

راهکارهای افزایش ضمانت‌های حقوق مالکیت در ایران مطالعه موردی قرارداد پیش خرید خودرو

کد موضوعی: ۲۲۰

شماره مسلسل: ۱۳۹۶۰

آبان‌ماه ۱۳۹۳

معاونت پژوهش‌های اقتصادی

دفتر: مطالعات اقتصادی

به نام خدا

فهرست مطالب

چکیده.....	۱
مقدمه.....	۱
۱. چالش قراردادهای پیش فروش خودرو برای حقوق مالکیت.....	۳
۲. چالش قراردادهای پیش فروش خودرو برای حقوق مصرف کننده.....	۷
۳. قوانین و مقررات مربوط به پیش خرید.....	۹
۴. تقسیمات مهم حقوق متداول و قرارداد پیش خرید خودرو.....	۱۰
۵. مرور متن قرارداد پیش خرید خودرو.....	۱۴
۶. مطالعه موردی پیش خرید خودرو.....	۱۶
۷. میزان اجرای قوانین و مقررات در مطالعه موردی پیش خرید خودرو.....	۲۰
۸. پیشنهاد اصلاح قوانین و مقررات و رویه های اجرایی برای افزایش تضمین های حقوق مالکیت در قراردادهای پیش خرید خودرو.....	۲۰
پیوست.....	۲۴
منابع و مآخذ.....	۲۸



راهکارهای افزایش ضمانت‌های حقوق مالکیت در ایران مطالعه موردی قرارداد پیش‌خرید خودرو

چکیده

عمل نکردن طرفین قراردادهای از جمله در قرارداد پیش‌خرید خودرو، حق مالکیت در مفهوم اقتصادی و حقوقی را به چالش می‌کشد. در نگاه اقتصادی به مالکیت، پیش‌فروش خودرو، باعث افزایش هزینه مبادله شده، تأثیر نامطلوب بر اقتصاد می‌گذارد و در برداشت حقوقی، عقود از جمله قرارداد پیش‌فروش خودرو، مستند به بند «۳» ماده (۱۰۴) قانون مدنی از اسباب تملک و انتقال مالکیت محسوب می‌شوند. بنابراین با توجه به تأکید صریح اصل چهل‌وهفتم قانون اساسی و قاعده احترام، چنین قراردادهایی، حقوق تضمین شده اشخاص را نقض کرده و ضمانت اجرای مدنی و کیفری به‌دنبال دارد. از سوی دیگر، این قراردادهای با ایجاد رابطه قراردادی نابرابر به سود پیش‌فروش‌کننده، عدالت به‌عنوان مهمترین هدف وضع قوانین را به چالش می‌کشد به همین دلیل در حقوق مصرف برای ایجاد تعادل در روابط قراردادی، حمایت‌هایی از مصرف‌کننده و پیش‌خریدار توصیه می‌شود.

با توجه به مطالعه موردی صورت گرفته در این گزارش که نشان‌دهنده هزینه مبادلاتی بسیار بالا برای پیش‌خریدار خودرو است، اتخاذ تدابیری به‌ویژه در جهت ممانعت از نقض حقوق مالکیت ضرورت دارد. از جمله اینکه مفاد قرارداد پیش‌خرید خودرو باید در جهت برقراری موازنه بین منافع فروشنده و خریدار و همچنین تضمین ضمانت‌های لازم برای خریدار اصلاح شود.

مقدمه

تجربه پنج سال مطالعه مستمر گروه مطالعات کسب‌وکار در مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد یکی از مهمترین عواملی که امنیت اقتصادی و جذابیت فعالیت اقتصادی در ایران را کاهش داده و باعث بی‌ رغبتی تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران بالقوه به فعالیت در اقتصاد ایران شده است، موضوع ضمانت‌های حقوق مالکیت در ایران است.

منظور از «حقوق مالکیت» حق انحصاری مالک یک دارایی برای استفاده از منافع، تصرف با واگذاری دارایی خود و منع دیگران از تصرف یا استفاده از این دارایی است؛ اعم از دارایی فیزیکی، مالی یا فکری.

در کشور ما «حقوق مالکیت» با روش‌های متنوعی تهدید می‌شود، از سرقت غصب نامشروع اموال و کلاهبرداری و کم‌فروشی و غش در معامله گرفته تا کوتاهی یک طرف قرارداد به انجام کامل تعهدات خود در زمان تعیین شده. در نگاهی گسترده‌تر به این موضوع، وقتی ارزش پول ملی به شکل غیرقابل پیش‌بینی کاهش می‌یابد، وقتی یک مسئول با تغییر ناگهانی مقررات یا رویه‌های اجرایی باعث ایجاد خسارت به شهروندی می‌شود یا وقتی یک مسئول با تصمیم اشتباه، ضرری سهوی یا عمدی به شخصی وارد می‌آورد، «حقوق مالکیت» نقض شده است. ضمانت حقوق مالکیت، با کارآیی دستگاه‌های انتظامی و قضایی ارتباط گسترده‌ای دارد. اگر دستگاه‌های انتظامی و قضایی از کارآیی بالا برخوردار باشند، به طوری که هر شهروند در صورت احساس تعرض به مالکیتش، بتواند با مراجعه به کلانتری و سپس دادگاه، در کمترین زمان و با پرداخت کمترین هزینه، خسارت وارد شده را دریافت کند، حقوق مالکیت ضمانت اجرایی بالایی خواهد داشت. هرچه حقوق مالکیت در جامعه‌ای تضمین‌های قوی‌تر و محکم‌تری داشته باشد، هزینه‌های مبادله کاهش می‌یابد و کارآیی کل اقتصاد بالاتر می‌رود.

مطالعات و تجربیات بین‌المللی نشان می‌دهند کشورهای با درآمد بالاتر، حقوق مالکیت را در سطح بالاتری تضمین کرده‌اند. از آنجا که در شناخت وضعیت ضمانت‌های حقوق مالکیت در ایران و مصادیق تهدید حقوق مالکیت در ایران، مطالعات چندانی صورت نگرفته است، گروه مطالعات محیط کسب‌وکار در مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی با ارائه گزارش‌هایی موردی از وضعیت ضمانت‌های حقوق مالکیت در ایران، تلاش دارد این خلأ را پوشش داده و گامی کوچک برای ارتقای ضمانت‌های حقوق مالکیت در ایران بردارد.

در این نوشتار در چارچوب یک مطالعه موردی (پیش‌خرید خودرو و انصراف خریدار) تلاش می‌شود ضمن ثبت دقیق مراحل و وقایع از ابتدا (عقد قرارداد پیش‌خرید) تا انتهای آن (استرداد مبلغ پرداختی توسط خریدار)، به تحلیل متن قرارداد پیش‌خرید خودرو و رویه‌های اجرایی مربوطه پرداخته شود تا از این طریق مبنای لازم برای تحلیل تضمین حقوق مالکیت (قراردادها) فراهم شود. به بیان دیگر تلاش می‌شود تا میزان پایبندی به یک قرارداد پیش‌فروش خودرو و ضمانت اجرای عدم رعایت مفاد چنین قراردادی، در چارچوب مطالعات موردی بررسی شود.

بر این اساس پرسش‌های این مطالعه عبارتند از:

اول؛ قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی در قراردادهای پیش‌خرید خودرو چیست و به چه میزان اجرا می‌شوند؟

دوم؛ برای افزایش ضمانت‌های حقوق مالکیت در قراردادهای پیش‌خرید خودرو چه اصلاحاتی در قوانین، مقررات و رویه‌های اجرایی لازم است؟

لازم به توضیح است که مطالعه حاضر در زمره مطالعات مورد پژوهشی (مطالعه موردی) است و با



استفاده از روش اسنادی انجام می‌شود. براساس این اطلاعات لازم از منابع مستند (به روش کتابخانه‌ای) گردآوری شده و در چارچوب مبانی نظری حقوق مالکیت (قراردادها) به صورت نظری، تحلیل خواهد شد.

این گزارش در ابتدا به طور خلاصه مفاهیم حقوق مالکیت و هزینه مبادله را معرفی کرده و سپس با طرح مبانی حقوقی ناظر بر قراردادهای اقتصادی، الزامات و بایسته‌های حقوقی مرتبط مطرح می‌شود. مرور متن قرارداد پیش‌خرید خودرو بخش بعدی گزارش است که در پی آن مطالعه موردی پیش‌خرید خودرو (از ثبت‌نام اینترنتی) تا وصول مبلغ پس از اعلام انصراف، ثبت شده است. میزان رعایت مفاد قرارداد مورد بحث و ارائه پیشنهادهایی برای اصلاح ضوابط و رویه‌های اجرایی در این خصوص در راستای صیانت از حقوق مالکیت و حقوق مصرف‌کننده تضمین آنها مباحث پایانی گزارش‌اند.

۱. چالش قراردادهای پیش‌فروش خودرو برای حقوق مالکیت

مفهوم حقوق مالکیت از منظر حقوق و اقتصاد اگرچه با هم مرتبط است، اما تفاوت‌هایی دارد. با وجود این تفاوت‌ها، در هر دو رویکرد حقوقی و اقتصادی به مالکیت، قراردادهای پیش‌فروش خودرو در صورتی که از کارآیی لازم برخوردار نباشند، حقوق مالکیت را به صورت جدی به چالش می‌کشند. یکی از دغدغه‌های موجود در رویکردهای اقتصادی قرن حاضر، مسئله مالکیت و نحوه تأمین آن در جامعه است. به گونه‌ای که زیربنای یکی از مهمترین مکاتب اقتصادی (نهادگرایان) مسئله مالکیت است. از نظر این اقتصاددانان برقراری امنیت برای حقوق مالکان سبب ایجاد انگیزه در افراد برای فعالیت‌های اقتصادی خواهد شد. زیرا تأمین حقوق ایشان ریسک فعالیت‌های اقتصادی را کاهش داده و با کاهش هزینه‌های مبادله و ناطمینانی، سبب تسهیل و رونق فعالیت‌های اقتصادی خواهد شد.

اگرچه بحث حقوق مالکیت در نیمه دوم قرن گذشته اوج گرفت و چند تن از اقتصاددانان نهادگرا با بسط این مفهوم و تبیین پیوند آن با رشد و توسعه، به دریافت جایزه نوبل نائل آمدند؛ این مفهوم در قلمرو دانش اقتصاد در مراحل ابتدایی شکل‌گیری این علم، محل توجه بنیانگذاران بوده است. به عنوان نمونه، ژان باتیست سی در کتاب «رساله‌ای درباره اقتصاد سیاسی و مالیات‌ستانی»، بر این باور است که نیاز به حقوق مالکیت تضمین شده برای اقتصاد چنان حیاتی است که نیازی به ارائه دلایل به منظور اثبات اهمیت آن نیست. به نظر وی، بدون حمایت از حقوق مالکیت، دستیابی به توسعه اقتصادی قابل ملاحظه از طرفین نیروی کار، زمین و سرمایه بیشتر، غیرممکن است. مالتوس نیز از حقوق مالکیت به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر ثروت ملل یاد کرده است.

حقوق مالکیت بحثی چالش‌برانگیز و نظری در علم اقتصاد است که تعیین‌کننده چگونگی استفاده از منابع و صاحبان منابع (دولت، افراد و نهادهای جمعی) است. حقوق مالکیت را می‌توان به عنوان

مشخصه یک کالای اقتصادی مدنظر قرار داد. این ویژگی و مشخصه دارای چهار مؤلفه گسترده است که اغلب با عنوان بسته حقوق از آن یاد می‌شود:

۱. حق استفاده از کالا،

۲. حق کسب درآمد از کالا،

۳. حق انتقال کالا به دیگری،

۴. حق تحمیل حقوق مالکیت.

در علم اقتصاد، دارایی معمولاً به مالکیت (حق تصاحب منافع ناشی از تولید) و کنترل یک منبع یا کالا اشاره دارد. مفهوم حقوق مالکیت نزد اقتصاددانان و دیگر صاحب‌نظران اگرچه با یکدیگر ارتباط دارد، اما از هم متمایز است. این تمایز در میان اقتصاددانان در تمرکز آنها بر توانایی یک فرد یا یک نهاد جمعی در کنترل استفاده از یک کالا مشاهده می‌شود. برای مثال دزدی که کالایی را به سرقت برده، دارای حق مالکیت قانونی بر آن کالا نیست، اما دارای حق مالکیت اقتصادی بر آن کالا است.

از نظر اجرتسون، حقوق مالکیت، حقوق افراد در استفاده از منابع است. از دیدگاه وی دو مفهوم متمایز از حقوق مالکیت وجود دارد:

الف) حقوق مالکیت اقتصادی،

ب) حقوق مالکیت قانونی.

حقوق مالکیت اقتصادی فرد روی یک کالا یا دارایی، توانایی وی در مصرف کالا یا خدمات آن دارایی و به‌طور غیرمستقیم از طریق مبادله آن تعریف می‌شود.

این توانایی شامل حق استفاده از یک دارایی، حق کسب درآمد از یک دارایی و قرارداد با سایر افراد و حق انتقال مالکیت دائم به گروه دیگر می‌باشد. اما حقوق مالکیت قانونی، حقوقی است که توسط دولت به رسمیت شناخته شده و اعمال می‌شود. کامونز برخلاف نئوکلاسیک‌ها، حقوق مالکیت را مفروض تلقی نکرده و نشان می‌دهد که این حقوق محصول کنش جمعی است. وی با تأکید بر مفاهیم عقلانیت محدود، اطلاعات ناقص و عدم اطمینان درباره آینده، بنیان و شالوده اقتصاد نهاد‌گرای جدید را مبادله حقوق مالکیت و نه مبادله کالا و خدمات، می‌داند. دمستز اولین کارکرد حقوق مالکیت را در آن می‌داند که انگیزه‌ها را به سوی دستیابی به درونی کردن بیشتر آثار خارجی هدایت می‌کند. حقوق مالکیت از نظر وی کمک می‌کند تا افراد انتظارات خود از دیگران را شکل داده و چگونگی منتفع شدن و یا ضرر رساندن به خود یا دیگران و اصلاح و تسهیل فعالیت‌های افراد را برای تعیین پرداخت‌کننده نهایی تصریح کنند.

حقوق مالکیت به یکی از چهار طریق زیر بر فعالیت‌ها اثر می‌گذارد:

- ریسک سلب مالکیت: وجود نااطمینانی در حقوق مالکیت سبب خواهد شد که افراد در تحقق



عایدی سرمایه‌گذاری خود با ناکامی مواجه شوند.

– **تحمیل هزینه‌های اضافی:** وجود نااطمینانی در حقوق مالکیت، هزینه‌هایی را به افراد تحمیل می‌کند تا از اموال و دارایی‌های غیرمولد خود، دفاع و محافظت کنند.

– **شکست در تسهیل منافع حاصل از تجارت:** یک اقتصاد مولد نیازمند این است که دارایی‌ها توسط افراد با بهره‌وری بالا به کار گرفته شوند و بهبود حقوق مالکیت سبب تسهیل این رخداد خواهد شد.

– **استفاده از اموال در پشتیبانی سایر معاملات:** اقتصادهای آزاد با تکیه بر وثیقه‌ها از انواع مبادلات در بازارهای مالی حمایت می‌کنند و بهبود حقوق مالکیت می‌تواند منجر به افزایش بهره‌وری شود.

در این چارچوب می‌توان افزود که بانک جهانی نیز برای توسعه اقتصادی کشورهای فقیر جهان بر اهمیت حفاظت از حقوق مالکیت و تضمین آن تأکید می‌کند. اولسون نیز بر آن است که توسعه اقتصادی در دنیای جدید با دو شرط زیر تضمین می‌شود:

۱. افراد باید مجموعه‌ای وسیع از حقوق تضمین شده (خصوصاً حقوق مالکیت و قراردادهای) داشته باشند.

۲. مالکان نباید از غارت بخش خصوصی یا دولت رنج ببرند.

از جمله مفاهیمی که با حقوق مالکیت ارتباط نزدیکی دارد، هزینه مبادله است. به نظر می‌رسد می‌توان گفت در علم اقتصاد و رشته‌های مرتبط با آن، هزینه مبادله، هزینه‌ای است که در یک مبادله اقتصادی شکل می‌گیرد. تعاریف متفاوتی از هزینه مبادله ارائه شده است. بارزل هزینه‌های مبادلاتی را هزینه‌هایی می‌داند که مربوط به انتقال، تصرف و مراقبت از حقوق می‌باشند. فروبن و رنچتر این هزینه‌ها را شامل هزینه‌های منابع مورد استفاده برای ایجاد، نگهداری، به کارگیری، تغییر و ... سازمان‌ها و نهادها می‌دانند. اریک و ریچر نیز هزینه‌های مبادله را هزینه‌های ایجاد و اجرای قراردادها و هزینه‌های کسب سود حاصل از تقسیم‌بندی و تخصصی کردن نیروی کار تعریف می‌کنند.

ارو هزینه‌های اداره کردن نظام اقتصادی را هزینه مبادله می‌داند. وی هزینه‌های مستثناسازی، هزینه‌های اطلاعات و ارتباطات و هزینه‌های عدم تعادل را هزینه‌های مبادله می‌داند. کوز نیز هزینه‌های مبادله را با عنوان هزینه‌های استفاده از سازوکار قیمت‌ها تعریف می‌کند. از نظر وی استفاده از سازوکار بازار هزینه دارد، مانند هزینه‌های جستجو برای پی بردن به قیمت‌های درست و مناسب و هزینه‌های مذاکره و انعقاد قرارداد. همچنین از نظر داگلاس نورث، هزینه‌های مبادله هزینه‌های مشخص کردن و نیز تضمین اجرای قراردادهاست (که اساس مبادلات را تشکیل می‌دهند) و شامل تمام هزینه‌هایی می‌شود که برای برخورداری از منافع ناشی از مبادلات باید متقبل شد.

هزینه مبادله را می‌توان به سه مقوله اصلی تفکیک کرد:

۱. **هزینه‌های جستجو و کسب اطلاعات:** در هر مبادله‌ای طرفین نیازمند جستجو برای شناسایی طرف مقابل و حصول اطمینان از توانایی‌های وی متناسب با موضوع مبادله و همچنین مشخصات و ویژگی‌های مورد مبادله‌اند. این مهم به صورت مقایسه‌ای و در مقابل دیگر گزینه‌ها (رقبا) رخ می‌دهد. تمام فرآیند جستجو و گردآوری اطلاعات و طبقه‌بندی و بالاخره قضاوت درباره گزینه‌ها، هزینه‌هایی ایجاد می‌کند که غیر از هزینه موضوع مورد معامله است.

۲. **هزینه‌های چانه‌زنی:** در هر معامله‌ای طرفین در تلاش هستند تا شرایط را به نفع خود و برای افزایش منافع خود تغییر دهند. هر چه فرصت و مجال این تغییر بیشتر باشد، تمایل به چانه‌زنی بیشتر خواهد شد، اما با ورود به فرآیند چانه‌زنی، هزینه‌های این اقدام شکل می‌گیرند که به نوبه خود علاوه بر قیمت موضوع مورد معامله است.

۳. **هزینه‌های پیگیری توافقات:** هر مبادله‌ای متکی و مبتنی بر زنجیره یا مجموعه‌ای از توافقات میان دو طرف معامله است. زمانی که معامله شکل می‌گیرد، طرفین بر سر مجموعه‌ای از شرایط (تعهدات یکدیگر) به توافق رسیده‌اند، اما مسئله دیگری نیز در اینجا مطرح است و آن اطمینان از رعایت مفاد مورد توافق و یا به زبان دیگر اطمینان از عمل له تعهدات از جانب طرفین. اما نه تنها حصول چنین اطمینانی خود متضمن هزینه‌هایی است که علاوه بر قیمت موضوع مورد معامله است، بلکه هزینه‌های مترتب بر پیگیری خسارات ناشی از عدم رعایت توافقات نیز در این زنجیره قرار دارند. برای مثال خریدار خودرو با هزینه‌های مبادله متعددی روبرو است. هزینه‌های جستجو و یافتن خودرو مطابق با سلیقه و توان مالی، هزینه‌های چانه‌زنی با فروشنده‌ای که دارای اطلاعات دقیق‌تر و کامل‌تری از خریدار است و هزینه‌های کسب اطمینان از صحت ادعاهای فروشنده و یا هزینه‌های کسب تضمین‌هایی برای عمل به تعهدات. تفکر و دیدگاهی که قائل بر آن است که نظام اقتصادی بر اساس و مبتنی بر هزینه‌های مبادله شکل می‌گیرد، ریشه در دیدگاه‌های کامنز (۱۹۳۱) دارد، اما بیشتر با نام کوز (۱۹۳۷) شناخته می‌شود زیرا وی چارچوب نظری بحث را بسط داده است.

مالکیت از رویکرد فوق با تعریف حقوقی از مالکیت متفاوت است. در رویکرد حقوقی، مالکیت حقی است دائمی، که به موجب آن شخص می‌تواند در حدود قوانین تصرف در مالی را به خود اختصاص دهد و از تمام منافع آن استفاده کند.^۱ در این برداشت، مطلق، انحصاری و دائمی بودن اوصاف اساسی مالکیت را شکل می‌دهند.^۲ در حقوق اسلامی نیز ضمن اصل تسلیط، اختیار کامل مالک در تصرف و انتفاع از ملک تأیید شده است. مطابق ماده (۳۰) قانون مدنی هر مالک می‌تواند همه‌گونه تصرف در مال خود بکند. این قاعده در حقوق به «اصل تسلیط» معروف شده و باید توجه داشت که مطلق نیست

۱. ناصر کاتوزیان، دوره مقدماتی حقوق مدنی: اموال و مالکیت، نشر میزان، ۱۳۸۲.

۲. همان، صص ۱۰۱ و ۱۰۶.



و قانونگذار برای حفظ نظم و رعایت عدالت استثناهایی را برای آن در نظر گرفته است.^۱ «قاعده احترام» از دیگر پشتوانه‌های حمایت از حقوق مالکیت است. قاعده احترام، انسان را از تصرف در مال دیگران بدون اذن آنان باز می‌دارد.^۲ اصل چهل‌وهفتم قانون اساسی در حمایت از حق مالکیت تصریح می‌کند: «مالکیت شخصی که از راه مشروع باشد محترم است. ضوابط آن را قانون معین می‌کند». احترام به مالکیت در فقه و حقوق باعث شده است که برای تضمین مالکیت اشخاص، ضمانت‌های اجرائی متعددی در شرایط گوناگون برای حمایت از مالکان پیش‌بینی شود. یکی از این ضمانت‌ها اجراها که در ادامه و در بررسی موردی پیش‌خرید خودرو مورد اشاره قرار خواهد گرفت، خسارت تأخیر در انجام تعهد است. خسارت تأخیر در انجام تعهد در فرضی که اصل تعهد قابل انجام است، برای جبران خسارت‌های ناشی از تأخیر و گذشت زمان در اجرای تعهد از سوی متعهدله پرداخت می‌شود. بنابراین حق مالکیت چه در مفهوم اقتصادی و چه برداشت حقوقی از آن، قراردادهای ناکارآمد پیش‌فروش خودرو را به چالش می‌کشد. در برداشت اقتصادی از مالکیت، قرارداد ناکارآمد پیش‌فروش خودرو، با افزایش هزینه مبادله، تأثیر نامطلوب بر اقتصاد می‌گذارد و در برداشت حقوقی، عقود از جمله قرارداد پیش‌فروش خودرو، مستند به بند «۳» ماده (۱۴۰) قانون مدنی از اسباب تملک و انتقال مالکیت محسوب می‌شوند. بنابراین با توجه به تأکید صریح اصل چهل‌وهفتم قانون اساسی و قاعده احترام مالک، چنین قراردادهایی، حقوق تضمین شده اشخاص را نقض کرده و ضمانت اجرای مدنی و کیفری به‌دنبال دارند.

۲. چالش قراردادهای پیش‌فروش خودرو برای حقوق مصرف‌کننده

به‌دلیل تنوع در موضوعات قراردادی و ایجاد تخصص‌های گوناگون در حوزه کالا و خدمات و تخصصی شدن موضوعات قراردادی، عدم تعادل در روابط قراردادی و بین دو طرف قرارداد به‌عنوان یک پیش‌فرض پذیرفته شده است.^۳ به این ترتیب در یک سوی قرارداد، شخصی متخصص قرار دارد که دایره اطلاعات و اشراف وی بر قرارداد بسیار وسیع‌تر از طرف دیگر قرارداد، یعنی مصرف‌کننده، است. قوانین با هدف ایجاد عدالت و تعادل در این روابط قراردادی به حمایت از مصرف‌کنندگان پرداخته و قوانین و مقررات مختلف حمایت از مصرف‌کننده تصویب شده است. مصرف‌کنندگان اشخاص حقیقی یا حقوقی حقوق خصوصی‌اند که برای کاربرد غیرحرفه‌ای، اموال یا خدماتی را برای خود تهیه می‌کنند

۱. همان، ص ۱۰۸.

۲. محمدحسن شفیعی، «موضوع احترام در فقه»، فصلنامه فقه اهل بیت، شماره ۳۳، بهار ۱۳۸۲، ص ۱۴۶.

۳. عباس قاسمی‌حامد، «متخصص، متعهد ارائه اطلاعات به مصرف‌کننده در حقوق فرانسه»، مجله تحقیقات حقوقی، شماره ۴۹، بهار و تابستان ۱۳۸۸، ص ۱۸۷.

یا مورد استفاده قرار می‌دهند.^۱ قرارداد پیش‌فروش خودرو مصداق بارزی از وجود عدم تعادل در روابط قراردادی و ضرورت حمایت از مصرف‌کننده محسوب می‌شود؛ به‌گونه‌ای که اولین قانون حمایت از مصرف‌کننده در ایران در این حوزه به تصویب رسید. قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو (مصوب سال ۱۳۸۶) عمدتاً ناظر به حمایت از خریداران خودرو پس از خرید این محصول است. هسته مرکزی حقوق مصرف‌کننده متشکل از قواعدی نشئت گرفته از دو ملاک است:

۱. کاربرد این قواعد اختصاص به روابط بین متخصصین و مصرف‌کنندگان دارد.

۲. هدف قواعد مزبور حمایت از مصرف‌کنندگان است.^۲

قراردادهای پیش‌فروش خودرو به دلایل زیر مجال مناسبی برای نقض حقوق مصرف‌کننده فراهم آورده است:

– قراردادهای الحاقی و محدود کردن نقش اراده یکی از دو طرف قرارداد: اصطلاح

«قرارداد الحاقی» برای آن دسته از پیمان‌ها به‌کار می‌رود که نمونه مفاد آن به‌وسیله یکی از دو طرف تنظیم می‌شود و طرف دیگر بدون اینکه امکان تغییر یا گفتگو درباره شرایط قرارداد را داشته باشد، به آن رضایت می‌دهد. این قراردادهای معمولاً در عرضه انحصاری کالاها و خدمات رواج دارد و تفاهم به شکل سنتی آن با گفتگوهای مقدماتی به‌دست نمی‌آید. بنابراین آنچه روی می‌دهد، تنها نام عقد را بر خود نهاده و توافق دو اراده که جوهره همه قراردادهاست در آن بی‌معنی و ظاهری است. آنچه از سوی پذیرنده نمونه حقیقت دارد، پیوستن و اجبار است نه توافق و انشای عقد. البته رضای پذیرنده جنبه انشایی دارد، بنابراین عقد است اما به‌دلیل اضطرار مصرف‌کننده کالاها و خدمات انحصاری، باید از وی حمایت کرد.^{۳ و ۴}

– یک طرف قرارداد؛ انحصارگر و متخصص: در قراردادهای پیش‌فروش خودرو، تولیدکنندگان،

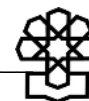
متخصصانی‌اند که در حوزه فعالیت تخصصی و شغلی خود به انعقاد قرارداد اقدام می‌کنند. افرادی حرفه‌ای که همیشه اطلاعات تخصصی خود را به‌روز نموده و در جریان کامل تحولات فنی و حقوقی رشته تخصصی فعالیت خود هستند. خودروساز به خوبی از وضعیت کالای تولیدی خود که به بازار مصرف عرضه می‌کند، قیمت و شرایط تحویل آن آگاه است. در مقابل پیش‌خریداران خودرو، فاقد اطلاعات تخصصی و آگاهی کافی هستند و در بازار غیررقابتی موجود هیچ راهی جز خرید کالا از

۱. الووا ژان کله، «تعریف مصرف‌کننده»، ترجمه عبدالرسول فدک، مجله تحقیقات حقوقی، شماره‌های ۲۹ و ۳۰، بهار و تابستان ۱۳۷۹، ص ۳۱۲.

۲. همان، «معرفی حقوق مصرف‌کننده با مقدمه‌ای از مترجم»، ترجمه عباس قاسمی حامد، نشریه حقوقی بین‌المللی، شماره ۲۳، پاییز و زمستان ۱۳۷۷، ص ۲۴۵.

۳. ناصر کاتوزیان، دوره مقدماتی حقوق مدنی - اعمال حقوقی: قرارداد - ایقاع، انتشارات بهمن برنا، ۱۳۸۳، ص ۱۸.

۴. میان قرارداد الحاقی و عقود تحمیلی تفاوت وجود دارد. در عقود تحمیلی، اجباری یا فرضی دولت با تجاوز به اصل آزادی قراردادهای اختیار انجام معامله را از طرفین می‌گیرد. در این شرایط قانون رابطه حقوقی را تحمیل می‌کند که نتایج آن شبیه قرارداد است. نمونه بارز آن، التزام موجد به تجدید اجاره اموال غیرمنقول در قانون روابط موجد و مستأجر سال ۱۳۵۶ است.



تولیدکنندگان خودرو ندارند. بدین ترتیب در شرایطی که در قرارداد پیش‌فروش تمامی احتمالات آینده پیش‌بینی نمی‌شود و مشتری نیز نمی‌تواند شرایطی را به قرارداد اضافه کند، در قرارداد شکاف وجود دارد و ریسک وجود چنین شکاف‌هایی در قرارداد را باید پیش‌فروشنده تحمل کند. به عبارت دیگر در هنگام بروز اختلاف باید قرارداد به سود مصرف‌کننده و پیش‌خبردار تفسیر شود.

- حمایت از مصرف‌کننده غیرمتخصص: مخالفان حقوق مصرف‌کننده به دلیل تأثیر منفی آن بر آزادی در امور تجاری و صنعتی، آن را زیان‌آور می‌دانند و گرفتار شدن حقوق در حصار متون قانونی متعددی که محتمل است یا به دست فراموشی سپرده شده یا در فرض به‌کارگیری، موجب فلج شدن فعالیت‌های اقتصادی شود را نامطلوب می‌دانند.^۱ با این وجود عدم تعادل میان دو طرف قرارداد در قراردادهایی مانند پیش‌فروش خودرو چنان است که گاهی برای حمایت از طرف غیرمتخصص و ضعیف‌تر چاره‌ای جز تصویب قانون وجود ندارد. بدین ترتیب مصرف‌کنندگان به‌طور طبیعی در موضع ضعیف‌تری نسبت به متخصصین قرار دارند. این عدم تعادل در روابط قراردادی باید به‌وسیله قانون یا تفسیرهای قضایی به سمت اعتدال سوق داده شود. در صورتی که قواعد حقوق مدنی کلاسیک برای حمایت از مصرف‌کننده ناتوان باشد، باید قواعد حقوق مصرف‌کننده در قوانین مدون، حقوق مصرف‌کننده را تضمین کند. در حال حاضر قوانین و مقرراتی در این حوزه به تصویب رسیده است، اما چنان‌که در ادامه نیز بررسی خواهد شد این مقررات چندان کارآمد نیستند.

۳. قوانین و مقررات مربوط به پیش‌خرید

پیش‌خرید خودرو در قالب یک قرارداد به انجام می‌رسد. بر این اساس تأملی هرچند اندک و کوتاه بر مفهوم قرارداد و ابعاد حقوقی آن چارچوب مفهومی مناسبی برای ادامه بحث در اختیار خواهد گذارد. در عرف رایج، قرارداد را مترادف عقد تلقی می‌کنند و عقد، بنابر ماده (۱۸۳) قانون مدنی، عبارت است از اینکه «یک یا چند نفر در مقابل یک یا چند نفر تعهد بر امری نمایند و مورد قبول آنها باشد». علاوه بر این تعریف از قرارداد، تعریف دیگری نیز قابل ارائه است که «عقد توافق دو انشای متقابل است که به‌منظور ایجاد آثار حقوقی انجام می‌شود».^۲ در حال حاضر ضرورتی برای استفاده از قالب‌های معین قراردادی، یا اصطلاحاً عقود معین، وجود ندارد و به تجویز ماده (۱۰) قانون مدنی، «قراردادهای خصوصی نسبت به کسانی که آن را منعقد نموده‌اند در صورتی که مخالف صریح قانون نباشد، نافذ است». قرارداد پیش‌فروش خودرو از جمله قراردادهایی است که در چارچوب ماده (۱۰) قانون مدنی و بر مبنای اصل آزادی قراردادی منعقد می‌شود با این وجود ماهیت آن با توجه به مفاد قرارداد قابل بررسی است.

۱. ژان کله، ترجمه عباس قاسمی‌حامد، ص ۲۵۳.

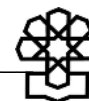
۲. کاتوزیان، پیشین، ۱۸.

۴. تقسیمات مهم حقوق متداول و قرارداد پیش‌خرید خودرو

قرارداد پیش‌خرید خودرو در قلمرو کلی حقوق خصوصی قرار دارد و ضوابط حوزه‌های حقوق مدنی، حقوق تجارت و حقوق مصرف‌کننده بر آن حاکم است. بنابراین موضوع پیش‌خرید خودرو باید متناسب با قواعد و اصول مقرر در این زیرشاخه‌های حقوق و با در نظر گرفتن مواد قانون مدنی، قانون تجارت و قوانین و مقررات حمایت از مصرف‌کننده مورد توجه قرار گیرد.

اما چنان‌که اشاره شد، ازجمله قوانین مادر (مهم) که ناظر بر قراردادهایی از قبیل قرارداد پیش‌خرید خودرو است، قانون مدنی است. بر این اساس به‌نظر می‌رسد مرور اجمالی و گذر بر این قانون در فراهم آوردن چارچوب قانونی - مفهومی موضوع گزارش، مفید باشد. با توجه به تعریف ماده (۱۸۵) قانون مدنی مقرر می‌کند: «عقد لازم آن است که هیچ‌یک از طرفین معامله حق فسخ آن را نداشته باشد مگر در موارد معینه»، اصل بر لازم بودن عقود است و عقد جایز، که هر یک از طرفین بتواند آن را فسخ کند، جنبه استثنایی دارد. ماده (۲۱۹) قانون مدنی در این خصوص مقرر می‌کند: «عقودی که بر طبق قانون واقع شده باشد بین متعاملین و قائم‌مقام آنها لازم‌الاتباع است مگر اینکه به رضای طرفین اقاله یا به‌علت قانونی فسخ شود». بنابراین قرارداد پیش‌فروش خودرو پس از آنکه با وجود شرایط ماده (۱۹۰) قانون مدنی منعقد شد، نه فقط متعاملین را به اجرای چیزی که در آن تصریح شده است ملزم می‌نماید، بلکه متعاملین به کلیه نتایجی نیز که به‌موجب عرف و عادت یا به‌موجب قانون از عقد حاصل می‌شود، ملزم می‌باشند (ماده (۲۲۰) قانون مدنی). از مفاد قرارداد پیش‌فروش خودرو که در ادامه بررسی می‌شود چنین برمی‌آید که فرآیند پیش‌خرید خودرو و ثبت‌نام مشتری، عملاً درخواست خرید است که از سوی مصرف‌کننده ارائه می‌شود و زمان تکمیل قرارداد زمان ارسال دعوت‌نامه می‌باشد. در فاصله میان ثبت‌نام و ارسال دعوت‌نامه نیز با پیش‌بینی شروط فاسخ و شرایط قراردادی مختلف، امکان انحلال این رابطه قراردادی عمدتاً به سود پیش‌فروشنده وجود دارد. بعد از انعقاد قرارداد نوبت به اجرای قرارداد و اصطلاحاً وفای به‌عهد می‌رسد، اما حیات یک قرارداد ممکن است بدون اجرای تعهد موضوع آن به پایان برسد؛ در این صورت نوبت به مطالبه خسارت‌های عدم انجام تعهد یا تأخیر در انجام تعهد می‌رسد. قانون مدنی در مبحث دوم از فصل سوم با عنوان «در خسارات حاصله از عدم اجرای تعهدات» به این موضوع پرداخته و ضوابط قانونی آن را تعیین کرده است.

قوانین دیگری که با موضوع پیش‌خرید خودرو ارتباط می‌یابد، قانون تجارت مصوب ۱۳۱۱ و قانون اصلاح قسمتی از قانون تجارت مصوب سال ۱۳۴۷ می‌باشد. فعالیت‌های شرکت‌های خودروسازی عمل تجاری محسوب می‌شود؛ بنابراین پیش‌خریداران با شخص تاجر روبرو هستند. بنابراین می‌توانند به



مواد قانون تجارت در دعاوی و اختلافات خود با این شرکت استناد نمایند. ماده (۲) قانون اصلاح قسمتی از قانون تجارت مصوب سال ۱۳۴۷ مقرر می‌دارد: «شرکت سهامی شرکت بازرگانی محسوب می‌شود ولو اینکه موضوع عملیات آن امور بازرگانی نباشد». شرکت‌های خودروساز نیز در قالب شرکت‌های سهامی فعالیت می‌کنند. علاوه بر این، فعالیت‌های این شرکت‌ها مشمول بندهای «۱» و «۴» ماده (۲) قانون تجارت مصوب ۱۳۱۱ بوده و فعالیت‌های تجاری محسوب می‌شود. با وجود این، برای پیش‌خریدارانی که در مقابل تولیدکننده متخصص و انحصارگر دچار زیان شده‌اند، مواد مختلف این قوانین نمی‌تواند دستاویز مناسبی برای احقاق حقوق باشد. با توجه به پیش‌بینی محاکم تجاری و آیین دادرسی خاص دعاوی تجاری در لایحه دادرسی تجاری، امید می‌رود با تصویب لایحه مذکور، شرایط رسیدگی سریع و بدون اتلاف زمان در دعاوی تجاری فراهم شود و از این طریق نتیجه دعاوی و اختلافات احتمالی پیش‌خریداران خودرو نیز زودتر روشن شود.^۱

اما قانون مهم دیگری که با قراردادهای پیش‌فروش خودرو ارتباط مستقیم دارد و به تازگی به تصویب رسیده است، «قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو» (مصوب ۱۳۸۶/۳/۲۳) است. این قانون نخستین متن مصوب مجلس شورای اسلامی محسوب می‌شود که مستقیماً حمایت از حقوق مصرف‌کننده را هدف قرار داده است. پس از آن، «قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان» در تاریخ ۱۳۸۸/۷/۱۵ و «قانون پیش‌فروش ساختمان» در تاریخ ۱۳۸۹/۱۰/۱۲ به تصویب رسید که با قراردادهای پیش‌فروش خودرو ارتباط کامل دارند. در قانون مصوب ۱۳۸۶، مصرف‌کننده، «هر شخص حقیقی یا حقوقی که خودرو را برای استفاده شخصی یا عمومی در اختیار دارد» تعریف شده است و موضوع حمایت‌های قانونی می‌باشد. در مقابل، تأمین حقوق مصرف‌کنندگان برعهده «عرضه‌کنندگان» و «واسطه فروش» قرار دارد. عرضه‌کننده هر شخص حقیقی یا حقوقی که به‌طور مستقیم یا از طریق واسطه فروش مبادرت به فروش خودروهای نو تولیدی یا وارداتی خود می‌کند و واسطه فروش هر شخص حقیقی یا حقوقی که با موافقت عرضه‌کننده نسبت به فروش خودروی نو اقدام می‌کند. حقوق مقرر در این قانون به شرح جدول زیر است:

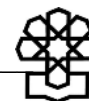
۱. ماده (۱) لایحه آیین دادرسی تجاری: به‌منظور رسیدگی تخصصی و افزایش دقت و تسریع در روند رسیدگی به دعاوی ناشی از امور تجاری و اجرای آرای ناظر به آن و تقویت نقش عرف در رسیدگی به این دعاوی، دادگاه تجاری تشکیل می‌شود.

جدول حقوق مصرف‌کننده در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو

شماره مواد قانونی	صاحبان تکالیف	حقوق مصرف‌کننده
(۲)	عرضه‌کننده	رعایت استانداردهای ابلاغی در مورد ایمنی، کیفیت، سلامت خودرو و مطابقت آن با ضمانت ارائه شده به مصرف‌کننده
(۳)	عرضه‌کننده	رفع هر نوع نقص یا عیب در طول مدت ضمانت
(۳)	عرضه‌کننده	هزینه‌های حمل خودرو به تعمیرگاه، تأمین خودروی جایگزین مشابه در طول مدت ضمانت
تبصره «۱» ماده (۳)	عرضه‌کننده	ایجاد شبکه خدمات پس از فروش یا نمایندگی‌های مجاز تعمیر و توزیع قطعات یدکی و تأمین آموزش‌های لازم
(۴)	عرضه‌کننده	تعویض خودروی معیوب با خودروی نو یا استرداد بهای خودرو با توافق با شرایط مقرر در ماده (۴)
(۵)	عرضه‌کننده، واسطه فروش و نمایندگی مجاز	ذکر اقدام‌های انجام شده و قطعات تعمیر یا تعویض شده در صورت وضعیت و گزارش به مصرف‌کننده
(۷)	عرضه‌کننده، واسطه فروش با مصرف‌کننده	امری بودن حمایت‌های قانونی از مصرف‌کننده و عدم امکان توافق برخلاف آن
(۸)	عرضه‌کننده	اطلاع‌رسانی به مصرف‌کننده در خصوص حقوق قانونی وی

چنان‌که در جدول مشخص است، حمایت‌های مقرر در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، عمدتاً ناظر به بعد از تحویل خودرو و دوران ضمانت و گارانتی و وارانتهی است. بنابراین عملاً حمایتی از مصرف‌کننده‌ای که اقدام به پیش‌خرید خودرو کرده است انجام نمی‌گیرد؛ در حالی که این قانون بهترین مجال برای پرداختن به این موضوع محسوب می‌شد. در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان که قانون عام حمایتی در این حوزه محسوب می‌شود و در موارد سکوت قانون سال ۱۳۸۶ می‌توان به آن مراجعه کرد نیز در خصوص قراردادهای پیش‌فروش خودرو و حمایت‌های قانونی تکلیف مشخص نشده است. در خصوص حمایت از پیش‌خریداران قانون پیش‌فروش ساختمان یک نمونه از تلاش قانونگذار برای حمایت از مصرف‌کننده در قراردادهای پیش‌خرید محسوب می‌شود. هرچند فلسفه وجودی قانون پیش‌گفته برای جلوگیری از معاملات متعدد بر روی ساختمان‌های پیش‌فروخته با اسناد عادی می‌باشد - و از این نظر با قراردادهای پیش‌خرید اتومبیل که مشکلات موجود در آن متفاوت از قراردادهای پیش‌فروش ساختمان است متفاوت است - اما دستکم نشان از آن دارد که قانونگذار برای حمایت از مصرف‌کننده در شرایط پیش‌فروش حتی حاضر به تصویب قانون برای ایجاد نظم و انضباط در حوزه قراردادها نیز می‌باشد. با این وجود این سؤال پیش می‌آید که آیا نیاز به تصویب چنین قانونی در خصوص قراردادهای پیش‌فروش خودرو وجود دارد؟ در این خصوص به چند نکته باید توجه داشت:

اولاً، چنان‌که در ادامه در مطالعه موردی نیز مشاهده خواهد شد، مشکل بسیاری از پیش‌خریداران



خودرو با قوانین و مقررات فعلی نیز قابل حل است. پیگیری عدم اجرای تعهدات و تأخیر در استرداد مبالغ تأدیه شده از سوی پیش خریدار و الزام متعهد به جبران خسارت‌های عدم یا تأخیر انجام تعهد با قوانین کنونی نیز امکانپذیر است. اما مشکل اینجاست که در رابطه نابرابر شرکت‌های بزرگ خودروسازی با پشتوانه مالی، فنی و تخصصی با مصرف‌کنندگان و در شرایط وجود قرارداد الحاقی و تحمیلی تنظیم شده توسط طرف قوی‌تر قرارداد و با وجود هزینه‌ها، زمان و مراحل که برای منتج به نتیجه شدن چنین دعوایی باید سپری شود، عملاً هزینه‌های طرح این دعوا از منافع حاصل از آن در صورت پیروزی در پرونده مذکور، بسیار بیشتر است در نتیجه مصرف‌کننده تمایلی برای طرح و تعقیب چنین دعوایی ندارد. به نظر نمی‌رسد سازوکار ایجاد انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کننده در قانون سال ۱۳۸۸ توانسته باشد این خلأ را پر کند و هزینه‌های احقاق حق مصرف‌کنندگان در چنین شرایطی را جبران نماید. بنابراین عمدتاً مشکل به مقررات شکلی و دادرسی بازمی‌گردد تا قوانین ماهوی.

ثانیاً، تأخیر در اجرایی شدن قوانین حمایتی مصوب، عملاً این قوانین را برای چندین سال متروکه می‌کند. به‌عنوان مثال بعد از تصویب قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در مهرماه ۱۳۸۸، آیین‌نامه‌های اجرایی این قانون از مهرماه ۱۳۹۰، یعنی حدود دو سال بعد به تصویب رسید و مدت دو سال حمایت‌های مقرر در این قانون و انجمن‌های پیش‌بینی شده در آن، به دلیل عدم وجود آیین‌نامه جنبه تزئینی و فرمایشی داشت. قانون پیش‌فروش آپارتمان نیز با چنین مشکلی روبرو بود. قانون مربوط در سال ۱۳۸۹ به تصویب رسید و آیین‌نامه اجرایی آن سرانجام در سال ۱۳۹۳ تصویب شد. تکلیف مقرر در ماده (۱۰) قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو (مصوب ۱۳۸۶) مبنی بر تصویب سه‌ماهه آیین‌نامه این قانون در تاریخ ۱۳۸۹/۲/۲۳ به اجرا درآمد. بنابراین تصویب قانون نمی‌تواند، حداقل در کوتاه‌مدت، مرهمی برای دردهای پیش‌خریداران خودرو باشد؛ اما اگر قرار بر تضمین حقوق پیش‌خریداران خودرو از طریق متون آمره قانونی باشد، اصلاح قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو راهکار کارآمدتری خواهد بود.

آخرین قانونی که با بررسی موردی انجام گرفته در این نوشتار به‌نحو مستقیم ارتباط پیدا می‌کند، قانون آیین دادرسی دادگاه‌های عمومی و انقلاب (در امور مدنی) مصوب سال ۱۳۷۹ است. مقررات این قانون در خصوص جبران خسارت تأخیر انجام تعهد قابل تأمل است. مطالبه این خسارت در دو فرض امکان دارد: فرض اول زمانی است که متعهد از تعهد خود مبنی بر تحویل خودرو در زمان مقرر تخلف می‌کند. در این خصوص در قرارداد پیش‌فروش خودرو مقرر شده است: «برای مدت تأخیر ماهیانه یک درصد (به نسبت مدت تأخیر به مبلغ ودیعه) و به‌صورت روزشمار مازاد بر سود مشارکت مندرج در بند «۳» محاسبه می‌گردد و لذا هیچ‌گونه وجه دیگری اعم از عدم‌النفع و یا موارد مشابه تعلق نمی‌گیرد. همچنین مجموع نرخ سود مشارکت و تأخیر حداکثر ۲۶ درصد محاسبه خواهد شد».

فرض دوم زمانی است که خریدار از خرید خود انصراف می‌دهد اما شرکت در بازپرداخت ثمن خریدار تأخیر می‌کند. در خصوص این فرض در قرارداد پیش‌فروش پیش‌بینی شده است: «در صورت انصراف مشتری به هر دلیل ضمن ابطال درخواست خرید، اصل ودیعه پرداختی به علاوه ... درصد (سالیانه) به‌عنوان سود مشارکت در تولید تا تاریخ انصراف محاسبه و ظرف مدت ۱۵ روز از تاریخ انصراف (مشروط بر گذشت یک ماه از تاریخ ثبت‌نام) به متقاضی مسترد خواهد شد. قابل ذکر است سود انصراف حداکثر تا پایان قرارداد (زمان تحویل) و در صورت ارسال دعوتنامه تا زمان انقضای دعوتنامه محاسبه خواهد شد». در قرارداد سخنی از جبران خسارت تأخیر تأدیه نشده است. بنابراین باید به ماده (۵۲۲) قانون آیین دادرسی مدنی مصوب سال ۱۳۷۹ مراجعه کرد که شرایط مطالبه این خسارت در صورتی که طلب از جنس پول و وجه نقد باشد - همانطور که در بررسی موردی حاضر چنین است - به شرح زیر بیان شده است:

- موضوع دعوا دین و از نوع وجه رایج باشد.

- با وجود مطالبه داین و تمکن مدیون، مدیون امتناع از پرداخت کرده باشد.

- شاخص قیمت سالیانه از زمان سررسید تا هنگام پرداخت دچار تغییرات فاحش شده باشد.

- طلبکار جبران خسارت تأخیر تأدیه را از دادگاه درخواست کند.

با جمع همه شرایط فوق، مطابق ماده (۵۲۲) قانون آیین دادرسی مدنی، دادگاه با رعایت تناسب تغییر شاخص سالیانه که توسط بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تعیین می‌شود، خسارت را محاسبه و مورد حکم قرار خواهد داد. بنابراین عملاً امکان مطالبه خسارت تأخیر تأدیه وجود دارد، اما معمولاً مصرف‌کنندگان برای صرفه‌جویی در وقت و هزینه‌های خود و با توجه به مراحل مختلف یک دعوای حقوقی، انتظار برای حل مشکل را بر طرح دعوای حقوقی ترجیح می‌دهند.

۵. مرور متن قرارداد پیش‌خرید خودرو

این بخش به مرور مفاد قرارداد پیش‌خرید خودرو اختصاص دارد. به بیان دیگر، بر اساس تعریف محدوده مطالعه، موضوع مدنظر (تضمین حقوق مالکیت در ایران) به صورت موردی و درباره پیش‌خرید خودرو مدنظر است. بنابراین از آنجا که موضوع مبتنی بر قرارداد یاد شده است، ضروری است تا ابتدا متن و مفاد این قرارداد مرور شود. در ادامه مشخصات و مفاد اصلی قرارداد پیش‌خرید خودرو (شرکت ایران خودرو) ارائه می‌شود. این قرارداد شامل موارد زیر است:

الف) مشخصات سجلی و اطلاعات هویتی و پستی خریدار،

ب) مشخصات محصول شامل نوع، مدل، برنامه فروش، رنگ، کلاس و نوع فروش،



ج) مشخصات فروشنده که تنها نام شرکت ایران خودرو و نشانی آن است،
د) تعهد خریدار: اینجانب ... با پرداخت ... ریال طی اطلاعات واریزی فرم بعد به حساب شرکت ایران خودرو ... به عنوان ودیعه، با آگاهی و قبول تقاضای خرید یک دستگاه ... با مشخصات فوق را دارم.
توجه: در صورت قطعی بودن ثبت نام، عدم واریز ودیعه دوم به منزله انصراف خواهد بود و صرفاً مبلغ پیش پرداخت به مشتری مسترد خواهد شد.

ه) شرایط:

- قیمت خودرو درخواستی (بجز خرید قطعی) در زمان تکمیل قرارداد (ارسال دعوتنامه) بر اساس قیمت مصوب تعیین خواهد شد.

- تخفیفی معادل ... درصد مبلغ ودیعه در سال متناسب با مدت دوره، محاسبه و از قیمت نهایی کسر خواهد گردید. قابل ذکر است سود مشارکت حداکثر تا پایان قرارداد (زمان تحویل) و در صورت ارسال دعوتنامه تا زمان انقضای دعوتنامه محاسبه خواهد شد.

توجه ۱: حق بیمه دریافتی شخص ثالث اعلام شده برای این قرارداد بر اساس نرخها و قوانین فعلی بیمه می باشد و در صورت تغییر مبلغ حق دیه و قوانین و نرخهای حق بیمه شخص ثالث در زمان تحویل خودرو، پرداخت مابه التفاوت حق بیمه شخص ثالث جدید، به عهده مشتری می باشد.
توجه ۲: فروشنده اختیار دارد خودروی مورد معامله را قبل از تحویل نزد بیمه گر منتخب خود، بیمه شخص ثالث کرده و هزینه آن را از خریدار دریافت نماید.

- برای مدت تأخیر ماهیانه یک درصد (به نسبت مدت تأخیر به مبلغ ودیعه) و به صورت روزشمار مازاد بر سود مشارکت مندرج در بند «۳» محاسبه می گردد و لذا هیچ گونه وجه دیگری اعم از عدم النفع و یا موارد مشابه تعلق نمی گیرد. همچنین مجموع نرخ سود مشارکت و تأخیر حداکثر ۲۶ درصد محاسبه خواهد شد.

- در صورت انصراف مشتری به هر دلیل ضمن ابطال درخواست خرید، اصل ودیعه پرداختی به علاوه ... درصد (سالانه) به عنوان سود مشارکت در تولید تا تاریخ انصراف محاسبه و ظرف مدت ۱۵ روز از تاریخ انصراف (مشروط بر گذشت یک ماه از تاریخ ثبت نام) به متقاضی مسترد خواهد شد. قابل ذکر است سود انصراف حداکثر تا پایان قرارداد (زمان تحویل) و در صورت ارسال دعوتنامه تا زمان انقضای دعوتنامه محاسبه خواهد شد.

- تأثیر فورس ماژور بر مفاد این برگ درخواست خرید مورد قبول واقع شده است.

- مفادی درباره تعهد مشتری بر اعلام صحیح مشخصات هویتی و نشانی پستی خود،

- خودرو مورد درخواست، گارانتی بوده و دوره گارانتی آن طبق قانون حمایت از مصرف کننده

(ضوابط و شرایط ابلاغ شده شرکت) خواهد بود و مشتری ملزم به رعایت مفاد برگه گارانتی می باشد.

- مشتریان می‌توانند هرگونه شکایت و یا اطلاعات مربوط به خودرو فوق را با شماره تلفن ... (مدیریت ارتباط با مشتری) منعکس و یا به نشانی ... مکاتبه نمایند.

- خریدار متعهد می‌گردد حداکثر پس از ۱۰ روز از اعلام شرکت ایران خودرو و یا نمایندگی‌های آن مبنی بر آماده تحویل بودن خودرو توسط پست سفارشی، نسبت به تحویل خودرو از محل اعلام شده توسط شرکت ایران خودرو و یا نمایندگی‌های آن اقدام نمایند. در غیر این صورت مسئولیت هرگونه آسیب دیدگی و یا خسارت وارده به‌عهده خریدار بوده و شرکت ایران خودرو در قبال آن مسئولیتی نخواهد داشت. در ضمن شرکت ایران خودرو می‌تواند نسبت به دریافت هزینه‌های وارده ناشی از تأخیر در تحویل‌گیری و ماندگاری خودرو توسط خریدار، از قبیل هزینه نگهداری خودرو، بارگیری و حمل مجدد خودرو به پارکینگ‌های عمومی، ... اقدام نماید.

- چنانچه به هر دلیلی خط تولید خودروی ثبت‌نامی متوقف شود و خودروساز قادر به تولید و تحویل آن نباشد، شرکت حق دارد متناسب با برنامه‌های تولیدی از سایر خودروهای تولیدی خود را جایگزین آن معرفی نماید. بدیهی است مابه‌التفاوت مربوطه از دو طرف قابل برگشت می‌باشد.

- قیمت قطعی درج شده بر اساس آپشن‌های خودروهای تولیدی قطعی و عوارض بیمه و مالیات سال ... محاسبه شده است و در صورت تغییر در مشخصات خودرو و یا افزایش هریک از نرخ‌های قانونی، در زمان ارسال دعوتنامه محاسبه و دریافت خواهد شد.

۶. مطالعه موردی پیش‌خرید خودرو

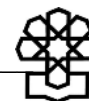
بر اساس آنچه در مقدمه آمد و پس از مباحث مطرح شده در بخش‌های پیشین، این بخش از نوشتار به مطالعه موردی پیش‌خرید خودرو اختصاص دارد. به‌طور مشخص آنچه در این بخش ارائه می‌شود، بیان اقدامات و مراحل است که برای پیش‌خرید خودرو طی شده است. این مراحل به تفکیک سه مقطع:

الف) خرید اینترنتی،

ب) عقد قرارداد،

ج) انصراف و دریافت مبلغ پرداختی مطرح شده‌اند. شایان ذکر است که تجربه‌ای که مبنای این بخش است، تا مرحله تحویل خودرو پیش‌نرفته و خریدار پیش از تحویل، انصراف داده است.

الف) خرید اینترنتی: بر اساس عرف رایج، چنانچه خریداری قصد خرید خودرو از تولیدکننده داشته باشد، می‌تواند از طریق اینترنت اقدام کند. در همین ابتدا مسئله‌ای رخ می‌دهد. مراجعه به سایت تولیدکنندگان بزرگ (در اینجا ایران خودرو) نشان می‌دهد که از میان انواع محصولات، تنها گزینه‌های محدودی با شرایط خاص در اختیار خریدار است. این وضعیت سبب شده تا اگر کسی



متقاضی خرید اینترنتی (با شرایط) محصولی باشد که معمولاً در سایت عرضه نشده و عرضه آنها منوط به آمادگی شرکت برای عرضه است، متقاضی باید منتظر و البته مترصد (گوش به زنگ) باشد تا در زمان عرضه (باز شدن امکان خرید اینترنتی برای محصول مدنظر خود) اقدام کند.

اما مسئله تنها به اینجا ختم نمی‌شود؛ بلکه در تجربه‌ای که مبنای این مطالعه است، پس از اطلاع از زمان باز شدن امکان خرید اینترنتی (روز و حتی ساعت)، خریدار مقدمات لازم برای خرید اینترنتی را فراهم کرده و دقایقی پیش از ساعت مقرر منتظر و مترصد اقدام بود، اما به‌رغم آماده کردن تمام مقدمات و اقدام برای خرید در دقایق اولیه (تأکید می‌شود، دقایق اولیه) خریدار از خرید محصول مدنظر خود باز ماند. زیرا برخلاف تمام اطلاعات گردآوری شده قبلی، شرایط فروش (مبلغ اولیه، مبلغ بعدی، قیمت محصول و زمان تحویل) تغییر کرده بود و خریدار ناچار به انتخاب گزینه (محصول) دیگری بود، اما بررسی گزینه‌ها و تصمیم‌گیری دقایقی زمان می‌طلبید که در این میان هر آن امکان بسته شدن امکان خرید محدود و محدودتر شده و اگر پس از انتخاب جدید، با اتمام / تکمیل ظرفیت مواجه می‌شد، خریدار ناچار به تکرار مراحل می‌شد، تکراری که هیچ تضمینی بر به ثمر رسیدن (ثبت‌نام برای خرید) وجود نداشت.

مشاهده تجربی خریدار در این مطالعه، حکایت از تکمیل ظرفیت فروش محصولات پرمتقاضی در همان ساعت نخست (خودروی تندر) و حتی ۳۰ دقیقه نخست (پژو ۴۰۵) دارد.

ب) عقد قرارداد: پس از ثبت‌نام و واریز مبلغ اولیه، طبق روال خریدار باید منتظر تماس از نمایندگی منتخب شرکت برای تکمیل مدارک و عقد قرارداد باشد. نکته مهم برای این گزارش آن است که شرکت فروشنده می‌تواند قیمت و شرایط معامله را در این میان تغییر داده و بر اساس شرایط جدید حاضر به معامله باشد و در این میان خریدار چاره‌ای جز انصراف یا پرداخت مبالغ جدید ندارد.

ج) انصراف: خریدار تجربه پیش‌خرید خودرو، با مقایسه قیمت محصول خریداری شده (تندر ۹۰) در بازار آزاد و قیمت آن براساس قرارداد با شرکت، از ادامه قرارداد منصرف شد. زیرا قیمت محصول در آن مقطع زمانی (خردادماه ۱۳۹۲) در بازار آزاد از قیمت شرکت کمتر بود. چراکه خودرو پس از تحویل شرکت به شخصی حقیقی، در بازار عرضه شده و بنا بر قاعده و منطق باید سود آن فرد حقیقی از این فرآیند یا حداقل هزینه حمل از شرکت تا بازار و انتظار برای یافتن مشتری، بر قیمت محصول افزوده شده باشد. اما طرفه آن بود که قیمت بازار از قیمت شرکت کمتر بود. این مسئله سبب شد تا خریدار از ادامه قرارداد انصراف دهد.

براساس متن قرارداد، پس از اعلام انصراف خریدار در نمایندگی شرکت، حداکثر ظرف ۱۵ روز مبلغ پرداختی با احتساب سود مشارکت تا تاریخ انصراف باید پرداخت می‌شد. اما نکته جالب توجه آنکه پس از پرسش خریدار از زمان دریافت مبلغ، کارمند مربوطه به مهلت ۱۵ روز اشاره کرده، اما توضیح می‌دهد که این زمان در عمل بیش از آن و حدود یک ماه خواهد شد، ولی سود مشارکت تا

همان تاریخ انصراف محاسبه خواهد شد.

با این همه، خریدار اعلام انصراف کرده و منتظر تماس نمایندگی برای دریافت مبلغ شد. پس از گذشت مهلت قانونی ۱۵ روزه در پاسخ به پیگیری خریدار، کارمند مربوطه گفته پیشین خود مبنی بر زمان کمتر از یک ماه را تکرار کرد. اما با نزدیک شدن به مهلت یک ماه و بی‌پاسخ ماندن خریدار از جانب نمایندگی، خریدار تلاش کرد تا از طریق دیگری موضوع را دنبال کند.

حسب مفاد قرارداد، خریدار می‌تواند هرگونه شکایت خود را با سامانه ارتباط با مشتری مطرح کند. وقتی با این سامانه تماس گرفته شد، خریدار با سامانه‌ای گویا مواجه شد. انتخاب گزینه ثبت شکایت، امکان ضبط صوتی شکایت و ارائه تلفن تماس را داد. به‌رغم ضبط صوتی شکایت در سامانه، خریدار موضوع را از روابط عمومی شرکت پیگیری شد. پاسخ آن بود که در کمتر از ۴۸ ساعت از شرکت با خریدار تماس گرفته خواهد شد، تماسی که بعد از ۹۶ ساعت حاصل نشد. تماس‌های چندباره با سامانه ارتباط با مشتری، این بار خریدار را به اپراتور وصل کرد. اپراتور پس از شنیدن شکایت اذعان کرد، شکایتی به‌نام و مشخصات خریدار در سامانه ثبت نشده است! در پی اعتراض خریدار، اپراتور اذعان کرد که شکایت را ثبت کرده و حتماً از واحد رسیدگی به شکایت پاسخ ارائه خواهد شد. خریدار این بار شماره پیگیری (ثبت شکایت) را از اپراتور دریافت کرده و منتظر ۴۸ ساعت معهود ماند.

سرآمدن ۷۲ ساعت و عدم تماس، خریدار را واداشت تا با سامانه تماس بگیرد. این بار دوباره به امکان ضبط صوتی دست یافت؛ گزینه‌ای که خریدار را از ادامه تماس منصرف کرده و به سمت یافتن شماره‌ای از یک مرجع پاسخگو سوق داد. تلاش خریدار در گفتگو با واحد رسیدگی به شکایات و روابط عمومی برای یافتن فردی پاسخگو به جایی نرسید و جملگی وی را به همان سامانه و پیش از آن به انتظار دعوت می‌کردند. در این مرحله تماس‌های چندباره با سامانه ارتباط با مشتری خریدار را به اپراتور وصل کرد. پاسخ همان انتظار بود، پاسخی که وقتی با اصرار خریدار برای گرفتن شماره تلفن فردی مسئول مواجه شد هیچ تغییری نکرد.

این همه و خبرهای جسته‌وگریخته از اطرافیان مبنی بر بدقولی شرکت فروشنده، خریدار را واداشت تا تلاش کند موضوع را از طریق مراجع نظارتی پیگیری کند. سازمان تعزیرات، خریدار را به سازمان صنعت، معدن و تجارت استان راهنمایی کرد. سازمان مذکور نیز خواست تا خریدار با در دست داشتن تمام مدارک به محل سازمان مراجعه و شکایتی علیه شرکت ثبت کند. پرسش خریدار از اثر این شکایت نیز با پاسخ سرد و غیرمسئولانه مبنی بر انتظار مواجه شد. خریدار بر اساس اطلاعات عمومی خود با سازمان حمایت از مصرف‌کننده و تولیدکننده تماس گرفت. این سازمان نیز توصیه‌ای مشابه سازمان قبلی داشت و هیچ تضمینی بر حصول نتیجه (دریافت پول) نداد. طرفه آنکه وقتی خریدار از منطقی نبودن این رویه را مورد پرسش و اعتراض قرار داد، با تندی به مراجعه به مراجع



قضایی و ثبت شکایت در محاکم مربوط هدایت شد.

مراجعه به نمایندگی نیز بی‌فایده بود. زیرا اذعان می‌کرد تنها عامل است و تا شرکت حواله را از طریق شبکه ارسال نکند، هیچ اقدامی نمی‌تواند انجام دهد و از اساس به حساب شرکت دسترسی ندارد.

پس از پیگیری‌های چندین باره و گفتگو با کارمندان واحدهای مختلف شرکت، خریدار هیچ چاره‌ای جز انتظار نداشت. انتظاری که پس از ۴۵ روز (۳۰ روز بیشتر از مهلت مقرر در قرارداد) حکایت از وصول حواله به نمایندگی داشت، اما دریافت حواله مایه تعجب خریدار بود. چراکه مبلغ ثبت شده تنها شامل مبلغ پرداختی توسط وی به‌علاوه سود مشارکت تا روز اعلام انصراف بود؛ درحالی که ۳۰ روز از آن زمان گذشته بود و خریدار در این مدت اقدامات بسیاری برای پیگیری موضوع به عمل آورده بود. ولی این همه تمام ماجرا نبود که مراجعه به بانک عامل (صادرات) اول راه بود.

وقتی خریدار حواله در دست به بانک مراجعه کرد، در کمال تعجب پاسخ شنید که در حساب شرکت موجودی نیست. وقتی خریدار تقاضای برگشت زدن حواله را مطرح کرد (به‌مانند چک)، پاسخ، عدم چنین امکانی بود که حواله، چک یا سندی مشابه آن نبود. راهنمایی کارمند بانک آن بود که از قرار شرکت در زمان‌هایی نامعلوم به این حساب مبالغی واریز می‌کند. اما از آنجا که این حساب، حسابی است که از سراسر کشور از آن برداشت می‌شود، به سرعت خالی شده و خریدار چاره‌ای ندارد جز آنکه در روز چندین بار به بانک مراجعه کند، روزهایی که به تجربه کارمند بانک به دو هفته و حتی ماه سر می‌زند.

خریدار می‌دانست که می‌تواند به همان کارمند بانک پیشنهاد کند، شماره و مشخصات حواله را یادداشت کرده و طی روز چندین بار حساب را چک کرده و به محض امکان، مبلغ را برداشت و به خریدار اطلاع داده و در قبال این خدمت مبلغی دریافت کند. اما به یاد آورد که دوستی در شعبه دیگری دارد که می‌تواند همین کار را بدون پرداخت پول انجام دهد. تماس با این دوست خبر خوشایندی به همراه نداشت. چراکه خبر از تعدد فراوان این موضوع، واریز اندک توسط شرکت و شانس اندک برای برداشت داشت، به‌طوری که حتی همکاران آن دوست در بانک نیز با زحمت توانسته بودند مبلغ حواله را نقد کنند. به هر حال آن دوست بانکی قول داد تا طی روز به دفعات حساب شرکت را مشاهده کرده و در صورت امکان، در اولین فرصت مبلغ را برداشت و به حساب خریدار واریز کند. با این همه خریدار پس از ۴ روز توانست پول خود را در حساب خود داشته باشد.

۷. میزان اجرای قوانین و مقررات در مطالعه موردی پیش‌خرید خودرو

از آنجا که مطالعه موردی مطرح در این نوشتار تا مرحله نهایی و تحویل خودرو پیش‌رفته و خریدار در میانه اعلام انصراف داده است، تجربه میزان اجرای مقررات متناسب با این شرایط در مورد مطالعه شده گزارش می‌شود.

حسب مفاد قرارداد، فروشنده موظف بود تا «در صورت انصراف مشتری به هر دلیل ضمن ابطال درخواست خرید، اصل ودیعه پرداختی به علاوه... درصد (سالانه) به‌عنوان سود مشارکت در تولید تا تاریخ انصراف محاسبه و ظرف مدت ۱۵ روز از تاریخ انصراف (مشروط بر گذشت یک ماه از تاریخ ثبت‌نام) به متقاضی مسترد کند. قابل ذکر است سود انصراف حداکثر تا پایان قرارداد (زمان تحویل) و در صورت ارسال دعوتنامه تا زمان انقضای دعوتنامه محاسبه خواهد شد».

اما برخلاف متن صریح این ماده از قرارداد، مبلغی که باید با احتساب سود مشارکت پرداخت می‌شد، بدون احتساب ۳۵ روز پرداخت شد. این همه در شرایطی است که خریدار هزینه‌های آشکار و پنهانی برای پیگیری موضوع متحمل شده بود.

۸. پیشنهاد اصلاح قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی برای افزایش تضمین‌های حقوق

مالکیت در قراردادهای پیش‌خرید خودرو

پیش از طرح پیشنهادهای این مطالعه در راستای افزایش تضمین‌های حقوق مالکیت در قراردادهای پیش‌خرید خودرو، ذکر چند نکته و دعوت به تأمل در آنها مهم و کلیدی هستند. شایان توضیح است که اگرچه این موارد به‌طور مستقیم و صریح در قلمرو این مطالعه قرار نمی‌گیرند، اما برای روشن شدن چارچوب کلی و حاکم بر موضوع تعیین‌کننده هستند.

الف) خرید خودرو به‌صورت پیش‌خرید از شرکت‌های تولیدکننده خودرو، به‌ویژه در مورد دو تولیدکننده اصلی کشور (سایپا و ایران‌خودرو) با هزینه مبادلاتی بسیار بالایی از منظر کسب اطلاعات مواجه است. جدای از اطلاعات فنی مربوط به محصول و حتی صحت و روایی آنها (که خود جای بررسی دقیق توسط اهل فن دارد)، اطلاعات بازار نیز به‌شدت پراکنده و نامنسجم است. به‌طور مشخص و در مورد پیش‌خرید، زمان اعلام و مسیرهای اقدام برای پیش‌خرید در شرایط فعلی به‌گونه‌ای است که امکان خرید به تعداد زیاد توسط واسطه‌ها را فراهم کرده که به‌معنای محدود شدن دسترسی مشتریان نهایی به امکان پیش‌خرید است. در این زمینه اتخاذ تمهیداتی نرم‌افزاری در شبکه ثبت تقاضای شرکت‌های تولیدکننده و ایجاد محدودیت برای یک نفر متقاضی شاید بتواند به‌نوبه خود دسترسی مشتریان نهایی به خرید را افزایش دهد.



ب) به‌مانند بسیاری از قراردادهایی که بانک‌ها، مؤسسات مالی و ... تنظیم کرده‌اند، متن قرارداد پیش‌خرید خودرو نیز متنی تایپ شده و غیرقابل تغییر بر اساس نظر طرف خریدار است. نکته جالب توجه آنکه نه تنها امکان تغییر و اعمال نظرات طرف خریدار در متن قرارداد وجود ندارد، بلکه حتی در سیستم خرید اینترنتی نیز پس از طی مرحله اول، در صفحه شرایط، ۲ گزینه زیر مشاهده می‌شود:

۱. متن فوق را کامل و دقیق مطالعه کرده و با آن موافقم.

۲. خیر، مخالفم.

اما جالب توجه آنجاست که تنها انتخاب گزینه نخست امکان ادامه مراحل ثبت خرید در سیستم را داده و اگر خریدار به هر دلیلی گزینه دوم را انتخاب کند، امکان ثبت تقاضا در سیستم را نخواهد داشت.

در این قرارداد به‌عنوان نمونه یک قرارداد الحاقی، خریدار چاره‌ای جز پذیرش شرایط طرف فروشنده و یا انصراف از خرید ندارد. انعقاد چنین قراردادهایی هرچند از نظر قانونی مشکلی ندارد، اما آزادی طرف غیرمتخصص قرارداد را به‌شدت محدود می‌کند؛ به همین دلیل قواعد حقوق مصرف‌کننده برای حمایت از طرف ضعیف‌تر وضع می‌شود. با وجود این، تجربه بررسی موردی فوق نشان می‌دهد که مراجعه به سازمان‌های متصدی حمایت از مصرف‌کننده نیز نمی‌تواند مشکل خریدار و مصرف‌کننده را حل کند.

اما چنان‌که اشاره شد، این نکات در محدوده موضوع این گزارش، پیشنهادهایی برای افزایش تضمین‌های حقوق مالکیت در قراردادهای پیش‌خرید خودرو نبوده و تنها بیانگر چارچوب کلی حاکم بر این قراردادها هستند. با این توجه پیشنهادهای این مطالعه در راستای اشاره شده به‌شرح زیر ارائه می‌شوند. اما شایان توجه و تأکید است همان‌طور که در بخش‌های پیشین نیز اشاره شد، مطالعه موردی در این گزارش تنها بر انصراف خریدار از پیش‌خرید متمرکز بوده و وارد مراحل بعدی این دسته از قراردادها نشده است. بنابراین لازم و منطقی است که تنها در چارچوب مطالعه موردی انجام شده به ارائه پیشنهاد اقدام کرد.

پیشنهاد نخست: براساس مطالعه موردی مطرح شده در این گزارش، یکی از مهم‌ترین موارد اختلاف میان طرفین قرارداد، تفاوت زمان اعلام انصراف و زمان دریافت حواله بانکی است. چراکه فروشنده مطابق قرارداد تنها ۱۵ روز زمان دارد تا مبالغ پرداخت شده توسط خریدار را پرداخت کند. به بیان دیگر، فروشنده موظف است تا به ازای روزهای طی شده از قرارداد، مبلغی را علاوه بر مبالغ پرداختی به خریدار پرداخت کند. رویه جاری به‌گونه‌ای است که زمان اعلام انصراف خریدار به روشنی در سیستم ثبت می‌شود، اما زمان انجام محاسبات و زمان اعلام به خریدار برای دریافت حواله، فاصله‌ای قابل توجه داشته که محل اختلاف و بروز مشکلات است. به بیان روشن‌تر، شرکت فروشنده پیش از اتمام مهلت مقرر ۱۵ روز و بر مبنای روزهای طی شده از قرارداد تا زمان انصراف خریدار،

محاسبات را انجام می‌دهد (و یا در تاریخی پس از آن)؛ اما زمانی حواله به خریدار تسلیم می‌شود که چندین روز از آن گذشته و در نتیجه خریدار به مبلغ پرداختی از طرف شرکت معترض است و دلیل اعتراض نیز عبارت است از عدم محاسبه تعداد روزهای فاصله یاد شده در سود دوران مشارکت.

بنابراین به نظر می‌رسد چنانچه زمان محاسبه و زمان تسلیم حواله به خریدار در یک روز باشد، می‌توان از بروز این مشکل جلوگیری کرد. با توجه به آنکه انجام محاسبات مربوطه از اساس امری پیچیده و دشوار نبوده و به چهار عمل اصلی ریاضی محدود می‌شود، می‌توان با استفاده از نرم‌افزاری از پیش طراحی شده، امکان صدور حواله خریدار را فراهم کرد. از مشکلات اجرایی این پیشنهاد (چراکه طراحی چنین نرم‌افزاری بدون تردید دشوار نخواهد بود)، عدم مراجعه خریدار و افزایش روزهای مشمول سود مشارکت است که حسب قرارداد موجب زیان فروشنده است. برای جلوگیری از این مشکل به نظر می‌رسد همان‌طور که در متن قرارداد فعلی سامانه ارتباط با مشتری از طرف شرکت معرفی شده، می‌توان در زمان امضای قرارداد شماره تلفن همراه خریدار را در متن قرارداد به‌عنوان وسیله ارتباطی تعیین کرده و زمان و حتی ساعت حضور وی برای دریافت حواله را از «طریق پیامک (و نه مکالمه تلفنی)» به اطلاع وی رساند. بدیهی است می‌توان در متن قرارداد تصریح کرد که تاریخ مقرر در این پیامک مبنای محاسبه و تسویه خواهد بود.

پیشنهاد دوم: چنان‌که در مطالعه موردی این گزارش اشاره شد، پس از مراحل مختلف، برای پرداخت مجموع مبلغ قابل ادعای خریدار (مبالغ پرداختی توسط وی و سود دوران مشارکت) حواله‌ای به وی تحویل می‌شود که وی با ارائه آن به بانک می‌تواند مبلغ مندرج در آن را دریافت کند. اما از دیگر مشکلات موجود، خالی بودن حساب شرکت و لزوم مراجعه مکرر و چندین روزه به بانک است. نکته قابل تأمل آن است که حواله صادر شده توسط شرکت فروشنده، امتیازات حقوقی اسناد تجاری مانند چک و سفته یا اسناد لازم‌الاجرا مانند اسناد رسمی و چک را ندارد. به بیان دیگر در مواجه شدن با حساب خالی شرکت، خریدار نمی‌تواند آن حواله را همانند چک به اجرا گذارد. با توجه به بی‌اطلاعی مصرف‌کنندگان، بسیاری از آنها ناچار از حق دادخواهی خود صرف‌نظر کرده و انتظار برای حل مشکل را بر هزینه‌های مالی و زمانی طرح دعوا ترجیح می‌دهند. بدیهی است در این میان به تعداد روزهایی که خریدار باید به بانک مراجعه کند، فروشنده سود دوره مشارکت نپرداخته است.

برای رفع این مشکل به نظر می‌رسد لازم است فروشندگان به صدور اسنادی ملزم و موظف شوند که لازم‌الاجرا بوده و از طریق اجرای ثبت و بدون نیاز به مراجعه به دادگاه وصول شوند. یا این اسناد نیز مانند اسناد تجاری از امتیازاتی مثل عدم نیاز به پرداخت خسارت احتمالی برای صدور قرار تأمین خواسته برخوردار شوند و بدین ترتیب طرح و تعقیب دعوا برای مصرف‌کننده راحت‌تر شود.

پیشنهاد سوم: از دیگر نکاتی که از خلال مطالعه موردی این گزارش می‌توان ارائه داد آن است



که طبق مفاد قرارداد پیش‌خرید خودرو، طرف فروشنده موظف به پرداخت سود مشارکت است، اما مقایسه نرخ‌های معمول در بازار پیش‌خرید خودرو با دیگر مفاد قرارداد، حکایت از آن دارد که نرخ مبنای محاسبه دارای بار جریمه‌ای برای فروشنده نیست. منظور آن است که اگر فروشنده پس از مهلت مقرر ۱۵ روز (با توجه به تمام توضیحات بالا) اقدام به پرداخت مبلغ به خریدار کند، تنها معادل سود دوره مشارکت اضافه بر ثمن پرداختی خریدار اقدام به پرداخت می‌کند. در شرایطی که به‌نظر می‌رسد هر روز تأخیر در استرداد مبلغ مذکور بعد از ۱۵ روز باید مشمول خسارت تأخیر تأدیه باشد. میزان خسارت تأخیر تأدیه - با توجه به تأثیری که در ملزم کردن فروشنده به انجام سریع‌تر تعهد خود دارد - می‌توان به‌عنوان ابزاری کارآمد برای وادار ساختن شرکت به انجام تعهدات خود تلقی شود. بنابراین نباید به شرکت اجازه داد که در قرارداد الحاقی خود این نرخ را کمتر از نرخ تورم اعلامی از سوی بانک مرکزی و نرخ سود مشارکت اعلام کند و با افزایش آن ضمانت اجرای قوی‌تری برای تأمین حقوق مصرف‌کننده به‌وجود آورد. بر این اساس پیشنهاد می‌شود روزهای طی شده از قرارداد تا روز اعلام انصرافی خریدار بر اساس نرخ سود دوره مشارکت محاسبه شده و روزهای پس از ۱۵ روز مقرر با نرخی به‌طور معنادار بیشتر محاسبه شود تا فروشنده الزام بیشتری به رعایت مفاد قرارداد داشته باشد.

پیشنهاد چهارم: با توجه به آنکه بخش قابل توجهی از امور دفتری - اداری مورد مطالعه شده در این گزارش (پیش‌خرید خودرو) توسط سیستم‌های نرم‌افزاری و شبکه‌های پیاده شده در شرکت‌های فروشنده به انجام می‌رسد، به‌نظر می‌رسد مدت زمان ۱۵ روز برای پرداخت مبلغ قابل ادعای خریدار منصرف شده، بیش از اندازه طولانی است. ضمن آنکه شرایط تورمی حاکم بر کشور و اقتضانات اقتصادی ناشی از آن، هزینه این مدت را به‌طور نسبی در سطح بالایی قرار می‌دهند. براساس این به‌نظر می‌رسد لازم است تا مهلت مقرر در قراردادها به حداکثر ۷ روز اما هفت روز کاری بدون لحاظ کردن روز انصراف، تغییر داد.

نکته پایانی اینکه قطعاً تصویب قانون به تنهایی نمی‌تواند راهکار قانونی باشد؛ چنان‌که تصویب دو قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان نتوانسته است در دعاوی خرد مصرف‌کنندگان علیه متخصصان گره‌گشا باشد. با وجود این، برای جلوگیری از تحمیل شرایط ناعادلانه در قراردادهای تحمیلی پیش‌فروش خودرو، در صورتی که نیاز به تصویب موادی قانونی باشد، قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو بهترین زمینه قانونی برای اصلاح و تصویب مفاد جدید در جهت تضمین و ممانعت از نقض حقوق مالکیت شهروندان به‌نظر می‌رسد.

پیوست

متن قرارداد پیش خرید خودرو از شرکت سایپا

شرایط خرید خودرو - پیش فروش

مقدمه

این برگه به عنوان درخواست ثبت نام خودرو - پیش فروش فی مابین مشتری که از این پس خریدار نامیده می شود از یک طرف و شرکت سایپا که من بعد فروشنده نامیده می شود از طرف دیگر، مطابق شرایط عمومی و اختصاصی ذیل که تعیین کننده حدود مسئولیت های فروشنده و خریدار می باشد، صادر می گردد.

شرایط عمومی

ماده (۱)

کلیه وجوه صرفاً به صورت پرداخت الکترونیکی (کارت های عضو شبکه شتاب) و یا حواله مستقیم و به نام شرکت ایرانی تولید اتومبیل (سایپا) صورت می پذیرد.

تبصره «۱»- نماینده شرکت سایپا به هیچ وجه مجاز به دریافت وجه نقد، چک پول و یا مبلغی خارج از بخشنامه های صادره نمی باشد (به استثنای ماده (۳) تبصره «۱» شرایط عمومی).

تبصره «۲»- در صورت پرداخت وجه نقد به نمایندگی و یا بروز هرگونه مغایرت بین ذی نفع چک و خریدار، کلیه مسئولیت ها و عواقب آن به عهده خریدار خواهد بود.

ماده (۲)

مشخصات شناسنامه ای خریدار باید با مشخصات مندرج در این برگه مطابقت نماید و چنانچه نقص یا اشتباهی در مشخصات ارائه شده از سوی خریدار وجود داشته باشد مسئولیت آن برعهده خریدار بوده و در صورت امکان اصلاح خریدار می بایست هزینه های مربوط به اصلاح اسناد و مدارک را پرداخت نماید.

تبصره «۱»- بدیهی است طرح هرگونه ادعایی از سوی خریدار مسموع نخواهد بود.

ماده (۳)

فروشنده موظف می باشد بدون دریافت هرگونه وجهی از خریدار، خودروی خریداری شده را همراه با اسناد مالکیت به نمایندگی محل ثبت نام ارسال نماید.



تبصره «۱»- در قبال خدمات جانبی نظیر انجام صلح‌نامه، خدمات پلاک، سند المثنی، اصلاح سند، پلاک سینی، استعلام مراجع قضایی، هزینه پارکینگ، تحویل خودرو و سند درب منزل خریدار صدور پیش‌فاکتور و نصب پلاک وجه آن از خریدار در ازای ارائه رسید دریافت می‌گردد.

ماده (۴)

شماره‌گذاری خودرو براساس مقررات جاری کشور می‌باشد و محل شماره‌گذاری خودرو براساس آدرس محل سکونت مندرج در قرارداد تعیین خواهد شد.

تبصره «۱»- در صورتی که خریدار خودرویی را قبلاً خریداری نموده باشد، موظف است آدرس محل سکونت خود را طبق پلاک قبلی اعلام نماید.

ماده (۵)

خریدار موظف به ارائه نشانی دقیق و کامل محل سکونت خویش بوده و هرگونه تغییر در آدرس محل سکونت و تلفن خود را می‌بایست در اسرع وقت و کتباً توسط نمایندگی به فروشنده اعلام نماید، بدیهی است در صورت عدم شناسایی خریدار به جهت قصور از موارد فوق، مسئولیتی برعهده فروشنده نخواهد بود.

تبصره «۱»- با توجه به اینکه کلیه مکاتبات با خریدار بر اساس آدرس ارائه شده در این برگه صورت می‌گیرد لذا هرگونه مکاتبه‌ای که از طرف فروشنده به نشانی خریدار ارسال شود ابلاغ شده تلقی می‌گردد و عدم مراجعه متقاضی مشمول پرداخت سود تأخیر توسط فروشنده نمی‌گردد.

ماده (۶)

خودرو مورد درخواست خریدار مشمول ضوابط گارانتی طبق بخشنامه‌های جاری شرکت سایپا یدک و مندرجات برگ گارانتی خودرو می‌باشد.

ماده (۷)

خریدار در زمان تحویل خودرو باید از صحت و سلامت آن آگاهی یافته و به‌همراه خودرو مدارک مربوطه از جمله سند، کارت خدمات خودرویی، بیمه‌نامه و سایر اوراق دیگر را از نمایندگی دریافت و مشخصات مندرج در این مدارک را کنترل نموده و در صورت مشاهده هرگونه مغایرت نسبت به اصلاح آن از طریق نمایندگی اقدام نماید.

ماده (۸)

کلیه عملیات ثبت‌نام، تحویل خودرو و مدارک آن توسط نمایندگی مجاز سایپا و مطابق بخشنامه‌های اعلام شده توسط شرکت سایپا صورت خواهد گرفت و خریدار می‌تواند هرگونه نقطه‌نظر، شکایت و انتقاد خود را با نمایندگی و یا شماره تلفن‌های ۰۹۶۷۷۰ و یا در سایت www.saipagroup.ir اعلام نماید.

تبصره «۱»- ارائه اصل فرم درخواست خرید ملاک عمل جهت انجام سایر عملیات خواهد بود.

تبصره «۲»- خریدار باید هرگونه اعتراض به محاسبات فاکتور فروش و... را حداکثر ظرف مهلت ۲ ماه از تاریخ فاکتور به فروشنده اعلام نماید و بعد از مهلت مقرر به اعتراضات ترتیب اثر داده نخواهد شد.

شرایط اختصاصی

ماده (۱) - فروشنده به وجوه اولیه واریزی خریدار معادل سود مشارکت مندرج در این برگه به صورت سالیانه به عنوان مشارکت در تولید پرداخت می‌نماید.

ماده (۲) - در صورت تأخیر در تحویل فروشنده به وجوه اولیه واریزی علاوه بر سود مشارکت معادل جریمه تأخیر در تحویل مندرج در این برگه و همچنین به وجوه واریزی مابه‌التفاوت خریدار (تکمیل وجه بهای خودرو) صرفاً جریمه تأخیر در تحویل مندرج در این برگه را به صورت روزشمار محاسبه و پرداخت می‌نماید.

تبصره «۱»- تاریخ صدور حواله مستقیم و همچنین تاریخ پرفراژ بانک به هیچ عنوان جهت فروشنده تعهدآور نبوده و صرفاً بیانگر زمان صدور واریز وجه می‌باشد (زمان ارائه اسناد مالی به فروشنده و پذیرش آن، جهت فروشنده تعهدآور است).

تبصره «۲»- ملاک محاسبه جریمه تأخیر تاریخ صدور فاکتور می‌باشد و فاصله زمانی بعد از صدور فاکتور تا تخصیص و نصب پلاک راهنمایی و رانندگی در محاسبات این بند لحاظ نمی‌گردد و در صورت تأخیر ناشی از شماره‌گذاری هیچ‌گونه مسئولیتی متوجه فروشنده نمی‌باشد.

تبصره «۳»- کارت خودرو، کارت سوخت و شناسنامه مالکیت خودرو توسط راهنمایی و رانندگی صادر می‌شود و در صورت تأخیر در صدور این اسناد هیچ‌گونه مسئولیتی متوجه فروشنده نمی‌باشد.

تبصره «۴»- در صورت تأخیر در تحویل (پیش‌فروش‌های اعتباری) ملاک محاسبه صرفاً پرداخت نقدی خریدار خواهد بود.

**ماده (۳)**

خریدار موظف است جهت تحویل خودرو، نسبت به پرداخت باقیمانده بهای خودرو طبق دعوتنامه ارسالی از سوی فروشنده و ارائه سایر مدارک مورد نیاز در موعد مقرر اقدام نماید. تبصره «۱»- در صورت منقضی شدن زمان مذکور هیچ‌گونه سودی به خریدار تعلق نخواهد گرفت.

ماده (۴)

انصراف از خرید از جانب خریدار فقط تا زمانی که خودرو به مشتری تخصیص نیافته است، امکانپذیر می‌باشد.

ماده (۵)

در صورت انصراف خریدار، قرارداد فروش ابطال گشته و مبلغ ودیعه به اضافه سود مشارکت انصراف مندرج در این برگه برای پیش‌پرداخت واریزی به شرط گذشت یک ماه از تاریخ ثبت‌نام محاسبه و حداکثر ظرف مدت یک ماه از تاریخ انصراف به خریدار مسترد خواهد شد. تبصره «۱»- در صورت استفاده خریدار از تسهیلات بانک، تحت هیچ‌گونه شرایطی مجاز به انصراف از خرید خودرو نمی‌باشد. تبصره «۲»- ملاک محاسبه سود انصراف تاریخ ثبت انصراف می‌باشد لذا زمان صرف شده جهت صدور چک یا حواله انصراف مشمول سود انصراف نخواهد بود.

ماده (۶)

خریدار می‌تواند در صورت قابل صلح بودن تا قبل از صدور فاکتور فروش منافع حاصل از این ثبت‌نام را به غیر واگذار نماید.

مهر و امضا نمایندگی مجاز فروش سایپا

امضا و اثر انگشت خریدار

منابع و مأخذ

۱. شفیعی، محمدحسن. موضوع احترام در فقه، فصلنامه فقه اهل بیت، شماره ۳۳، بهار ۱۳۸۲.
۲. ژان کله، الووا. تعریف مصرف‌کننده، مترجم عبدالرسول فدک، مجله تحقیقات حقوقی، شماره‌های ۲۹ و ۳۰، بهار و تابستان ۱۳۷۹.
۳. ژان کله، الووا. معرفی حقوق مصرف با مقدمه‌ای از مترجم، مترجم عباس قاسمی حامد، نشریه حقوقی بین‌المللی، شماره ۲۳، پاییز و زمستان ۱۳۷۷.
۴. کاتوزیان، ناصر. دوره مقدماتی حقوق مدنی: اموال و مالکیت، نشر میزان، ۱۳۸۲.
۵. کاتوزیان، ناصر. دوره مقدماتی حقوق مدنی - اعمال حقوقی: قرارداد - ایقاع، انتشارات بهمن برنا، ۱۳۸۳.
۶. قاسمی حامد، عباس. متخصص، متعهد ارائه اطلاعات به مصرف‌کننده در حقوق فرانسه، مجله تحقیقات حقوقی، شماره ۴۹، بهار و تابستان ۱۳۸۸.



مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۱۳۹۶۰

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: راهکارهای افزایش ضمانت‌های حقوق مالکیت در ایران مطالعه موردی قرارداد پیش‌خرید خودرو

نام دفتر: مطالعات اقتصادی (گروه مطالعات محیط کسب‌وکار)

تهیه و تدوین‌کنندگان: میکائیل عظیمی، امید عبدالهیان

ناظر علمی: سیدامیر سیاح

متقاضی: معاونت پژوهش‌های اقتصادی

ویراستار تخصصی: احمد مرکزالمیری

ویراستار ادبی: ———

واژه‌های کلیدی:

۱. حقوق مالکیت

۲. حقوق مصرف

۳. قرارداد پیش‌خرید خودرو

۴. حمایت از مصرف‌کننده

۵. محیط کسب‌وکار

۶. حقوق و اقتصاد



تاریخ انتشار: ۱۳۹۳/۸/۷