

قلمرو مسئولیت تولیدکننده خودرو در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب

(تاریخ دریافت ۱۴۰۵/۰۲/۱۲، تاریخ تصویب ۱۴۰۵/۰۳/۱۲)

بهزاد گلچین

دانشجوی کارشناس ارشد رشته حقوق حقوق خصوصی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرقدس

چکیده

گسترش صنعت خودروسازی و افزایش پیچیدگی فنی خودروها، مسئله ایمنی محصولات و مسئولیت تولیدکنندگان را به یکی از موضوعات مهم حقوقی تبدیل کرده است. بروز عیوب فنی در برخی خودروها و ضرورت فراخوان برای اصلاح و رفع نقص آن‌ها، پرسش‌هایی اساسی درباره حدود و قلمرو مسئولیت تولیدکنندگان ایجاد می‌کند. در صورتی که تولیدکننده در شناسایی، اعلام یا اجرای به موقع فراخوان قصور کند، احتمال ورود خسارات جانی و مالی به مصرف‌کنندگان و حتی اشخاص ثالث افزایش می‌یابد. از این رو، تبیین مبانی و حدود مسئولیت تولیدکننده در این فرایند، از منظر حقوق مسئولیت مدنی و حمایت از حقوق مصرف‌کننده اهمیت ویژه‌ای دارد. هدف اصلی این مقاله، بررسی مبانی حقوقی و تعیین قلمرو مسئولیت تولیدکننده خودرو در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب در نظام حقوقی ایران است. پژوهش حاضر با روش توصیفی-تحلیلی و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای، شامل قوانین، آرای قضایی و آثار دکترین حقوقی انجام شده و تلاش دارد ضمن تحلیل قواعد عام مسئولیت مدنی و مقررات خاص حمایت از مصرف‌کنندگان، چارچوب حقوقی این مسئولیت را تبیین کند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که فراخوان اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب بخشی از تعهد ایمنی تولیدکننده در مرحله پس از عرضه محصول به بازار محسوب می‌شود و در صورت عدم اجرای مناسب آن، مسئولیت مدنی تولیدکننده بر مبنای تقصیر، تسبیب و در مواردی با گرایش به مسئولیت محض قابل تحقق است. بر این اساس،



فراخوان اصلاح استمرار تعهد ایمنی تولیدکننده پس از عرضه محصول است و عدم اجرای به موقع یا ناقص آن می‌تواند به عنوان ترک فعل زیان‌بار مبنای مسئولیت مدنی قرار گیرد. قلمرو این مسئولیت محدود به خریدار نخستین نیست و رانندگان، سرنشینان، خریداران بعدی و اشخاص ثالث مانند عابران را نیز در بر می‌گیرد. همچنین در نظام حقوقی گرایشی به مسئولیت مبتنی بر خطر در کنار نظریه تقصیر مشاهده می‌شود؛ به گونه‌ای که با احراز عیب و رابطه سببیت عرفی میان نقص خودرو و خسارت، اصل بر مسئولیت تولیدکننده خواهد بود. با این حال، عواملی مانند قوه قاهره، تقصیر زیان دیده، فعل مستقل شخص ثالث، انقضای دوره ضمانت یا دستکاری غیرمجاز خودرو می‌تواند موجب تحدید یا تقسیم مسئولیت شود. افزون بر این، قلمرو جبران خسارت در فراخوان‌های اصلاحی صرفاً به رفع نقص فنی محدود نبوده و شیوه‌هایی مانند تعمیر و رفع عیب خودرو، تعویض آن در موارد مقرر قانونی و جبران نقدی خسارات مالی ناشی از عیب را نیز در بر می‌گیرد.

واژگان کلیدی: مسئولیت تولیدکننده، فراخوان خودرو، نقص فنی خودرو، مسئولیت مدنی، حمایت از حقوق مصرف‌کننده، ایمنی محصول

مقدمه

در دهه‌های اخیر، صنعت خودروسازی با توسعه فناوری‌های پیشرفته، افزایش پیچیدگی سامانه‌های الکترونیکی و مکانیکی و گسترش تیراژ تولید، به یکی از مهم‌ترین حوزه‌های صنعتی و اقتصادی جهان تبدیل شده است. در کنار این پیشرفت‌ها، مسئله ایمنی خودرو و تضمین سلامت مصرف‌کنندگان اهمیت فزاینده‌ای یافته و مسئولیت تولیدکنندگان در قبال عیوب محصولاتشان بیش از گذشته مورد توجه قرار گرفته است. یکی از جلوه‌های بارز این مسئولیت، «فراخوان اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب» است؛ اقدامی که نه تنها جنبه فنی دارد، بلکه واجد آثار حقوقی عمیق در حوزه مسئولیت مدنی و حمایت از حقوق مصرف‌کننده است. فراخوان، بیانگر پذیرش تعهد حرفه‌ای تولیدکننده نسبت به ایمنی محصول و اعتماد



عمومی است و اجرای صحیح و به موقع آن، از بروز خسارات جانی، مالی و حتی زیست محیطی جلوگیری می کند. در مقابل، عدم انجام یا تأخیر در اجرای فراخوان می تواند مصداق نقض تعهد و ترک فعل زیان بار تلقی شده و زمینه تحقق مسئولیت مدنی تولید کننده را فراهم سازد. از این رو، تبیین قلمرو مسئولیت تولید کننده در فرآیند فراخوان، ضرورتی بنیادین در نظام حقوقی معاصر به شمار می رود. فراخوان اصلاح، مجموعه اقداماتی است که تولید کننده پس از کشف عیب یا نقص ایمنی در خودروهای تولیدی خود، با هدف پیشگیری از خطرات احتمالی و جبران آثار ناشی از آن انجام می دهد. این اقدام ممکن است به صورت داوطلبانه و بر پایه مسئولیت حرفه ای شرکت آغاز شود یا به موجب دستور مراجع نظارتی و الزامات قانونی صورت گیرد. در هر دو حالت، ماهیت فراخوان تلفیقی از تعهد قراردادی، تکلیف قانونی و مسئولیت اجتماعی است. در نظام های حقوقی پیشرفته، فراخوان بخشی از سازوکار تضمین ایمنی محصول محسوب می شود و مقررات دقیق اطلاع رسانی، جمع آوری و اصلاح محصولات معیوب برای آن پیش بینی شده است. در حقوق ایران نیز با تصویب قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان و مقررات خاص حوزه خودرو، تولید کنندگان مکلف اند در صورت احراز نقص فنی، نسبت به اعلام عمومی، رفع عیب و جبران خسارات اقدام کنند. این تکلیف نشان می دهد که فراخوان صرفاً یک اقدام فنی پس از تولید نیست، بلکه ادامه تعهد ایمنی تولید کننده در مرحله پس از عرضه به بازار است و بی توجهی به آن می تواند مبنای مسئولیت مدنی و حتی ضمانت اجرای دیگر قرار گیرد.

قلمرو مسئولیت تولید کننده در فراخوان های اصلاحی، محدود به رابطه قراردادی میان فروشنده و خریدار نخستین نیست، بلکه دامنه ای گسترده تر دارد و تمامی اشخاصی را که از عیب خودرو متضرر می شوند در بر می گیرد. بر اساس قواعد عام مسئولیت مدنی، هر شخصی که بر اثر فعل یا ترک فعل دیگری متحمل زیان شود، حق مطالبه جبران خسارت دارد؛ بنابراین اگر نقص فنی خودرو به علت اجرای ناقص یا عدم اجرای فراخوان منجر به حادثه ای گردد، مسئولیت تولید کننده می تواند نسبت به راننده، سرنشینان، خریداران بعدی و حتی اشخاص ثالث مانند عابران پیاده نیز برقرار شود. افزون بر این، مبانی نظری مسئولیت در این حوزه میان



نظریه تقصیر و گرایش به مسئولیت مبتنی بر خطر در نوسان است؛ به گونه‌ای که در بسیاری موارد، صرف وجود عیب و ورود خسارت، زمینه انتساب مسئولیت به تولیدکننده را فراهم می‌کند. بر این اساس، پژوهش حاضر در پی پاسخ به این پرسش اساسی است که قلمرو مسئولیت مدنی تولیدکننده خودرو در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص در نظام حقوقی ایران چیست، مبانی آن کدام است، شرایط تحقق آن چگونه احراز می‌شود و آثار حقوقی نقض تعهد فراخوان تا چه اندازه قابل گسترش است.

۱- منابع مسئولیت مدنی تولیدکننده خودرو در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب

منابع مسئولیت در این حوزه مجموعه‌ای از تکالیف قانونی (نظیر قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو)، قواعد عمومی قراردادها و موازین مسئولیت قهری است که تولیدکننده را بر مبنای تعهد به ایمنی، ملزم به پایش محصول و رفع عیوب پس از عرضه می‌کند. قرارداد فروش به عنوان منبع اصلی، حاوی «تعهد ضمنی به سلامت و ایمنی مبیع» است که بر اساس آن، تولیدکننده موظف است خودرویی فاقد عیب تحویل دهد؛ لذا فراخوان اصلاحی، در واقع تداوم اجرای صحیح تعهدات قراردادی و تضمین‌های قانونی ناشی از بیع محسوب می‌شود. از سویی آگهی‌های تبلیغاتی و اظهارات قبل از قرارداد، با ایجاد «انتظار مشروع» برای خریدار، در حکم شروط بنایی و صریح قرارداد تلقی شده و در صورت عدم انطباق ویژگی‌های فنی خودرو با ادعاهای تبلیغاتی، مبنایی برای ایجاد مسئولیت مدنی و الزام به فراخوان جهت انطباق‌سازی فراهم می‌آورند.

۱-۱- منابع مسئولیت مدنی تولیدکننده خودرو در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب قرارداد فروش خودرو

قرارداد فروش خودرو در حقوق ایران صرفاً ناظر به انتقال مالکیت عین نیست، بلکه در عمل با مجموعه‌ای از تعهدات تبعی و تکمیلی همراه است که بخش مهمی از آن به تضمین سلامت، کارایی و ایمنی خودرو بازمی‌گردد. امروزه شرکت‌های تولیدکننده نه تنها در مدت معین تعهد به رفع عیب و نقص کالا را بر عهده می‌گیرند، بلکه تعهداتی فراتر از آن را نیز می‌پذیرند؛ از



جمله پذیرش هزینه تعمیرات و حتی در مواردی پرداخت هزینه توقف خودرو به مصرف کننده تحت شرایط مقرر. بدین ترتیب، عرضه کننده علاوه بر تضمین سلامت و کارایی کالا و رفع عیوب احتمالی در مدت معین، هنگام فروش به طور صریح یا ضمنی ایمنی محصول خود را نیز تضمین می کند. این تضمین ممکن است به عنوان شرط ضمن عقد بیع تلقی شود که در قلمرو توافق طرفین قرار گرفته و مبنای اعتماد خریدار به سازنده است؛ از این رو باید آن را تعهدی مستقل در برابر مصرف کننده دانست (کاتوزیان، ۱۳۹۰، ص ۲۲۹). چنین برداشتی نشان می دهد که قرارداد فروش خودرو بستری برای شکل گیری تعهدات گسترده تولید کننده است که در بحث فراخوان های اصلاحی نیز نقش اساسی دارد. در تحلیل ماهیت حقوقی این تعهدات، باید میان الزامات قانونی و تعهدات قراردادی ناشی از ضمانت نامه تفکیک قائل شد. حتی پیش از تصویب قانون حمایت از مصرف کنندگان خودرو، رویه قضایی بر این مبنا استوار بود که تولید کننده در چارچوب قرارداد تضمین، مکلف به رفع عیوب یا جبران خسارات ناشی از نقص خودرو است. در واقع، قراردادهای تضمینی به صورت صریح یا ضمنی تعهد به تعمیر یا تعویض خودرو را تحت عنوان گارانتی بر عهده عرضه کننده قرار می دهند و این امر مبنای مسئولیت قراردادی او محسوب می شود (طاهریان، ۱۳۹۳، ص ۲۴). بنابراین، قرارداد فروش خودرو را باید ترکیبی از عقد بیع و شرط تضمین دانست که به موجب آن، تعهد به ایمنی و سلامت کالا بخشی از مفاد توافق طرفین را تشکیل می دهد. این تحلیل، قلمرو مسئولیت تولید کننده را از صرف تحویل مبیع سالم فراتر برده و آن را به دوره پس از تحویل و بهره برداری نیز تسری می دهد. رویه قضایی نیز مؤید آن است که در صورت وقوع حادثه در دوره گارانتی، قرارداد فروش و تضمین مندرج در آن می تواند مبنای الزام سازنده به جبران خسارت باشد. چنان که در پرونده کلاسه ۱۵۲/۸۲ شعبه ۲۱۱ دادگاه حقوقی تهران، دادگاه با احراز وقوع حادثه در دوره ضمانت و تقصیر شرکت سازنده در نصب قطعات نامرغوب، حکم به پرداخت دیه و خسارات صادر کرد و این رأی در تجدیدنظر نیز تأیید شد (طاهریان، ۱۳۹۳، ص ۲۴). در مقابل، در فرضی که دوره ضمانت سپری شده باشد، دادگاه دعوای مطالبه خسارت را مردود اعلام کرده است. این رویه نشان می دهد که قلمرو تعهدات ناشی از قرارداد



فروش خودرو، به ویژه در چارچوب تضمین، تأثیر مستقیم بر گستره مسئولیت تولیدکننده دارد و می‌تواند در موضوع فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص نیز مبنای الزام وی به اقدام و جبران خسارت قرار گیرد.

۱-۲- جایگاه آگهی‌های قبل از فروش در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص

خودروهای معیوب

آگهی‌های پیش از فروش خودرو یکی از مهم‌ترین ابزارهای اطلاع‌رسانی تولیدکنندگان به مصرف‌کنندگان به شمار می‌آیند و نقش قابل توجهی در شکل‌گیری روابط قراردادی میان طرفین دارند. شرکت‌های خودروساز معمولاً از طریق انتشار آگهی در جراید، وبسایت‌ها یا سایر رسانه‌ها، شرایط فروش، ویژگی‌های فنی خودرو و تعهدات احتمالی خود را اعلام می‌کنند. در تحلیل حقوقی، نخستین پرسش آن است که ماهیت این آگهی‌ها چیست و آیا می‌توان آن‌ها را به عنوان یک عمل حقوقی مستقل تلقی کرد یا خیر. برخی ممکن است تصور کنند که آگهی فروش نوعی ایقاع است، اما با توجه به تعریف ایقاع در حقوق مدنی، چنین برداشتی دقیق به نظر نمی‌رسد؛ زیرا ایقاع عملی حقوقی یک‌جانبه است که تحقق آن تنها به اراده یک طرف وابسته است و برای ایجاد آن رضایت طرف مقابل ضرورت ندارد (صفایی، ۱۳۹۰، ص ۲۰). در حالی که آگهی فروش به تنهایی اثر کامل حقوقی ایجاد نمی‌کند و صرفاً زمینه‌ساز انعقاد قرارداد میان فروشنده و خریدار است. در مقابل، عقد یک عمل حقوقی دوطرفه است که تحقق آن مستلزم توافق اراده‌های متقابل طرفین می‌باشد و جوهره آن در توافق قصد انشا میان طرفین نهفته است. به همین دلیل، بسیاری از حقوقدانان معتقدند آگهی‌های فروش خودرو را باید نه به عنوان ایقاع، بلکه به عنوان نوعی ایجاب عام یا دعوت به معامله تحلیل کرد. در این فرض، شرکت خودروساز با انتشار آگهی شرایط و ویژگی‌های محصول را اعلام می‌کند و خریداران بالقوه با پذیرش آن شرایط اقدام به ثبت‌نام یا خرید می‌کنند. در این صورت، قبول خریدار به منزله پذیرش شرایط مندرج در آگهی بوده و با تحقق ایجاب و قبول، عقد بیع شکل می‌گیرد (کاتوزیان، ۱۳۸۷، ص ۲۹). بنابراین آگهی‌های فروش را می‌توان بخشی از مقدمات انعقاد قرارداد دانست که در عمل نقش مهمی در تعیین



حدود تعهدات تولیدکننده دارند. این تحلیل نشان می‌دهد که اطلاعات درج شده در آگهی‌ها می‌تواند مبنای اعتماد خریدار قرار گیرد. بر همین اساس، تعهدات اعلام شده در آگهی‌های قبل از فروش تنها جنبه تبلیغاتی صرف ندارند، بلکه در بسیاری از موارد بخشی از تعهدات عرضه‌کننده محسوب می‌شوند. خریدار معمولاً بر مبنای اطلاعات و شرایط اعلام شده در این آگهی‌ها تصمیم به خرید می‌گیرد و همین امر سبب می‌شود که تولیدکننده نسبت به مفاد آن‌ها مسئولیت پیدا کند. بنابراین عرضه‌کننده خودرو علاوه بر این که مکلف به اجرای تعهدات مقرر در قراردادهای فروش خودرو می‌باشد بلکه به تعهداتی که قبل از انعقاد قرارداد در آگهی‌ها و اطلاعیه‌های فروش به صورت کلی اعلام و در زمان قبول نیز برخلاف شرایط ایجاب توافق نشده باشد، متعهد خواهد بود. زیرا اصولاً خریدار بر مبنای اطلاعات و شرایط مقرر در آگهی‌های قبل از فروش اقدام به خرید کالا می‌نماید رویه قضایی و شبه قضایی نیز این برداشت را تایید می‌نماید. در پرونده کلاسه ۸۶/۱۶/۱۰۴ شعبه شانزده تعزیرات حکومتی استان تهران، شرکت خودرو سازی X را به دلیل این که در آگهی فروش خود اعلام کرده بود که خودرو را با رینگ آلومینیومی عرضه می‌کند، چون شرکت مذکور رینگ زاپاس را با رینگ فولادی عرضه کرده بود، شعبه مذکور تعزیرات تهران شرکت خودرو سازی مذکور را محکوم به پرداخت جریمه نموده و رای صادره در شعبه چهارم تجدید نظر تایید گردیده است. در پرونده دیگری به کلاسه ۸۹/۵/۱۱ شعبه ۱۵۳ شورای حل اختلاف شیراز، خواهان دعوایی را به خواسته تحویل خودرو سوزوکی با تجهیزات اختصاصی مطابق جشنواره زمستانی سال ۱۳۸۸ اقامه که شعبه مربوط با وجود این که در قرارداد نهایی فروش اشاره ای به تجهیزات مذکور نشده بود حکم بر محکومیت عرضه‌کننده به تحویل خودرو با تجهیزات درخواستی (ارائه شده در جشنواره) صادر و رای صادره از سوی مرجع تجدیدنظر عیناً تایید شده است. بنابراین همانگونه که ملاحظه می‌گردد شعب دادگاه‌ها و تعزیرات به تعهدات خودروسازان در آگهی‌های تبلیغاتی توجه دارند. (مکرمی؛ ۱۳۹۷: ۲۳). این نمونه نشان می‌دهد که مراجع رسیدگی‌کننده تعهدات اعلام شده در آگهی‌ها را در تعیین مسئولیت تولیدکننده مورد توجه قرار می‌دهند و آن را بی‌اثر تلقی نمی‌کنند. با این حال، باید میان آگهی‌های متعارف و ادعاهای



اغراق‌آمیز تمایز قائل شد؛ زیرا همه مطالب تبلیغاتی الزاماً دارای ارزش حقوقی یکسان نیستند. در حقوق ایران معمولاً ادعاهای مبالغه‌آمیز تبلیغاتی فاقد اثر حقوقی تلقی می‌شوند، اما در برخی نظام‌های حقوقی مانند کامن‌لا این دیدگاه به صورت مطلق پذیرفته نشده است. در این نظام‌ها هر شخصی نسبت به گفته‌ها و وعده‌های خود مسئول شناخته می‌شود و تولیدکننده موظف است در توصیف ویژگی‌های محصول دقت لازم را به کار برد. برای مثال، اگر سازنده خودرو در بروشور تبلیغاتی اعلام کند که شیشه خودرو نشکن است و سپس در اثر حادثه شیشه شکسته و موجب آسیب به سرنشین شود، ممکن است مسئولیت مدنی متوجه سازنده گردد (جعفری‌تبار، ۱۳۸۹، ص ۵۰-۵۱). از این رو، در موضوع فراهوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب نیز آگهی‌های پیش از فروش می‌توانند در تعیین حدود مسئولیت تولیدکننده و میزان تعهدات او نسبت به مصرف‌کنندگان نقش مهمی ایفا کنند.

۲- مبانی مسئولیت مدنی تولیدکننده خودرو در فراهوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب

مسئولیت مدنی تولیدکننده خودرو در فراهوان‌های اصلاح و رفع نقص بر دو مبنای اصلی قراردادی و غیرقراردادی استوار است. در مبنای قراردادی، تعهد تولیدکننده ناشی از قرارداد فروش و تضمین سلامت و ایمنی خودرو برای مصرف‌کننده است. در مبنای غیرقراردادی نیز مسئولیت بر پایه نظریه‌هایی مانند تقصیر، تسبیب و مسئولیت محض برای جبران خسارات ناشی از عیب خودرو تحلیل می‌شود.

۲-۱- مبنای قراردادی مسئولیت مدنی تولیدکننده خودرو در قبال فراهوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب

مبنای قراردادی مسئولیت مدنی تولیدکننده خودرو زمانی مطرح می‌شود که خریدار یا مصرف‌کننده در اثر استفاده از خودروی معیوب متضرر گردد و بتوان ورود زیان را ناشی از نقض تعهدات ناشی از قرارداد فروش دانست. در این فرض، زیان‌دیده می‌تواند با استناد به قرارداد بیع، تولیدکننده یا فروشنده را به جبران خسارت ملزم کند؛ زیرا عدم اجرای مفاد



قرارداد و تخلف از تعهدات پذیرفته شده، منشأ مسئولیت قراردادی است (مددی، ۱۳۸۸، ص ۴۱). بر اساس این تحلیل، آنچه مبنای مسئولیت قرار می گیرد، «نقض تعهد ایمنی کالا» از سوی تولیدکننده است. در واقع، قرارداد فروش خودرو صرفاً متضمن انتقال مالکیت نیست، بلکه در بردارنده تضمین ضمنی یا صریح سلامت و ایمنی خودرو نیز هست. از این رو، در موضوع فراخوان های اصلاح و رفع نقص، اگر مشخص شود خودروی عرضه شده از ابتدا دارای عیب مؤثر بوده و تعهد ایمنی نقض شده است، مبنای رجوع زیان دیده به تولیدکننده، مسئولیت قراردادی خواهد بود که از دل همان قرارداد فروش ناشی می شود.

بر مبنای نظریه نقض تعهد ایمنی، در هر معامله ای از جمله فروش خودرو، نوعی تضمین صریح یا ضمنی به سود مصرف کننده وجود دارد که عرضه کننده را متعهد می سازد کالایی سالم و بی عیب تحویل دهد (بادینی و پناهی اصلانلو، ۱۳۹۱، ص ۴۱). نقض این تعهد، مسئولیت قراردادی و الزام به جبران خسارت را در پی دارد و زیان ناشی از تولید کالای معیوب، در حقیقت خسارت ناشی از عدم اجرای تعهد است (کاتوزیان، ۱۳۹۰، ص ۱۷۶). منظور از تعهد ایمنی، همان تضمین ایمنی مبیع است که به موجب آن تولیدکننده هنگام فروش، ایمن و عاری از نقص بودن خودرو را تعهد می کند (کاتوزیان، ۱۳۷۳، ص ۲۳۷). این تعهد ممکن است به صورت «تعهد به نتیجه» باشد که در آن صرف تحقق عیب و ورود ضرر، مسئولیت را مفروض می سازد مگر آنکه حادثه خارجی اثبات شود؛ یا «تعهد به وسیله» تلقی گردد که در آن اثبات بی تقصیری می تواند موجب رهایی از مسئولیت شود (بادینی و پناهی اصلانلو، ۱۳۹۱، ص ۴۲). در فراخوان های اصلاحی، غالباً تعهد ایمنی به نتیجه نزدیک تر است. تعهد ایمنی کالا می تواند به صورت ضمنی نیز در قرارداد حضور داشته باشد. تضمین ضمنی یا *implied warranty* بدین معناست که حتی اگر در قرارداد تصریحی بر سلامت خودرو نشده باشد، تولیدکننده به طور ضمنی متعهد به تحویل کالای سالم است (مددی، ۱۳۸۸، ص ۴۲). منابع این تعهد ضمنی را می توان در قانون، شرط بنایی و عرف جست و جو کرد. قانون گذار در مقررات حمایتی، عرضه کنندگان را مکلف به جبران خسارات ناشی از عیب کالا کرده است و این امر نشان دهنده شناسایی چنین تعهدی است. افزون بر آن، ممکن است عقد بر مبنای سلامت کالا



واقع شده باشد که در این صورت، حتی بدون تصریح، سلامت مبیع مفروض است. همچنین به موجب ماده ۲۲۵ قانون مدنی، اموری که بر حسب عرف و عادت در عقد داخل است، در حکم تصریح محسوب می‌شود؛ و عرف معاملات نیز اقتضا دارد کالای فروخته شده سالم و بی عیب باشد (جعفری لنگرودی، ۱۳۹۲، ص ۴۴۷؛ انصاری، ۱۹۹۰، ج ۲، ص ۳۰۹). در کنار تعهد ضمنی، تعهد صریح ایمنی نیز می‌تواند مبنای مسئولیت قراردادی قرار گیرد. هرگاه تولیدکننده در قرارداد یا از طریق تبلیغات و آگهی‌های خود، سلامت و ایمنی خودرو را تضمین نماید، این اعلام می‌تواند به منزله تضمین صریح تلقی شود (مددی، ۱۳۸۸، ص ۵۱-۵۲). در حقوق ایران، هرچند مقررات متعددی به جنبه کیفری تبلیغات پرداخته‌اند، اما قانون حمایت از مصرف‌کنندگان ۱۳۸۸ مسئولیت مدنی ناشی از تبلیغات خلاف واقع را نیز شناسایی کرده و عرضه‌کننده را در صورت ورود خسارت، مکلف به جبران دانسته است. از این رو، در صورتی که خودروساز با تبلیغات خود مصرف‌کننده را نسبت به ایمنی خودرو مغرور سازد، می‌توان علاوه بر مبنای قراردادی، از قاعده غرور نیز برای اثبات مسئولیت بهره گرفت (مددی، ۱۳۸۸، ص ۵۳). با این حال، ایراد اساسی نظریه تعهد ایمنی آن است که مسئولیت را در چارچوب رابطه قراردادی محدود می‌کند و پاسخگوی اشخاص ثالث متضرر از عیب خودرو نیست؛ از همین رو، در کنار مبنای قراردادی، توجیه مسئولیت در قالب مسئولیت غیرقراردادی نیز ضروری به نظر می‌رسد. در حقوق ایران نیز می‌توان پیوند میان نظریه تضمین ایمنی و نهاد فراخوان خودرو را در مقررات قانونی مشاهده کرد. به موجب ماده ۳ قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶، تعهد عرضه‌کننده در طول دوره ضمانت نسبت به سلامت و ایمنی خودرو، در حکم «تعهد به نتیجه» تلقی شده است. بر این اساس، تولیدکننده یا عرضه‌کننده مکلف است خودرویی ایمن و سالم در اختیار مصرف‌کننده قرار دهد و در صورتی که پس از عرضه، وجود نقصی مؤثر در ایمنی خودرو آشکار گردد، ناگزیر از رفع عیب و جبران خسارات احتمالی خواهد بود. در چنین وضعیتی، فراخوان اصلاح و رفع نقص خودرو در واقع جلوه‌ای از اجرای همین تعهد قانونی و قراردادی است؛ زیرا اعلام فراخوان بیانگر آن است که خودروهای عرضه‌شده واجد نقصی هستند که با تعهد ایمنی سازگار نیست.



از این رو، اصل بر مسئولیت خودروساز قرار می‌گیرد و وی اصولاً نمی‌تواند صرفاً با اثبات بی‌تقصیری خود از زیر بار مسئولیت شانه خالی کند، بلکه مکلف است نسبت به اصلاح نقص و تأمین ایمنی خودرو اقدام نماید (بادینی و پناهی، ۱۳۹۱، ص ۴۵)

۲-۲- مبنای غیر قراردادی مسوولیت مدنی تولید کننده خودرو در قبال فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب

در حوزه فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب، تکیه صرف بر مبنای قراردادی برای شناسایی مسئولیت تولید کنندگان، با وجود مزایایی که دارد، نمی‌تواند تمامی موارد ورود زیان و حمایت از مصرف کنندگان را به طور کامل پوشش دهد؛ زیرا در بسیاری از موارد، زیان دیدگان اشخاصی هستند که رابطه قراردادی مستقیمی با تولید کننده ندارند. به همین دلیل، هم حقوق‌دانان و هم قانون‌گذاران در نظام‌های حقوقی مختلف در جستجوی مبنایی غیر قراردادی برای توجیه مسئولیت تولید کنندگان برآمده‌اند. در این چارچوب، برخی از اندیشمندان مسئولیت تولید کننده را بر اساس نظریه تقصیر تحلیل کرده‌اند که با اصول قانون مسئولیت مدنی ایران نیز سازگار است؛ به این معنا که اگر در فرآیند طراحی، ساخت یا عرضه خودرو تقصیری رخ دهد و این امر موجب ورود خسارت گردد، تولید کننده مسئول جبران زیان خواهد بود. در مقابل، گروهی دیگر با تکیه بر نظریه تسبیب، عرضه خودروی معیوب را سبب ورود زیان دانسته و مسئولیت تولید کننده را از این طریق توجیه کرده‌اند، در حالی که برخی نیز به نظریه مسئولیت مطلق یا محض گرایش یافته و معتقدند خطرات ناشی از تولید و عرضه کالاهای صنعتی باید بر عهده تولید کننده قرار گیرد. نقطه مشترک همه این مبانی آن است که برای مطالبه خسارت، نیازی به اثبات وجود رابطه قراردادی میان زیان‌دیده و تولید کننده نیست و صرف نقض تعهدات قانونی یا ایجاد خطر ناشی از عرضه خودروی معیوب، به ویژه در مواردی مانند فراخوان‌های اصلاحی، می‌تواند مبنای الزام تولید کننده به پاسخگویی و جبران خسارت قرار گیرد.



۲-۲-۱- مسئولیت مدنی تولیدکننده خودرو در قبال فراخوان‌های اصلاح بر اساس تقصیر

نخستین مبنایی که در تحلیل مسئولیت مدنی تولیدکنندگان خودرو در قبال فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص مورد توجه قرار می‌گیرد، نظریه تقصیر است. بر اساس این نظریه، مسئولیت مدنی زمانی بر عهده شخص قرار می‌گیرد که رفتار او با نوعی تقصیر همراه باشد. تقصیر در مفهوم حقوقی به انجام دادن عملی یا ترک فعلی گفته می‌شود که از دید عرف قابل سرزنش بوده و انجام‌دهنده آن مستحق ملامت شناخته می‌شود (باریکلو، ۱۳۸۷، ص. ۴۴). در این چارچوب، صرف وقوع خسارت برای تحقق مسئولیت کافی نیست، بلکه لازم است ثابت شود که خسارت در نتیجه رفتار تقصیرآمیز عامل زیان ایجاد شده است. از این رو در نظریه تقصیر، بار اثبات تقصیر بر عهده زیان‌دیده قرار دارد و او باید نشان دهد که رفتار عامل زیان با معیارهای متعارف احتیاط و دقت سازگار نبوده است (کاتوزیان، ۱۳۸۶، ص. ۱۷۶). در حوزه خودروهای معیوب و فراخوان‌های اصلاحی نیز چنانچه ثابت شود که نقص فنی خودرو ناشی از بی‌احتیاطی، بی‌مبالاتی یا عدم رعایت استانداردهای فنی در فرآیند طراحی، تولید یا کنترل کیفیت بوده است، می‌توان مسئولیت تولیدکننده را بر مبنای تقصیر تحلیل کرد. در چنین وضعیتی، صدور فراخوان اصلاحی غالباً نشانه‌ای از وجود نقص در فرآیند تولید یا طراحی محصول است که می‌تواند حاکی از کوتاهی تولیدکننده در رعایت الزامات ایمنی باشد. البته برای تحقق مسئولیت، علاوه بر اثبات تقصیر، باید رابطه سببیت میان رفتار تقصیرآمیز و خسارت واردشده نیز احراز شود؛ به این معنا که زیان‌دیده نشان دهد عیب موجود در خودرو نتیجه کوتاهی تولیدکننده بوده و همین نقص سبب بروز خسارت شده است (کاتوزیان، ۱۳۸۴، ص. ۱۸۳). با وجود این، دشواری اثبات تقصیر در محصولات صنعتی پیچیده مانند خودرو موجب شده است که برخی نظام‌های حقوقی برای حمایت مؤثرتر از مصرف‌کنندگان به استفاده از امارات یا مبانی دیگر مسئولیت گرایش پیدا کنند (بادینی و پناهی‌اصانلو، ۱۳۸۸، ص. ۴۱؛ مکرمی، ۱۳۹۷، ص. ۳۲).



۲-۲-۲- مسئولیت مدنی تولیدکننده خودرو در قبال فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص بر مبنای تسبیب

یکی از مبانی مهم در تحلیل مسئولیت تولیدکننده خودرو در قبال خسارات ناشی از عیوب فنی، نظریه تسبیب است. بر اساس این نظریه، شخصی که به طور غیرمستقیم زمینه ورود خسارت را فراهم می‌کند، در صورتی که میان رفتار او و زیان وارد شده رابطه سببیت وجود داشته باشد، مسئول جبران خسارت خواهد بود. از نظر لغوی، تسبیب به معنای سبب‌سازی و فراهم کردن مقدمات تحقق یک امر است (عمید، ۱۳۸۸، ص. ۳۱۷). در اصطلاح حقوقی نیز سبب به عاملی گفته می‌شود که اگر وجود نداشت، نتیجه زیان‌بار نیز تحقق نمی‌یافت (جعفری لنگرودی، ۱۳۹۲، ص. ۳۵۲). در حقوق ایران، هرچند قانون مدنی تعریف مستقلی از تسبیب ارائه نکرده است، اما مواد ۳۳۱ تا ۳۳۵ به بیان احکام آن پرداخته‌اند. بر اساس ماده ۳۳۱ قانون مدنی، هرکس سبب تلف مالی شود، ضامن مثل یا قیمت آن خواهد بود. در زمینه خودروهای معیوب نیز اگر نقص طراحی یا ساخت سبب ورود خسارت شود، می‌توان تولیدکننده را مسبب زیان دانست، هرچند وقوع حادثه به طور مستقیم ناشی از استفاده از خودرو یا فعل راننده باشد. در این وضعیت، تولیدکننده با عرضه محصولی که دارای نقص فنی است، زمینه وقوع حادثه را فراهم کرده و به همین دلیل از باب تسبیب مسئول شناخته می‌شود (محقق حلی، ۱۳۸۹، ج ۳، ص. ۲۳۷). برای تحقق مسئولیت بر این مبنا، زیان‌دیده باید ورود خسارت، وجود عیب در خودرو و رابطه سببیت میان عیب و زیان را اثبات کند و در بسیاری از دیدگاه‌ها، تقصیر سبب نیز باید احراز شود (صفایی و رحیمی، ۱۳۹۱، صص. ۷۹-۸۱). با این حال، در مواردی که اسباب متعدد در ورود خسارت دخیل هستند - مانند خطای راننده، شرایط جاده یا نقص قطعات - تعیین سبب اقوی و انتساب ضرر به تولیدکننده دشوار می‌شود و همین امر رسیدگی قضایی را پیچیده می‌سازد (مکرمی، ۱۳۹۷، صص. ۳۳-۳۵).



۲-۲-۳- مسئولیت محض تولیدکننده خودرو در قبال فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب

با گسترش تولید صنعتی و پیچیده‌تر شدن کالاها، بسیاری از حقوقدانان به این نتیجه رسیده‌اند که نظریه‌های سنتی مسئولیت، مانند تقصیر یا حتی تسبیب، در همه موارد پاسخگوی خسارات ناشی از محصولات معیوب نیستند. در بسیاری از موارد، میان مصرف‌کننده زیان‌دیده و تولیدکننده رابطه قراردادی مستقیم وجود ندارد و در نتیجه زیان‌دیده نمی‌تواند به تعهدات قراردادی استناد کند. افزون بر این، اثبات تقصیر تولیدکننده در فرآیندهای پیچیده طراحی و تولید خودرو برای مصرف‌کننده عادی بسیار دشوار است؛ زیرا اطلاعات فنی و اسناد مربوط به کنترل کیفیت در اختیار شرکت‌های سازنده قرار دارد. به همین دلیل، برای حمایت مؤثرتر از مصرف‌کنندگان، نظریه مسئولیت محض در حوزه محصولات معیوب شکل گرفته است. بر اساس این نظریه، اگر کالای معیوبی مانند خودرو موجب ورود خسارت شود، تولیدکننده مسئول جبران زیان خواهد بود، حتی اگر تقصیر او به طور مستقیم اثبات نشود. در این رویکرد، زیان‌دیده تنها باید وجود عیب در محصول و رابطه سببیت میان آن عیب و خسارت وارده را ثابت کند (کاتوزیان، ۱۳۷۳، ص. ۲۴۴). تحولات حقوق تطبیقی نیز این گرایش را تقویت کرده است؛ برای مثال در پرونده مشهور (Macpherson v. Buick Motor Co. ۱۹۱۶) در حقوق ایالات متحده، دادگاه شرکت سازنده خودرو را به دلیل نقص قطعه‌ای که می‌توانست با بازرسی متعارف کشف شود، مسئول شناخت و بر ضرورت تضمین ایمنی محصولات تأکید کرد. در حقوق اروپا نیز دستورالعمل مسئولیت ناشی از عیب تولیدات مصوب ۱۹۸۵ اتحادیه اروپا، مسئولیت تولیدکننده را بر مبنای عیب محصول و رابطه سببیت با خسارت برقرار کرده است (سلیمی و پارساپور، ۱۳۹۱، صص. ۶۲-۶۳؛ بادینی و پناهی‌اصانلو، ۱۳۹۱، ص. ۴۲). این تحولات نشان می‌دهد که مسئولیت محض به عنوان ابزاری کارآمد برای حمایت از مصرف‌کنندگان و افزایش سطح ایمنی محصولات در نظام‌های حقوقی معاصر مورد پذیرش قرار گرفته است.



۳- شرایط مسئولیت مدنی تولیدکننده خودرو در قبال فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب

مسئولیت مدنی تولیدکننده خودرو در قبال فراخوان‌های اصلاحی زمانی تحقق می‌یابد که ارکان اساسی آن یعنی وجود عیب در خودرو، ورود ضرر و رابطه سببیت میان عیب و خسارت احراز شود. در نظام‌های حقوقی معاصر، فراخوان اصلاحی صرفاً یک اقدام فنی یا مدیریتی تلقی نمی‌شود، بلکه تکلیفی حقوقی برای تضمین ایمنی مصرف‌کنندگان و جلوگیری از گسترش خسارت به شمار می‌رود. بدین معنا که هرگاه پس از عرضه خودرو به بازار، نقصی در طراحی، ساخت یا قطعات آن آشکار گردد که احتمال ورود زیان را در پی داشته باشد، تولیدکننده موظف است از طریق اطلاع‌رسانی عمومی و انجام اقدامات اصلاحی نسبت به رفع نقص اقدام کند. در غیر این صورت، کوتاهی در اعلام فراخوان یا رفع عیب می‌تواند به عنوان تقصیر تولیدکننده تلقی شده و زمینه تحقق مسئولیت مدنی را فراهم سازد (کاتوزیان، ۱۳۸۴: ۲۴۲). افزون بر این، حتی در مواردی که عیب ناشی از قطعات تولیدی شرکت‌های قطعه‌ساز باشد، مسئولیت اولیه در برابر مصرف‌کننده بر عهده خودروساز است؛ زیرا مصرف‌کننده خودرو را با اعتماد به نام و اعتبار تولیدکننده خریداری می‌کند و قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو نیز عرضه‌کننده را مسئول جبران خسارات ناشی از نقص خودرو می‌داند (قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، ۱۳۸۶، ماده ۳؛ تقی‌زاده و هاشمی، ۱۳۹۲: ۶۲).

از سوی دیگر، تحقق مسئولیت مدنی مستلزم ورود ضرر است و این ضرر می‌تواند به صورت مالی، بدنی یا معنوی ظاهر شود. در حوادث ناشی از خودروهای معیوب، خسارات مالی ممکن است شامل تخریب خودرو یا اموال دیگر، افت قیمت خودرو یا هزینه‌های ناشی از توقف آن باشد، در حالی که خسارات بدنی شامل صدمات جسمانی، هزینه‌های درمان و دیه می‌شود. همچنین در برخی موارد ممکن است زیان‌دیده متحمل خسارات معنوی مانند لطمه به حیثیت یا آرامش روانی گردد که اصل جبران آن در حقوق ایران مورد پذیرش قرار گرفته است (کاتوزیان، ۱۳۸۴: ۲۴۷). با این حال، مهم‌ترین شرط تحقق مسئولیت، وجود رابطه سببیت میان



عیب خودرو و خسارت وارد شده است؛ به این معنا که زیان‌دیده باید ثابت کند که نقص موجود در خودرو سبب وقوع حادثه و ورود زیان شده است. در بسیاری از موارد، به‌ویژه در دوره ضمانت، مسئولیت تولیدکننده به صورت مسئولیت محض تحلیل می‌شود و زیان‌دیده تنها باید وجود عیب و ارتباط آن با خسارت را اثبات کند، اما خارج از دوره ضمانت معمولاً اثبات تقصیر تولیدکننده نیز برای احراز مسئولیت ضروری خواهد بود (مکرمی، ۱۳۹۷).

۴- قلمرو مسئولیت مدنی تولیدکننده در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب

قلمرو مسئولیت مدنی خودروساز و تولیدکننده در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب، ناظر بر مجموعه‌ای از تعهدات قانونی است که پس از عرضه محصول به بازار نیز ادامه می‌یابد. خودرو در زندگی امروز صرفاً یک کالای مصرفی معمولی نیست، بلکه وسیله‌ای ضروری و در عین حال بالقوه خطرناک به شمار می‌رود که وجود عیب یا نقص فنی در آن می‌تواند خسارات گسترده مالی و جانی به دنبال داشته باشد. از این رو، بررسی قلمرو مسئولیت تولیدکننده در فراخوان‌های اصلاحی تنها به شناسایی و رفع نقص فنی محدود نمی‌شود، بلکه تمامی زیان‌هایی را که در نتیجه عیب خودرو به وسیله نقلیه، دارنده، استفاده‌کننده یا حتی اشخاص ثالث وارد می‌شود در بر می‌گیرد. هرگاه پس از عرضه خودرو مشخص شود که محصول به دلیل نقص در طراحی، تولید، مونتاژ یا قطعات ایمنی معیوب بوده است، تولیدکننده مکلف است علاوه بر رفع نقص، آثار و پیامدهای مالی ناشی از آن را نیز جبران کند. این برداشت با مبانی عمومی مسئولیت مدنی نیز هماهنگ است؛ زیرا هدف این نهاد جبران کامل خسارت و اعاده وضعیت زیان‌دیده تا حد امکان است، نه صرفاً رفع منبع خطر (کاتوزیان، ۱۳۸۴: ۲۴۲؛ صفایی و رحیمی، ۱۳۹۱: ۱۰۰). بنابراین، در قلمرو فراخوان‌های اصلاحی، مسئولیت تولیدکننده مفهومی موسع دارد و شامل هر نوع خسارت قابل انتساب به عیب خودرو می‌شود، به‌ویژه در مواردی که تأخیر در اعلام فراخوان یا اجرای ناقص آن خود منشأ ورود زیان‌های جدید گردد (طاهریان، ۱۳۹۳: ۷۶).



یکی از مهم‌ترین ابعاد این مسئولیت، جبران خسارات مستقیم و تبعی ناشی از عیب خودرو در دوره ضمانت است؛ خساراتی که فراتر از هزینه صرف تعمیر یا تعویض قطعه معیوب قرار می‌گیرند. مطابق ماده ۳ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، عرضه‌کننده مکلف است در طول مدت ضمانت کلیه خسارات وارد شده به مصرف‌کننده را جبران کند. این حکم نشان می‌دهد که ضمانت در نظام حقوقی حمایت از مصرف‌کننده خودرو صرفاً یک تعهد قراردادی برای رفع عیب نیست، بلکه نهادی حمایتی برای جبران آثار و پیامدهای ناشی از نقص کالا نیز محسوب می‌شود. در نتیجه، هزینه‌هایی مانند حمل خودرو به تعمیرگاه، انتقال وسیله نقلیه از محل توقف، مخارج ناشی از خواب خودرو و حتی در مواردی تأمین خودروی جایگزین مشابه، از جمله خسارات قابل مطالبه به شمار می‌روند؛ زیرا این هزینه‌ها به طور مستقیم از وجود نقص فنی و عدم امکان بهره‌برداری عادی از خودرو ناشی شده‌اند (قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، ماده ۳). از منظر قواعد عمومی مسئولیت مدنی نیز این خسارات از باب تسبیب قابل انتساب به تولیدکننده یا عرضه‌کننده است؛ چراکه اگر خودرو معیوب عرضه نمی‌شد یا فراخوان اصلاح در زمان مناسب اجرا می‌گردید، چنین هزینه‌هایی به مصرف‌کننده تحمیل نمی‌شد. بنابراین، قلمرو مسئولیت تولیدکننده در فراخوان‌ها باید تمامی پیامدهای مالی متعارف و قابل پیش‌بینی ناشی از نقص خودرو را در بر گیرد، نه آنکه صرفاً به رفع فنی عیب محدود شود (طاهریان، ۱۳۹۳: ۷۶).

در آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، این قلمرو با دقت بیشتری تبیین شده است. بر اساس ماده ۹ آیین‌نامه یادشده، خسارت ناشی از خواب خودرو پس از گذشت دو روز کاری از زمان تحویل خودرو به نمایندگی مجاز آغاز می‌شود و تا زمان اعلام آمادگی برای تحویل ادامه دارد. این خسارت برای تمام روزهای توقف خودرو، اعم از ایام تعطیل و غیرتعطیل، محاسبه می‌شود. چنین حکمی نشان می‌دهد که قانون‌گذار محروم شدن مصرف‌کننده از بهره‌برداری متعارف از خودرو را نوعی زیان مستقل دانسته و آن را در قلمرو مسئولیت عرضه‌کننده قرار داده است. افزون بر این، ماده ۱۰ آیین‌نامه نحوه محاسبه این خسارت را برای انواع خودرو مشخص کرده و بدین ترتیب مبنای قانونی روشنی



برای مطالبه آن فراهم آورده است. همچنین در صورتی که مدت توقف خودرو از چهل و هشت ساعت فراتر رود، تأمین خودروی جایگزین مشابه نیز از جمله تعهدات عرضه‌کننده محسوب می‌شود. این امر نشان می‌دهد که مسئولیت در فراخوان‌های اصلاحی تنها به ترمیم فنی نقص محدود نیست، بلکه جبران آثار ناشی از محرومیت مصرف‌کننده از استفاده از خودرو را نیز شامل می‌شود (آیین‌نامه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، مواد ۹ و ۱۰). از این رو، در تحلیل قلمرو مسئولیت تولیدکننده باید میان «رفع عیب» و «جبران نتایج عیب» تمایز قائل شد؛ زیرا بخش دوم دامنه گسترده‌تری داشته و منطق حمایتی فراخوان‌های اصلاحی نیز بر همین مبنا شکل گرفته است.

در نهایت، قلمرو مسئولیت تولیدکننده در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص به مواردی همچون تمدید دوره ضمانت و تحمل هزینه‌های حمل خودروهای از کارافتاده نیز تسری می‌یابد. مطابق ماده ۱۲ آیین‌نامه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، در صورتی که مدت خواب خودرو بیش از یک ماه باشد، این مدت باید به دوره ضمانت خودرو افزوده شود. این حکم بیانگر آن است که توقف طولانی خودرو به دلیل عیب نباید موجب کاهش مدت حمایت قانونی از مصرف‌کننده گردد و قانون‌گذار برای حفظ تعادل قراردادی، دوره تضمین را متناسب با مدت محرومیت از استفاده توسعه داده است. افزون بر این، در تبصره ماده ۱۰ آیین‌نامه، هزینه‌های بارگیری و حمل خودروهای از کارافتاده در دوره ضمانت - به استثنای خودروهای تصادفی - بر عهده عرضه‌کننده قرار گرفته است که نشان‌دهنده گسترده‌گی دامنه مسئولیت در این حوزه است. حتی در اسناد عملی شرکت‌های خودروسازی، از جمله دفترچه‌های گارانتی، این تکلیف به عنوان تعهدی اجرایی پیش‌بینی شده و بر اضافه شدن مدت خواب بیش از یک ماه به زمان گارانتی تأکید شده است (دفترچه راهنمای نگهداری و خدمات گارانتی خودروی پژو پارس، ص ۱۶). بنابراین، قلمرو مسئولیت تولیدکننده در فراخوان‌های اصلاحی مجموعه‌ای از تعهدات به هم پیوسته را شامل می‌شود که از اعلام و رفع نقص آغاز شده و تا جبران کامل خسارات تبعی، هزینه‌های توقف، حمل، جایگزینی و تمدید دوره حمایت تضمینی ادامه می‌یابد (طاهریان، ۱۳۹۳: ۷۶).



۵- انواع قلمرو مسئولیت مدنی تولیدکننده در جبران خسارات وارده به خودرو در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب

۵-۱- قلمرو جبران خسارات وارده به خودرو در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص

یکی از نخستین انتظارات مصرف‌کنندگان در مواجهه با عیب خودرو، جبران خسارت وارد شده به خود وسیله نقلیه است. این نوع خسارت، به‌ویژه هنگامی که نقص فنی موجب بروز حادثه شود، اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا در بسیاری از موارد، نه پرداخت تفاوت قیمت کالای سالم و معیوب مشکل مصرف‌کننده را حل می‌کند و نه فسخ معامله برای او مقرون‌به‌صرفه است، به‌خصوص با توجه به افزایش قیمت خودرو و هزینه‌های نقل و انتقال (آزادی، ۱۳۹۰: ۱۰۲). از این رو، جبران خسارت وارده به خودرو باید در مرکز قلمرو مسئولیت تولیدکننده قرار گیرد. چنانچه حادثه ناشی از نقص فنی موجب آسیب به خودرو شود، تولیدکننده نمی‌تواند با استناد به این که صرفاً موظف به رفع عیب است از جبران خسارت شانه خالی کند؛ زیرا در مسئولیت مدنی، هدف اصلی اعاده وضع زیان‌دیده به حالت پیشین است (کاتوزیان، ۱۳۸۴: ۲۴۲). به همین اعتبار، فراخوان اصلاحی تنها زمانی کارکرد واقعی دارد که علاوه بر رفع عیب، خسارات مستقیم وارد شده به خودرو نیز جبران شود. بنابراین، جبران خسارت وارده به خود وسیله نقلیه بخش مهمی از قلمرو مسئولیت تولیدکننده در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص محسوب می‌شود و این مسئولیت باید به‌گونه‌ای اعمال گردد که مصرف‌کننده از هر حیث در وضعیتی منصفانه قرار گیرد.

در چارچوب حقوق ایران، اصل بر آن است که جبران خسارت وارد شده به خودرو در دوره ضمانت، چنانچه ناشی از عیب تولید باشد، بر عهده عرضه‌کننده است. ماده ۳ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مقرر می‌کند که عرضه‌کننده در طول دوره ضمانت «مکلف به رفع هر نوع نقص یا عیب» ناشی از طراحی، مونتاژ، تولید یا حمل است. این تصریح نشان می‌دهد که وجود هرگونه عیب در خودرو به معنای عدم اجرای کامل تعهد عرضه‌کننده در تحویل کالای مطابق قرارداد است و بنابراین، وی با رفع عیب صرفاً تعهد اولیه خود را اجرا



می‌کند، نه اینکه امتیاز اضافی ارائه دهد. افزون بر این، فلسفه ضمانت نیز بر رفع ایرادات ناشی از تولید در یک دوره معین و به‌طور رایگان استوار است (طاهریان، ۱۳۹۳: ۷۶). بنابراین، تولیدکننده حق دریافت هیچ‌گونه وجهی بابت رفع عیب از مصرف‌کننده ندارد و چنانچه از انجام تعهدات ضمانتی استنکاف ورزد، مصرف‌کننده می‌تواند از طریق مراجع قضایی الزام او به رفع نقص را مطالبه کند. رویه قضایی نیز این برداشت را تأیید کرده است؛ برای مثال، در پرونده کلاسه ۸۷۰۴۱۴ شعبه ۲۱۷ دادگاه عمومی تهران، شرکت خودروساز به علت نقص سیستم سوخت‌رسانی و بی‌مبالاتی در رعایت استانداردهای ایمنی مسئول تشخیص داده شد و ملزم به جبران خسارات وارده به خودرو گردید.

این حکم قضایی نمونه روشنی از گستره قلمرو مسئولیت تولیدکننده در قبال خسارات وارد شده به خودرو است. در این پرونده، دادگاه با استناد به مواد ۱ و ۲ قانون مسئولیت مدنی و ماده ۳۳۱ قانون مدنی، شرکت تولیدکننده را نه تنها نسبت به خسارت اصلی، بلکه نسبت به تمامی خسارات تبعی از جمله هزینه دادرسی، حق‌الوکاله و حق‌الزحمه کارشناسی نیز محکوم کرد. تأیید رأی در مرحله تجدیدنظر نیز نشان می‌دهد که مسئولیت تولیدکننده در برابر خسارات وارد شده به خودرو، مسئولیتی جدی، مستقیم و غیرقابل تقلیل است. این رویه، هماهنگ با قواعد تسبیب است؛ زیرا خسارات وارده، نتیجه مستقیم نقص فنی خودرو بوده و تولیدکننده به عنوان سبب مقدم و قوی حادثه شناخته شده است (صفایی، تقریرات مسئولیت مدنی). همچنین، این امر نشان می‌دهد که حتی در مواردی که فراخوان اصلاحی صادر نشده باشد، چنانچه نقص کارخانه‌ای منجر به بروز حادثه گردد، تولیدکننده مسئول جبران همه خسارات ناشی از آن است. بنابراین، قلمرو جبران خسارات در فراخوان‌ها شامل همه زیان‌هایی است که در نتیجه عیب خودرو ایجاد می‌شود؛ چه زیان‌های مربوط به خود خودرو و چه هزینه‌های تبعی و جانبی ناشی از توقف، تعمیر، کارشناسی و دادرسی.

در مجموع، می‌توان گفت قلمرو جبران خسارت در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب بسیار گسترده‌تر از مفهوم صرف «رفع عیب» است. به موجب ماده ۳ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو و نیز آیین‌نامه اجرایی آن، جبران خسارات ناشی از



عیب خودرو در دوره ضمانت شامل موارد مختلفی همچون هزینه تعمیر، تعویض قطعه، حمل خودرو به تعمیرگاه، هزینه‌های ناشی از خواب خودرو و در صورت طولانی شدن توقف، حتی تأمین خودروی جایگزین است. همچنین چنانچه خودرو در اثر نقص کارخانه‌ای دچار حادثه گردد و آسیب فیزیکی ببیند، عرضه‌کننده مکلف به جبران خسارت وارده به خودرو است و مصرف‌کننده می‌تواند کلیه هزینه‌های مرتبط را مطالبه کند. رویه قضایی نیز نشان داده است که دادگاه‌ها با رویکردی حمایتی، مسئولیت تولیدکنندگان را بر مبنای قواعد تسبیب و نیز تکالیف قانونی آن‌ها در حوزه ضمانت گسترش داده‌اند (طاهریان، ۱۳۹۳: ۷۶). بنابراین، فراخوان اصلاحی تنها یک اقدام فنی نیست، بلکه ابزار اجرای مسئولیت مدنی تولیدکننده در قبال خسارات ناشی از عیب خودرو است. این گستره وسیع مسئولیت، به‌ویژه با هدف حمایت از مصرف‌کننده و حفظ اعتماد عمومی به بازار خودرو، در حقوق ایران جایگاه مهمی یافته است.

۵-۲- قلمرو مسئولیت مدنی تولیدکننده در فراخوان‌های اصلاح نسبت به خسارات وارده به مالک یا استفاده‌کننده خودرو

یکی از مهم‌ترین ابعاد مسئولیت مدنی تولیدکننده در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب، جبران خساراتی است که در نتیجه عیب ناشی از تولید به مالک یا استفاده‌کننده خودرو وارد می‌شود. در این حوزه، مقصود از مصرف‌کننده تنها خریدار اولیه خودرو نیست، بلکه هر شخصی که به طور متعارف از وسیله نقلیه استفاده می‌کند نیز در قلمرو حمایت قانونی قرار می‌گیرد. مبنای این تحلیل آن است که تضمین ایمنی و سلامت خودرو، تعهدی است که تولیدکننده در برابر عموم استفاده‌کنندگان بر عهده می‌گیرد و این تعهد را نمی‌توان صرفاً به نخستین رابطه قراردادی محدود ساخت. اگر پذیرفته شود که ایمنی خودرو جزئی از اوصاف اساسی مورد معامله است، منطقی نیست که آثار این تضمین تنها به خریدار مستقیم اختصاص یابد و سایر دارندگان یا استفاده‌کنندگان متعارف از آن محروم بمانند. به تعبیر دقیق‌تر، انتقال خودرو به اشخاص بعدی یا سپردن آن به نزدیکان، موجب زوال تعهد تولیدکننده در تضمین ایمنی محصول نمی‌شود. چنان‌که در دکترین حقوقی نیز تصریح شده است که چنانچه خودروی تضمین‌شده در اختیار دوست، همسر، فرزند یا حتی خریدار بعدی



قرار گیرد و در اثر عیب آن حادثه‌ای رخ دهد، نمی‌توان تضمین مزبور را پایان‌یافته دانست (کاتوزیان، ۱۳۹۰: ۲۲۸-۲۳۰).

رویه قضایی نیز در تأیید همین برداشت، دامنه مسئولیت تولیدکننده را از چهارچوب محدود رابطه قراردادی فراتر برده است. در دادنامه شماره ۳۱۰ مورخ ۱۳۸۲/۳/۵ صادره از دادگاه عالی انتظامی قضات، هنگامی که قاضی صادرکننده حکم، شرکت خودروساز را به تحویل یک دستگاه خودروی بی‌نقص و سالم محکوم کرده بود، نماینده شرکت به استناد فقدان رابطه قراردادی مستقیم میان مصرف‌کننده و خودروساز، شکایت انتظامی مطرح کرد؛ اما دادگاه عالی انتظامی قضات با این استدلال که شرکت سازنده با صدور برگه گارانتی، خود را در قبال عیوب خودرو متعهد ساخته و نیازی به انعقاد قرارداد مستقل با هر یک از ایادی بعدی نیست، رأی به برائت قاضی داد (طاهریان، ۱۳۹۳: ۸۱). این موضع نشان می‌دهد که در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب نیز، مسئولیت تولیدکننده تنها در برابر مالک اولیه مطرح نیست، بلکه شامل هر شخصی می‌شود که در مقام مصرف‌کننده یا استفاده‌کننده از خودرو، از عیب آن متضرر شده باشد. بر این اساس، چنانچه عیب فنی موضوع فراخوان موجب ورود ضرر به راننده، دارنده فعلی یا استفاده‌کننده مجاز خودرو شود، تولیدکننده مکلف به جبران خسارت خواهد بود، حتی اگر زیان دیده هیچ رابطه قراردادی مستقیمی با او نداشته باشد. از حیث نوع خسارات نیز مسئولیت تولیدکننده در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب نسبت به مالک یا استفاده‌کننده، دامنه‌ای گسترده دارد و صرفاً به خسارت واردشده به خود خودرو محدود نمی‌شود. مطابق ماده ۳ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، جبران کلیه خسارات واردشده به مصرف‌کننده اعم از خسارات مالی، جانی و هزینه‌های درمانی ناشی از نقص و عیب، در صورتی که خارج از تعهدات بیمه شخص ثالث باشد، بر عهده عرضه‌کننده قرار دارد. به موجب همین ماده، هزینه حمل خودرو به تعمیرگاه، تأمین خودروی جایگزین مشابه در طول مدت تعمیرات و دیگر هزینه‌های تبعی نیز باید از سوی عرضه‌کننده جبران شود. بنابراین، اگر در نتیجه نقص فنی خودرو که موضوع فراخوان اصلاحی بوده است، راننده یا استفاده‌کننده خودرو دچار خسارت بدنی یا مالی شود و



این خسارت به طور کامل تحت پوشش بیمه قرار نگیرد، عرضه کننده نسبت به مازاد آن مسئول خواهد بود. این تحلیل به ویژه در فرضی اهمیت می یابد که راننده مسبب حادثه، به دلیل ساختار بیمه شخص ثالث، خود از شمول جبران بیمه ای خارج بماند و ناگزیر برای دریافت خسارت به تولید کننده مراجعه کند؛ در چنین وضعی، اثبات نقص فنی خودرو برای تحقق مسئولیت عرضه کننده کفایت می کند (طاهریان، ۱۳۹۳: ۷۹-۸۰).

۳-۵- قلمرو مسئولیت مدنی تولیدکننده در فراخوان های اصلاح نسبت به خسارات وارده به اشخاص ثالث

یکی دیگر از جلوه های مهم مسئولیت مدنی تولیدکننده در فراخوان های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب، جبران خساراتی است که در نتیجه عیب خودرو به اشخاص ثالث وارد می شود. مقصود از اشخاص ثالث در این مقام، افرادی غیر از خریدار و مصرف کننده مستقیم خودرو هستند که بر اثر نقص فنی یا عیب تولید، دچار خسارت مالی، جانی یا هزینه های درمانی می شوند. ماده ۳ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو در این زمینه صراحت دارد و جبران کلیه خسارات وارده به مصرف کننده و اشخاص ثالث را، در صورتی که خارج از تعهدات بیمه شخص ثالث باشد، بر عهده عرضه کننده قرار می دهد. این حکم نشان دهنده آن است که قانون گذار در حوزه خودرو، حمایت از زیان دیدگان را از چهارچوب محدود روابط قراردادی خارج کرده و قلمرو مسئولیت تولیدکننده را به همه افرادی گسترش داده است که از عیب خودرو متضرر می شوند. به بیان دیگر، در فراخوان های اصلاحی، مسئولیت تولیدکننده تنها ناظر بر ترمیم و رفع نقص خودرو نیست، بلکه جلوگیری از ورود زیان به اشخاص ثالث و نیز جبران خسارات آنان را نیز شامل می شود. از همین رو در دکتترین نیز گفته شده است که قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو، حمایت کاملی از همه زیان دیدگان ناشی از عیب خودرو به عمل آورده و تمامی کسانی را که به نحوی در نتیجه این عیوب متضرر می شوند، دربرمی گیرد (عبدی پور و پرتوی، ۱۳۹۰: ۵۰).

پذیرش مسئولیت تولیدکننده در برابر اشخاص ثالث، در واقع به معنای عقب نشینی از اصل نسبیّت قراردادهای در حوزه مسئولیت ناشی از عیب خودرو است. بر پایه قواعد سنتی، فقط



اشخاصی که طرف قرارداد بودند می‌توانستند به تعهدات قراردادی استناد کنند؛ اما در زمینه خودروهای معیوب، این تحلیل پاسخ‌گوی نیازهای عدالت‌محور و حمایت از زیان‌دیدگان نیست. به همین دلیل، هم در حقوق ایران و هم در نظام‌های حقوقی پیشرفته، مسئولیت تولیدکننده در برابر ثالث بر مبنای رابطه سببیت میان عیب محصول و ورود ضرر توجیه می‌شود، نه بر پایه وجود قرارداد مستقیم. در حقوق تطبیقی نیز این تحول به‌خوبی دیده می‌شود؛ برای نمونه، در حقوق فرانسه و تحت تأثیر مقررات اتحادیه اروپا، مسئولیت ناشی از محصولات معیوب در برابر هر زیان‌دیده‌ای شناسایی شده است، اعم از اینکه میان او و تولیدکننده رابطه قراردادی وجود داشته باشد یا نه (طاهریان، ۱۳۹۳: ۸۲). در نتیجه، در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب نیز اگر عیب فنی موجود در خودرو پیش از رفع، موجب ورود خسارت به عابران، سرنشینان خودروی دیگر یا صاحبان اموال مجاور شود، تولیدکننده نمی‌تواند به فقدان رابطه قراردادی استناد کند و از مسئولیت بگریزد؛ بلکه مکلف است تمامی خسارات خارج از شمول بیمه را جبران نماید.

رویه قضایی ایران نیز در عمل، این گستره از مسئولیت را پذیرفته و اشخاص ثالث را در زمره زیان‌دیدگان قابل حمایت قرار داده است. برای مثال، در پرونده کلاسه ۸۳۰۱۲۵۲ شعبه ۲۱۶ دادگاه حقوقی تهران، خواهان‌ها دعوایی علیه شرکت سازنده خودرو به خواسته مطالبه خسارت ناشی از بریدگی پلوس عقب سمت چپ خودرو اقامه کردند و اعلام داشتند که در اثر این عیب، خودرو دچار آسیب شده و همسر راننده نیز مصدوم گردیده است. دادگاه پس از رسیدگی، مستنداً به مواد ۱، ۲ و ۵ قانون مسئولیت مدنی، حکم به محکومیت شرکت سازنده به پرداخت خسارت وارد به اتومبیل صادر کرد و همچنین با استناد به مقررات قانون مجازات اسلامی، رأی به پرداخت دیه کامل در حق همسر راننده داد که در این فرض، شخص ثالث محسوب می‌شد. این رأی در شعبه ۴۰ دادگاه تجدیدنظر استان تهران نیز، با اصلاح میزان دیه، تأیید شد (طاهریان، ۱۳۹۳: ۸۲). اهمیت این نمونه در آن است که نشان می‌دهد حتی در فرضی که شخص زیان‌دیده هیچ‌گونه رابطه قراردادی مستقیم با تولیدکننده ندارد، اگر خسارت او ناشی از عیب خودرو باشد، می‌تواند بر مبنای مسئولیت مدنی علیه تولیدکننده اقامه دعوا کند.



بدین ترتیب، فراخوان‌های اصلاحی نه تنها واجد کارکرد پیشگیرانه، بلکه ابزار مهمی برای تحدید و جبران مسئولیت تولیدکننده در برابر اشخاص ثالث نیز هستند.

۶- شیوه‌های جبران خسارت از سوی تولیدکننده خودرو در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب

جبران خسارت ناشی از عیب خودرو در فراخوان‌های اصلاحی می‌تواند از طریق تعویض خودرو در موارد مقرر قانونی، تعمیر و رفع نقص خودرو و یا پرداخت جبران نقدی خسارات انجام شود. این شیوه‌ها با هدف اعاده وضعیت زیان‌دیده و جبران زیان‌های مالی ناشی از نقص خودرو در چارچوب مقررات حمایتی از مصرف‌کنندگان پیش‌بینی شده‌اند.

۶-۱- تعویض خودرو و موارد قانونی آن

تعویض خودرو به عنوان یکی از مهم‌ترین شیوه‌های جبران خسارت در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص خودروهای معیوب شناخته می‌شود و در مواردی اعمال می‌گردد که رفع عیب از طریق تعمیر ممکن نباشد یا امنیت و کارایی خودرو همچنان با خطر مواجه باشد. در حقوق ایران، قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو تلاش کرده است میان حمایت از مصرف‌کننده و حفظ تعادل اقتصادی صنعت خودرو نوعی توازن برقرار کند؛ از همین رو، تعویض خودرو را تنها در شرایط خاصی مجاز دانسته است. مطابق ماده ۴ این قانون، در صورتی که نقص در قطعات ایمنی خودرو پس از سه بار تعمیر همچنان باقی بماند، مصرف‌کننده حق دارد تعویض خودرو را از تولیدکننده مطالبه کند. این حکم نشان می‌دهد که قانون‌گذار میان عیوب اساسی و عیوب جزئی تفکیک قائل شده و تعویض خودرو را صرفاً در مواردی پیش‌بینی کرده است که نقص موجود می‌تواند ایمنی و سلامت مصرف‌کننده را به طور جدی تهدید کند (محمدی، ۱۳۹۳، صص. ۱۰۹-۱۱۰). افزون بر این، در صورتی که نقص موجود احتمال صدمه جانی داشته باشد و با یک بار تعمیر نیز برطرف نشود، عرضه‌کننده مکلف به تعویض خودرو خواهد بود. همچنین اگر خودرو به دلیل تعمیرات بیش از سی روز در تعمیرگاه متوقف بماند، قانون‌گذار این امر را نیز از موارد الزام به تعویض دانسته است. این رویکرد در واقع نوعی ضمانت اجرای حمایتی برای جلوگیری از تحمیل زیان‌های مکرر به



مصرف‌کننده محسوب می‌شود. در حقوق تطبیقی نیز اصل تقدم تعمیر یا تعویض بر سایر ضمانات اجراها پذیرفته شده است؛ چنان‌که دستورالعمل فروش کالای مصرفی اتحادیه اروپا مصوب ۱۹۹۹ نیز ابتدا حق تعمیر یا تعویض بدون هزینه را برای مصرف‌کننده به رسمیت می‌شناسد و تنها در صورت نامتناسب بودن این روش‌ها، امکان فسخ قرارداد را مطرح می‌کند (مکرمی، ۱۳۹۷، ص. ۷۰). بنابراین تعویض خودرو در نظام حقوقی ایران به عنوان شدیدترین ضمانات اجرای جبران خسارت در فراخوان‌ها تلقی می‌شود که هدف آن حمایت مؤثر از ایمنی و حقوق اقتصادی مصرف‌کننده است.

۶-۲- قلمرو جبران بر اساس تعمیر و رفع عیب خودرو

تعمیر و رفع عیب خودرو مهم‌ترین و رایج‌ترین شیوه جبران خسارت در فراخوان‌های اصلاحی محسوب می‌شود و در واقع نخستین مرحله از اجرای تعهدات تولیدکننده در برابر مصرف‌کننده است. در نظام حقوقی حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو، هدف اصلی از تضمین کیفیت آن است که خریدار بتواند در صورت بروز نقص فنی، بدون تحمل هزینه اضافی از خودروی سالم و قابل استفاده بهره‌مند شود. به همین دلیل، تعمیر خودرو صرفاً یک خدمت پس از فروش تلقی نمی‌شود، بلکه یک تعهد قانونی و قراردادی است که عرضه‌کننده باید برای اعاده وضعیت متعارف خودرو آن را اجرا کند (طاهریان، ۱۳۹۳، ص. ۹۴). در تحلیل حقوقی، تحویل خودروی معیوب نوعی اجرای ناقص تعهد محسوب می‌شود و تولیدکننده باید با رفع نقص، تعهد خود را کامل کند؛ تحلیلی که با اصل لزوم قرارداد و بقای رابطه قراردادی نیز سازگار است (امامی، ۱۳۹۲، ص. ۵۰۳). از سوی دیگر، در قواعد سنتی قانون مدنی، در صورت معیوب بودن مبیع، خریدار میان فسخ قرارداد و مطالبه ارزش مخیر است؛ اما این قواعد مانع از آن نیست که فروشنده یا تولیدکننده پیش از اعمال خیار، عیب موجود را برطرف کند. در چنین حالتی، با از بین رفتن منشأ ضرر، مبنای اعمال خیار نیز تا حد زیادی منتفی می‌شود (کاتوزیان، ۱۳۸۷، ص. ۲۵۴). قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو نیز این دیدگاه را تقویت کرده است؛ به موجب ماده ۳ این قانون، عرضه‌کننده موظف است در طول دوره ضمانت، هرگونه نقص ناشی از طراحی، تولید یا مونتاژ را بدون دریافت هزینه برطرف کند و



هزینه‌های مربوط به رفع عیب را نیزپردازد. در حقوق تطبیقی نیز حق مطالبه تعمیر به عنوان یکی از مهم‌ترین ضمانت اجرای عدم انطباق کالا پذیرفته شده است؛ برای نمونه ماده ۴۳۷ قانون مدنی آلمان و ماده ۴۶ کنوانسیون بیع بین‌المللی کالا (۱۹۸۰ وین) چنین حقی را برای خریدار به رسمیت شناخته‌اند (طاهریان، ۱۳۹۳، ص. ۹۷).

۶-۳- قلمرو جبران خسارت بر اساس جبران نقدی خسارت و زیان‌های مالی ناشی از عیب

جبران نقدی خسارت یکی دیگر از جلوه‌های مهم مسئولیت مدنی تولیدکننده در فراخوان‌های اصلاحی خودرو است و به ویژه در مواردی مطرح می‌شود که نقص فنی خودرو موجب ورود زیان‌های مالی به مصرف‌کننده شده باشد. این زیان‌ها ممکن است شامل هزینه‌های ناشی از توقف خودرو، کاهش ارزش آن، هزینه‌های حمل و تعمیر یا حتی خسارات ناشی از حوادث مرتبط با نقص فنی باشد. مطابق ماده ۳ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، عرضه‌کننده موظف است کلیه خسارات ناشی از عیب خودرو را جبران کند و در صورتی که مدت تعمیر خودرو بیش از ۴۸ ساعت به طول انجامد، مکلف است خودروی جایگزین در اختیار مصرف‌کننده قرار دهد. در صورت عدم اجرای این تکلیف، مصرف‌کننده می‌تواند خسارت ناشی از خواب خودرو را مطالبه کند که از نظر حقوقی نوعی اجرت‌المثل ایام عدم استفاده از مال محسوب می‌شود (شمس، ۱۳۸۷، ص. ۳۹۰). علاوه بر این، اگر نقص فنی خودرو موجب بروز حادثه و کاهش ارزش آن شود، تولیدکننده بر اساس قواعد تسبیب در ماده ۳۳۱ قانون مدنی و همچنین ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی، مسئول جبران خسارت وارده خواهد بود. در رویه قضایی نیز چنین برداشتی مورد پذیرش قرار گرفته است؛ برای نمونه در دادنامه‌ای از دادگاه عمومی حقوقی تهران، شرکت سازنده به دلیل نقص فنی لاستیک که منجر به واژگونی کامیون شده بود، به پرداخت خسارت افت قیمت و اجرت‌المثل ایام خواب خودرو محکوم گردید. افزون بر این، مسئولیت تولیدکننده می‌تواند شامل سایر زیان‌های مالی از جمله هزینه‌های درمانی یا خسارات ناشی از آسیب‌های بدنی نیز باشد که همگی در قالب خسارت



مالی قابل تقویم هستند (جعفری تبار، ۱۳۹۵، ص. ۱۸۶). بنابراین جبران نقدی در کنار تعمیر و تعویض، یکی از ارکان اساسی نظام جبران خسارت در فراخوان‌های خودرو محسوب می‌شود.

۷- قلمرو معافیت و محدودیت مسئولیت تولیدکننده خودرو در دوران فراخوان اصلاح خودروهای معیوب

اصل بر آن است که در دوران فراخوان اصلاح خودروهای معیوب، با احراز عیب در خودرو، ورود ضرر و وجود رابطه سببیت میان آن دو، مسئولیت تولیدکننده برقرار می‌شود و وی مکلف به رفع نقص و جبران خسارات وارده خواهد بود. با این حال، در برخی شرایط استثنایی، عواملی وجود دارند که می‌توانند موجب معافیت کامل یا محدودیت مسئولیت تولیدکننده شوند. مهم‌ترین این عوامل، وجود سبب خارجی یا قوه قاهره است؛ حادثه‌ای که خارج از قلمرو اقتدار تولیدکننده بوده و دارای سه ویژگی اساسی یعنی غیرقابل پیش‌بینی بودن، غیرقابل دفع بودن و خارجی بودن است. در چنین حالتی، اگر اثبات شود که حادثه مزبور علت واقعی ورود ضرر بوده و ارتباطی با نقص تولیدی خودرو ندارد، مسئولیت از تولیدکننده برداشته می‌شود (الدسوقی، ۱۹۷۵، صص. ۳۳۹-۳۴۱). در حقوق ایران نیز هرچند قانون‌گذار اصطلاحات گوناگونی مانند قوه قاهره، علت خارجی یا فورس مازور را به کار برده است، اما مقصود مشترک در همه این مفاهیم، حادثه‌ای است که انتساب ضرر به متعهد را ناممکن می‌سازد (کاتوزیان، ۱۳۸۷، ص. ۲۶۲؛ صفایی، ۱۳۸۶، ص. ۶۲۶). با این حال، در نظام حمایتی حقوق مصرف‌کننده، استناد به چنین عواملی به صورت مضیق تفسیر می‌شود؛ زیرا تولیدکننده به عنوان عرضه‌کننده حرفه‌ای، مسئول پیش‌بینی مخاطرات متعارف محصول خود است و تنها در صورت اثبات تحقق کامل شرایط قوه قاهره می‌تواند از مسئولیت رهایی یابد (غلامعلی‌زاده، ۱۳۹۳، ص. ۲۳۶).

عامل مهم دیگر در تحدید یا زوال مسئولیت تولیدکننده، تقصیر یا اقدام زیان‌دیده است. در صورتی که رفتار مصرف‌کننده در وقوع حادثه نقش مؤثر داشته باشد و بتوان آن را سبب نزدیک ورود زیان دانست، رابطه سببیت میان عیب خودرو و خسارت تضعیف یا قطع می‌شود. برای مثال، استفاده نامتعارف از خودرو، بی‌توجهی به هشدارهای فنی، یا ادامه استفاده از وسیله



نقلیه با وجود اطلاع از نقص ایمنی می تواند از مواردی باشد که مسئولیت تولیدکننده را کاهش داده یا منتفی سازد (جعفری تبار، ۱۳۷۵، ص. ۱۴۷؛ کاظمی، ۱۳۹۱، صص. ۹۰-۹۳). در چنین شرایطی، دادگاه‌ها معمولاً با توجه به میزان تأثیر رفتار زیان‌دیده در ایجاد ضرر، مسئولیت را میان طرفین تقسیم می‌کنند. افزون بر این، اگر مصرف‌کننده با علم به عیب آشکار خودرو همچنان از آن استفاده کند، می‌توان با الهام از ملاک ماده ۴۲۴ قانون مدنی، چنین رفتاری را نوعی اقدام آگاهانه دانست که موجب کاهش دامنه مسئولیت تولیدکننده خواهد شد (کاتوزیان، ۱۳۸۶، ص. ۱۹۱). با این حال، شرط اساسی پذیرش این دفاع آن است که رفتار زیان‌دیده مستقل از عیب خودرو و مؤثر در وقوع حادثه باشد؛ در غیر این صورت، مسئولیت همچنان متوجه تولیدکننده باقی خواهد ماند.

از دیگر عوامل مؤثر در معافیت یا تحدید مسئولیت تولیدکننده، فعل شخص ثالث است. هرگاه ثابت شود که ورود زیان ناشی از اقدام شخصی غیر از تولیدکننده و مصرف‌کننده بوده و فعل وی علت اصلی وقوع حادثه محسوب می‌شود، انتساب عرفی ضرر به تولیدکننده از میان می‌رود و مسئولیت او منتفی خواهد شد (نظری، ۱۳۸۱، ص. ۱۲۸). با این حال، در تحلیل اثر فعل ثالث باید میان دو فرض تمایز قائل شد: نخست حالتی که خطای شخص ثالث به گونه‌ای باشد که خطای احتمالی تولیدکننده را تحت الشعاع قرار دهد و علت غالب حادثه تلقی شود؛ مانند موردی که نقص در قطعه‌ای تولید شده توسط شرکت دیگری - نظیر لاستیک نامرغوب - سبب بروز حادثه گردد. در چنین وضعیتی مسئولیت متوجه همان شخص ثالث خواهد بود (عباسلو، ۱۳۸۷، صص. ۱۹۲-۱۹۳). فرض دوم زمانی است که خطای شخص ثالث و تولیدکننده هر دو در ایجاد زیان نقش داشته باشند، بدون آنکه یکی دیگری را پوشاند؛ در این حالت، مسئولیت میان آنان به نسبت تأثیر هر یک تقسیم می‌شود. این وضعیت ممکن است در قالب اجتماع سبب‌ها یا اجتماع مباشرین تحقق یابد و دادگاه‌ها معمولاً با جلب نظر کارشناسان میزان سهم هر یک از عوامل را در وقوع حادثه تعیین می‌کنند.

در کنار عوامل فوق، برخی شرایط نیز موجب محدود شدن تعهدات تولیدکننده در چارچوب نظام تضمین و خدمات پس از فروش می‌شود. از جمله مهم‌ترین این موارد، انقضای مدت



ضمانت است؛ زیرا خودروساز معمولاً برای مدت مشخص یا تا میزان کارکرد معین، محصول خود را در برابر عیوب احتمالی تضمین می‌کند و پس از پایان این دوره، تعهدات ناشی از ضمانت خاتمه می‌یابد (طاهریان، ۱۳۹۳، ص. ۱۰۲). همچنین تعویض یا نصب قطعات و تجهیزات جانبی توسط مصرف‌کننده، به‌ویژه اگر به صورت غیراستاندارد انجام شود، می‌تواند موجب خروج خسارات ناشی از آن از قلمرو مسئولیت تولیدکننده گردد. به موجب ماده ۸ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، خساراتی که در نتیجه نصب قطعات یا تجهیزات جانبی توسط مصرف‌کننده در دوره ضمانت ایجاد شود، از شمول تعهدات عرضه‌کننده خارج است. علاوه بر این، دریافت خدمات تعمیر یا نگهداری خارج از شبکه رسمی و مجاز عرضه‌کننده نیز ممکن است سبب سقوط یا تحدید مسئولیت تولیدکننده گردد، زیرا قانون‌گذار برای تضمین ایمنی و کیفیت خدمات، مراجعه به نمایندگی‌های مجاز را مبنا قرار داده است (عباسلو، ۱۳۸۷، صص. ۹۸-۹۹). در نهایت، در مواردی که خسارت وارده از طریق بیمه شخص ثالث جبران شده باشد، مطالبه مجدد همان خسارت از تولیدکننده با قاعده منع دارا شدن بلاجهت تعارض دارد و از این رو، مسئولیت وی به میزان خسارت جبران‌شده محدود خواهد شد (کاتوزیان، ۱۳۸۶، ص. ۲۱۸).

نتیجه‌گیری

در مجموع، بررسی قلمرو مسئولیت تولیدکننده خودرو در فراخوان‌های اصلاح و رفع نقص نشان می‌دهد که این مسئولیت، صرفاً یک تعهد قراردادی محدود به خریدار اولیه نیست، بلکه جلوه‌ای از مسئولیت حرفه‌ای و اجتماعی تولیدکننده در قبال ایمنی عمومی است. فراخوان، ادامه منطقی تعهد به تولید کالای ایمن محسوب می‌شود و مرحله‌ای از چرخه مسئولیت تولیدکننده پس از عرضه محصول به بازار به شمار می‌آید. هرگاه عیب خودرو کشف شود و احتمال ورود خسارت وجود داشته باشد، تولیدکننده مکلف است با اطلاع‌رسانی شفاف، اقدام فوری برای اصلاح نقص و پیشگیری از خطر را در دستور کار قرار دهد. در غیر این صورت، عدم اقدام یا تأخیر در اجرای فراخوان می‌تواند به‌عنوان ترک فعل زیان‌بار تلقی شده و مسئولیت مدنی وی را به دنبال داشته باشد. بنابراین، مسئولیت در این حوزه، مبتنی بر اصل



جبران کامل خسارت و حمایت از اعتماد مشروع مصرف کننده به ایمنی محصول است و از منظر سیاست حقوقی، ابزاری برای تضمین استانداردهای فنی و اخلاق حرفه‌ای در صنعت خودروسازی محسوب می‌شود.

تحلیل مبانی حقوقی این مسئولیت نشان داد که قواعد عام مسئولیت مدنی، از جمله لزوم جبران خسارت ناشی از فعل یا ترک فعل زیان‌بار، در کنار مقررات خاص حمایت از حقوق مصرف کنندگان، چارچوب اصلی آن را تشکیل می‌دهد. در این زمینه، هرچند نظریه تقصیر همچنان جایگاه خود را حفظ کرده است، اما با توجه به خطر آفرین بودن فعالیت تولید خودرو و پیچیدگی فنی آن، گرایش به مسئولیت مبتنی بر خطر یا مسئولیت نزدیک به مسئولیت محض قابل مشاهده است. به بیان دیگر، در بسیاری موارد صرف وجود عیب و ورود خسارت، برای انتساب مسئولیت کافی تلقی می‌شود، مگر آنکه تولیدکننده بتواند وجود عوامل معاف کننده مانند قوه قاهره، تقصیر زیان دیده یا فعل مستقل شخص ثالث را اثبات کند. این رویکرد، تعادلی میان حمایت از مصرف کننده و رعایت انصاف نسبت به تولیدکننده برقرار می‌سازد و مانع از تحمیل مسئولیت نامحدود و غیرمنطقی می‌شود، در عین آنکه استانداردهای ایمنی را تقویت می‌کند.

از حیث قلمرو اشخاص مشمول، مسئولیت تولیدکننده در فراخوان‌های اصلاحی دامنه‌ای گسترده دارد و نه تنها خریداران مستقیم، بلکه تمامی زیان دیدگان احتمالی را در بر می‌گیرد. بدین ترتیب، رانندگان، سرنشینان، خریداران بعدی و حتی اشخاص ثالث مانند عابران پیاده می‌توانند در صورت احراز رابطه سببیت میان نقص خودرو و خسارت وارده، جبران زیان خود را مطالبه کنند. افزون بر خسارات مالی، صدمات جانی و حتی خسارات معنوی نیز در چارچوب قواعد عمومی مسئولیت مدنی قابل مطالبه است. همچنین در مواردی که نقص فنی آثار زیست محیطی به همراه داشته باشد، مسئولیت تولیدکننده می‌تواند به حوزه حفاظت از محیط زیست نیز تسری یابد. این گستره وسیع، بیانگر آن است که فراخوان اصلاح صرفاً یک اقدام فنی یا تجاری نیست، بلکه نهادی حقوقی با کارکرد اجتماعی گسترده است که هدف آن صیانت از امنیت عمومی و اعتماد جامعه به نظام تولید صنعتی است. در نهایت می‌توان گفت



که کارآمدی نظام مسئولیت تولیدکننده در فراخوان‌های اصلاحی، وابسته به شفافیت مقررات، نظارت مؤثر نهادهای ذی‌صلاح و فرهنگ پاسخگویی در صنعت خودروسازی است. هرچه سازوکارهای اطلاع‌رسانی دقیق‌تر، ضمانت اجراها قاطع‌تر و فرآیند رسیدگی به دعاوی سریع‌تر و تخصصی‌تر باشد، احتمال نقض تعهدات کاهش یافته و اعتماد عمومی تقویت خواهد شد. در عین حال، تبیین دقیق حدود مسئولیت و شناسایی موارد معافیت یا تحدید آن، از تحمیل بار غیرعادلانه بر تولیدکننده جلوگیری می‌کند و تعادل میان حمایت از مصرف‌کننده و پایداری فعالیت اقتصادی را حفظ می‌نماید. بنابراین، توسعه رویه قضایی منسجم، تدوین دستورالعمل‌های تخصصی در حوزه فراخوان و ارتقای استانداردهای فنی می‌تواند به تثبیت چارچوبی عادلانه و کارآمد برای مسئولیت تولیدکنندگان خودرو بینجامد؛ چارچوبی که هم امنیت مصرف‌کننده را تضمین کند و هم زمینه رشد مسئولانه صنعت خودرو را فراهم آورد.



منابع و مأخذ

الف) منابع فارسی

- امامی، سید حسن (۱۳۹۲) حقوق مدنی، تهران: انتشارات اسلامیه،
- آزادی، محمدرضا (۱۳۹۰)، «عوامل خسارت مصرف کننده و شیوه های جبران آن»، بررسی های حقوقی، شماره ۲.
- باریکلو، علیرضا (۱۳۸۷)، مسوولیت مدنی، چاپ دوم، تهران: نشر میزان.
- بادینی، حسن، «مقاله نقدی بر مبنا و قلمرو مسوولیت مدنی عرضه کنندگان کالا و خدمات در قانون حمایت از مصرف کنندگان مصوب ۱۳۸۸»، مجله تحقیقات حقوقی، شماره ۵۸.
- بادینی، حسن؛ پانته آ، پناهی اصانلو (۱۳۹۱)، «نقدی بر قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶»، فصل نامه علمی پژوهشی حقوق خصوصی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی، شماره یک، سال اول.
- تقی زاده، ابراهیم و علی هاشمی، سید احمد (۱۳۹۲)، مسوولیت مدنی (ضمانت قهری)، تهران: پیام نور.
- جابری، عصمت الله (۱۳۸۶)، حقوق مصرف کننده، انتشارات دادیار اصفهان،
- جعفری لنگرودی، محمدجعفر (۱۳۹۲)، ترمینولوژی حقوق، تهران: انتشارات گنج دانش، چاپ ششم.
- جعفری تبار، حسن (۱۳۸۹)، مسوولیت مدنی کالاها، چاپ اول، تهران: نشر دادگستر.
- سلیمی، فضا و پارساپور، محمدباقر، «مبانی مسوولیت مدنی عرضه کننده در مقابل مصرف کننده مطالعه تطبیقی در قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان و حقوق اتحادیه اروپایی»، زمستان ۱۳۹۱، پژوهش های حقوق تطبیقی، شماره ۸، دوره ۱۶.
- شمس، عبدالله (۱۳۸۷)، آیین دادرسی مدنی (دوره پیشرفته)، جلد نخست، تهران: انتشارات دراک، چاپ هفدهم.



- صفایی، حسین (۱۳۹۰)، دوره مقدماتی حقوق مدنی - جلد دوم (قواعد عمومی قراردادها)، چاپ دوازدهم، تهران: نشر میزان.
- صفایی، حسین و رحیمی، حبیب‌الله (۱۳۹۱)، مسئولیت مدنی (الزامات خارج از قرارداد)، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)،
- طاهریان، نعیم (۱۳۹۳)، مبانی قلمرو و آثار تضمین در حقوق مصرف‌کنندگان خوددور، پایان‌نامه کارشناسی ارشد حقوق خصوصی، دانشگاه تهران (پردیس البرز)
- عباسلو، بختیار (۱۳۸۷)، مسئولیت مدنی ناشی از سوانح رانندگی، تهران: نشر میزان، چاپ دوم.
- عمید، حسن (۱۳۸۸)، فرهنگ فارسی عمید، چاپ اول، تهران: انتشارات فرهنگ‌نما.
- عبدی‌پور، ابراهیم و پرتوی، حمیدرضا (۱۳۹۰)، «قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان حرکتی به جلو یا بازخوانی قواعد سنتی»، نشریه علمی پژوهشی نامه مفید، شماره ۸۵.
- غلامعلی‌زاده، محمد (۱۳۹۲)، مسئولیت مدنی ناشی از وسائل موتوری، تهران: موسسه مطالعات و پژوهش‌های حقوقی شهردانش،
- کاتوزیان، ناصر (۱۳۷۳)، عقود معین، جلد اول، تهران: شرکت انتشارات با همکاری بهمن برنا، چاپ پنجم.
- کاتوزیان، ناصر (۱۳۷۴)، اعمال حقوقی، چاپ سوم، تهران: شرکت انتشارات با همکاری شرکت بهمن برنا.
- کاتوزیان، ناصر (۱۳۸۴)، ضمان قهری، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ چهارم.
- کاتوزیان، ناصر (۱۳۸۶)، قواعد عمومی قراردادها، جلد چهارم، چاپ اول، تهران: به نشر.
- کاتوزیان، ناصر با همکاری جنیدی، لعی و غمامی، مجید (۱۳۸۶)، مسئولیت مدنی ناشی از حوادث رانندگی، تهران: موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.



- کاتوزیان، ناصر و ایزانلو، محسن (۱۳۸۷)، مسئولیت مدنی، جلد سوم: بیمه مسئولیت مدنی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- کاتوزیان، ناصر (۱۳۹۰)، مسئولیت ناشی از عیب تولید، تهران: موسسه انتشارات دانشگاه تهران، چاپ سوم.
- کاظمی، محمود (بهار ۱۳۹۱)، «اثر فعل زیان دیده بر مسئولیت مدنی»، دیدگاه های حقوق قضایی، شماره ۵۷.
- مددی، صادق (۱۳۸۸)، مسئولیت مدنی تولید کنندگان و فروشندگان کالا، تهران: موسسه مطالعات و مشاوره حقوقی و کلاهی ایران زمین با همکاری نشر میزان
- محقق داماد، (۱۳۸۹) مصطفی، تقریرات قواعد فقه ۲، درس دوره کارشناسی ارشد حقوق خصوصی.
- محمدی، محمد مهدی (۱۳۹۳)، حقوق بیمه (مسئولیت و شخص ثالث)، تهران: نشر میزان،
- مکرمی، حسن، (۱۳۹۷) مسوولیت مدنی تولید کنندگان وسایل نقلیه، رساله دکتری دانشگاه پیام نور مرکز تحصیلات تکمیلی تهران
- مکرمی، حسن، تقی زاده، ابراهیم (۱۳۹۶) مسئولیت مدنی تولید و عرضه کنندگان خودروی معیوب در دوره تضمین منبع: دانشنامه حقوق اقتصادی پاییز و زمستان شماره ۱۲
- نظری، ایران دخت (تابستان و پاییز ۱۳۸۱)، «مسئولیت مدنی خسارات ناشی از تصادفات»، ندای صادق، شماره ۲۶ و ۲۷.

ب) منابع عربی

- انصاری، شیخ مرتضی (۱۹۹۰)، المکاسب، جلد دوم، بیروت: موسسه النعمان.
- الدسوقی، دکتر ابراهیم (۱۹۷۵)، الاعفاء من المسؤولية عن حوادث السيارات، دارالنهضة العربیه، قاهره.



د) قوانین و مقررات

- قانون مدنی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۰۷ با اصلاحات بعدی.
- قانون مسئولیت مدنی مصوب ۱۳۳۹.
- قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶.
- قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸.
- قانون آیین دادرسی مدنی مصوب ۱۳۷۹.
- قانون آیین دادرسی کیفری مصوب ۱۳۹۲.
- قانون بیمه اجباری مسئولیت مدنی دارندگان وسایل نقلیه موتوری در مقابل اشخاص ثالث مصوب ۱۳۹۵.
- آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو ۱۳۹۵