خصوص مسؤولیت عرضه‌کننده در خارج از مدت ضمانت حکمی ندارد و از این سکوت ممکن است این گونه برداشت شود که مسؤولیت عرضه‌کننده محدود به مدت ضمانت است و خارج از مدت ضمانت نسبت به جبران خسارات ناشی از عیب خودرو مسؤولیتی ندارد؛ یعنی، در حقیقت قانون در جهت تحدید مسؤولیت عرضه‌کننده، برآمده است. بنابراین لازم بود برای جلوگیری از این استنباط قانونگذار نظام مسؤولیت عرضه‌کننده خودرو در خارج از مدت ضمانت را هم مشخص می‌کرد. اما، قبل از تغییر قانون از طریق تفسیر هم می‌توان این مشکل را برطرف ساخت. بدین ترتیب که می‌توان گفت: با توجه به این که قانون مورد بحث جنبه حمایتی دارد، لذا تفسیر قانون باید به نفع مصرف‌کننده خودرو باشد نه عرضه‌کننده. از این رو، باید در خصوص مسؤولیت عرضه‌کننده خودرو بین دو فرض تفکیک قائل شد: مسؤولیت عرضه‌کننده در مدت ضمانت که مبتنی بر تقصیر نیست و از نوع تعهد به نتیجه است و مسؤولیت عرضه‌کننده در خارج از مدت ضمانت که تابع قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ و قواعد عمومی است.

در قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو، تنها به مسؤولیت عرضه‌کننده در مدت ضمانت اشاره شده است، اما در این زمینه که آیا مصرف‌کننده می‌تواند برای جبران خسارت خود به هر یک از افراد درگیر در زنجیره تولید و توزیع خودرو از جمله سازنده قطعه معیوب، واسطه فروش، نمایندگی فروش و سازنده خودرو مراجعه کند ساکت است. در این صورت در این خصوص باید به قواعد عمومی رجوع کرد. متأسفانه قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ و سایر مقررات عام نیز برای عرضه‌کنندگان کالا مسؤولیت تضامنی مقرر نکرده است.

نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو.../۶۱

با توجه به فنی بودن و تخصصی بودن عیب خودروجا داشت که قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو تعریف روشنی از عیب خودرو ارائه می‌داد یا معیارهایی کلی در این زمینه مقرر می‌داشت تا مصرف‌کننده به راحتی بتواند به آن استناد کند.

نکته قابل توجه دیگر در مورد عیب خودرو این است که مطابق ماده ۲ قانون، عرضه کننده مکلف به رعایت استانداردهای ابلاغی در مورد ایمنی، کیفیت، سلامت خودرو مطابقت آن با ضمانت ارائه شده به مصرف‌کننده می‌باشد. اما این ماده یا مواد دیگر به صراحت اعلام نکرده‌اند که چه مراجعی تکلیف دارند که استانداردها را در مورد ایمنی، کیفیت و سلامت خودرو اعلام کنند. هر چند آئین نامه در بند ۲، مبادرت به طرح این موضوع کرده است، اما با توجه به شأن و جایگاه قانونی آئین‌نامه این تکلیف مصون از ایراد نخواهد بود.

از جمله نکات مثبت قانون این است که ضررهای اقتصادی (عدم‌النفع) که به استناد عموماً در خصوص قابلیت جبران آن تردید وجود دارد قابل مطالبه شناخته شده است. همچنین به نظر می‌رسد به استناد این قانون هزینه‌های درمانی مازاد بر دیه را نیز بتوان مطالبه کرد. هر چند، خسارت معنوی به صراحت ذکر نشده است، اما می‌توان گفت که اطلاق عبارت «جبران کلیه خسارات وارده به مصرف‌کننده و اشخاص ثالث» ضرر معنوی را هم در بر می‌گیرد و مصادیق ذکر شده در قانون جنبه تمثیلی دارد.

متأسفانه قانون حمایت از مصرف کنندگان خودرو، روش خاصی را برای ضابطه‌مند کردن آگهی فروش و نحوه انتشار آن، مقرر نکرده است. ناهماهنگی‌ها و ضعف کنونی حاکم در مورد عرضه و فروش خودرو، موجب سردرگمی مصرف‌کننده و برخوردار نشدن او از حمایت لازم، دست کم از حیث اطلاعات فنی، شده است. بهتر است قانونگذار با توجه به میزان بالای مصرف و خطر و خسارات ناشی از خودرو، که متوجه عموم و محیط زیست می‌گردد، ضابطه‌هایی را برای اعلام اوصاف خودرو و قراردادهای فروش مربوط و جلوگیری از تبلیغات خلاف واقع عرضه‌کنندگان خودرو و تکلیف آنان به ارائه اطلاعات درست مقرر دارد. همچنین اطلاع رسانی به مصرف‌کنندگان در سطوح مختلف، به ویژه از طریق رسانه‌های فراگیر و آشنا ساختن مصرف‌کننده با معیارهای ایمنی و سلامت خودرو، انتظار معقولی است که باید برآورده شود.

چنان چه بعد از عرضه خودرو به بازار مشخص شود که در آن عیبی وجود دارد، عرضه‌کننده لازم است طی فراخوانی دارندگان خودروهای معیوب را از وجود عیب آگاه سازد تا ظرف مهلت مشخصی برای رفع عیب مراجعه کنند. متأسفانه در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو به این تکلیف مهم عرضه‌کننده خودرو اشاره نشده است.

به نظر می‌رسد راه‌حل مندرج در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ که در آن پیش‌بینی شده است که در درجه اول انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به اختلافات بین مصرف‌کنندگان و عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات رسیدگی کنند، در مقایسه با راه‌حل قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو که هیأت خاصی را پیش‌بینی کرده است، با اصول حقوق مصرف‌کنندگان سازگارتر است.

فهرست منابع

فارسی و عربی

- ایزانلو، محسن، (۱۳۸۲)، شروط محدودکننده و ساقط کننده در قراردادها، شرکت سهامی انتشار.
- بادینی، حسن، (۱۳۷۶)، اثر پیشرفت صنایع و علوم بر تحول مسئولیت مدنی، پایان-نامه کارشناسی ارشد حقوق خصوصی، با راهنمایی دکتر ناصر کاتوزیان، دانشکده حقوق دانشگاه تهران.
- بادینی، حسن، (۱۳۸۴)، فلسفه مسئولیت مدنی، شرکت سهامی انتشار.
- داراب پور، مهرباب، (۱۳۸۷)، مسئولیت‌های خارج از قرارداد، مجمع علمی فرهنگی مجد.
- جعفری تبار، حسن، (۱۳۷۵)، مسئولیت مدنی سازندگان و فروشندگان کالا، نشر میزان.
- جنیدی، لعلیا، (۱۳۸۱)، مطالعه تطبیقی تعهد به دادن اطلاعات با تأکید بر نظام‌های کامن‌لا، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، شماره ۶۵.
- جنیدی، لعلیا، (۱۳۷۵)، تضامن و اوصاف و آثار آن، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، دوره ۳۵.
- ژان کله - الووا (Jean Calase-Auloy) و فرانک ستنمتز (Frank Steinmetz)، (۱۳۷۹)، «حقوق مصرف»، ترجمه‌ی دکتر عبدالرسول قدک، مجله‌ی تحقیقات حقوقی، شماره‌ی ۲۹-۳۰.
- سیملر، فیلیپ، (۱۳۷۷)، راه‌حل حقوق فرانسه در مقابله با شروط تحمیلی در قراردادها، ترجمه‌ی دکتر عباس قاسمی حامد، مجله تحقیقات حقوقی، شماره ۲۴-۲۳.

نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو.../۶۳

- قاسمی حامد، عباس، (۱۳۷۵)، **مروری اجمالی بر نظریه تعهد به دادن اطلاعات در قرارداد از دیدگاه حقوق فرانسه**، مجله کانونوکلای دادگستری مرکز، شماره ۱۰، شماره مسلسل ۱۶۴-۱۶۵.
- کاتوزیان، ناصر، (۱۳۸۷)، **گامی به سوی عدالت، انتشارات میزان**، ج ۳.
- کاتوزیان، ناصر، (۱۳۸۴)، **مسئولیت مدنی ناشی از عیب تولید**، انتشارات دانشگاه تهران.
- کاتوزیان، ناصر، (۱۳۷۶)، **دوره حقوق مدنی**، عقود معین (۴): عقود اذنی، وثیقه‌های دین، شرکت انتشار با همکاری بهمن برنا - انتشارات مدرس، چاپ دوم.
- کاتوزیان، ناصر، (۱۳۸۵)، **حقوق مدنی**، نظریه عمومی تعهدات، چاپ سوم.
- نجفی، شیخ محمد حسن، (۱۳۶۷)، **جواهرالکلام فی شرح شرائع الإسلام**، جلد ۳۷، دارالکتب الإسلامیه، چاپ سوم.

لاتین

- Dix Noel, Jerry Phillips, (1977), **Product liability**, WestGroup.
- Dobbs, Dan B., (2001), **The Law of Torts**, West Group, 1st reprint edition.
- Donald, winter, (2002), **Recent Developments in Automobile Law**, Tort and Insurance Law Journal, Vol.37.
- Fairgrieve, Duncan, (2005), **Products Liability in Comparative Perspective**, Cambridge University Press.
- Fleming, John, (1985), **An Introduction to the Law of torts**, Clarendon Press, Oxford.
- Gordley, James and Von Mehren, Arthur Taylor, (2009), **An Introduction to the Comparative Study of Private Law**, Cambridge University Press.
- Gunn, Alan, (2005), **Studies in American Tort Law**, Carolina Academic Press.
- Katz, Harold A., (1956), **Liability of Automobile Manufacturers for Unsafe Design of Passenger Cars**, **Harvard Law Review**, Vol. 69, No. 5.

- Kionka, Edward, (2006), **Torts**, Thomson, 4th edition.
- Lambert-Faivre, Yvonne ET Porchy-Simon, Stéphanie, 2008, "**Droit du dommage corporel: systèmes d'indemnisation**", 6^{ème} édition, Éditions Dalloz.
- Le Tourneau, Philippe, (2005), **Responsabilité civile Professionnelle**, Deuxième édition, Dalloz.
- Micklitz, Hans-W, Stuyck, Jules and Terry, Evelyne, 2010, **Consumer Law**, Hart Publishing.
- Prosser and Keeton, (1984), **On the Law of Torts**, 5th. Ed, west.
- Schwartz, Gary, (1991), " **the Myth of the Ford Pinto**", 43 Rutgers Law Review, 1013.
- Weatherill, Stephen, (2005), **EU Consumer Law and Policy**, Edward Elgar.
- Whittaker, Simon, (2005), **Liability for Products**, Oxford University Press, First Published.

منابع اینترنتی

- Products Liability Consumer Product Safety Act/duty to report risk, Willamette University College of Law, Willamette Law Online, Ninth Circuit Court of Appeals, Decisions issued 2004, 17th summarized case, available at:
- <http://www.willamette.edu/wucl/journals/wlo/9thcir/04cases/20041102.htm>.
- www.findlaw.com / defective – dangerous – products.
- www.iransalamat.com/forum/showthread.php?t=28106
- www.Phalls.com/vbulletin