

تحلیل فقهی و حقوقی شرط گارانتی در قراردادها

دکتر مهدی موحدی نیا عضو هیات علمی دانشگاه تهران، دانشکده حقوق، گروه فقه و مبانی حقوق، تهران، ایران.

سمانه الهویی دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق خصوصی، دانشگاه آزاد اسلامی شهر قدس

چکیده:

گارانتی در نظام اقتصادی این مزیت را دارد که تولیدکنندگان به منظور کاهش هزینه‌های ناشی از مسئولیت در قبال عیب کالا، کیفیت کالای عرضه شده را افزایش می‌دهند که این امر به نفع حقوق خریداران و مصرف‌کنندگان خواهد بود. مقاله پیش‌رو درصدد است به تبیین و تحلیل ماهیت، اقسام، شرایط و آثار حقوقی شرط گارانتی از منظر فقه و حقوق با بهره‌گیری از روش تحلیلی و توصیفی مبتنی بر داده‌های کتابخانه‌ای بپردازد. نتایج پژوهش حاکی از این است که گارانتی عقدی است الحاقی، عهدی نه تملیکی، منجز نه معلق، تبعی نه اصلی، مستمر نه آنی که به طور معمول معوض هم می‌باشد و به عنوان یک نهاد حقوقی مدرن نسبت به خیار عیب، نقش حمایتی بیشتری برای حمایت از مصرف‌کنندگان ایفا می‌نماید. نظارت قوه مجریه و مقننه بر قراردادهای محصولات دارای گارانتی امری ضروری است، زیرا از یک سو گارانتی‌ها که اغلب به صورت فریبنده ارایه می‌شوند و در ظاهر امتیازهای بیشتری برای خریداران به ارمغان می‌آورند، ممکن است با جایگزینی شروط الحاقی و اجباری قرارداد به جای قواعد عمومی مسئولیت، به حقوق قانونی خریداران خدشه وارد کند و از سوی دیگر، تولیدکننده به منظور جذب مشتری بیشتر، گارانتی‌هایی را ارایه دهد که در واقع قصد انجام تعهدات ناشی از آنها را نداشته باشد.

واژگان کلیدی: گارانتی، خیار عیب، تعهد به تعمیر، حقوق مصرف‌کننده.

طبقه‌بندی JEL: فقه - حقوق - جزا و جرم‌شناسی - حقوق بین‌الملل - حقوق خصوصی

۱- مقدمه

گارانتی در تجارت و اقتصاد بازرگانی رایج امروز جهان، از عناصر برجسته در جذب بازار کالا است به خصوص در تولید کالاهای جدید، گارانتی نقش حیاتی ایفاء می‌کند؛ زیرا معمولاً به دلیل تنوع در تولید کالا و عدم اطلاع از کارایی محصول جدید، خریداران کمتر ریسک و اقدام به خرید می‌کنند، لذا تولیدکنندگان برای اینکه ضریب ریسک‌پذیری را پایین بیاورند به نوعی تضمین کارایی و مناسب‌تر بودن کالای تولیدی را نسبت به کالاهای مشابه می‌نمایند. از سوی دیگر حمایت از مصرف‌کننده که به عنوان اصلی خدشه ناپذیر در حقوق قراردادهای کم کم جایگاه خود را پیدا نموده است، قانون‌گذاران را به این سمت سوق داده است تا در این راستا، گارانتی را به عنوان یکی از ابزارهای مهم و مفید جهت حمایت از مصرف‌کنندگان پیش‌بینی و مقرر نمایند که تصویب قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۵/۷/۱۳۸۸ شاهدهی بر این ادعاست. در مواد ۱ و ۳ این قانون به طور صریح به برگ گارانتی یا ضمانت‌نامه اشاره شده است. لذا گارانتی به مفهوم متداول آن، یعنی تعهد تولیدکننده بر تعمیر کالا و رفع معایب و نقایص و حتی تعویض آن در مدت زمان مشخص؛ بنابراین گارانتی تعهدی الزام آور است که از ناحیه تولیدکننده و فروشنده، طبق شرایط و ضوابطی که در برابر خریدار و یا مصرف‌کننده می‌شود؛ اما دو تأسیس حقوقی خیار عیب و تعهد به تعمیر کالا مشابه با شرط گارانتی می‌باشد و ضمن وجوه اشتراک، دارای تفاوت‌های اساسی می‌باشند. از جمله اینکه خیار عیب در همه اموال جریان دارد ولی گارانتی معمولاً در اموال منقول است. گارانتی به توافق مستقل نیاز دارد لیکن خیار عیب به صرف عقد بیع ایجاد می‌شود (عریضی، ۱۳۹۱، ۱۲۱) به نظر می‌رسد رابطه بین گارانتی و تعهد به تعمیر کالا، عموم و خصوص مطلق باشد یعنی گارانتی اعم از تعهد به تعمیر کالا باشد و می‌تواند هم تعهد به تعمیر کالا را شامل شود و هم سایر خدمات؛ اما از طرفی در صورتی که شرط گارانتی وجود نداشته باشد، در این صورت با استناد به مفاد کنوانسیون بیع بند ۳ ماده ۴۶ آن، تعهد به تعمیر کالا اعم از شرط گارانتی است یعنی الزام به اجرای تعهدات قراردادی و تضمین کیفیت از طریق تعمیر کالا در صورت عدم مطابقت کالا با قرارداد وجود دارد چه شرط گارانتی شده باشد چه این که شرطی در این خصوص وجود نداشته باشد؛ همان طور که در قانون مدنی هم یکی از تعهدات بائع در مقابل خریدار این است که کالایی را تسلیم خریدار نماید که مطابق با توافق طرفین باشد و اوصاف قرارداد را از حیث کمیت، کیفیت، ونحوه بسته بندی و غیره دارا باشد. در کنوانسیون بیع بین‌المللی کالا در صورت عدم مطابقت کیفیت

کالا، بر اساس مواد ۴۵ تا ۵۰ کنوانسیون، خریداری توان‌داز شیوه‌های جبران همانند الزام بائع به تعویض کالا یا تعمیر کالا، استفاده نماید به موجب بند ۲ ماده ۴۶ کنوانسیون: «هرگاه کالا منطبق با قرارداد نباشد، مشتری در صورتی می‌تواند تسلیم بدل آن را درخواست نماید که مغایرت کالا متضمن نقض اساسی قرارداد باشد و درخواست بدل کالا از طریق اظهار موضوع ماده ۳۹ یا ظرف مدت معقولی پس از آن صورت گیرد.» همچنین بند ۳ ماده ۴۶ کنوانسیون: «هرگاه کالا منطبق با قرارداد نباشد مشتری می‌تواند از فروشنده بخواهد که عدم انطباق را با تعمیر کالا جبران نماید، مگر اینکه چنین درخواستی با توجه به اوضاع و احوال غیر معقول باشد.» (شعاریان، ۱۳۹۳، ۲۳۶)

در خصوص قلمرو بند ۳ ماده ۴۶ برخی حقوق دانان براین باوند که واژه تعمیر ناظر به کالای معیوب بوده و برخی دیگر تسلیم ناقص کالا را نیز داخل در قلمرو بند ۳ ماده ۴۶ می‌دانند. به اعتقاد حقوق دانان مزبور هرگاه قطعات جانبی ضروری کالا تسلیم نشود، خریدار امکان توسل به بند ۳ ماده ۴۶ را خواهد داشت. براساس ماده ۴۶ کنوانسیون تقاضای کالای جایگزین فقط در صورتی ممکن است که طرف مقابل مرتکب نقض اساسی قرارداد شده باشد. براساس بند ۲ ماده ۴۷ کنوانسیون: «مشتری جز در مواردی که از بائع خطاری دایر بر اینکه بائع در مدت تعیین شده اضافی تعهدات خود را ایفا نخواهد کرد دریافت کرده باشد، نمی‌تواند در مدت مزبور از بابت نقض قرارداد به هیچ یک از طرق جبران خسارت متوسل شود مع هذا مشتری از هیچیک از حقوقی که ممکن است در مورد مطالبه خسارت ناشی از تاخیر در ایفاء تعهد داشته باشد، محروم نخواهد شد.» (صفایی، ۱۳۷۵: ۴۵۹) غالباً طرفین قرارداد، به ویژه خریدار، سعی می‌کنند با اعطاء مهلت اضافی به طرف مقابل و عدم اجرای تعهد در آن مدت به استناد ماده ۴۷ کنوانسیون قرارداد را فسخ کنند. مدتی که در صورت معقول و متعارف بودن، این امکان را به ذینفع می‌دهد تا بدون نگرانی از اساسی بودن یا نبودن نقض انجام شده، قرارداد را فسخ کند.

قانون مدنی ایران در رابطه با امکان تعیین مهلت اضافی برای ایفاء تعهد از سوی متعهد مقرر خاصی پیش بینی ننموده است. این امر موجب بروز مشکلات زیادی گردیده اما علی رغم سکوت قانونگذار برخی حقوق‌دانان ایرانی اعمال مقررات مشابه در ماده ۴۷ کنوانسیون در نظام حقوقی ایران را در چارچوب شروط ضمن عقد، تعهد به تأدیه ثمن، تسلیم مبیع و خیار عیب مورد بررسی قراردادده اند. از این رو در جایی که قانون داشته باشیم قانون اتوماتیک وار



عیب کالا برخوردارند، پیش بینی نشده است و در مورد الزام فروشنده به برطرف کردن عیب کالا از طریق تعمیر آن بحثی به میان نیامده است نهایت چیزی که در قانون مدنی اشاره شده این است که در صورت معیوب بودن مبیع شخصی، خریدار در قبول کالای معیوب با اخذ ارزش یا فسخ معامله مخیر می شود. به نظر می رسد چنان چه حق ارزش جهت جبران خسارت پولی با تعهد به تعمیر کالا تکمیل شود، می تواند نظام حقوقی ما را تکمیل کند. از این رو به نظر می رسد شرط گارانتی با آنچه در حقوق سنتی قراردادی ایران مطرح است و نیز با تعهد به تعمیر کالا در کنوانسیون بین المللی کالا (۱۹۸۰)، درگیر و ناسازگار است.

با توجه به اینکه به دلیل عدم وجود مقررات و ضمانت اجراهای لازم و شفاف، در عمل مشاهده شده که خریداران نمی توانند به حق خود که همان خدمات پیش بینی شده در گارانتی ها است، دست یابند، واکاوی و تحلیل ماهیت و آثار حقوقی شرط گارانتی از ضرورت و اهمیت ویژه ای برخوردار است.

مفهوم شرط گارانتی و تفاوت آن با وارانتی

گارانتی، عبارت است از ضمانت در برابر عیوب و رفع عیب کالا. تهیه کنندگان و تولیدکنندگان ممکن است محصولات خود را ضمانت نمایند و به مصرف کنندگان وعده دهند که:

۱- کالایا یا خدمات برای یک دوره ی زمانی مشخص، عاری از نقص و عیب خواهند بود.

۲- در صورت معیوب شدن مبیع، خریدار یا مصرف کننده حق تعمیر به صورت رایگان و در صورت عدم امکان تعمیر، حق بازپس گرفتن ثمن یا دریافت های دیگری از قبیل خسارت را دارد.

در واقع تولیدکنندگان، تهیه کنندگان و یا فروشندگان از طریق مکانیسم گارانتی (ضمانت) محصولات خود، خطرات احتمالی و عدم اطمینان از عملکرد محصول را با خریداران و مصرف کنندگان به اشتراک می گذارند. (Christozov&chukova, 2010, 61)

مطابق قسمت ۷ از ماده ی ۱ ضوابط اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان در بخش لوازم خانگی، مصنوعات الکتریکی و الکترونیکی، صوتی، تصویری و وسایل ارتباطی ابلاغی مورخ ۱۳۹۰/۱۰/۲۲، ضمانت به مجموعه تعهداتی نظیر تأمین قطعات، خدمات فنی و تعمیری استاندارد و به موقع که از سوی تولیدکننده و واردکننده برای یک دوره ی زمانی یا کارکرد مشخص به طور رایگان

عمل می کند و نیازی به گرانتی نیست مثل خیار عیب در صورت قابل رفع بودن عیب اما اگر قانون نداشته باشیم شرط گارانتی را در قرار داد می توانیم درج کنیم و یا به ماده ۱۰ قانون مدنی و با استناد به اصل آزادی قراردادهای... استناد کنیم. (ملاتی کندلوس و پاکی، ۱۳۹۳، ۱۵۴)

به موجب ماده ۴۸ کنوانسیون تحت شرایطی حتی پس از انقضای موعد تسلیم نیز امکان جبران عدم انطباق وجود خواهد داشت؛ اما استفاده از حق جبران عدم انطباق مطلق نبوده و بند ۱ ماده ۴۸ کنوانسیون محدودیت هایی را در این خصوص پیش بینی کرده است. اولاً بایع باید عدم انطباق رو را به هزینه خود جبران کند ثانیاً بایع باید بدون تأخیر نسبت به رفع عدم انطباق اقدام نماید و ثالثاً جبران عدم انطباق نباید موجب زحمت غیرمعقول خریدار گردد. نهایت آنکه جبران عدم انطباق نباید موجب عدم اعتماد مشتری به بازپرداخت هزینه هایی که وی ممکن است در نتیجه جبران عدم انطباق از سوی بایع متحمل گردد، بشود.

مطابق بند ۲ ماده ۴۸ کنوانسیون می تواند از خریدار درخواست نماید تا نظر خود را مبنی بر پذیرش و عدم پذیرش رفع عدم انطباق اعلام نماید. طبق بند ۳ ماده مزبور اعلام بایع مبنی بر اینکه ظرف مدت معینی تعهد خود را ایفاء خواهد نمود، به منزله استعلام از تصمیم مشتری طبق بند ماده ۴۸ است. بند ۴ ماده ۴۸ کنوانسیون نیز نفوذ تقاضا یا اخطار موضوع بندهای ۲ و ۳ را منوط به وصول آن به مشتری نموده است. (شعاریان، ۱۳۹۳: ۲۴۱)

ماده ۴۸ کنوانسیون ضمن وجود تشابه با ماده ۴۶ دارای تمایزاتی است آنهم در صورتی که کالای تسلیمی منطبق با قرارداد نبوده و برای مشتری امکان استناد به بندهای ۲ و ۳ ماده ۴۶ کنوانسیون وجود داشته باشد این سوال مطرح می گردد که آیا خریدار می تواند به هریک از مصادیق اجرای عین تعهد متوسل شود یا او در حق انتخاب بین دو طریق جبران خسارت (تسلیم جایگزین یا تعمیر) با محدودیت هایی همراه است؟ در پاسخ به این سوال، براساس دیدگاه غالب بایع می تواند با پیشنهاد تعمیر به جای تسلیم جایگزین کالا تا جایی که هردو روش از تناسب و کارآمدی یکسانی در جبران نقض اولیه قرارداد داشته باشد، اختیار خریدار را در درخواست تسلیم جایگزین کالا خنثی کند به دلیل اینکه ماده ۴۸ کنوانسیون حق تعمیر عدم انطباق را به بایع داده است.

در حقوق ایران، قاعده ای همانند کنوانسیون بیع بین المللی کالا که به موجب مفاد آن، خریدار و نیز فروشنده از حق برطرف کردن



به مصرف‌کننده سپرده و ارایه می‌شود، اطلاق می‌گردد. (روح‌اللهی، ۱۳۸۷، ص ۲۷)

ضمانت در برابر عیوب و رفع آن‌ها (گارانتی) می‌تواند به صورت شفاهی و یا کتبی به خریداران اعطا شود. در صورتی که این ضمانت یا همان گارانتی به صورت مکتوب باشد، به آن عنوان ضمانت‌نامه اطلاق می‌گردد که مطابق با تبصره‌ی قسمت ۸ از ماده‌ی ۱ ضوابط اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در بخش لوازم خانگی، مصنوعات الکترونیکی و الکترونیکی، صوتی، تصویری و وسایل ارتباطی ابلاغی مورخ ۱۳۹۰/۱۰/۲۲، «ضمانت‌نامه به لحاظ شکلی می‌تواند در قالب برگه‌های چاپی، تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، کارت‌های هوشمند و یا غیره با رعایت و لحاظ مشخصات مذکور در این ضوابط، طراحی و عرضه گردد.»

وارانتی، هم از جهت لغوی و هم از جهت حقوقی که در صورت بروز عیب در مبیع نوعی ضمانت در برابر خریداران و مصرف‌کنندگان محسوب می‌شود، با گارانتی شباهت دارد.

در وارانتی تهیه‌کنندگان و تولیدکنندگان باید کالاهایی از همان نوع و با ارزش مشابه تهیه و به مشتریان ارایه نمایند. اگر چنین جایگزینی موجود نباشد، به‌عنوان مثال: با گذشت ۳ ماه، خط تولید مبیع تعطیل می‌شود و با محصولی با ویژگی‌های جدید تولید نماید، مصرف‌کننده می‌تواند مبیع و یا گزینه‌ی باز پس گرفتن ثمن معامله را انتخاب نماید. در این خصوص ماده‌ی ۱۲ ضوابط اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در بخش لوازم خانگی، مصنوعات الکترونیکی و الکترونیکی، صوتی، تصویری و وسایل ارتباطی ابلاغی مورخ ۱۳۹۰/۱۰/۲۲ مقرر می‌دارد: «عرضه‌کننده بایستی از سلامت کارکردی و ظاهری دستگاه فروخته‌شده‌ی خود در زمان تحویل، اطمینان حاصل نماید و خریدار در ۲۴ ساعت (غیر تعطیل) اولیه‌ی خرید دستگاه چنانچه عیب و یا ایراد ذاتی در دستگاه خریداری‌شده‌ی خود مشاهده نماید حق عودت و تعویض دستگاه را دارا می‌باشد.»

تبصره: «عرضه‌کننده موظف است در صورت عدم موجودی جهت جایگزینی لوازم خانگی مشابه، نسبت به استرداد وجه پرداختی مشتری مطابق صورت‌حساب اقدام نماید.» البته در اینجا لازم به ذکر می‌باشد که مدت مذکور در این ماده، حداقل مدت وارانتی می‌باشد و ارایه‌دهندگان وارانتی می‌توانند در جهت حمایت بیشتر از حقوق مصرف‌کنندگان و ترغیب آن‌ها به خرید محصولات خود، این مدت را افزایش دهند.

ضمانت‌های مصرف‌کننده همانند وارانتی و گارانتی که برای کالای اصلی وجود داشت، برای کالای جایگزین نیز ادامه و جریان خواهد داشت، ولی این‌طور نیست که با ارایه‌ی کالای جایگزین به مشتریان، مجدداً بحث ضمانت‌نامه‌ها از ابتدا فعال شود، بلکه ادامه‌ی همان ضمانت‌های قبلی جریان پیدا می‌کند. به‌عنوان مثال: مشتری از فروشگاه‌ی یک دستگاه نمایشگر رایانه خریداری می‌نماید، اما بعد از گذشت ۳ ماه این نمایشگر می‌سوزد و چون تا ۶ ماه وارانتی و تا ۲ سال هم گارانتی داشت، بعد از این‌که نمایشگر جدیدی جایگزین نمایشگر سوخته شد، از این پس از مدت وارانتی که حق مشتری است، فقط ۳ ماه دیگر باقی است و این چنین نیست که چون کالای جایگزین کالای جدیدی است، دوباره از ابتدا یعنی به مدت ۶ ماه وارانتی به آن تعلق بگیرد. (یاری، ۱۳۸۹، ۶۹)

اقسام گارانتی

الف) گارانتی مستقیم

این نوع از گارانتی‌ها مربوط به مواقعی می‌شود که خریدار به صورت مستقیم و بدون هیچ واسطه‌ای، کالای گارانتی دار را از تولیدکننده و با نمایندگی‌های فروش او مانند نمایندگی‌های شرکت‌های خودروسازی در سطح شهر، خریداری و تهیه می‌نماید. در این‌گونه موارد از آنجا که تولیدکننده و نمایندگی‌های او خودشان ارایه دهنده‌ی گارانتی نیز می‌باشند، اشکالی به وجود نمی‌آید و خریدار با خرید هر یک از محصولات آن‌ها ضمانت‌نامه‌ی مربوط به آن محصول را نیز از ایشان دریافت می‌کند. در این قسم از معاملات چون خریدار و ارایه دهنده‌ی گارانتی به صورت مستقیم با یکدیگر قرارداد منعقد می‌نمایند، هیچ خدشه‌ای وارد نمی‌شود و نمی‌توان قائل به این نظر شد که این گارانتی ایقاع و آن هم از نوع تعهد به نفع شخص ثالث باشد، بلکه این مورد یک قرارداد میان خریداران و ارایه دهنده‌گان گارانتی محسوب می‌شود که بر اساس آن خود ارایه دهنده‌ی گارانتی تعهداتی را که در ضمانت‌نامه نیز درج شده است، از قبیل تعمیر و رفع عیب کالا در مدت زمان مشخص، در برابر خریدار بر عهده گرفت و ملزم به ایفای تعهدات خود می‌باشد. همچنین در صورتی که خریدار اول، در مدت گارانتی مبیع را به دیگری بفروشد، در این صورت خریدار دوم قائم‌مقام قانونی خریدار اول محسوب شده و در مدت باقی‌مانده از دوران گارانتی حق خواهد داشت در صورت بروز عیب در مبیع به منظور رفع عیب و تعمیر آن به تولیدکننده و یا نمایندگی‌های او مراجعه نماید. به‌عنوان مثال، شخصی به عنوان خریدار به نمایندگی فروش محصولات یکی از شرکت‌های خودروساز



ناشی از نوسانات برق و یا شکستگی‌های ناشی از ضربه خوردن و ...)، تولیدکننده اصلی به همراه نمایندگی‌هایی که در دفترچه‌ی ضمانت ذکر شده است، ملزم به رفع عیب کالا و تعمیر آن می‌باشند و خدمات گارانتی محصول را انجام خواهند داد. اشکالی که در اینجا مطرح می‌شود، این است که می‌توان گفت عمل فروشنده در مثال فوق، تعهد به ضرر ثالث نام دارد و این مورد در حالی است که در حقوق ایران تعهد به ضرر ثالث پذیرفته نشده است و تنها استثنایی که به اصل نسبی بودن آثار قراردادها وارد شده و در حقوق ایران پذیرفته شده است، تعهد به نفع ثالث است و نه تعهد به ضرر ثالث. در اینجا لازم به ذکر است که برخی از حقوقدانان، استثنائات اصل نسبی بودن قراردادها را به طور کلی به دو دسته تقسیم می‌نمایند که استثنای اول را در فرضی می‌دانند که استثنای اول را در فرضی می‌دانند که استثنای اول را در فرضی می‌دانند که امکان تمایز معامله کننده با طرف معامله وجود دارد مانند معامله‌ای که وکیل برای موکل انجام می‌دهد و استثنای دوم را تعهد به نفع ثالث برمی‌شمارند. (ره‌پیک، ۱۳۸۵، ۶۷-۷۱) در واقع اصل نسبی بودن قراردادها، از اصل حاکمیت اراده ناشی می‌شود که به موجب این اصل تنها اراده‌ی خود فرد است که می‌تواند باعث تحمیل تعهدات برای وی شود. از منظر حاکمیت اراده‌ی افراد، تحمیل تعهدات بدون رضایت فرد، مخالف اصل آزادی فردی و تعدی غیرقابل توجیه به حقوق اشخاص می‌باشد (یاری، ۱۳۸۹، ۷۲)؛ بنابراین عمل فروشنده از لحاظ حقوقی دارای اشکال است و خریدار حق مراجعه به تولیدکننده و نمایندگی‌های او (ارایه دهندگان اصلی گارانتی) را نخواهد داشت.

پیشینه تاریخی شرط گارانتی

واژه‌ی گارانتی به عنوان یکی از سیاست‌های فروش در کارخانه‌های صنعتی و تولیدی به خصوص اتومبیل‌سازی و لوازم خانگی پا به عرصه‌ی وجود گذاشت و با استفاده از نیاز روانی انسان جهت اطمینان خاطر و لذت از خرید مطمئن، جای خود را محکم کرد. یکی از سؤالاتی که مطرح می‌شود این است که گارانتی از چه زمانی در جهان باب شد؟ جالب است بدانیم برای اولین بار بیستم جولای ۱۷۷۶ میلادی موضوع گارانتی در قانون بیمه مطرح شد اما یک دهه بعد یعنی سال ۱۷۸۶ توسط سرجیمز آلن پارک، تبدیل به قانونی برای تضمین اجناس تجار شد. اوایل حضور گارانتی در عرصه‌ی تجارت، این ابزار فقط برای تضمین کالای داخل انبار کشتی‌ها و تجارت دریایی به کار گرفته می‌شد اما پس‌از آن و در اوایل قرن بیستم این ابزار علاوه بر دریاها به خشکی نیز راه یافت و با تغییراتی برای محصولات صنعتی روی خشکی نیز به کار گرفته شد؛ بنابراین

مراجعه می‌نماید و خودرویی را خریداری می‌نماید که دارای ۱۲ ماه گارانتی است. از آنجاکه نمایندگی‌ها به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های تولیدکننده به شمار می‌آیند و دارای اختیاراتی از جمله فروش محصولات شرکت اصلی و ارایه‌ی گارانتی آن‌ها از طرف او می‌باشند، در جریان استفاده از گارانتی و حق رجوع خریدار به نمایندگی و یا شرکت اصلی جهت تعمیر محصول خریداری‌شده، هیچ مانعی وجود نخواهد داشت و این حقی قانونی است که از طرف ارایه دهنده‌ی گارانتی به خریداران داده می‌شود و یا به عبارت دیگر تعهدی است که خود ارایه دهنده‌ی گارانتی در قراردادی که با خریدار منعقد می‌نماید، پذیرفته تا اجرا نماید. اعلایی فرد و احمدی، ۱۴۰۰، ص ۴۵) همچنین لازم به ذکر است که اگر این خودرو که توسط مشتری خریداری شده قبل از پایان مدت گارانتی به فرد دیگری منتقل شود (خواه از طریق بیع باشد و خواه هبه و...)، این فرد به عنوان قائم‌مقام خریدار اول حق دارد در صورت بروز عیب در خودرو، جهت تعمیر و رفع عیب به نمایندگی‌ها و یا تولیدکننده اصلی مراجعه نماید، لکن باید توجه داشت که مدت گارانتی از همان قرارداد اول که توسط خریدار اول منعقد شده بود، آغاز شده و خریدار دوم نیز در بازه‌ی زمانی که از زمان انعقاد قرارداد اول شروع شده است تا پایان مدت گارانتی که ۱۲ ماه است، حق مراجعه و الزام تولیدکننده به رفع عیب مبیع را خواهد داشت. (یاری، ۱۳۸۹، ۷۱)

ب) گارانتی غیرمستقیم

این گارانتی مربوط به مواقعی می‌شود که خریدار جهت خرید محصولات موردنیاز خود به صورت مستقیم به تولیدکننده‌ی اصلی و یا نمایندگی‌هایش در سطح شهر مراجعه نمی‌کند، بلکه به فروشگاه‌های واسطه‌های فروش می‌رود. مثال: (الف) به عنوان خریدار به یکی از فروشگاه‌های لوازم خانگی مراجعه می‌نماید و یک دستگاه یخچال با ضمانت‌نامه‌ی ۵ ساله خریداری می‌کند. آنچه امروزه در عمل مشاهده می‌شود، این است که فرد (ب) به عنوان فروشنده پس از اعلام موافقت خریدار و قطعی شدن تصمیم او به خرید این محصول و انجام معامله از روی نمونه در اغلب موارد، درب کارتن و بسته‌بندی مبیع را باز نموده و ضمانت‌نامه‌ی محصول را از آن بیرون می‌آورد و تاریخ شروع گارانتی را روی آن درج می‌نماید و مهر و امضا می‌زند و پس‌از آن، مبیع را به همراه ضمانت‌نامه‌ی آن تحویل خریدار می‌دهد و اعلام می‌کند که از این تاریخ به مدت پنج سال گارانتی دارد و هر عیبی که در این مدت در یخچال پدید آید (البته به جز شرایطی که در اغلب ضمانت‌نامه‌ها درج شده است، مانند عیب



در سال‌های اخیر، یعنی اوایل قرن ۲۱ میلادی به وجود آمد. این ابداع جدید در کشور فرانسه باعث رونق تجارت لوازم دست دوم که هنوز در شرایط خوب و قابل استفاده بودند و رشد فروش خودروهای کارکرده‌ی سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۵ میلادی در این کشور شد؛ بنابراین به دلیل گارانتی شدن خودروهای تولیدی بین سال‌های یاد شده، این کشور توانست فروش ۴/۷ میلیون دستگاه خودروهای کارکرده را به ۵/۴ میلیون دستگاه برساند.

عقد یا ایقاع بودن گارانتی

بدون شک گارانتی تعهدی است که بر عهده‌ی عرضه‌کننده با تولیدکننده قرار می‌گیرد؛ اما پرسش این جاست که منبع این تعهد چیست؟ برای پاسخ به این پرسش به تعاریف ارائه شده از تعهد می‌پردازیم: تعهد مصدر باب تفعّل و در لغت به معنای برعهده گرفتن، خود را مدیون و موظف کردن است. در اصطلاح حقوقی دارای دو معنای مصدری و اسم مفعولی است. در معنای مصدری، تعهد عبارت است از به عهده گرفتن انجام یا ترک عملی در برابر دیگری، خواه در برابر عوض باشد یا نباشد مانند تولیدکننده‌ای که در برابر خریدار بر عهده می‌گیرد که اگر در یک دوره‌ی زمانی مشخص، عیبی در محصولاتش پدید آید، آن عیب را بر طرف نماید و یا به عبارت دیگر، محصول خریداری شده را که معیوب گشته، تعمیر نماید، خواه تولیدکننده در برابر تعهد خود به انجام این کار در برابر خریدار، عوض مانند پول دریافت کرده باشد و خواه این کار را به منظور جلب رضایت خریداران، به صورت رایگان انجام دهد. شخصی که انجام یا شرکت عمل را بر عهده می‌گیرد، متعهد و طرفی که تعهد به نفع او شده را متعهدله و مورد تعهد را متعهدبه می‌گویند. برای مثال، تعهد در این معنا در ماده‌ی ۲۲۱ قانون مدنی^۱ به کاررفته است؛ اما تعهد در معنای اسم مفعولی، عبارت است از وظیفه‌ی حقوقی که طبق قانون بر عهده‌ی شخص متعهد، ثابت می‌شود که در صورت خودداری از انجام آن، به تقاضای متعهدله و به وسیله‌ی مرجع قضایی، ملزم به انجام آن خواهد شد، مانند وظیفه‌ی جبران خسارت ناشی از تلف کردن مال دیگری برای مثال، تعهد در این معنا در مواد ۲۲۲^۲ و ۲۲۶^۳ قانون مدنی به کاررفته است.

بدون تردید با توجه به رابطه‌ی مستقیم بین تولید محصولات و تضمین کیفیت آن‌ها، دوران پس‌ازانقلاب صنعتی را باید زمان پیدایش گارانتی دانست؛ یعنی زمانی که تولیدات کارخانه‌ها به صورت انبوه وارد بازار شدند و سازندگان کالاها برای یافتن مشتری از هر راهی استفاده می‌کردند تا محصولات خود را بفروشند اما با گذشت زمان، قانون حفظ حقوق خریداران باعث شد تا این قانون ساده یعنی تضمین کیفیت و عملکرد محصولات کارخانه‌ها، تخصصی‌تر دقیق‌تر شود.

شاید بتوان گفت ابزار گارانتی و تضمین کیفیت محصولات تولیدی در کشورمان، حدود یک قرن قدمت دارد و از دهه‌های اول و دوم قرن حاضر با ساخته شدن کارخانه‌های صنعتی در ایران و البته تولید انبوه محصولات، گارانتی به عنوان یکی از حقوق خریداران و مصرف‌کنندگان شناخته شده است. به عنوان مثال؛ سال ۱۳۲۱ شمسی (۱۹۴۲ میلادی) این کلمه با ساخته شدن الکتروپمپ و پس‌از آن محصولات لوازم منزل در کارخانه‌ی ارج به عنوان یکی از قدیمی‌ترین کارخانه‌های تولید لوازم منزل، بیشتر به گوش مصرف‌کنندگان ایرانی رسید اما با ورود محصولات خارجی به کشور، این واژه برای مردم آشنا و آشناتر گشته و وارد فرهنگ لغت تجاری ما شد. از آن پس با رونق صنایع و حضور محصولات متنوع داخلی مانند محصولات تراکتورسازی، ایران ناسیونال، کفش ملی و دیگر کارخانجات داخلی در بازار مصرف، گارانتی به طور کامل ایرانی شد و شکل و شمایل داخلی به خود گرفت اما می‌توان گفت پس از گذشت حدود یک قرن از ورود این واژه به دایره‌ی لغات ما و با وجود تصویب قوانین متعدد در این زمینه، در واقع ضمانت اجرایی این کلمه در پایین‌ترین حد خود قرار دارد. نمونه‌ی بارز این مشکل در صنعت لوازم منزل و خودروسازی ایران به طور کامل مشهود است که به نسبت باعث بی‌اعتمادی خریداران به این کلمه، یعنی گارانتی شده است. همین خلأ باعث ورود شرکت‌های واسطه‌ای جهت گارانتی کردن محصولات برخی کارخانه‌ها شده است. (عزتی، ۱۳۹۱، ۱۱) هرچند این‌گونه شرکت‌های واسطه‌ای خیلی زودتر از ایران در بازارهای خارجی فعالیت می‌کردند اما این خلأ مجال حضور بیشتری به این قبیل شرکت‌ها را در بازار ایران داد، به صورتی که هر روز شاهد ظهور یک نوع گارانتی با شرایطی متفاوت در بازار ایران به خصوص بازار موبایل و لوازم منزل هستیم. به هر حال با حضور این‌گونه شرکت‌ها، این امر که گارانتی فقط مخصوص وسایل و تولیدات دست اول و کارکرده‌ی کارخانه‌ها می‌باشد، رنگ باخت و بازار مصرف را با پدیده‌ای به نام گارانتی محصولات دست دوم نیز آشنا کرد. این پدیده یعنی گارانتی محصولات دست دوم کارخانه‌ها

۱- ماده ۲۲۱: «اگر کسی تعهد اقدام به امری را بکند یا تعهد نماید که از انجام امری خودداری کند، در صورت تخلف مسؤول خسارت طرف مقابل است، مشروط بر این که جبران خسارت تصریح شده و یا تعهد عرفاً به منزله‌ی تصریح باشد و یا بر حسب قانون موجب ضمان باشد.»

۲- ماده ۲۲۲: «در صورت عدم ایفاء تعهد یا رعایت ماده فوق حاکم می‌تواند به کسی که تعهد به نفع او شده است اجازه دهد که خود او عمل را انجام دهد و متخلف را به تأدیه مخارج آن محکوم نماید. (رج ماده ۳۳۸ ق.م.)



برای مثال قانون، آزادی دو اراده را ضروری می‌داند، ولی برابری آن دو طرف را شرط نمی‌کند؛ زیرا همه پذیرفته اند که با نابرابری‌های اقتصادی و توان عقلی و بدنی در اجتماع، آزادی مفهومی نسبی است. (همان منبع، ۳۶) با امان نظر در تضمین سلامت کالا توسط عرضه کننده، به نظر می‌رسد در این عمل حقوقی، تعدادی از این شرایط از جمله، گفتگوی آزاد وجود ندارد، تولیدکننده شخصا نوع تضمین و حدود آن را مشخص می‌کند، همچنین خطاب به شخص معین نیز نمی‌باشد. شاید با همین استدلال و توجیه است که در حقوق ایران هیچگاه تضمین ایمنی و سلامت کالا به ایقاع تعبیر نشده است. (ایزانلو، ۱۳۸۲، ۱۳۶) این ابهام در عقد یا ایقاع بودن گارانتی، در حقوق کشورهای دیگر نیز دیده می‌شود. برای مثال، در حقوق بلژیک، اعتقاد بر این است که تولیدکننده ای که کالای تولیدی خود را به جریان می‌اندازد و کارکرد درست آن را در برابر مصرف‌کنندگان تضمین می‌نماید، با اراده‌ی یک طرفی، خود را در برابر مصرف‌کنندگان متعهد کرده است، لذا چنین تضمینی ایقاع محسوب می‌شود. (همان، ۱۳۷)

آثار حقوقی ناشی از شرط گارانتی

در اینجا با موضوع اثرات گارانتی بر روابط حقوق اطراف قرارداد از جمله تولیدکنندگان، واردکنندگان، نمایندگی‌ها، خریداران را مورد تحلیل و بررسی و قرار می‌دهیم.

۱. رابطه نمایندگان با تولیدکنندگان و واردکنندگان (اصیل)

در خصوص قضیه نمایندگی‌های فروش و یا نمایندگی‌های خدمات پس از فروش و مبحث گارانتی محصولات، می‌توان این طور نتیجه گرفت که کلیه اعمال و تعهدات این نمایندگی‌ها نیز بر اصیل، یعنی همان شرکت تولیدکننده که برای محصولات خود گارانتی قرارداد داده است، برمی‌گردد.

فرض کنید که یکی از نمایندگی‌های فروش و خدمات پس از فروش یکی از شرکت‌ها و کارخانه‌های تولیدکننده که برای محصولات تولیدی خود نیز گارانتی و یا همان ضمانتنامه قرار داده است، پس از چند سال فعالیت بنا به دلایلی تعطیل شود. در این خصوص تبصره ۳ ماده ۳ ضوابط فعالیت واردکنندگان کالاهای سرمایه‌ای و مصرفی بادوام خارجی در کشور ابلاغی ۱۳۹۰/۱۰/۲۲ مقرر می‌دارد: «در صورت حذف و یا جایگزینی نماینده ایرانی توسط شرکت خارجی و یا وجود اختلاف، تعهدات مربوط به فروش و ارایه خدمات پس از فروش نماینده یا نمایندگان سابق طبق تعهدات اعطا

(شهیدی، ۱۳۸۶، ۴۲) به نظر می‌رسد گارانتی، هنگامی که عرضه کننده یا تولیدکننده، به اختیار خود سلامت کالا و خدمات را برعهده می‌گیرد، معنای مصدری دارد و هنگامی که قانونگذار، عرضه کننده یا تولیدکننده را ملزم به دادن تعهد می‌کند، در معنای مفعولی استعمال می‌شود؛ اما سوال دیگری که در اینجا مطرح می‌شود، این است که در گارانتی، منبع این تعهد عقد است یا ایقاع؟

با این‌که تعریف عقد و ایقاع از یک وحدت و تعهد طرف، روشن است، با این حال در مورد عقد با ایقاع بودن پاره ای از اعمال حقوقی، اختلاف نظر وجود دارد. منشأ اختلاف در ماهیت این‌گونه اعمال حقوقی، وضعیت خاصی است که در نحوه‌ی تشکیل و آثار آن‌ها وجود دارد. به‌عنوان مثال، در عقد جعاله ممکن است در زمان انشای جاعل، عامل معین نباشد (ماده ۵۶۱ قانون مدنی) درحالی‌که در عقود، ایجاب خطاب به شخص معینی انشاء می‌شود و مخاطب در مهلت مناسب کوتاهی، آن را قبول می‌کند. به همین دلیل عده‌ای از فقها، قبول را در جعاله لازم نمی‌دانند. در مورد عقد یا ایقاع بودن و تملکی نیز اختلاف نظر وجود دارد، اما در هر دو مورد، نظر برتر آن‌ها را عقد می‌داند. (شهیدی، ۱۳۸۸، ۴۳)

به طور کلی قراردادهای شرایط معارفی دارند، از جمله:

۱- گوینده‌ی ایجاب در هنگام وقوع قبولی باید زنده و دارای اهلیت باشد.

۲- خطاب ایجاب باید به شخص معین باشد تا امکان قبول یا رد دعوت به تراضی و معامله وجود داشته باشد.

۳- اثر عقد از زمان پیوستن قبول به ایجاب است.

۴- شرایط عقد، نتیجه‌ی گفت و گوی آزاد و مقدماتی دو طرف است و پیشنهاد کننده نمی‌تواند شرایط خود را بر پذیرنده تحمیل کند.

اما گاهی به دلایلی تمام این شرایط به طور کامل وجود ندارند. در توجیه آن این‌گونه استدلال شده است که چون امروزه عقد سرپوش مصالح اجتماعی است، ضرورتی ندارد در قراردادهای از همه‌ی نتایج حکومت اراده و لزوم تراضی پیروی شود. (کاتوزیان، ۱۳۷۰، ۳۱)

ماده ۲۲۶- در صورت عدم ایفاء تعهد با رعایت ماده فوق حاکم می‌تواند به کسی که تعهد به نفع او شده است اجازه دهد که خود او عمل را انجام دهد و متخلف را به تأدیه مخارج آن محکوم نماید. (رج ماده ۲۲۸ ق.م.)



معامله فضولی اعمال می‌شود و اجازه لاحق می‌تواند فضول را به نماینده دارای صلاحیت تبدیل کند که این امر در قسمت دوم ماده ۲۴۷ قانون مدنی پیش‌بینی شده است.^۵ اجازه از دیدگاه حقوقدانان و فقها به معنای تنفیذ و ترتیب آثار بر عقد فضولی است. عقد فضولی با اجازه مالک نافذ می‌گردد و آثار کامل عقد بر آن مترتب می‌شود. (امیر معزی، ۱۳۸۵، ۱۶۳) نماینده در برابر اصيل در صورت تخلف از مفاد قرارداد، مسئولیت قراردادی دارد. در صورتی که قراردادی وجود نداشته باشد، مسئولیت مبتنی بر قرارداد نیز منتفی خواهد بود، اما اگر نماینده در خلال کار، مرتکب خطا و تخلفی شود، صرفاً مسئولیت مدنی در برابر اصيل خواهد داشت. (حاجیان، ۱۳۹۲، ۹۸) پس اگر خارج از سلطه یا اختیارات نماینده، اقدامی از جانب وی صورت گیرد، غیر نافذ است و اگر عمل متجاوزانه، بر اساس دفع ضرر یا جلب منفعت اصيل صورت پذیرد، بر مبنای رضایت تقدیری یا باطنی او نمی‌توان حکم به نفوذ عقد داد و در هر مورد باید توسط اصيل تنفیذ گردد.

نماینده در اعمالی که به اعتبار نمایندگی انجام می‌دهد، در همه حالات باید مصلحت اصيل را رعایت نماید و هرگونه اقدام خارج از مصالح و منافع اصيل، در امور وی مؤثر نخواهد بود و محتاج تنفیذ است. اگر نماینده از حدود مصلحت متعارف اصيل خارج شود، اعمال حقوقی وی نافذ نیست و منوط به تنفیذ اصيل است. در این صورت اگر خسارتی به اصيل وارد شود که نماینده عرفاً مقصر در ایجاد آن باشد، ملزم به جبران آن خواهد بود. (همان، ۹۹)

اگر اصيل در نتیجه تدلیس نماینده در انعقاد قراردادی متضرر شود، نماینده ملزم به جبران خسارت اصيل است. در این صورت اصيل بر مبنای اختیار تدلیس حق فسخ عقد را ندارد، زیرا تدلیس ثالث برای هیچ یک از طرفین حق فسخ ایجاد نمی‌کند و تدلیس نماینده نیز تدلیس ثالث محسوب می‌شود، بلکه باید به مقتضای اراده نماینده پایبند بوده و ضرر ناشی از آن را تحمل نماید، هرچند بر مبنای مسئولیت مدنی می‌تواند به نماینده رجوع کند و مبنای این نظر را قاعده «من له الغنم فعلیه الغرم» دانسته‌اند. (همان، ۱۰۱)

۲. رابطه مصرف‌کننده با تولیدکننده

کننده نمایندگی، به نماینده بعدی منتقل می‌گردد...» همچنین تبصره ۴ همین ماده مقرر می‌دارد: «در صورت لغو نمایندگی از سوی معاونت توسعه بازرگانی داخلی و پس از اطلاع رسانی به شرکت خارجی، آن شرکت مطابق تعهدات سپرده شده موظف به انجام تعهدات قبلی ایجاد شده و ایجاد شعبه و یا معرفی نماینده جدید می‌باشد.» (صفایی و دیگران، ۱۳۸۴، ص ۱۴۱)

با توضیحات پیش گفته، کلیه تعهدات این نمایندگی که در قبال خریداران این محصولات به وجود آمده است، از قبیل گارانتی‌ها که مطابق با آن، خریداران و مصرف‌کنندگان تا مدت معلومی که در ضمانتنامه درج شده حق مراجعه به آنها را جهت تعمیر مبیع خریداری شده که در آن عیبی بروز کرده است را خواهند داشت، به اصيل که همان تولیدکننده اصلی می‌باشد، منتقل می‌شود و باید در برابر خریداران محصولات خود پاسخگو باشد و در صورتی که نماینده جدیدی از طرف اصيل معرفی شود، تعهدات نماینده سابق می‌تواند به نماینده جدید منتقل گردد، البته به شرطی که تعهداتی که توسط نماینده‌های سابق بر عهده گرفته شده و اقدامات آنها در چارچوب اختیارات واگذار شده به ایشان باشد و در صورتی که این اعمال و اقدامات و پذیرش تعهدات در قبال خریداران خارج از چارچوب مذکور باشد، خود نمایندگی‌های سابق و مدیران آنها مسئولیت دارند، مانند ارایه تأییدیه کتبی و از این قبیل اقدامات به نمایندگی. برای مثال، فرض کنید یکی از شروط مندرج در ضمانتنامه این باشد که در صورت ضربه وارد آمدن به مبیع، خریدار حق استفاده از ضمانتنامه را نخواهد داشت. نمایندگی تولیدکننده این کالا جهت ترغیب مشتریان به خرید این محصول، بیان می‌دارد که حتی در صورت ورود هرگونه ضربه به مبیع و بروز عیب، خریداران این حق را خواهند داشت که جهت رفع عیب مبیع به ایشان مراجعه و تقاضای رفع عیب و تعمیر محصول را بنمایند. در این مواقع است که گفته می‌شود که دیگر اصيل مسئول این تعهد نخواهد بود و خود نمایندگی مذکور مسئولیت خواهد داشت. مگر اینکه اصيل رضایت خود را مبنی بر پذیرش و ارایه چنین اقدامات تعهدآوری به نمایندگی مربوطه اعلام داشته باشد که در آن صورت خود اصيل در برابر خریداران و مصرف‌کنندگان مسئولیت خواهد داشت.

نماینده‌ای که بدون اذن یا خارج از حدود آن معامله کند، خودش مسئول می‌باشد، لکن اصيل می‌تواند بعد از انجام چنین معامله‌ای، اجازه خود را اعلام دارد که تقریباً تمام سیستم‌های حقوقی برای اجازه، اثر قهقرای قائل شده‌اند. در واقع در چنین معاملاتی، قواعد

- ماده ۲۴۷ قانون مدنی: «معامله به مال غیر، جز به عنوان ولایت یا وصایت یا وکالت نافذ نیست ولو این که صاحب مال باطنا راضی باشد، ولی اگر مالک یا قائم‌مقام او پس از وقوع معامله آن را اجازه نمود، در این صورت معامله صحیح و نافذ می‌شود.»



با خریدار، اقدام به تکمیل ضمانتنامه محصول می‌نمایند و سپس محصول را به همراه ضمانتنامه آن تحویل خریدار می‌دهند؛ بنابراین، این گروه از محصولات، محل بحث ما و اشکالات مطرح شده در این خصوص خواهند بود، از جمله اینکه نقش فروشنده چیست و بر چه مبنایی می‌تواند ضمانتنامه محصول را تکمیل و بدین وسیله در رابطه قراردادی خود با خریدار، تعهدی به ضرر ثالث (ارایه‌دهنده اصلی گارانتی که تولیدکننده اصلی، واردکننده و یا نمایندگان آنها می‌باشند) ایجاد نماید و آیا مصرف‌کنندگان جهت استفاده از خدمات گارانتی حق مراجعه به فروشنده را خواهند داشت و یا می‌توانند به ارایه‌دهندگان اصلی گارانتی مراجعه نمایند؟

قراردادهایی که بین دو طرف منعقد می‌شود، حقوق و تعهداتی را برای هر یک در برابر دیگری ایجاد می‌کند و اثر قرارداد بین طرفین آن محدود می‌ماند و برای کسی خارج از این رابطه، حق یا تکلیفی به وجود نمی‌آید. این قاعده در تمام نظامهای حقوقی به عنوان یک اصل پذیرفته شده و در متون قانونی بسیاری از کشورها منعکس شده است. (عبدی پور فرد، ۱۳۹۲، صص ۶۵) این اصل در حقوق ما به اصل نسبی بودن قراردادها و یا اصل نسبی بودن اثر قرارداد، معروف است که در ماده ۲۳۱ قانون مدنی، چنین منعکس شده است: «معاملات و عقود فقط درباره طرفین متعاملین و قائم مقام قانونی آنها مؤثر است». با وجود این، در بسیاری از کشورها برای پاسخگویی به نیازها، استثنای بی‌شماری را به ویژه از لحاظ ایجاد حق بر این اصل پذیرفته‌اند. فروشندگان به عنوان عاملان فروش در سطح بازار، نقش بسیار مهمی را در پیوند میان خریداران و مصرف‌کنندگان با تولیدکنندگان و واردکنندگان ایفا می‌نمایند. عمل فروشنده‌ای که بعد از انجام معامله با خریدار، اقدام به تکمیل ضمانتنامه می‌نماید، در ظاهر تعهد به ضرر ثالث می‌باشد، اما در واقعیت امر، این تعهد به ضرر ثالث بر پایه و مبنای نیابتی است که ثالث (تولیدکننده اصلی و یا نمایندگان او که همان ارایه‌دهندگان گارانتی می‌باشند) خودش به فروشندگان اعطا می‌نماید؛ بنابراین، این مورد در ظاهر تعهد به ضرر ثالث است، اما در واقعیت امر، تعهد به نفع ثالث می‌باشد. به عنوان مثال، هنگامی که فروشندگان به عنوان خریدار، محصولات را از تولیدکنندگان و یا نمایندگان آنها خریداری می‌نمایند، تولیدکنندگان و یا نمایندگان آنها به فروشندگان اعلام می‌دارند که هنگام مراجعه خریدار و مصرف‌کننده حقیقی به شما و بعد از انجام معامله با آنها، ضمانتنامه را از طرف ما تکمیل نمایید و بعد از مدتی همین امر تبدیل به عرف خاص، یعنی همان عرف بازار شده است. (قاسمی و دیگران، ۱۳۹۷، ۹۳) بنابراین در معامله این محصولات، بر مبنای نیابتی که ارایه‌دهندگان اصلی

هرگاه مبیع با ضمانت نباشد، مصرف‌کننده، حقوقی در مقابل تولیدکننده خواهد داشت. وقتی که عیب کالا یا خدمات جزئی باشد، تولیدکننده می‌تواند پیشنهاد تعمیر بدهد یا اینکه به مشتری پیشنهاد جایگزین نمودن را ارایه بدهد، اما هنگامی که عیب عمده باشد، مصرف‌کننده می‌تواند:

الف) مبیع را نپذیرد و حسب مورد تقاضای بازپرداخت وجه یا جایگزین نماید.

ب) با توجه به کاهش ارزش مبیع، تقاضای غرامت نماید.

از آنچه که در صحنه عمل و در سطح بازار شاهد آن هستیم، می‌توانیم با کمی دقت دریابیم که کالاهای و محصولات موجود در بازار که دارای گارانتی می‌باشند را می‌توان به دو گروه عمده تقسیم نمود که به طور معمول با هر یک از این گروه‌ها، با شیوه‌ای متفاوت رفتار می‌شود. این گروه عبارتند از:

۱- کالاهایی که نیاز به نصب اولیه و راه‌اندازی دارند. این کالاهای کالاهایی هستند که تولیدکنندگان و واردکنندگان که ارایه‌دهندگان اصلی گارانتی می‌باشند، ارایه خدمات گارانتی در دوره ضمانت را منوط به نصب و راه‌اندازی اولیه این محصولات توسط کارشناسان و متخصصان و یا نمایندگی‌های خودشان و تکمیل ضمانتنامه محصول توسط ایشان در محل نصب و راه‌اندازی کرده‌اند. این نوع از کالاهای اگر توسط افراد دیگر راه‌اندازی شوند و یا ضمانتنامه این محصولات توسط فرد دیگری تکمیل شود، برای ارایه‌دهنده گارانتی اعتبار نداشته و مشمول خدمات گارانتی نخواهد شد. همچنین فروشنده در این گروه از محصولات نسبت به تکمیل ضمانتنامه نقشی نخواهد داشت؛ بنابراین در معامله این محصولات، مصرف‌کنندگان بابت بهره‌گیری از خدمات گارانتی فقط حق رجوع به تولیدکنندگان، واردکنندگان و نمایندگی‌های آنها را حسب مورد خواهند داشت. (قاسمی و دیگران، ۱۳۹۷، ۹۲)

۲- کالاهایی که نیاز به نصب و راه‌اندازی ندارند. برخی از محصولات نیازی به نصب و راه‌اندازی توسط کارشناسان و نمایندگان یا ارایه‌دهندگان گارانتی ندارند و این امر به دلایل مختلفی بر می‌گردد، از جمله: ارایه‌دهنده گارانتی این اجبار را مطرح نکرده و این امر را اجباری نساخته و یا محصولات مورد بحث، در اصل نیازی به نصب و یا راه‌اندازی ندارند و این هم به دلیل سادگی محصول و پیچیده نبودن نوع کارکرد آن است، مانند یک دستگاه همزن برقی و یا مخلوط‌کن. در این موارد است که فروشندگان بعد از انجام معامله



است در مقابل اصل مسئولیت داشته باشد. (حاجیان، ۱۳۹۳، ۱۰۶-۱۰۷)

قائم مقام یا جانشین کسی است که به طور مستقیم یا به وسیله نماینده خود در تراضی شرکت نداشته، ولی در نتیجه انتقال تمام یا بخشی از دارایی یکی از دو طرف به او، جانشین طرف قرارداد و عهده دار و بهره‌مندی از اجرای آن شده است. در این فرض نیز خریداران بعدی به ترتیب قائم مقام خریدار قبل از خود می‌شوند و از همان حقوق خریدار اول در برابر تولیدکننده و یا واردکننده برخوردار می‌شوند؛ به عبارت دیگر در مدت باقی مانده از دوران گارانتی حق خواهند داشت، در صورت بروز عیب در مبيع به منظور رفع عیب و تعمیر آن به ارایه‌دهندگان اصلی گارانتی و یا نمایندگی-های آنها مراجعه نمایند. در رأی شماره ۳۱۰ مورخ ۱۳۸۵/۸/۵ دادگاه عالی انتظامی قضات آمده است: «شرکت سازنده خودرو با صدور برگ گارانتی در قبال عیوب خودرو خود را متعهد می‌کند؛ بنابراین ضرورتی به تنظیم قرارداد خاص با تک تک خریداران (ایادی بعدی) نیست.» رأی فوق نیز تعهد شرکت سازنده یا تولیدکننده را در برابر هر خریدار لازم الاجرا دانسته است.

۴. رابطه‌ی نماینده با طرف قرارداد

در مواقعی که نماینده به منظور راضی کردن طرف قرارداد، امتیازاتی را به او می‌دهد، باید آنها را به جا آورد و در برابر طرف قرارداد مسئولیت دارد. اگر امتیازاتی را از اموال موکل به طرف قرارداد بدهد، چنانچه اذن در این کار داشته باشد، موکل خودش مسئول واگذاری آن حقوق به طرف قرارداد است اما اگر از اموال موکل بدون اذن او، چنین امتیازات را برای جلب رضایت طرف به انعقاد عقد اصلی واگذار نماید، عقد اصلی نافذ است، لکن موکل در صورت رد، هیچ تعهدی در برابر طرف قرارداد ندارد و خریدار باید جهت احقاق حقوق خود به نماینده مراجعه کند و یا در محاکم علیه او شکایت طرح نماید. (همان، ۱۰۴-۱۰۵) همچنین در صورتی که نماینده در حدود اختیارات واگذار شده به او از جانب اصیل اقدام می‌نماید، در صورت امتناع اصیل از اجرای تعهدات قراردادی، طرف مقابل نمی‌تواند به جهت انشای عقد توسط نماینده به وی مراجعه نماید، مگر اینکه به موجب قرارداد خاصی، نماینده حق پاسخگویی به دعوا را داشته باشد.

گارانتی به فروشندگان اعطا می‌نماید، خریداران و مصرف‌کنندگان حق مراجعه به ارایه‌دهندگان اصلی گارانتی به منظور بهره‌مندی از خدمات گارانتی را خواهند داشت و در واقع، فروشنده درخصوص این گروه از محصولات، نقش واسطه را در خصوص ارایه گارانتی محصولات و فروش آن به خریداران و مصرف‌کنندگان خواهد داشت و بدین ترتیب مسئولیت ارایه گارانتی و خدمات مرتبط با آن نیز بر عهده ارایه‌دهندگان اصلی گارانتی قرار خواهد گرفت.

۳. رابطه‌ی حقوقی خریداران با تولیدکننده

قبل از اینکه به تبیین مسائل این قسمت بپردازیم، باید بگوییم که یکی از سؤالهایی که به ذهن متبادر می‌شود، این است که آیا گارانتی محصولات فقط برای کالاهایی که خریداری می‌شوند، وجود خواهد داشت یا در خصوص کالاهایی که به صورت هدیه به افراد اعطا می‌شود نیز، پذیرفته می‌شود؟ به عنوان مثال یکی از کارخانه-های چرخ خیاطی طی برگزاری یک جشنواره ویژه قرعه‌کشی به خریداران محصولات خود، تعدادی چرخ خیاطی هدیه می‌دهد. آیا برای این هدیه‌ها نیز گارانتی پذیرفته می‌شود و تولیدکننده مربوط ملزم به ارایه خدمات در چارچوب گارانتی محصولات خود خواهد بود یا خیر؟ در جواب باید بگوییم افرادی که این کالاها به آنها توسط خریداران و یا قائم مقام آنها هدیه داده شده و در جایگاه قائم مقام قانونی قرار گرفته، مستحق دریافت خدمات گارانتی در مدت زمان آن خواهند بود. همچنین در صورتی که این محصولات توسط تولیدکننده، واردکننده و یا نمایندگی‌های آنها به این افراد هدیه داده شده باشد، اگر همراه با ضمانتنامه اعطا شده باشد، خدمات گارانتی به این افراد تعلق می‌گیرد و در غیر اینصورت این افراد قادر به استفاده از خدمات گارانتی نخواهند بود. در کشور استرالیا نیز اینطور پیش‌بینی شده است که دریافت کنندگان هدیه نیز حقوقی مساوی با مصرف‌کننده‌ای که به طور مستقیم کالا را خریداری نموده است، دارند. (Non Author, 2010, 20)

در قراردادهایی که نماینده منعقد می‌نماید، تمامی آثار قرارداد دامن‌گیر اصیل می‌شود و اگر اصیل از انجام تعهدات خود امتناع ورزد، طرف قرارداد باید علیه وی اقامه دعوا نماید، مگر اینکه نماینده خارج از حدود اختیارات اقدامی کرده باشد که در آن صورت، نماینده مسئولیت دارد و باید در برابر طرف قرارداد، پاسخگو باشد. طرف قرارداد نیز همواره باید دارای حسن نیت باشد و نباید علیه اصیل و به زبان او با نماینده تبانی کند، در غیر اینصورت ممکن



نتیجه‌گیری

اصلاح و تکمیل قواعد و مقررات نظام حقوقی ایران در خصوص گارانتی و افزایش حقوق مصرف‌کنندگان بهره‌گیری نماید.

سپاسگزاری

از معاونت محترم پژوهشی به خاطر حمایت حمایت معنوی در اجرای پژوهش حاضر سپاسگزاری می‌شود.
از آقای دکتر عبدالله علیزاده به خاطر بازبینی متن مقاله و ارائه نظرهای ساختاری تشکر و قدردانی می‌شود.
از داوران محترم به خاطر ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌شود.
نگارندگان بر خود لازم می‌دانند از آقای دکتر محمد رسول آهنگران به خاطر مطالعه متن مقاله حاضر و ارائه نظرهای ارزشمند سپاسگزاری نمایند.

۷- منابع

- اعلایی فرد، محمد علی؛ احمدی، سید عالیہ سادات؛ تضمین و تعهدات طرفین در شروط گارانتی و وارانتي، مجله مطالعات حقوق، تابستان ۱۴۰۰، شماره ۱۷، صص ۴۵ تا ۶۲
- امیر معزی، احمد، نیابت در روابط تجاری و مدنی، تهران، دادگستر، ۱۳۸۸
- ایزانلو، محسن، شروط محدودکننده و ساقط‌کننده مسئولیت در قراردادهای تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۸۲
- حاجیان، هادی، حقوق نمایندگی، تهران، دانش‌نگار، ۱۳۸۶
- روح‌اللهی، فرخنده، حق رفع عیب کالا در حقوق ایران و کنوانسیون بیع بین‌المللی کالا ۱۹۸۰ وین، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته حقوق خصوصی، دانشگاه مازندران، ۱۳۸۷
- ره‌پیک، حسن، حقوق مدنی، حقوق قراردادهای تهران، خرسندی، ۱۳۸۵
- شهیدی، مهدی، حقوق مدنی، جلد اول، تشکیل قراردادهای و تعهدات، تهران، مجد، ۱۳۸۶
- -----، حقوق مدنی، جلد دوم، اصول قراردادهای و تعهدات، تهران، مجد، ۱۳۸۸
- صفایی، حسین، حقوق مدنی-تعهدات و قراردادهای، جلد دوم، تهران، موسسه عالی حسابداری، ۱۳۷۵
- صفایی، سید حسین، و دیگران، (۱۳۸۴). حقوق بین‌المللی با مطالعه تطبیقی بررسی کنوانسیون بیع بین‌المللی ۱۹۸۰ و مقایسه آن با مقررات بیع در حقوق ایران، فرانسه، انگلیس و ایالات متحده آمریکا. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- عبدی پور فرد، ابراهیم؛ گارانتی و تضمین کیفیت کالا (مطالعه تطبیقی الگوهای موجود و راه حل‌های مطلوب)، مجله حقوق اسلامی، بهار ۱۳۹۲، شماره ۳۶، صص ۶۵ تا ۹۶
- قاسمی حامد، عباس؛ حدادی، شهرزاد؛ عبدالله زاده ثانی، شیوا؛ گارانتی از منظر تحلیل اقتصادی حقوق، مجله: تحقیقات حقوقی، بهار ۱۳۹۷، شماره ۸۱، صص ۱۱۵ تا ۱۳۸
- کاتوزیان، ناصر، مسئولیت ناشی از عیب تولید، تهران، موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، ۱۳۸۱
- ملائی کندلوس، فخرالله؛ یاکي، سمیرا؛ ماهیت گارانتی، آثار و احکام آن از منظر فقه امامیه و حقوق ایران، مجله: پژوهش‌های فقه و حقوق اسلامی، ۱۳۹۳، شماره ۳۷، صص ۱۴۷ تا ۱۶۶

گارانتی عقدی است الحاقی، عهده‌ی نه تملیکی، منجز نه معلق، تبعی نه اصلی، مستمر نه آنی که به طور معمول معوض هم می‌باشد. گارانتی به عنوان یک نهاد حقوقی مدرن نسبت به خیار عیب در فقه امامیه، نقش حمایتی بیشتری برای حمایت از مصرف‌کنندگان ایفا می‌نماید زیرا اولاً گاهی خیار عیب در نتیجه انتقال مبیع به غیر، تغییر و تصرف در مبیع و یا حدوث عیب دیگر در مبیع، ساقط می‌شود، لکن حدوث چنین مواردی نسبت به مقوله گارانتی بی‌اثر بوده و خریدار و یا مصرف‌کننده می‌تواند با وجود این مسایل، از مزایا و خدمات گارانتی استفاده نماید. ثانیاً خیار عیب فقط در خصوص عیوبی است که در حین عقد موجود بوده‌اند، و در مورد عیوب بعد از قبض وقتی حاکم است که عیب ناشی از عیب قدیم باشد، ولی موارد استناد به گارانتی، شامل عیوبی که بعد از عقد نیز حادث می‌گردد، لذا می‌توان گفت که نسبت بین گارانتی و موارد استناد به خیار عیب، عموم و خصوص مطلق است که باید قائل باشیم که گارانتی در برگیرنده تمامی عیوب (چه آنهایی که در حین عقد موجود بودند و چه آنهایی که بعد از انعقاد عقد پدید آمدند) می‌باشد، پس به نوعی قلمرو گارانتی عام‌تر از قلمرو خیار عیب می‌باشد که فقط در برگیرنده عیوب موجود حین عقد است. ثالثاً خیار عیب به مشتری تنها امکان حق فسخ یا گرفتن ارزش را می‌دهد، در حالیکه گاهی خریدار مایل به رفع نقص، تعمیر یا تعویض کالا و استفاده از کالا است. در چنین شرایطی است که خریدار می‌تواند با استناد به گارانتی، الزام تولیدکننده و واردکننده (ارایه‌دهندگان اصلی گارانتی) را به تعمیر یا تعویض مبیع خواستار شود که این امر با توجه به هزینه‌هایی که هر معامله برای خریدار خواهد داشت، به نفع خریداران است.

نظارت دولتها و قانونگذاران بر قراردادهای محصولات دارای گارانتی امری است ضروری، زیرا از یک سو گارانتی‌ها که اغلب به صورت فریبنده ارایه می‌شوند و در ظاهر امتیازهای بیشتری برای خریداران به ارمغان می‌آورند، ممکن است با جایگزینی شروط الحاقی و اجباری قرارداد به جای قواعد عمومی مسئولیت، به حقوق قانونی خریداران خدشه وارد کند و از سوی دیگر، تولیدکنندگان به منظور جذب مشتری بیشتر، گارانتی‌هایی را ارایه دهند که در واقع قصد انجام تعهدات ناشی از آنها را نداشته باشند.

انتظار می‌رود مقنن ایرانی بتواند از تجربیات و دستاوردهای قانونی بیشتر کشورهای صنعتی در امر ارایه گارانتی محصولات جهت



- یاری، الیاس، استثنائات اصل نسبی بودن قراردادهای پایان نامه جهت اخذ
مدیر کارشناسی ارشد رشته حقوق خصوصی، استاد راهنما؛ منصور امینی،
دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۹
- Non Author, consumer guarantees, Australian Consumer
Law, 23 December 2010, ISBN 978-0642074653-5.
- schlechtriem, peter, (2010) uniform sales Law the UN
convention on contracts for the international sale of
goods



Scientific Journal of Modern
Jurisprudence and Law

Print ISSN: 2717- 1469
Online ISSN: 2717 - 1477

Profile in ISC, SID, Noormags,
Magiran, Ensani, GoogleScholar
www.jaml.ir
forth Year, Issue 14
, Pages 1-13

Jurisprudential and legal analysis of the guarantee condition in contracts

Dr. Mehdi Mohadinia

Member of the faculty of Tehran University, Faculty of Law,
Department of Jurisprudence and Fundamentals of Law, Tehran,
Iran.

Samaneh Alhooei

a master's student in private law. Islamic Azad University of Quds

Abstract

Warranty in the economic system has the advantage that manufacturers increase the quality of the supplied goods in order to reduce the costs caused by the responsibility for product defects, which will benefit the rights of buyers and consumers. The following article tries to explain and analyze the nature, types, conditions and legal effects of the guarantee condition from the perspective of jurisprudence and law by using the analytical and descriptive method based on library data. The results of the research indicate that the contractual guarantee is additional, contractual, not possessive, separate, not suspended, secondary, not main, continuous, not the one that is usually compensated, and as a modern legal institution, it has a protective role compared to the defect cucumber. It does more to protect consumers. It is necessary to monitor the contracts of the products with a warranty by the executive and the legislature, because on the one hand, the warranties, which are often presented in a deceptive manner and appear to bring more benefits to the buyers, may replace the additional and mandatory terms of the contract. Instead of the general rules of responsibility, it harms the legal rights of the buyers, and on the other hand, the manufacturer, in order to attract more customers, provides guarantees that he does not intend to fulfill the obligations arising from them.

Keywords: warranty, defect option, commitment to repair, consumer rights.

JEL Classification: Jurisprudence - Law - Criminal and Criminology - International Law - Private Law

* Corresponding author: Samanealhoeei59@gmail.com