



Original Article

Legal and Economic Analysis of Warranty from Automobile Consumer Rights Perspective

Somayeh Kaviani¹, Mahdiah Saneei² 

ABSTRACT

The automotive industry is one of the most important drivers of economic growth in the 20th century; it has deep connections with other industries and entails positive effects on economic growth and consumer welfare. Competition in the supply of goods and services has been increased in the past decades, but the role of car's guarantee and safety is very important both economically and legally. Guarantee is presented in the form of a condition included in the contract or an independent contract; but in essence, it is similar to insurance and reward contracts. Of course, there are differences and ambiguities in this area that will be answered. Therefore, it is essential to understand the legal nature and economic efficiency of the guarantee. This article examines the nature of the guarantee and its affinity with contracts such as insurance and reward through a descriptive and analytical method, and examines its economic efficiency from cost-benefit and reduction of transaction costs perspective and since the benefit of goods and services is somehow directly related to the rights of citizens and public welfare, the government is obliged to organize and protect consumers rights. Accordingly, the Automobile Consumer Rights Protection Law has interpreted the ambiguities in the supplier's obligations in favor of the consumer. Even if there is a loss, the supplier has civil liability based on jurisprudence and legal rules and will be required to compensate the material and moral damages suffered and has a protective approach towards the consumer.

KeyWords: Warranty, Consumer Rights, Efficiency, Economic Analysis.

How to Cite: Kaviani, Somayeh, Saneei, Mahdiah, "Legal and Economic Analysis of Warranty from Automobile Consumer Rights Perspective", *Legal Research*, Vol. 28, No. 109, 2025, pp:253-270.

DOI: <https://doi.org/10.48308/jlr.2023.228642.2304>

Received: 05/09/2022-Accepted: 26/08/2023

1. PhD Candidate, Faculty of Law, Theology & Political Sciences, Islamic Azad University: Kish International Branch, Kish, Iran

2. Assistant Professor, Faculty of Law, Political & Economic Sciences, Islamic Azad University: South Tehran Branch, Tehran, Iran

Corresponding Author Email: m_sanee@azad.ac.ir



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



تحلیل حقوقی اقتصادی ضمانت از منظر حقوق مصرف‌کننده خودرو

سمیه کاویانی^۱، مهدیه صانعی^۲

چکیده

صنعت خودرو یکی از مهم‌ترین نیروهای محرکه رشد اقتصادی در قرن بیستم، دارای پیوندهای عمیق با سایر صنایع است و دارای آثار مثبتی بر رشد اقتصادی و رفاه مصرف‌کننده دارد. رقابت در عرضه کالا و خدمات، در دهه‌های گذشته زیاد شده است؛ اما نقش تضمین و سلامت خودرو هم از لحاظ اقتصادی و هم از لحاظ حقوقی بسیار مهم است. ضمانت در قالب شرط ضمن عقد یا قرارداد مستقل مطرح می‌شود؛ اما از منظر ماهیت، با عقود بیمه و جعاله قرابت دارد. البته تفاوت‌ها و ابهاماتی در این حوزه وجود دارد که به آنها پاسخ داده خواهد شد. لذا شناخت ماهیت حقوقی و کارایی اقتصادی ضمانت ضروری است. این مقاله با روش توصیفی و تحلیلی به بررسی ماهیت ضمانت و قرابت آن با عقود از جمله بیمه و جعاله می‌پردازد و کارایی اقتصادی آن را از منظر هزینه-فایده و کاهش هزینه‌های مبادلاتی بررسی می‌کند و از آنجا که بهره‌مندی از کالاها و خدمات، به‌نوعی با حقوق شهروندان و رفاه عمومی ارتباط مستقیم پیدا می‌کند، دولت مکلف به ساماندهی و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان است. به همین دلیل در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده خودرو، ابهامات موجود در تعهدات عرضه‌کننده را به نفع مصرف‌کننده تفسیر کرده است و حتی در صورت ورود ضرر، منطبق با شرایط، عرضه‌کننده به استناد قواعد فقهی و حقوقی دارای مسئولیت مدنی بوده و ملزم به جبران خسارت‌های مادی و معنوی زیان دیده خواهد بود و رویکرد حمایتی نسبت به مصرف‌کننده داشته است.

کلید واژگان: ضمانت، حقوق مصرف‌کننده، کارایی، تحلیل اقتصادی.

استناد به این مقاله: کاویانی، سمیه، صانعی، مهدیه، «تحلیل حقوقی اقتصادی ضمانت از منظر حقوق مصرف‌کننده خودرو»، فصلنامه تحقیقات حقوقی، دوره ۲۸، شماره ۱۰۹، فروردین ۱۴۰۴، صص: ۲۵۳-۲۷۰.

DOI: <https://doi.org/10.48308/jlr.2023.228642.2304>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۱۴ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۰۴

۱. دانشجوی دکتری، دانشکده حقوق، الهیات و علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی: واحد بین‌المللی کیش، کیش، ایران

۲. استادیار، دانشکده حقوق، علوم سیاسی و اقتصادی، دانشگاه آزاد اسلامی: واحد تهران جنوب، تهران، ایران

ایمیل نویسنده مسئول: m_sanee@azad.ac.irCopyright: © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

مقدمه

صنعت خودروسازی یکی از صنایع مهم در اقتصاد هر کشور است. پیتر دراکر^۱ لقب «صنعت صنعت‌ها» را به آن اطلاق کرد. این صنعت دارای حلقه‌های پیشین و پسین و گسترده بودن زنجیره تأمین آن در برخی کشورها، جزء صنایع مادر است. لذا ارزش افزوده بالا و اشتغال ایجاد می‌کند.^۲ با شروع انقلاب صنعتی، شاهد تغییرات عظیمی در بخش تولید بوده‌ایم. شرکت‌های تجاری اجزای یک محصول را تولید می‌کردند و اغلب هیچ شخصیت حقوقی خاصی مسئولیت تولید محصول تمام شده را بر عهده نداشت. دولت در حمایت از خریدار نقشی نداشت و خریدار با هوشیاری و به‌تنهایی مسئول حفظ سلامتی خود بود و خریداران حقی در گرفتن غرامت نداشتند. تولیدکنندگان نیز فقط در موارد تقلبات محرز و تضمینات صریحی که داده بودند، مسئول شناخته می‌شدند از ساخت خودرو تا رسیدن آن به دست مشتری، مدت طولانی طی می‌شود. در این میان ممکن است خودرو معیوب یا ناقص شود یا اساساً معیوب تولید شود. در حقوق موضوعه و رویه قضایی بسیاری از کشورها، از جمله در اتحادیه اروپا، پذیرفته شده که فروشنده مسئول صحت و سلامت کالا پیش از تحویل آن است. با وجود این، امروزه تولیدکنندگان و سازندگان کالا با درج شرطی به‌عنوان ضمانت در ضمن قرارداد دامنه مسئولیت خویش را به عیوب پس از تحویل کالا نیز گسترش می‌دهند.^۳ تا نیمه قرن نوزدهم، فروشندگان به‌ندرت ضمانت رسمی برای کالاها ارائه می‌دادند. در پایان قرن، با پیچیده‌تر شدن محصولات، قراردادهای تضمین سلامت کالا با دامنه‌ای بسیار محدود مطرح شد. این قراردادها نوعاً ترمیم اجزای معیوب، هزینه‌های حمل و نقل، آسیب‌های متعاقب و امثال آن را دربر نمی‌گرفتند. جالب‌تر اینکه، تولیدکنندگان به‌منظور جلب مشتری تضمین‌هایی می‌دادند که قصد انجام آنها را نداشتند. در چنین شرایطی، ضرورت حمایت از مصرف‌کننده، که طرف ضعیف قرارداد بود، مطرح شد. بر این اساس، دولت‌ها در جست‌وجوی تدوین قوانینی رفتند تا تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان مسئول عیب محصول خود باشند. این اندیشه در مفهوم ضمانت تجلی یافت.^۴ امروزه ضمانت دیگر فقط دارای آثار خارجی مثبت برای مصرف‌کنندگان نیست، بلکه تولیدکننده هم می‌تواند از طریق کاهش هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات کالا و با استفاده از علامت‌دهندگی مدت ضمانت، از آن به‌عنوان وسیله‌ای برای افزایش کارایی اقتصادی استفاده کند. ضمانت ممکن است مانع اتلاف منابع و افزایش هزینه‌های تولیدکننده شود. ضمانت در دنیای رقابت امروز منتهی به افزایش کارآمدی نظام تولید و در نهایت بخش اعظم نظام اقتصادی می‌شود.

در بیشتر کشورها، به‌ویژه در خصوص مسئولیت مدنی عرضه‌کنندگان خودرو، 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

^۱. Peter Drucker

^۲. شهیکی تاش، محمد نبی و عماد کاظم‌زاده، «سنجش حاشیه سود در صنعت خودروسازی ایران (بر اساس رهیافت هال-راجر)»، *مطالعات اقتصادی کاربردی ایران*، دوره ۶، شماره ۲۱، ۱۳۹۶، ص ۴۷.

^۳. محمدی، پژمان و قادر شنیور، «بررسی ابعاد حقوقی گارانتی»، *دو فصلنامه حقوق خصوصی*، دوره ۱۰، شماره ۲، ۱۳۹۲، ص ۲۱۲.

^۴. قاسمی حامد، عباس، شهرزاد حدادی و شیوا عبدالله‌زاده ثانی، «گارانتی از منظر تحلیل اقتصادی حقوق»، *فصلنامه تحقیقات حقوقی*، دوره ۲۱، شماره ۸۱، ۱۳۹۷، ص ۱۰۴.

عمل آورد؟ پاسخ به پرسش‌ها را باید در واقعیت‌های بازار خودرو در ایران و میزان خسارات و صدمات ناشی از این وسیله نقلیه جست‌وجو 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 کند. از طرف دیگر، میزان حوادث رانندگی و خسارات بدنی و مالی ناشی از این حوادث در ایران سرسام‌آور و متحیرکننده است؛ به نحوی که حوادث رانندگی سالیانه به اندازه زلزله بم قربانی می‌گیرد و خسارت به بار می‌آورد.^۱ قانون‌گذار خواسته است با تصویب قانون خاص و مقرر کردن تکالیفی برای عرضه‌کنندگان خودرو، گامی هرچند کوچک به منظور ایمن‌تر کردن خودروها و جبران خسارت برداشته باشد. لذا شناخت ماهیت حقوقی و تحلیل اقتصادی ضمانت اهمیت می‌یابد.

بنابراین، سؤال این مقاله این است: تحلیل حقوقی - اقتصادی ضمانت چیست و ضمانت برای مصرف‌کننده خودرو چه حمایت‌های حقوقی دارد؟

فرضیه این است که تحلیل قرارداد ضمانت بر مبنای ماده ۱۰ قانون مدنی و اصل حاکمیت اراده، صورت می‌پذیرد و باعث کاهش هزینه‌های مختلف و افزایش کارایی می‌شود و تعهدات عرضه‌کننده خودرو در طول مدت ضمانت دایر بر تأمین ایمنی و سلامت خودرو، مبتنی بر تعهد به نتیجه است و عرضه‌کننده با اثبات بی‌تقصیری خود نمی‌تواند از زیر بار مسئولیت شانه خالی کند؛ اما با توجه به کوتاه بودن مدت ضمانت، این حمایت جزئی و ناچیز است و حق استرداد و تعویض مصرف‌کننده را منوط به تحقق شرایطی خاص کرده است به بررسی آن در بخش‌های مختلف مقاله پرداخته می‌شود.

۱. مبانی تحقیق

۱.۱. شناخت مبانی ضمانت

ضمانت در معنای لغوی به هرگونه تضمین و ضمانت اطلاق می‌شود. تعهدی است یک‌طرفه از جانب تولیدکننده یا فروشنده کالا یا خدمات به نفع مشتری که در طی دوره معینی از زمان خرید کالا یا خدمات چنانچه عیب یا نقیصه در محصول حادث شود که منتسب به استفاده‌کننده نباشد، فروشنده یا تولیدکننده ضامن خواهد بود. در مفهوم عام حقوقی، به معنای تضمین اجرای به موقع یک قرارداد یا تعهد می‌شود.^۲ در ماده ۱ دستورالعمل اتحادیه اروپا Emark نیز تعریف شده است.^۳ مشابه این تعریف در ماده ۱ قانون حمایت از مصرف‌کننده مصوب ۱۳۸۶ نیز بیان شده است.^۴ همچنین بند «ز» آیین‌نامه اجرایی حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۹۵ ضمانت‌نامه را سندی می‌داند که به زبان فارسی و دربرگیرنده مسئولیت دوره ضمانت و تعهد خدمات عرضه‌کننده و استفاده‌مطلوب از خودرو که از سوی عرضه‌کننده به

۱. بادینی، حسن، «نقدی بر مبنا و قلمرو مسئولیت مدنی عرضه‌کنندگان کالا و خدمات در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸»، فصلنامه تحقیقات حقوقی، دوره ۱۵، شماره ۵۸، ۱۳۹۱، ص ۸۷.

۲. عبدی پورفرده، ابراهیم، «گارانتی و تضمین کیفیت کالا»، حقوق اسلامی، دوره ۱۰، شماره ۳۶، ۱۳۹۲، ص ۷۲.

۳. ضمانت عموماً از سوی خود فروشنده یا تولیدکننده داده می‌شود. بنابراین توافقی اعم از شرط ضمن عقد یا مستقل از عقد اصلی است که به موجب آن شخصی به نام ضمانت‌دهنده در برابر شخص دیگری به نام ضمانت‌گیرنده متعهد می‌شود اگر کالا یا خدمات مورد معامله را در مدت زمان معینی دچار عیب، ایراد یا نقص شدند، اصلاح یا تعمیر کند یا چنانچه دارای عیب اساسی باشد آن را با کالایی مشابه تعویض کند.

۴. ضمانت‌نامه کالا یا خدمات، سندی است که تولیدکننده، وارد کننده، عرضه‌کننده یا تعمیرکننده هر دستگاه فنی، به خریدار یا سفارش‌دهنده کالا می‌دهد تا چنانچه ظرف مدت معین عیب یا نقص فنی در کالای فروخته شده یا خدماتی که انجام شده، مشاهده شود، نسبت به رفع عیب یا تعویض قطعه یا قطعات بدون اخذ وجه یا پرداخت خسارات وارده اقدام کند.

همراه خودرو، تحویل مصرف‌کننده می‌شود.

اما در کنار اصطلاح ضمانت گاهی از واژه وارانته نیز استفاده می‌شود. در خصوص ارتباط میان این دو، نظریات گوناگونی بیان شده است. برخی معتقدند اصطلاح ضمانت در مواردی استفاده می‌شود که تولیدکننده تعهد می‌کند؛ در صورتی که کالا با وجود رعایت نکات مربوط به استفاده صحیح از جانب مصرف‌کننده دچار خرابی شد، محصول را بدون دریافت هزینه تعویض یا تعمیر کند.^۱ اما لغت وارانته در مواردی به کار برده می‌شود که تولیدکننده تضمین می‌کند تا در صورتی که قطعات این محصول بعد از اتمام مدت ضمانت تا مدت معینی به هر دلیلی عیب یا ایرادی پیدا کرد، در مقابل دریافت وجه آن قطعات را در اختیار خریدار قرار دهد. به عبارتی، قطعات این محصول تا آن مدت که قید شده، موجود است.^۲ برخی دیگر معتقدند اصطلاح ضمانت^۳ عبارت از تعهدی لازم است که شخصی به شخص دیگر می‌دهد؛ به گونه‌ای که اگر شرایط خاصی رخ داد، این تعهد عملی شود. معمولاً تولیدکنندگان محصولات به مصرف‌کنندگان خود ضمانت یا ضمانت می‌دهند که محصولاتشان در مدت زمان مشخصی کاملاً درست کار کند؛ در غیر این صورت، اصل پول برگشت داده یا محصول تعویض می‌شود و به عنوان وسیله‌ایست که مصرف‌کننده می‌تواند برای پردازش اطلاعات درباره محصول یا کالا از آن استفاده کند.^۴ اما از وارانته معمولاً در بازه‌های زمانی طولانی‌تر استفاده می‌شود و در آن راه برگشت از تصمیم خرید برای مشتری باز نیست. تولیدکننده معمولاً در مدت زمان وارانته، در صورت بروز مشکل برای محصول، هزینه تعمیر یا تعویض قطعات را به عهده می‌گیرد و به این طریق به مصرف‌کننده اطمینان می‌دهد که در طول مدت وارانته نیازی به انجام هزینه تعمیرات ندارد و بیشتر به صورت شفاهی و ضمنی است. البته به نظر می‌آید ضمانت‌ها مشابه یکدیگرند یا به نحو اساسی با هم شباهت دارند.^۵

۱.۲. ماهیت حقوقی ضمانت

اشاعه و ترویج این قراردادها در عرف کنونی، تحلیل آن را ضروری می‌کند. در رسیدگی‌های قضایی در صورت مطرح شدن مسئله‌ای، دادرس ناچار از تحلیل قرارداد است. البته توصیف اعمال حقوقی صرفاً براساس عناوین آنها نیست و به قصد مشترک متعاقدين مراجعه می‌شود. ضمانت نیز از این قاعده مستثنا نیست. ضمانت عقدی است که متعاقدين می‌توانند به‌طور مستقل از عقد اصلی، آن را شرط کنند.^۶ البته ممکن است بعد از انعقاد عقد اصلی، مشتری به دلایل متعدد مانند کیفیت نامطلوب (مبیع) خواستار عرضه ضمانت از سوی بایع باشد؛ لذا چنین عقدی به عقود از قبیل جعله خاص و بیمه نزدیک می‌شود. در این بند با بررسی استدلال‌های مختلف، ماهیت حقوقی آنها را تبیین می‌کنیم.

^۱ Stone, Richard and James Devenney, *The Modern Law of Contract*, London: Cavendish publishing limited, 15th Edition, 2002, P 24.

^۲ Jack, Nat and Frank Van Duyn Schouten, "Optimal repair-replace strategies for a warranted product", *International Journal of Production Economics*, Volume 67, Issue 1, 2000, P 96.

^۳ انواع ضمانت به صورت صریح (تحت فرم مخصوص) و ضمنی وجود دارد. و عناصر ضمانت شامل ضمانت‌دهنده، ضمانت‌گیرنده، اطمینان خاطر خریدار و رقابت در امر تجارت، اهتمام فروشنده جهت تولید کالای مقاوم و جلوگیری از سوءاستفاده است.

^۴ Choi, B. and Ishii Jun. "Consumer Perception of Warranty as Signal of Quality: an Empirical study of Powertrain Warranties", *POSCO research Institute & Amherst college Department of Economics*, 2010, PP 3-5.

^۵ Priest, George L. "A theory of Consumer Product Warranty", *Economic Analysis of the Law: Selected Reading*, 2004. 115.

^۶ Stone and Devenney, Op. Cit., P 18.

۱.۲.۱. جعالة خاص و ضمانت

تحلیل ضمانت در قالب جعالة خاص^۱ آثاری را در پی دارد. تعهد عامل در عقد جعاله تعهد به نتیجه است؛ بنابراین، تا حصول نتیجه به شکل مطلوب استحقاقی نسبت به دریافت جعل ندارد. در قرارداد ضمانت نیز ضمانت‌دهنده صرفاً در صورت تعویض کالا یا اصلاح آن حق دریافت مبلغ معهود در قرارداد را دارد. همچنین، اگر قرارداد ضمانت از مصداق‌های جعالة خاص باشد، عقدی جایز است؛ بنابراین، ضمانت‌دهنده و ضمانت‌گیرنده می‌توانند به دلخواه عقد را برهم زنند و از اجرای تعهدات قراردادی خودداری کنند. صرف‌نظر از اختلافاتی که در ماهیت جعاله دیده می‌شود که می‌تواند به ضمانت نیز تسری پیدا کنند، تبیین ماهیت جعاله در این مورد مؤثر است.^۲ البته انتقاداتی نیز وارد شده است که عبارت‌اند از: جعاله عقدی جایز است و هریک از متعاقدين به دلخواه حق بر هم زدن عقد را دارند؛ لیکن در قرارداد ضمانت بنای طرفین قرارداد این است که هیچ‌یک از طرفین حق فسخ یک‌جانبه عقد را نداشته باشد. در صورت انتقال مال مورد ضمانت به شخص ثالث، وی قائم مقام گیرنده مال است و می‌تواند از مزایای ضمانت بهره‌مند شود. درحالی‌که در عقد جعاله، فقط عامل در برابر جاعل مسئولیت دارد و حتی می‌توان گفت در صورت انتقال مال موضوع جعاله از سوی جاعل، جعاله به دلیل بلاموضوع بودن منفسخ می‌شود. عامل پس از اجرای تعهد می‌تواند جعل را مطالبه کند؛ ولی در قرارداد ضمانت، ضمانت‌دهنده معمولاً در حین انعقاد عقد مبلغی را از ضمانت‌گیرنده دریافت می‌کند.^۳

۱.۲.۲. بیمه و ضمانت

تحلیل قرارداد ضمانت در قالب قرارداد بیمه به این صورت است که قرارداد ضمانت، بیمه وسایل و تجهیزات مورد معامله است که به موجب آن، شرکت ضمانت‌دهنده به‌عنوان بیمه‌گر، به اصلاح کالای معیوب و تبدیل آن متعهد می‌شود و در برابر این تعهد، از بیمه‌گذار (ضمانت‌گیرنده) حق بیمه دریافت می‌کند. مسئله‌ای که این اندیشه را تقویت می‌کند، احتمالی بودن قرارداد بیمه و نامعلوم بودن کیفیت اجرای آن است. مسائل مزبور در قرارداد ضمانت نیز مشاهده می‌شود. به‌علاوه، در قرارداد بیمه، بیمه‌گر تضمین می‌کند در صورت بروز حادثه احتمالی خسارت را جبران کند. در قرارداد ضمانت نیز ضمانت‌دهنده تضمینی مشابه می‌دهد. برخورداری از خدمات بیمه توسط بیمه‌گذار محدود به مدت زمانی خاص است. در قرارداد ضمانت نیز ضمانت‌گیرنده طی زمان خاص می‌تواند از مزایای ضمانت بهره‌مند شود. علاوه بر این، در قرارداد ضمانت مانند عقد بیمه، ضمانت‌دهنده مبلغی را به‌عنوان ضمانت دریافت می‌کند؛ حتی اگر عیب و نقص در مدت ضمانت در کالا ایجاد نشود. هر دو عقد لازم‌اند. در هر دو عقد تعهدات بیمه‌گر و ضمانت‌دهنده همه حالت‌های عیب و نقص و همه خسارت‌ها را شامل نمی‌شود. تحلیل قرارداد ضمانت در قالب عقد بیمه آثاری را در پی دارد؛ از جمله این آثار می‌توان به لازم بودن عقد بیمه اشاره کرد؛ به طوری که ضمانت‌دهنده و ضمانت‌گیرنده نمی‌توانند به‌طور یک‌جانبه و به دلخواه قرارداد را برهم زنند و از اجرای تعهدات قراردادی خودداری کنند. به‌علاوه، با توجه به اعتبار قرارداد بیمه براساس حقوق موضوعه، بسیاری از اشکالات قرارداد ضمانت از قبیل احتمالی بودن این عقد، وجود غرر و انحصار عقود به عقود خاص

۱. طبق ماده ۵۶۱ قانون مدنی، جعاله التزام شخص به تأدیه اجرت معلوم در مقابل انجام عملی خواه طرف معین باشد یا نامعین است.

۲. کاتوزیان، ناصر، «محدودیت‌های آزادی قراردادی بر مبنای حمایت از مصرف‌کننده»، فصلنامه مطالعات حقوق خصوصی، دوره ۳۸، شماره ۳، ۱۳۸۷، ص ۱۳۲.

۳. حیدری، عباس، «تحلیل حقوقی از مسئولیت در قبال ارائه کالای معیوب و حمایت از مصرف‌کنندگان»، پژوهش و نگارش کتب دانشگاهی، شماره ۱۱، ۱۳۹۲.

برطرف می‌شود.^۱ بر این بحث نیز از سوی صاحب‌نظران انتقاداتی وارد شده است که عبارت‌اند از: اشکال چنین تحلیلی این است که اخص از مدعی است؛ به طوری که چنین تحلیلی فقط دربرگیرنده ضمانت اصلاح کالا است و نه ضمانت تبدیل و تعویض کالا؛ به عبارت دیگر، در قرارداد بیمه، بیمه‌گر به جبران خسارت متعهد می‌شود، درحالی که در قرارداد ضمانت، ضمانت‌دهنده علاوه بر جبران خسارت (اصلاح کالا) به تبدیل و تعویض کالای معیوب نیز متعهد می‌شود. ارائه‌دهندگان ضمانت به طور معمول، تولیدکنندگان کالا هستند؛ لیکن بیمه ممکن است از سوی هر شخص واجد صلاحیتی ارائه شود. به عبارت بهتر، بیمه‌گر معمولاً شخصی غیر از تولیدکننده و فروشنده است. ضمانت معمولاً از تاریخ تحویل دستگاه به خریدار آغاز می‌شود؛ ولی در بیمه چنین امری بستگی به توافق طرفین قرارداد دارد. این باعث می‌شود بیمه کالا تا پایان عمر آن بارها اتفاق بیفتد.^۲

ضمانت دارای ماهیتی ویژه است. در چنین عقدی ضمانت‌دهنده دو تعهد را بر عهده می‌گیرد: تعهد به تبدیل کالای معیوب و تعهد به اصلاح آن. یکی از دو تعهد مزبور به طور معمول قائم‌مقام تعهد دیگر می‌شود. به گونه‌ای که در صورت بروز نقض در کالای مورد معامله، یا نقض مزبور قابل رفع است یا اینکه قابل رفع نیست و باید کالا تعویض شود. پس غیرممکن است که اجرای دو تعهد در یک قطعه خاص در کنار یکدیگر قابل اجرا باشد و کالا قابل اصلاح و هم قابل تبدیل شود، مگر توافق جدید واقع شود. به علاوه، قالب‌های مندرج در قانون مدنی با عنوان عقود معین، به هیچ وجه پاسخ‌گوی تعهدات مطرح شده در قرارداد ضمانت نیست؛ به عبارت دیگر، قرارداد ضمانت نمی‌تواند در پوشش عقودی مانند جعالة خاص و بیمه تحلیل شود و به نظر می‌رسد از مصداق‌های قراردادهای خصوصی ماده ۱۰ ق.م.ا است. مسائلی که این امر را تقویت می‌کند، ویژگی‌های این عقد است که در عقود مشابه هم‌تا ندارد؛ برای مثال، ضمانت‌گیرنده طی مدت زمانی خاص می‌تواند از مزایای ضمانت بهره‌مند شود و مزایای مزبور فقط در صورت امکان نقض و عیبی خاص، که البته ممکن است ایجاد نشود، برقرار می‌شوند. اگر مدت پایان برسد و عیب جدید حادث نشود، قرارداد ضمانت تمام می‌شود. به علاوه، میزان تعهدات ضمانت‌دهنده و میزان مصالح لازم برای اصلاح کالا و تبدیل آن مجهول است؛ بنابراین، عدم امکان انطباق قرارداد ضمانت در قالب عقود معین اندیشه تحلیل آن در قالب اصل آزادی قراردادی و ماده ۱۰ قانون مدنی را تقویت می‌کند. البته پذیرش این تحلیل، موجب می‌شود قرارداد ضمانت عقدی مشروع و معتبر باشد، بی‌آنکه آثار و احکام خاص عقود معین را داشته باشد. شایان ذکر است برخی صاحب‌نظران نیز ضمانت را عقدی مستقل و متمایز از عقود و قراردادهای دیگر می‌دانند.

۱.۳. کارایی اقتصادی ضمانت

کارایی^۳ مفهومی است که در فرایند رسیدن به هدف، هزینه منابع صرف‌شده را ارزیابی می‌کند. به طوری که مقایسه خروجی‌های به دست آمده با ورودی‌های مصرف‌شده، میزان کارایی را مشخص می‌کند. هزینه تأمین منابع انسانی، هزینه استفاده از تجهیزات، نگهداری تسهیلات و نرخ بازگشت سرمایه و نظایر آن در سنجش کارایی مورد ملاحظه قرار می‌گیرد.^۴

^۱ محمدی و شنیر، پیشین، ص ۶۵

^۲ نادری، فرشته، «ماهیت گارانتی و آثار و احکام آن از منظر فقه و حقوق»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید اشرفی اصفهانی، ۱۳۹۷، صص ۵۷-۵۸.

^۳ Efficiency

^۴ رضائیان، علی، *مبانی سازمان و مدیریت*، تهران: سمت، ۱۳۸۶، ص ۳۵.

به عقیده یکی از پیشگامان تحلیل اقتصادی حقوق^۱، کارایی در «به حداکثر رساندن ثروت» است و ثروت نیز در صورتی به حداکثر می‌رسد که ارزش جمعی تمام کالاها و خدمات افزایش یابد. البته منظور از کالاها و خدمات، صرفاً کالاها و خدماتی نیست که در بازارهای واقعی مبادله می‌شوند؛ بلکه شامل کالاها و خدمات غیراقتصادی مانند زندگی، آسایش، خانواده، ایمنی و تحمل خسارات که در بازارهای فرضی مبادله می‌گردد، نیز می‌شود. ضمانت‌ها می‌توانند سبب کاهش هزینه‌های مبادلاتی و نهایتاً افزایش کارایی اقتصادی شوند. هزینه‌های مبادلاتی مفهومی است که رونالد کوز^۲ آن را در مقالات خود مطرح کرد و منظور وی هزینه‌هایی بود که در عالم واقع به معاملات تجاری ورود می‌یابند. این هزینه‌ها در واقع مجموعه هزینه‌های مربوط به انتقال حق مالکیت از یک طرف به طرف دیگر است که در اقتصادهای بازار محور که در آن‌ها مالکیت خصوصی پررنگ است، مطرح‌اند:

الف) هزینه‌هایی که آشکار و قابل محاسبه عددی‌اند و در واقع مجموع هزینه‌هایی است که در بازار صرف می‌شود. این هزینه‌ها شامل هزینه‌های حسابداری، وکیل، ثبت و اجرای قراردادها و غیره می‌شود.

ب) هزینه‌هایی که مستتر است و بدون اینکه هزینه آشکاری داشته باشد، مانع از توسعه فعالیت‌های تجاری می‌شود یا معاملات موجود را محدود می‌کند. این هزینه‌ها عمدتاً به دلیل ناکارایی نظام حقوقی در تعریف راه‌های کارآمد و شیوه‌های صحیح انجام مبادلات و نظام قراردادها و اجرای آنها بروز می‌نماید. موارد زیر جزء هزینه‌های مبادله به شمار می‌آیند:

هزینه‌های اجرای حقوق مالکیت به دلیل حقوق مالکیت ضعیف؛ هزینه حمایت و اجرای قراردادها ناشی از نکول قراردادها، هزینه‌های اجرای ضمانت‌نامه‌ها و علایم تجاری؛ هزینه نظارت بر قراردادها و پیش‌بینی رفتار عاملان اقتصادی و حسن اجرای آنها؛ هزینه‌های کسب اطلاعات؛ هزینه‌های دادرسی و مطالبه حقوق و همچنین هزینه‌های مجازات و تنبیه.

لذا به نظر می‌رسد قرارداد ضمانت از طریق کاهش کسب اطلاعات سبب کاهش هزینه‌های فرصت‌آمی شود؛ زیرا نوع ضمانت که یک شرکت تولیدی برای محصول خود ارائه می‌دهد، می‌تواند برای خریدار به‌عنوان راهنمایی در خصوص کیفیت محصول عمل کند. هزینه فرصت غالباً به بالاترین ارزش فرصت‌ها یا گزینه‌های انتخاب نشده اشاره دارد. می‌توان گفت هزینه فرصت هزینه واقعی برآوردن یک خواسته است که برحسب هزینه از دست دادن فعالیت‌های دیگر بیان شده است. برخی اقتصاددانان بر این عقیده‌اند که هزینه فرصت را باید به‌عنوان جایگزین‌هایی در نظر گرفت که بر فرایند یک انتخاب تأثیر می‌گذارد. به نظر می‌رسد^۴ ضمانت سبب می‌شود زمانی را که لازم است خریدار برای جست‌وجوی یک کالای باکیفیت رضایت‌بخش صرف کند، به فعالیتی اختصاص دهد که برای او ایجاد درآمد بیشتری می‌کند. از سوی دیگر، ضمانت سبب کاهش هزینه‌های دادرسی و نهایتاً افزایش کارایی اقتصادی می‌شود. با این توضیح که باوجود ضمانت قراردادی، در صورت بروز عیب در کالا و ایجاد خسارت، خریدار از اثبات تقصیر عرضه‌کننده معاف است و برای الزام تولیدکننده و عرضه‌کننده به جبران خسارت، زمان و هزینه کمتری لازم است. افزون بر این، نوع تضمینی که تولیدکننده عرضه می‌کند، از اموری است که می‌تواند از راه کاهش هزینه‌های دادرسی احتمالی و نارضایتی مصرف‌کنندگان که در قیمت نهایی محصول محاسبه می‌شود، قیمت تمام‌شده آن را کاهش دهد. تولیدکننده تضمینی را که موجب از دست

^۱. Posner

^۲. Ronald Coase

^۳. Opportunity Costs

هزینه فرصت اصطلاحی اقتصادی است که طبق آن باید در محاسبه «هزینه‌های» مرتبط با انتخاب یک گزینه، فرصت‌های قبلی از دست رفته ناشی از این انتخاب را هم در نظر گرفت.

^۴. Cooter, Robert. "unity in tort, contract and property: The Model of Precaution", *California Law Review*, Volume 73, Issue 1, 1985, P 98.

دادن مصرف‌کنندگان شود، عرضه نمی‌کند.^۱ این بدان معناست که اگر مصرف‌کنندگان خطر تولید کالای معیوب یا بی‌کیفیت را صحیح ارزیابی کنند، تضمین فروخته‌شده توسط تولیدکننده، منجر به کاهش قیمت تمام‌شده محصولات خواهد شد. بنابراین اگر عرضه‌کننده یا تولیدکننده نتواند به‌درستی از علامت‌دهندگی ضمانت استفاده کند و مصرف‌کنندگان خطر کالای معیوب یا بی‌کیفیت را اشتباه ارزیابی کنند، ضمانت فروخته شده در بازار به‌لحاظ اقتصادی غیرمنطقی است؛ به‌ویژه زمانی که مصرف‌کنندگان به‌اشتباه ریسک محصول را کمتر از ریسک واقعی آن برآورد می‌کنند، منجر به خرید ضمانت با شرایط محدودکننده یا ضمانت خواهد شد که خطر تولید کالای معیوب یا بی‌کیفیت را برعهده نمی‌گیرد (اگر مصرف‌کننده ریسک را بیشتر ارزیابی کند، ضمانت را که بسیار کامل است، خریداری خواهد کرد).

۲. تحلیل حقوقی ضمانت و خدمات پس از فروش صنعت خودرو

هرچه بر تنوع و کمیت تولیدات کالاها افزوده می‌شود، خطرهای احتمالی ناشی از به‌کارگیری و مصرف کالاها نیز افزایش می‌یابد. در این میان عدالت اقتصادی اقتضا می‌کند که تولیدکنندگانی که توانگرتر از مصرف‌کنندگان محسوب می‌شوند و سودهای فراوانی را به دست می‌آورند، بیشتر متحمل پیامدها و مسئولیت‌های ناشی از خطر در بهره‌برداری از تولیدات خود شوند و ضرورت حمایت از مصرف‌کننده آشکار می‌شود. مصرف‌کننده اگر به نتیجه‌ای که انتظار داشته دست نیابد و با خرید کالایی که اطمینان از کارکرد صحیح او ندارد نتواند نیازهایش را رفع کند، تعادل در عرصه اقتصادی دچار آسیب جدی می‌شود؛ لذا دولت‌ها در تلاش‌اند تا با تدوین قوانینی نقش حمایتی از مصرف‌کننده را نهادینه سازند.^۲ ضرورت و اهمیت حمایت از مصرف‌کننده، توافقات فی‌مابین تولیدکننده و مصرف‌کننده را از حالت شخصی خارج کرده است و در برخی موارد تولیدکننده موظف است از استانداردهای بین‌المللی مربوط به نظام‌های کنترل کیفیت تولید پیروی کند و در صورت تخلف مصرف‌کننده می‌تواند در برابر تولیدکننده مدعی جبران خسارت شود.^۳

۲.۱. قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶

غالباً تصویب قوانین خاص در حوزه حقوق مصرف‌کننده با هدف برقراری نظام ویژه و حمایت از کسانی است که به‌دلیل وضعیت حقوقی خاص، قانون حمایت از آنها را ضروری دانسته است؛ درحالی‌که در زمینه قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو این حمایت به‌نحو 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 مسئولیت عرضه‌کنندگان خودرو برآمده است. هرچند 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 مسئولیت شانه خالی کند؛ اما با توجه به کوتاه بودن مدت ضمانت، این حمایت، جزئی و ناچیز است؛^۴

^۱ Juscius, V. and Deimena Lekaviciene. "The impact of internationalization and globalization on the competitiveness of companies", *Economics and Management*, 2007, P 35.

^۲ دعاگوی، محمد، «شروط تحمیلی در قراردادهای صنعت خودرو»، *مبانی فقهی حقوق اسلامی*، دوره ۷، شماره ۱۴، ۱۳۹۳، ص ۸۶.

^۳ قاسمی حامد، حدادی و عبدالله‌زاده ثانی، پیشین.

^۴ لاری دشت بیاض، محمود، مهدی صالحی و علیرضا شفیع بیک محمدی، «تأثیر الزامات مالی ایران خودرو بر سودآوری قطعه سازان صنعت خودرو»، *مجله اقتصاد پولی، مالی*، دوره ۲۲، شماره ۹، ۱۳۹۴، ص ۸۵.

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 مسئولیت عرضه‌کننده در خارج از مدت ضمانت حکمی ندارد و از این سکوت ممکن است این‌گونه برداشت شود که مسئولیت عرضه‌کننده 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 عرضه‌کننده برآمده است. بنابراین لازم بود برای جلوگیری از این استنباط، قانون‌گذار نظام مسئولیت 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 کرد. لذا با توجه به اینکه قانون مورد بحث جنبه حمایتی دارد، تفسیر قانون باید به نفع مصرف‌کننده خودرو باشد نه عرضه‌کننده. از این‌رو، 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 و قواعد عمومی است. در قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودروهای خارجی، فقط به مسئولیت عرضه‌کننده در مدت ضمانت اشاره شده است، اما در این زمینه که آیا مصرف‌کننده می‌تواند برای جبران خسارت خود به هریک 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 و سایر مقررات عام نیز برای عرضه‌کنندگان کالا مسئولیت تضامنی مقرر نکرده است. با توجه به فنی بودن و تخصصی بودن عیب خودرو جا داشت که قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان 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 درباره عیب خودرو این است که مطابق ماده ۲ قانون، عرضه‌کننده مکلف به رعایت استانداردهای ابلاغی درباره ایمنی، کیفیت، سلامت خودرو و مطابقت آن با ضمانت ارائه شده به مصرف‌کننده است. 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 آئین‌نامه در بند (ت) ماده ۲، مبادرت به طرح این موضوع کرده است، با توجه به شأن و جایگاه قانونی آیین‌نامه این تکلیف مصون از ایراد نخواهد بود. از جمله نکات مثبت قانون این است که ضررهای اقتصادی (عدم النفع) 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، می‌توان گفت که اطلاق عبارت «جبران کلیه خسارات وارده به مصرف‌کننده و اشخاص ثالث» ضرر معنوی را هم دربر می‌گیرد و مصادیق ذکر شده در قانون جنبه تمثیلی دارد. ناهماهنگی‌ها و ضعف کنونی حاکم در مورد عرضه و فروش خودرو، موجب سردرگمی مصرف‌کننده و برخوردار نشدن او از حمایت لازم، دست‌کم 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 می‌شود، 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 اطلاع‌رسانی به مصرف‌کنندگان در سطوح مختلف، به‌ویژه از طریق رسانه‌های فراگیر و آشنا ساختن مصرف‌کننده با معیارهای ایمنی و سلامت خودرو، انتظار معقولی است که باید برآورده شود.^۱ چنانچه بعد از عرضه خودرو به بازار مشخص شود که در آن عیبی وجود دارد، عرضه‌کننده لازم

۱. بادینی، حسن، پناهی اصائلو، پانته آ، «نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶»، نشریه پژوهش حقوق خصوصی، دوره ۱، شماره ۱، ۱۳۹۱، ص ۱۰۱.

است طی فراخوانی دارندگان خودروهای معیوب را از وجود عیب آگاه کند 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 راه حل مندرج در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، 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 راه حل قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو که هیئت خاصی را پیش‌بینی کرده است، با اصول حقوق مصرف‌کنندگان سازگارتر است.

۲.۲. مسئولیت ناشی از عیب تولید در قبال دارندگان خودروهای خارجی

عیب خودروهای خارجی در سه سطح عیب طراحی، عیب تولید و عیب در بهره‌برداری قابل بررسی است. این عیوب به‌طور یکسان موجب مسئولیت خودروسازان نمی‌شود و با یکدیگر متفاوت است.

۲.۲.۱. مسئولیت خودروسازان در اثر عیب در طراحی خودروهای خارجی

عیب در طراحی خودروهای خارجی شامل عیوب ایرودینامیکی، سازه‌ای، کنترلی و... است که به فناوری و تجهیزات تولید مرتبط نیست و ضعف اولیه در طراحی نخستین موجب بروز این مشکل است. در واقع فقدان دانش طراحی مهندسان یا در قصور آنان در پیش‌بینی جهات کاربری خودرو منجر به بروز ضعف طراحی می‌شود. اما چه عیوبی در طراحی، مؤثر در تحقق مسئولیت می‌شود. به‌طور مثال، وجود کیسه هوا و طراحی آن در خودرو موجب ایمنی بیشتر خودروهای خارجی می‌شود و خریداران را در انتخاب آن ترغیب می‌کند؛ اما چنانچه در تصادفی که کیسه هوا عادتاً باید عمل می‌کرده، به‌درستی کار نکرده و موجب خسارات جانی شود، چنانچه عیب طراحی اثبات شود، مسئولیت قابل اثبات است. یا ضعف عملکرد ترمزها که می‌تواند بیشترین خسارات را در پی داشته باشد، اگر ناشی از ضعف طراحی باشد، موجب مسئولیت خودروساز می‌شود. لذا در زمینه اشکالاتی که موجب بروز خطر می‌شود، چنانچه ناشی از طراحی اولیه بوده باشد، تولیدکننده به دلیل قصور در ارتقای فناوری و همگام نشدن با طراحی علمی یا ضعف در کنترل کیفیت مسئول است؛ اما معیارهایی برای تشخیص عیب طراحی خودرو وجود دارد که دادگاه می‌تواند در رسیدگی به ادعاهای خواهان به آن توجه کند؛ چراکه اگر خواهان مدعی عیب در طراحی خودرو باشد، باید بار اثبات را به دوش بکشد:

این معیارها عبارت‌اند از:

- معیار انتظار مشروع مصرف‌کننده:^۱ مطابق آن، چنانچه طراحی خودروهای خارجی به‌گونه‌ای باشد که ممکن است در شرایط خاص یا ویژه‌ای کارکرد غیرمنتظره یا ضعیف‌تری نسبت به شرایط عادی داشته باشد، طراح و خودروساز آن را متذکر شده باشد یا هشدار قبلی داده باشند. مانند عملکرد ترمزها در برف یا کارکرد خودرو در مناطق کوهستانی و صعب‌العبور.

- تئوری سود-خطر:^۲ این معیار مختص به کالاهایی است که باوجود خطرها، فوایدی نیز دربردارند و کسی که از فواید آن استفاده می‌کند، باید هزینه زیان‌های آن را بپردازد. این امر به‌ویژه درباره خودرو حائز اهمیت است. بزرگ‌ترین عیب اتومبیل را می‌توان آلوده کردن هوا دانست که بر میزان آلاینده‌های آن می‌افزاید و مطابق این معیار می‌توان کسی را که از

1. The Legitimacy expectation of consumer test

2. The risk – profit theory

فواید آن استفاده می‌کند مسئول جبران این زیان دانست.

- معیار میانه: ^۱ این معیار در واقع تلفیقی از دو روش فوق است که مطابق آن دادرس براساس اوضاع، شرایط و صلاحدید خویش می‌تواند از هریک از معیارهای فوق پیروی کند. در واقع طبق این معیار، علم قاضی به یاری وی شتافته تا براساس گزینش‌گری از میان دو روش فوق بپردازد.^۲

۲.۲.۲. مسئولیت ناشی از عیب تولید خودروهای خارجی

در این نوع مسئولیت، برخلاف عیب طراحی که ناشی از ضعف دانش یا فناوری است، در فرایند تولید، کیفیت قطعات در سطح استاندارد و مطلوب نیست که می‌تواند آثار سوء و پیامدهای منفی داشته باشد. در این زمینه ممکن است خودروساز علی‌رغم طراحی مطلوب و مناسب با به‌کار بردن مواد اولیه نامرغوب و ارزان برای دستیابی به سود بیشتر اقدام ورزد. تولیدکننده برای بهینه کردن هزینه‌های تولید، روی طراحی مناسب و کنترل کیفیت باید سرمایه‌گذاری کند.^۳

«عیب در تولید ممکن است نوعی یا شخصی باشد: گاه خط تولید کالایی ناقص است و همانند فرضی که طرح ساخت کالا نادرست است، همه فرآورده‌های از آن نوع معیوب می‌شود؛ ولی در نوع عیب‌های از این‌گونه در اثر خطای سازنده پاره‌ای از مصداق‌ها عیب پیدا می‌کند؛ مانند پیچ‌های چرخ اتومبیلی که محکم نمی‌شود و در حال حرکت واژگون می‌شود: عیبی که به طرح و خط عمومی تولید ارتباط ندارد و کمتر از عیب در طرح رخ می‌دهد. به همین دلیل، عیب در تولید را عیب عملی نامیده‌اند، در برابر عیب در طرح که نظری است. تمییز عیب در تولید آسان است؛ زیرا کالای معیوب با سایر مصداق‌های آن، که همه در خط تولید باید یکسان باشد، تفاوت دارد و این مقایسه عیب در تولید مبیع را مشخص می‌کند؛ در حالی که مبنای قیاس در عیب طراحی مشخص نیست و به‌سختی معلوم می‌شود».^۴

بنابراین مسئولیت ناشی از عیب تولید به طریق اولی مسئولیت مبتنی بر تقصیر و بار اثبات بر دوش مصرف‌کننده خودرو است. بدین ترتیب که وی باید کیفیت پایین و نامطلوب قطعات خودرو و رابطه سببیت را میان عامل زیان و زیان وارده را اثبات کند. بدین‌گونه است که مسئولیت خودروساز تحقق می‌یابد. به‌طور خلاصه آنکه، مسئولیت مدنی ناشی از عیب تولید بر مبنای مسئولیت تقصیر است و نظریه خطر یا فرض تقصیر کارگر نیست.

۲.۲.۳. مسئولیت ناشی از عیب انتفاع یا بهره‌برداری خودرو

طبق این نظریه، تولیدکننده باید نحوه انتفاع و بهره‌برداری مناسب را به مصرف‌کننده آموزش دهد و هشدارهای لازم را در زمینه معایب آن گوشزد کند. این موضوع در هنگام فروش خودروهای خارجی به همراه دفترچه راهنما تحقق می‌یابد. در این دفترچه راهنما خودروساز نحوه استفاده، امکانات و هشدارهای لازم را در آن متذکر می‌شود. این امر موجب می‌شود تا مصرف‌کننده به‌طرز بهینه و مطلوب‌تری از خودرو استفاده کند و کمتر دچار نقص و خرابی شود. «رویه قضایی فرانسه در آغاز میان تعهد به آگاه‌سازی و عیب فرقی نمی‌گذاشت و در واقع فروشنده را به آگاه‌سازی از دو چیز متعهد می‌دانست: آگاه‌سازی مشتری از وضعیت مبیع (عیب) و آگاه‌سازی وی از نحوه استعمال مبیع و دادن هشدار از خطاهای پنهان آن. در کامن‌لا نیز فقدان راهنمایی و هشدار نوعی عیب کالا محسوب می‌شود. اما خود مبحث تعهد به آگاه‌سازی

^۱. Tow – prony test

^۲. حیدری، پیشین، ص ۵۷.

^۳. Bilschke, W. R. *Warranty Management and Product Mnuufacture*, London: Springer, 2006, P 6.

^۴. کاتوزیان، پیشین، ص ۷۴.

و تکلیف تولیدکنندگان و فروشندگان درمورد راهنمایی و هشدار، به اندازه کافی وسیع مهم است که بتوان آن را در ذیل مبحثی جدای از خیار عیب مورد بحث قرار داد». البته لازم به ذکر است که هشدار و تذکر همواره نمی‌تواند رافع مسئولیت تولیدکننده باشد و عیب در تولید و طراحی را پوشش دهد و بی‌اثر کند. بلکه تولیدکننده باید حداکثر تلاش خویش را در رفع عیب خودرو بکند. تشخیص این موضوع پس از ارجاع به کارشناسان خبره برعهده دادگاه است. اما در مواردی که عیب تولید آشکار شده است و خودروساز از طریق اعلان عمومی یا اعلام مشتریان و مصرف‌کنندگان فراخوان عمومی برای مراجعه و رفع عیب می‌دهد، در صورت عدم مراجعه مبری از مسئولیت در صورت وقوع حادثه زیان‌بار می‌شود. این موضوع درباره اتومبیل‌های سواری پژو ۴۰۵ ساخت سال‌های ۱۳۸۰ و ۱۳۸۱ به دلیل آتش سوزی‌های متعدد مشهود بود. لازم به ذکر است، در این زمینه به نظر می‌رسد اعلان عمومی کارگشا نیست و خودروساز باید علاوه بر آن حتی‌الامکان به تمامی مصرف‌کنندگان اعلام خطر و ضرورت مراجعه به شرکت را متذکر شود.^۱

۳. مسئولیت ناشی از عدم رعایت حقوق مصرف‌کننده خودرو

نفس حمایت از مصرف‌کننده و مداخله دولت در تنظیم بازار خودرو برقراری توازن و پاسداشت حاکمیت اراده در قرارداد است. بازار خودرو در ایران بازاری انحصاری است که تولیدکنندگان داخلی در فقدان رقبای خارجی انحصار را در اختیار داشته است و انحصار همواره موجب افزایش قیمت و کیفیت پایین می‌شود. در زمینه کاهش اثرات سوء انحصار دولت به دلیل حمایت از تولیدکنندگان داخلی خودرو اقداماتی کرده است. قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو نیز در این راستا در تاریخ ۱۳۸۶/۰۳/۳۰ به تصویب رسید.

۳.۱. حمایت از حقوق مصرف‌کننده خودرو

در ماده ۲ قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو عرضه‌کننده مکلف به رعایت استانداردهای ابلاغی در موارد ایمنی، کیفیت، سلامت خودرو و مطابقت آن با ضمانت ارائه شده به مصرف‌کننده است و این دوره تضمین نمی‌تواند کمتر از یک سال یا سی هزار کیلومتر باشد. همچنین تولیدکننده باید تا ده سال از زمان تحویل رسمی آخرین خودرو به مصرف‌کننده، که دوره تعهد نام دارد، خدمات فنی استاندارد و تأمین قطعات را انجام دهد. این تعهدات یا به‌طور مستقیم یا از طریق نمایندگی‌های مجاز باید صورت گیرد.^۲ چنانچه نقص یا عیب قطعات ایمنی خودرو در طول دوره ضمانت پس از سه بار تعمیر همچنان باقی باشد یا در صورتی که نقص یا عیب قطعات، که موجب احتمال صدمه جسمی یا جانی اشخاص شود و با یک بار تعمیر برطرف نشده باشد یا خودرو بیش از سی روز به دلیل تعمیرات غیرقابل استفاده بماند، عرضه‌کننده مکلف است حسب درخواست مصرف‌کننده خودروی معیوب را با نو تعویض کند یا با توافق، بهای آن را به مصرف‌کننده مسترد دارد.^۳ همچنین خودروساز برای مدت زمان خواب خودرو برای تعمیر بیش از دو روز کاری برای همه روزهای توقف خودرو در نمایندگی اعم از تعطیل و غیرتعطیل بدون در نظر گرفتن فرایندهای داخلی عرضه‌کننده خسارت پرداخت کند و چنان که ایراد برطرف نشد، در بار دوم از همان روز پذیرش خسارت پرداخت کند. استفاده از قطعات غیراستاندارد

^۱ حیدری، پیشین، ص ۶۳

^۲ تبصره ۱ ماده ۳ قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶/۰۳/۳۰.

^۳ ماده ۴ قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶/۰۳/۳۰.

یا تأییدنشده توسط عرضه‌کننده و نمایندگی‌های مجاز تعمیر ممنوع است.^۱ چنانچه انجام تعهدات عرضه‌کننده به دلیل حوادث غیرمترقبه (غیرقابل پیش‌بینی و غیرقابل رفع) ممکن باشد، این تعهدات به حالت تعلیق درمی‌آید و مدت تعلیق به دوره ضمانت افزوده می‌شود.^۲ ماده ۷ قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو مقرر می‌دارد: «هر نوع توافق مستقیم یا غیرمستقیم بین عرضه‌کننده، واسطه فروش یا مصرف‌کننده به موجب آن تمام یا بخشی از تعهداتی که عرضه‌کننده بر طبق این قانون و یا ضمانت نامه صادره بر عهده دارد ساقط نماید یا به‌عهده واسطه فروش یا هر عنوان دیگری گذارده شود، در برابر مصرف‌کننده باطل و بلااثر می‌باشد». اما هرگونه عیب و نقص و خسارات جانی و مالی وارده به مصرف‌کننده و اشخاص ثالث که به دلیل تعویض یا نصب قطعات و سیستم‌های جانبی یا دریافت خدمات خارج از شبکه رسمی و مجاز عرضه‌کننده توسط مصرف‌کننده طی دوران ضمانت ایجاد شود، از مشمول این قانون خارج است و هیچ‌گونه حقی برای مصرف‌کننده و اشخاص ثالث در برابر عرضه‌کننده ایجاد نمی‌کند.^۳

۳.۲. مرجع حل و فصل میان مصرف‌کنندگان و عرضه‌کننده خودرو در مدت ضمانت

تبصره ۲ ماده ۳ قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو هیئت حل اختلافی متشکل از نماینده عرضه‌کننده خودرو، کارشناس رسمی دادگستری و کارشناس نیروی انتظامی به ریاست کارشناس رسمی دادگستری و بر مبنای اکثریت آرا پیش‌بینی کرده است که به اختلافات موجود میان عرضه‌کننده خودرو و مشتری رسیدگی کند. در صورت اعتراض هر یک از طرفین به رأی، خواسته در دادگاه صالحه قابل پیگیری خواهد بود. ماده ۳۳ آیین‌نامه قانون مزبور در راستای بسط حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مقرر می‌دارد: «عرضه‌کنندگان خودرو باید رضایت مصرف‌کننده را از خدمات ارائه‌شده خود در دوران ضمانت و تعهد تأمین کند. چنانچه رضایت مصرف‌کننده تأمین نشود، وی بدو می‌تواند شکایت خود را در مورد خودروهای ساخت داخل به وزارت صنایع و معادن و در مورد خودروهای خارجی به وزارت بازرگانی تسلیم کند. شکایت مصرف‌کننده از سوی مرجع ذی‌ربط تا سی روز مورد رسیدگی قرار می‌گیرد و در صورت حل و فصل نشدن موضوع هر یک از طرفین می‌توانند به هیئت حل اختلاف مربوطه مراجعه و مرجع حل اختلاف موظف است تا بیست روز از تاریخ دریافت شکایت به موضوع رسیدگی و نسبت به حل اختلاف اقدام کند».^۴

نتیجه‌گیری

خودرو کالایی است که باید حمایت‌های قانونی از مصرف‌کننده آن به عمل آید این حمایت در مدت ضمانت می‌تواند صورت گیرد. ضمانت از نظر ماهیت به عقد بیمه و جعاله قرابت دارد، اما خود عقد مستقلی است. این امر نتیجه عدم انطباق ضمانت با جعاله خاص و بیمه است؛ زیرا در عقد جعاله، لزومی به قید مدت نیست و در ضمانت عنصر زمان، ضروری است و جایز بودن عقد جعاله و امکان برهم زدن آن نیز موجب عدم انطباق با قرارداد ضمانت می‌شود. در مورد بیمه نیز، با این ایراد مواجه است که چنین تحلیلی فقط ضمانت تبدیل و تعویض کالا را دربر می‌گیرد و شامل ضمانت اصلاح کالا نمی‌شود و ضمانت شرایطی دارد که با بیمه منطبق نیست. تصویب قوانین خاص در حوزه حقوق مصرف‌کننده

^۱ تبصره ماده ۵ قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو.

^۲ ماده ۶ قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو.

^۳ ماده ۸ قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو.

^۴ صفایی، حسین و هادی شعبانی، «مبنای مسئولیت مدنی تولیدکنندگان کالا و ارائه‌دهندگان خدمات؛ مطالعه تطبیقی در حقوق ایران، اسلام، امریکا و اتحادیه اروپا»، پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب، دوره ۲، شماره ۴، ۱۳۹۴، ص ۵۳.

با هدف برقراری نظام ویژه و حمایت بیشتر از کسانی است که به دلیل وضعیت حقوقی خاص، قانون، حمایت از آنها را ضروری دانسته است، درحالی که در زمینه قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو این حمایت به‌نحو 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؛ هرچند قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو به‌روشنی 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 مسئولیت شانه خالی کند، با توجه به کوتاه بودن مدت ضمانت، این حمایت جزئی و ناچیز است. حتی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو درصد تحدید مسئولیت عرضه‌کنندگان خودرو برآمده و با درج شرایط بسیار سختگیرانه حق استرداد و تعویض مصرف‌کننده را منوط به تحقق شرایطی خاص کرده است. ضمانت سبب کاهش هزینه‌های دادرسی و نهایتاً افزایش کارایی اقتصادی می‌شود. با این توضیح که باوجود ضمانت قراردادی، در صورت بروز عیب در کالا و ایجاد خسارت، خریدار از اثبات تقصیر عرضه‌کننده معاف است و برای الزام تولیدکننده و عرضه‌کننده به جبران خسارت، زمان و هزینه کمتری لازم است. افزون بر این، نوع تضمینی که تولیدکننده عرضه می‌کند، از اموری است که می‌تواند از راه کاهش هزینه‌های دادرسی احتمالی و نارضایتی مصرف‌کنندگان که در قیمت نهایی محصول محاسبه می‌شود، قیمت تمام‌شده آن را کاهش دهد. تولیدکننده تضمینی را که موجب از دست دادن مصرف‌کنندگان شود، عرضه نمی‌کند. این بدان معناست که اگر مصرف‌کنندگان خطر تولید کالای معیوب یا بی کیفیت را صحیح ارزیابی کنند، تضمین فروخته شده توسط تولیدکننده، منجر به کاهش قیمت تمام‌شده محصولات خواهد شد و همچنین ضمانت در نظام اقتصادی این مزیت را دارد که تولیدکنندگان برای کاهش هزینه‌های ناشی از مسئولیت خود در قبال عیب خودرو، کیفیت کالای عرضه‌شده را افزایش می‌دهند و افزایش کیفیت موجب افزایش هزینه‌ها برای عرضه‌کننده خواهد شد؛ اما به‌مراتب در کاهش تعداد و شدت حوادث مؤثر است و نهایتاً منجر به افزایش کارایی اقتصادی می‌شود. لذا پیشنهاد می‌شود با توجه به فنی و تخصصی بودن عیب خودرو، قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو تعریف روشنی از عیب خودرو ارائه دهد یا معیارهای کلی در این زمینه مقرر دارد تا مصرف‌کننده به‌راحتی بتواند به آن استناد کند. همچنین مطابق ماده ۲ قانون، عرضه‌کننده مکلف به رعایت استانداردهای ابلاغی درمورد ایمنی، کیفیت و سلامت خودرو و مطابقت آن با ضمانت ارائه‌شده به مصرف‌کننده است. اما این ماده یا مواد دیگر به‌صراحت اعلام نکرده‌اند که چه مراجعی تکلیف دارند استانداردها را اعلام کنند که بهتر است این موارد بازبینی شوند.

منابع

کتاب

۱. رضائیان، علی، *مبانی سازمان و مدیریت*، تهران: سمت، ۱۳۸۶.

مقاله

۲. بادینی، حسن، «نقدی بر مبنا و قلمرو مسئولیت مدنی عرضه‌کنندگان کالا و خدمات در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸»، *فصلنامه تحقیقات حقوقی*، دوره ۱۵، شماره ۵۸، ۱۳۹۱، صص ۵۵۴-۵۱۱.
۳. بادینی، حسن، پناهی اصائلو، پانته آ، «نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶»، *نشریه پژوهش حقوق خصوصی*، دوره ۱، شماره ۱، ۱۳۹۱، صص ۶۴-۳۹.

۴. حیدری، عباس، «تحلیل حقوقی از مسئولیت در قبال ارائه کالای معیوب و حمایت از مصرف‌کنندگان»، پژوهش و نگارش کتب دانشگاهی، شماره ۱۱، ۱۳۹۲، صص ۷۴-۵۱.
۵. دعاگوی، محمد، «شروط تحمیلی در قراردادهای صنعت خودرو»، مبنای فقهی حقوق اسلامی، دوره ۷، شماره ۱۴، ۱۳۹۳، صص ۸۹-۶۵.
۶. شهیکی تاش، محمد نبی و عماد کاظم‌زاده، «سنجش حاشیه سود در صنعت خودروسازی ایران (بر اساس رهیافت هال-راجر)»، مطالعات اقتصادی کاربردی ایران، دوره ۶ شماره ۲۱، ۱۳۹۶، صص ۱۸-۱.
۷. صفایی، حسین و هادی شعبانی، «مبنای مسئولیت مدنی تولیدکنندگان کالا و ارائه‌دهندگان خدمات؛ مطالعه تطبیقی در حقوق ایران، اسلام، امریکا و اتحادیه اروپا»، پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب، دوره ۲، شماره ۴، ۱۳۹۴، صص ۶۶-۴۳.
۸. عبدی پورفرد، ابراهیم، «گارانتی و تضمین کیفیت کالا»، حقوق اسلامی، دوره ۱۰، شماره ۳۶، ۱۳۹۲، صص ۹۶-۶۵.
۹. قاسمی حامد، عباس، شهرزاد حدادی و شیوا عبدالله‌زاده ثانی، «گارانتی از منظر تحلیل اقتصادی حقوق»، فصلنامه تحقیقات حقوقی، دوره ۲۱، شماره ۸۱، ۱۳۹۷، صص ۱۳۸-۱۱۵.
۱۰. کاتوزیان، ناصر، «محدودیت‌های آزادی قراردادی بر مبنای حمایت از مصرف‌کننده»، فصلنامه مطالعات حقوق خصوصی، دوره ۳۸، شماره ۳، ۱۳۸۷، صص ۳۴۲-۳۲۷.
۱۱. لاری دشت بیاض، محمود، مهدی صالحی و علیرضا شفیع بیک محمدی، «تأثیر الزامات مالی ایران خودرو بر سودآوری قطعه‌سازان صنعت خودرو»، مجله اقتصاد پولی، مالی، دوره ۲۲، شماره ۹، ۱۳۹۴، صص ۲۴۹-۲۳۰.
۱۲. محمدی، پژمان و قادر شنیر، «بررسی ابعاد حقوقی گارانتی»، دو فصلنامه حقوق خصوصی، دوره ۱۰، شماره ۲، ۱۳۹۲، صص ۲۳۷-۲۱۱.

پایان‌نامه

۱۳. نادری، فرشته، «ماهیت گارانتی و آثار و احکام آن از منظر فقه و حقوق»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید اشرفی اصفهانی، ۱۳۹۷.

References

Books

1. Bilschke, W. R. *Warranty Management and Product Mnufacture*, London: Springer, 2006.
2. Reza'elian, Ali, *Foundations of Organization and Management*, Tehran: Samat, 2007. (in Persian)
3. Stone, Richard and James Devenney, *The Modern Law of Contract, London: Cavendish publishing limited*, 15th Edition, 2002.

Articles

4. Abdi Pourfard, "Guarantee & Assurance of Product Quality (Comparative Study of Present Patterns and Optimal Solutions)", *Islamic Law Quarterly*, Volume 10, Issue 36 2013, pp: 65-96. (in Persian)
5. Badini, Hasan, Panahi Osanloo, Pante'a, "A Critical Study of The Automobile Consumer Protection Act (2007)", *Journal of Private Law Research*, Volume 1, Issue 1, 2012, pp: 39-64. (in Persian)
6. Badini, Hassan, "Critique on the Basis and Scope of Civil Liability of Suppliers of Goods and Services in the Consumer Rights Protection Law Approved in 2009", *Legal Research Quarterly*, Volume 15, Issue 58, 2012, pp: 511-554. (in Persian)

7. Choi, B. and Ishii Jun. "Consumer Perception of Warranty as Signal of Quality: An Empirical study of Powertrain Warranties", *POSCO research Institute & Amherst college Department of Economics*, 2010, pp: 1-21.
8. Cooter, Robert. "Unity in Tort, Contract and Property: The Model of Precaution", *California Law Review*, Volume 73, Issue 1, 1985, pp: 1-51.
9. Do'agoui, Mohammad, "Imposed Conditions in Automotive Industry Contracts", *Jurisprudential Foundations of Islamic Law*, Volume 7, Issue 14, 2014, pp: 65-89. (in Persian)
10. Ghasemi Hamed, Abbas, Shahrzad Haddadi and Shiva Abdollah-Zadeh Sani, "Guarantee From Law and Economics Perspective", *Legal Research Quarterly*, Volume 21, Issue 81, 2018, pp: 115-138. (in Persian)
11. Heydari, Abbas, "Legal Analysis of Liability for Defective Goods and Consumer Protection", *Research and Writing of Academic Books*, Issue 11, 2013, pp: 51-74. (in Persian)
12. Jack, Nat and Frank Van Duyn Schouten, "Optimal Repair–Replace Strategies for a Warranted Product", *International Journal of Production Economics*, Volume 67, Issue 1, 2000, pp: 95-100.
13. Juscius, V. and Deimena Lekaviciene. "The Impact of Internationalization and Globalization on the Competitiveness of Companies", *Economics and Management*, 2007, pp: 746-753.
14. Katouzian, Nasser, "The Limits on Freedom of Contract Based on Consumer Protection", *Private Law Studies Quarterly*, Volume 38, Issue 3, 2008, pp: 327-342. (in Persian)
15. Lari Dasht-e-Biaz, Mahmoud, Mehdi Salehi and Alireza Shafie' Beyk Mohammadi, "The Impact of Financial Requiriements Imposed by the IKCO on the Profitability of Automotive Component Manufacturers", *Journal of Monetary and Financial Economics*, Volume 22, Issue 9, 2015, pp: 230-249. (in Persian)
16. Mohammadi, Pejman and Ghader Shenivar, "Discriminating Guarantee and It's Legal Nature", *Private Law Bi-Quarterly*, Volume 10, Issue 2, 2013, pp: 211-237. (in Persian)
17. Priest, George L. "A Theory of Consumer Product Warranty", *Economic Analysis of the Law: Selected Reading*, 2004.
18. Safaei, Hossein and Hadi Sha'bani, "Comparative Study on the Civil Liability Foundation of Goods Producers and Services Providers in Iranian, Islamic, American and European Union Law", *Comparative Studies on Islamic and western Law*, Volume 2, Issue 4, 2015, pp: 43-66. (in Persian)
19. Shahiki Tash, Mohammad Nabi' and Emad Kazem-Zadeh, "The Evaluation of Profit Margin in Iran's Automotive Industry (Based on the Hall–Roeger Approach)", *Applied Economic Studies Iran*, Volume 6, Issue 21, 2017, pp: 1-18. (in Persian)

Thesis

20. Naderi, Fereshteh, "The Nature of Warranty and Its Effects and Rulings from the Perspective of Jurisprudence and Law", *Shahid Ashrafi Isfahani University*, 2018. (in Persian)

*This page is intentionally
left blank.*