

ماهیت تعهد خدمات پس از فروش و منشأ ایجاد آن

مریم ثقفی^۱، هانی حاجیان^۲، عباس نیازی^{۳*}

۱. استادیار گروه حقوق، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

۲. دانشجوی دکتری حقوق خصوصی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران

۳. دکتری تخصصی حقوق خصوصی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۱۷

دریافت: ۱۳۹۷/۰۹/۱۶

چکیده

با پیشرفت فناوری و ارائه کالاها و خدمات متنوع یکی از موضوعاتی که باعث می شود افراد به خرید یک کالا تمایل پیدا کنند ارائه خدمات پس از فروش می باشد. سؤال اصلی که این نوشتار درصدد بررسی آن می باشد ماهیت تعهد خدمات پس از فروش و تفاوت آن از سایر نهادهای مشابه می باشد. در این مقاله این موضوع به شیوه توصیفی و تحلیلی با ابزار کتابخانه ای مورد بررسی قرار گرفته و از داده های موجود مشخص گردیده، خدمات پس از فروش در ماهیت متفاوت از گارانتی و وارانتی می باشد. ایجاد تعهد به خدمات پس از فروش از طریق درج شرط فعل یا بر مبنای شرط بنایی متصور می باشد در این وضعیت مشروط علیه ملزم به وفاء بوده و برای مشروط له حق الزام ایجاد می گردد. اگر خدمات پس از فروش به عنوان شرط فعل در ضمن عقد بیع درج شود، گاهی تولید کننده با انعقاد قراردادی فرعی که تابع عقد بیع است، رایحه خدمات را به اشخاص ثالث واگذار می کند. ممکن است تعهد به خدمات پس از فروش از طریق عقدی مستقلی از عقد اصلی ایجاد گردد، لذا نیازمند شرایط اساسی قراردادهای می باشد. از سویی ممکن است الزام به ارائه خدمات پس از فروش در کالاهای سرمایه ای ریشه ای قانونی داشته باشد که در این حالت جزو قوانین آمره است؛ لذا توافقات مخالف این قوانین باطل و بلا اثر می باشد. بعضی ماهیت این قرارداد را قرارداد

Email: abasniazi@ut.ac.ir

* نویسنده مسؤول مقاله:

خدمت و برخی قرارداد پیمانکاری می‌دانند که در اصل، ریشه هر دو این قراردادها نیز اجاره اشخاص است.

واژگان کلیدی: خدمات پس از فروش، گارانتی، عقد بیع، شرط ضمن عقد، قرارداد فرعی.

۱. مقدمه

در برخی کالاها، ارائه خدمت به مشتریان و مصرف کنندگان با فروش کالا به پایان نمی‌رسد بلکه خدمات پس از فروش^۱ به کمک مشتری آمده و فروش را کامل می‌کند (Seliet, 2000, p.45). امروزه خدمات پس از فروش یک تجارت پر سود است (Bidgoli, 2010, Vol.2, pP.106). مصرف کنندگان به دنبال کالاهایی هستند که خدمات تولید کننده آن، خدمات پس از فروش بیشتری ارائه می‌دهند. این در حالی است که مفهوم خدمات پس از فروش به درستی روشن نیست. برخی ضمانت‌نامه را خدمات پس از فروش می‌دانند. خدماتی که مشخص نیست چه اموری را در برمی‌گیرد و چه ارتباطی با عقد بیع دارند؛ لذا در زمینه خدمات پس از فروش و ارتباط آن با قرارداد فروش (عقد بیع)، ابهاماتی نهفته است که سوالات متعددی را ایجاد می‌کند مانند خدمات پس از فروش چه خدماتی است؟ آیا این خدمات به معنای گارانتی و وارانتی است؟ چه کسانی به ارائه خدمات پس از فروش می‌پردازند؟ آیا این خدمات بخشی از قرارداد هستند و یا قراردادی جداگانه محسوب می‌شوند؟ در ادامه پاسخ سوالات بررسی می‌شود.

۲. مفاهیم کاربردی

در ابتدا برای ورود به بحث اصلی لازم است کلیاتی درباره مفهوم خدمات پس از فروش و ارائه کنندگان آن بیان شود.

۱. After Sales Service.



۱-۲. تعریف خدمات پس از فروش

خدمات پس از فروش طیف وسیعی از خدمات را در برمی‌گیرند و شامل فعالیتهایی می‌شوند که کاربرد طولانی و آسان کالا را فراهم می‌سازند. اقدامات احتیاطی، نگهداری، تشخیص و تعویض قطعات و رفع اشکالت فنی و تخصصی در اسرع وقت، بررسی و پیگیری کالا پس از تعمیر، ارائه خدمات دوره‌ای، تدارک و فروش قطعات یدکی از جمله خدمات پس از فروش هستند (رحمانیان، ۱۳۹۲، ص ۲۹). ممکن است خدمات پس از فروش در قالب کاهش قیمت‌های عملیاتی، تحت پوشش قراردادن مشتریان و بر عهده گرفتن مستقیم امور برخی مشتریان توسط ارائه کنندگان خدمات نیز نمایان شوند (زارعی، ۱۳۹۲، ص ۵۷). مضاف بر این که برخی ارائه اطلاعات و آموزش به مشتریان هنگام تحویل کالا را در حیطه خدمات پس از فروش محسوب می‌کنند (هاشمی، ۱۳۷۲، ص ۶۵). تبصره ماده ۳۲ آیین نامه تجهیزات پزشکی، آموزش و نصب و راه اندازی مبیع را از جمله خدمات پس از فروش معرفی می‌کند.

تعریف فوق صحیح به نظر نمی‌رسد؛ چراکه ارائه اطلاعات و آموزش لازم جزء خدمات پس از فروش نیست بلکه جزء بیع و مربوط به مرحله تسلیم مبیع است، زیرا منظور از تسلیم مبیع، متمکن ساختن مشتری در تصرف مبیع است (خوانساری، ۱۴۰۵، ج ۳، ص ۱۹۴) و با توجه به فناوری^۱ کالاهای امروز، هنگامی تسلط و قبض در معنی عرفی تحقق می‌یابد که نصب و راه اندازی و آموزش لازم درباره نحوه کاربرد مبیع و همچنین اطلاعات مورد نیاز مربوطه ارائه شود. به همین دلیل، وظیفه ارائه اطلاعات و آموزش مبیع جزء خدمات پس از فروش نبوده و از توابع تکلیف تحویل و تسلیم مبیع است (کاتوزیان، ۱۳۸۴، ص ۲۱).

۱-۲. رابطه خدمات پس از فروش با مفاهیم مشابه

«وارانتی و گارانتی هر دو به معنای قول و تضمینی است که از سوی تولید کننده ارائه میشود تا اطمینان لازم از کارکرد محصول را طی زمان مشخصی تأکید نماید.» (آقایی، ۱۳۹۲، ص ۱۷). خدمات پس از فروش در معنای عام شامل گارانتی و وارانتی نیز می‌شود (Jain, 2009-10, p:274؛ معین، ۱۳۸۲، ص ۲۵) زیرا گارانتی و وارانتی مجموعه خدماتی هستند که پس از فروش کالا ارائه می‌گردند؛ اما خدمات پس از فروش در معنای خاص - معنای مورد نظر این مقاله - متفاوت از گارانتی و وارانتی است؛ بنابراین لازم است این مفاهیم مختصراً بررسی شود.

۱-۱-۲. گارانتی

همانگونه که بیان شد گارانتی را به تضمین که از سوی تولید کننده داده می‌شود معنا کرده‌اند و در شرح ماهیت گارانتی بیان شده است: توافقی (اعم از شرط ضمن عقد یا مستقل از عقد اصلی) که به موجب آن شخصی به نام گارانتی دهنده در برابر شخص دیگری به نام گارانتی گیرنده متعهد می‌گردد چنانچه کالا یا خدمات مورد معامله در مدت زمانی مشخص دچار عیب، ایراد یا نقصی گردد آن را اصلاح یا تعمیر نماید یا چنانچه دارای عیب اساسی باشد آن را با کالایی مشابه تعویض نماید (محمدی، شنیور، ۱۳۹۲، ص ۲۱۵). براساس ماده ۱۰۱: ۶- A مقررات نمونه حقوق خصوصی اروپایی^۱، گارانتی تعهد عرضه کننده کالاست مبنی بر اینکه اولاً، مناسب بودن کالا برای هدف متعارف در دوره زمانی تعریف شده باقی خواهد ماند؛ ثانیاً، کالا خصوصیات و کیفیات مقرر در سند گارانتی یا تبلیغات مربوط را خواهد داشت، وگرنه کالا تعمیر یا تعویض می‌شود و یا ثمن پرداخت شده برای کالا تماماً یا بعضاً بازگردانده خواهد شد و دیگر شیوه‌های جبرانی لازم برای زیان‌دیده فراهم خواهد بود.

۱. Draft Common Frame of Reference (DCFR)



همچنین در خصوص ماهیت حقوقی تعهد گارانتی و نحوه ایجاد آن بیان شده: گارانتی در سه قالب حقوقی «شرط ضمن عقد»، «تعهد یکجانبه» و «قرارداد مجزا و مستقل از عقد بیع» میتوان ایجاد گردد. (عبدی‌پور، ۱۳۹۲، ص ۹۲).

۲-۱-۲. وارانتی

در خصوص تضمین حاصل از وارانتی بیان شده است: وارانتی اظهاراتی قراردادی است که فروشنده کالا همزمان با انعقاد عقد و به عنوان بخشی از قرارداد (که اشاره به خصوصیت، کیفیت یا مالکیت کالا دارد) متعهد می‌شود که وقایع خاص موجود و یا موردی را که در آینده در خصوص کالا ایجاد می‌شود، تضمین کند؛ لذا وارانتی نه تنها در مورد وضعیت فعلی کالا بلکه ناظر به عملکرد است که از کالا انتظار می‌رود (محقق داماد، ساعتچی، ۱۳۹۶، ص ۷۳۸). در خصوص موضوع تعهد در وارانتی عنوان شده وارانتی ممکن است ناظر به مالکیت کالا و عیوب حقوقی و یا در باره کیفیت کالا و عیوب مادی باشد (همان، ص ۷۴۰). از بیان مذکور مشخص می‌شود در صورتی که اظهارات بیان شده در زمان قرارداد با کالای مورد انتقال مطابقت نداشته باشد، بلافصله وارانتی نقض می‌گردد (عبدی‌پور، ۱۳۹۲، ص ۷۳) و برای فروشنده یا تولید کننده ایجاد مسئولیت می‌کند.

در تقسیماتی که از وارانتی عیوب مادی کالا به عمل آمده است، وارانتی به، «وارانتی پایه»^۱ و «وارانتی مداوم»^۲ تقسیم شده است. «وارانتی پایه»^۳ یعنی توافقی که بین فروشنده یا تولیدکننده با خریدار منعقد می‌شود تا خریدار یا همان مصرف‌کننده از عیوب مربوط به اجزای کالا و ساخت آن، اشتباهات غیرمنتظره و کارکردهای غیرقابل قبول حمایت شود. هزینه این نوع از وارانتی معمولاً با قیمت کالا محاسبه

۱. warranty Base

۲. warranty Extended

۳. warranty Base

می‌گردد. «وارانتی مداوم» به قرارداد خدماتی میان مصرف‌کننده و تولید کننده یا فروشنده اطلاق می‌گردد و پوشش اضافه‌ای برای یک کالا محسوب می‌گردد که پس از انقضای وارانتی پایه تولید کننده آغاز می‌شود (محقق داماد، ساعتچی، ۱۳۹۶، ص ۷۴۱).

اما در خصوص این دو نوع از وارانتی باید گفت در قانون وارانتی مکنوسون-ماس که ازجمله قوانین فدرال آمریکا بوده عنوان گردیده «قرارداد خدمات» با وارانتی فرق می‌کند؛ زیرا قراردادهای خدماتی کیفیت یا کارایی یک محصول مصرفی را تأیید نمی‌کنند. قرارداد خدمات ابزاری مکتوب است که در آن یک تأمین کننده موافقت می‌نماید، در مدت زمانی معین یا برای مدت معین، خدمات مربوط به تعمیر و نگهداری یا تعمیر یا هر دو محصول مصرفی را ارائه کند.^۱

۳-۱-۲. مقایسه گارانی و وارانتی

بنابراینچه که آمد وارانتی نوع خاصی از گارانتی است؛ (Blischke, 1996, p.7) لذا در معنی عام تضمین گارانتی با تضمین وارانتی مشابه می‌باشند و حتی تعهدات فروشندگان و عرضه کنندگان کالا مبنی بر تعمیر یا تعویض کالا در صورت بروز عیوب احتمالی در دوره معین که در حقوق اروپایی «گارانتی» نامیده شده و در عرف تجاری آمریکا «وارانتی» یا «وارانتی گسترش یافته» نامیده می‌شود (Garner, 2009, p.1725- Martin, 2003, p.535؛ عبدی‌پور، ۱۳۹۲، ص ۷۳)؛ اما در معنی اخص بین گارانتی و وارانتی تفاوت‌هایی زیر وجود دارد.

۱. A "service contract" is different from a warranty because service contracts do not affirm the quality or workmanship of a consumer product. A service contract is a written instrument in which a supplier agrees to perform, over a fixed period or for a specified duration, services relating to the maintenance or repair, or both, of a consumer product. Agreements that meet the statutory definition of service contracts, but are sold and regulated under state law as contracts of insurance, do not come under the Act's provisions.



۱) وارنتی تعهد اصلی در خصوص موضوع قرارداد می‌باشد؛ در صورتی که گارانتی تعهدی مستقل از عقد اصلی می‌باشد و احتیاج به مذاکره طرفین قرارداد دارد. ۲) اطراف تعهد گارانتی ممکن است فردی ثالث از عقد اصلی باشد؛ در صورتی که در وارانتی همان طرفین عقد اصلی می‌باشند. ۳) موضوع وارانتی ممکن است علاوه بر موضوع کالا در خصوص مالکیت کالا نیز باشد در صورتی که گارانتی در خصوص موضوع کالا می‌باشد. ۴) تعهدات گارانتی ممکن است مواردی باشد که هیچ ارتباطی با تعهد اولیه مبنی بر تسلیم بی‌عیب کالا نداشته باشد همچون آتش سوزی و سرقت در صورتی که تعهدات حاصل از وارانتی با تعهد اولیه فروشنده مرتبط می‌باشد (محقق داماد، ساعتچی، ۱۳۹۶، ص ۷۴۱).

۲-۴. مقایسه قرارداد خدمات پس از فروش با گارانتی و وارنتی

قرارداد خدمات پس از فروش با توجه به تعاریف پیش گفته در معنای عام شامل گارانتی و وارانتی نیز می‌شود (Jain, 2009-10, p.274؛ معین، ۱۳۸۲، ص ۲۵). لذا گارانتی مجموعه خدماتی بوده که پس از فروش کالا ارائه می‌گردد و ممکن است در همین زمان میان تولید کننده و خریدار قرارداد خدمات پس از فروش نیز وجود داشته باشد، پس در این صورت یکسان با گارانتی است و در معنای عام عنوان ضمانت‌نامه بر آن اطلاق می‌شود، این اطلاق در قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان در بند ۳ ماده ۱ دیده می‌شود.^۱ در خصوص وارانتی نیز «وارانتی مداوم» که در معنی اعم می‌باشد با خدمات پس از فروش منطبق است، اما همانگونه که دیده شده وارانتی در معنی خاص به «وارانتی پایه» اطلاق می‌شود.

۱. «ضمانت نامه کالا یا خدمات: سندی است که تولید کننده، وارد کننده، عرضه کننده یا تعمیرکننده هر دستگاه فنی به خریدار یا سفارش دهنده کالا و خدمات میدهد تا چنانچه ظرف مدت معین عیب یا نقص فنی در کالای فروخته شده یا خدماتی که انجام گردیده مشاهده شود، نسبت به رفع عیب، تعویض قطعه یا قطعات معیوب و یا دستگاه بدون اخذ وجه و یا پرداخت خسارات وارده اقدام کند.»

خدمات پس از فروش در معنای خاص- معنای مورد نظر این مقاله- متفاوت از گارانتی و وارانتی می‌باشد. معنای خاص این اصطلاح، خدماتی را در برمی‌گیرد که تحت پوشش گارانتی نیست و ممکن است هنگام فروش نسبت به یک کالا خدماتی پس از فروشی ارئه شود که تخصصاً از حیطه گارانتی خارج باشد همچون خدمات پس از فروش آموزش خریدار جهت استفاده بهینه از کالا، یا قرارداد خدمات پس از فروشی که پس از اتمام گارانتی از جهت ارائه قطعات یدکی مابین خریدار و تولید کننده منعقد شود خارج از بحث گارانتی می‌باشد و اختصاص به زمانی بعد از انقضای گارانتی دارد (Blischke, 1996, p.15). از سوی دیگر عنصری که گارانتی و خدمات پس از فروش را از یکدیگر متمایز می‌کند پرداخت عوض است (Ibid, p.15)؛ چراکه ممکن است از بابت گارانتی و خدمات پس از فروش عوض متفاوتی محاسبه و مطالبه شود. درخصوص وارانتی نیز می‌توان بیان نمود، اولاً: تعهدات خدمات پس از فروش دامنه‌ای بسیار گسترده‌تر از وارانتی دارد، ثانیاً: حتی باوجود قرارداد خدمات پس از فروش تولید کننده یا فروشنده نمی‌تواند از زیر بار تعهداتی وارنتی ضمنی شانه خالی کند و انعقاد قرارداد خدمات پس از فروش را اسبابی برای سلب مسئولیت خود نماید. این موضوع در قانون وارانتی مکنوسون- ماس به صراحت مورد تأکید قرار گرفته است.^۱

با عنایت به شرح قبل باید عنوان شود با توجه به شباهت‌ها و تفاوت‌های قرارداد خدمت، وارنتی و گارانتی از میان نسبت‌های اربعه منطقی، مابین وارنتی و گارانتی رابطه عموم خصوص من وجه حاکم بوده و مابین قرارداد خدمت، وارنتی و گارانتی

۱ . Disclaimer or Limitation of Implied Warranties when a service contract is sold:

Sellers of consumer products who make service contracts on their products are prohibited under the act from disclaiming or limiting implied warranties. Sellers who extend written warranties on consumer products cannot disclaim implied warranties, regardless of whether they make service contracts on their products. However, sellers of consumer products that merely sell service contracts as agents of service contract companies and do not themselves extend written warranties can disclaim implied warranties on the products they sell.



به دلیل اینکه حیطه قرارداد خدمت بسیار وسیعتر از وارنتی و گارانتی است رابطه عموم خصوص مطلق حاکم است.

۲-۲. ارائه خدمات از سوی تولیدکننده

ارائه خدمات از سوی تولیدکننده به دو شیوه صورت می‌پذیرد. در برخی مواقع مستقیماً از سوی تولیدکننده (Vashisht, 2005, p.154)، چراکه فناوری پیچیده‌ای در محصول به کار رفته و به همین سبب تولید کننده نمی‌تواند ارائه خدمات را به شرکتهای دیگر واگذار کند (Lowry, Watson, 2002, p.22). اما در برخی موارد، ممکن است تولیدکننده ارائه خدمات پس از فروش را به اشخاص دیگر بسپارد (Usa Int'l Business Publications, 2013, p.51). این اشخاص ممکن است توزیع کننده و یا فروشنده محصولات تولید شده باشند. گاهی نیز تولیدکنندگان در قراردادی به اشخاص حقیقی یا حقوقی در ارائه این خدمات، نمایندگی اعطا می‌کنند. این نمایندگی ممکن است از سوی تولیدکننده داخلی و یا از سوی تولیدکننده خارجی از طریق واردات کالا باشد.^۱

۲-۳. ارائه خدمات از سوی فروشنده

برخی معتقدند بازار خدمات پس از فروش تنها متعلق به تولیدکنندگان کالاهاست (رحمانیان، ۱۳۹۲، ص ۲۸). اما این گفته صحیح نیست؛ زیرا با وجود اینکه خدمات پس

۱. بند ۳-۱ ضوابط خدمات پس از فروش شرکتهای تجهیزات پزشکی: «نمایندگی به فرد حقیقی یا حقوقی اطلاق می‌گردد که امور مربوط به توزیع، فروش و یا خدمات پس از فروش تجهیزات پزشکی وارداتی و یا تولید داخل را در سطح یک منطقه جغرافیایی مشخص انجام می‌دهد. این فرایند می‌بایست در قالب یک قرارداد ما بین واحد تولیدی (اعطا کننده نمایندگی) و فرد خواهان نمایندگی صورت پذیرد»

از فروش به کالای تولید شده تعلق می‌گیرد و فروشندگان و توزیع کنندگان از سوی تولیدکننده به ارائه این خدمات می‌پردازند، اما می‌توان فروشنده را نیز به عنوان ارائه کننده خدمات پس از فروش در نظر گرفت.^۱ در این فرض فروشنده مطابق عقد بیع و تعهد قراردادی خود را متعهد به ارائه خدمات می‌نماید و تولیدکننده براساس الزام قانونی موظف به ارائه خدمات پس از فروش است (Institute, 1978, p.44). بنابراین ارائه خدمات، در واقع تعهد تولیدکننده است که فروشنده به نمایندگی از او انجام می‌دهد (Vashisht, 2005, p.153). با این وجود اگرچه فروشنده مکلف به ارائه خدمات پس از فروش نیست، اما اگر قصد ارائه آنها را دارد می‌بایست این موضوع را قبل از بیع به خریدار اطلاع دهد (Wiewiorowska-Domagalska, 2013, p.15). الزام به اطلاع از این بابت است که از جهت ایجاد تعهد به خدمات پس از فروش به عنوان یک عقد یا شرط ضمن عقد بیع احتیاج به مذاکره در خصوص شرایط و کیفیت آن می‌باشد تا شرایط صحت را دارا و حدود تعهد فروشنده مشخص گردد. البته امروزه فروشندگان معمولاً مستقیماً به ارائه خدمات پس از فروش نمی‌پردازند، بلکه ارائه اینگونه خدمات را به پیمانکارانی واگذار می‌کنند که دارای تواناییها و تخصص لازم هستند و به این ترتیب تجهیزات و منابع خود را در امور دیگری صرف مینمایند (اصغری زاده، بیطرف، اجلی، ۱۳۹۰، ص ۵۸ و ۵۹).

۳. نحوه ایجاد تعهد خدمات پس از فروش

در خصوص نحوه شکل‌گیری تعهد خدمات، فیما بین تولیدکننده، فروشنده و خریدار نهایی فروض مختلفی را می‌توان در نظر گرفت که طی آن یک یا چند شخص متعهد به ارائه خدمات پس از فروش می‌گردند. در ابتدا باید گفت اسباب ایجاد تعهد شامل عقد، شبه عقد، جرم، شبه جرم و قانون می‌باشد (کاتوزیان، ۱۳۸۲، ص ۸۶). مسلماً تعهد به

۱. ارائه خدمات فروش از سوی فروشنده با این هدف انجام می‌گیرد که فروشنده اقدام به جلب بیشتری نماید و بتواند هرچه بیشتر کالای خود را عرضه نماید.



ارائه خدمات پس از فروش یا طی یک عقد مستقل از عقد بیع (عقد اصلی) و یا یک شرط ضمن عقد در ضمن فروش کالا ایجاد می‌گردد. از طرفی الزام قانونگذار در برخی از کالاهای (به دلیل اهمیت آن کالا و یا حمایت از خریدار) نیز وجود دارد که در این فرض تولید کننده بدون آنکه توافق اضافه‌ای با خریدار داشته باشد به حکم قانون مکلف به ارائه خدمات پس از فروش می‌شود.

۳-۱. خدمات پس از فروش، موضوع قرارداد فرعی^۱

ارائه خدمات پس از فروش نیازمند مراکز خدماتی است که به تعمیر، تدارک قطعات یدکی و خدمات مازاد بپردازند (Jain, 2009-10, p.274). در این فرض ممکن است ارائه کننده خدمات پس از فروش از خدمه‌ی تولیدکننده باشد و یا متخصص مستقلی باشد که با تولیدکننده یا فروشنده جهت ارائه خدمات کالاهای تولید شده، همکاری می‌کند (Ibid, p.275). ارائه خدمات توسط اشخاص مزبور نیازمند انعقاد قراردادی میان تولیدکنندگان یا فروشندگان با ارائه‌کنندگان خدمات است.^۲ بنابراین ممکن است ارائه خدمات موضوع یک قرارداد فرعی باشد (Ritter, Braun, 2005, p.371).

قرارداد ارائه خدمات پس از فروش میان تولیدکننده یا فروشنده و ارائه‌کنندگان خدمات از این منظر یک قرارداد فرعی محسوب می‌شود که فرع بر عقد بیع است و به‌منظور ارائه خدمات پس از فروش مبیع فروخته شده منعقد شده است. اما این

۱. Subcontract.

۲. ماده ۱ «دستورالعمل ساماندهی فعالیت نمایندگی‌های رسمی شرکت‌های خارجی عرضه کننده کالا و خدمات خارجی در کشور: کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی وارده کننده و عرضه کننده کالا و خدمات خارجی که نسبت به انعقاد قرارداد با شرکت تولید کننده خارجی و یا نمایندگی شرکت‌های مزبور (که اختیار اعطای نمایندگی و یا تعیین عاملین توزیع و فروش و خدمات پس از فروش را دارا می باشند) اقدام نموده اند موظفند، به‌منظور اخذ گواهی فعالیت با ارائه قرارداد فی ما بین با شرکت خارجی و دیگر مدارک لازم به مرکز امور اصناف و بازرگانان وزارت بازرگانی مراجعه نمایند.»

موضوع که قرارداد فرعی چه نوع قراردادی است و چه ارتباطی با قرارداد اصلی دارد، در آتیه تبیین می‌شود.

۳-۱-۱. قرارداد فرعی (وابسته)

قرارداد فرعی (وابسته) به طور مستقل از انتقال کالا یا خدمات انشاء می‌شود اما موضع آن ارتباط مستقیمی با کالای مورد انتقال دارد، بنابراین در تعریف آن آمده است: قراردادی است که یکی از طرفین قرارداد برای انجام قرارداد دیگر یا برای انجام بخشی از همان قرارداد، با شخص ثالث منعقد می‌کند (Garner, 1999, p.325). در تعریف دیگری بیان شده است: عقد فرعی عقدی است که در شرایط انعقاد و نفوذ تابع عقدی دیگر است (کاتوزیان، ۱۳۸۸، ج ۱، ص ۱۰۰).

این عقد ممکن است فی نفسه مستقل باشد که در اثر تراضی به عقدی تبعی تبدیل شده است. براساس وابستگی شرط فعل به عقد می‌شود شرط را به شرط مستقل و وابسته به عقد تقسیم بندی نمود (کاظمی، ۱۳۹۹، ص ۲۵۷) این تقسیم در فقه نیز به صراحت مورد پذیرش قرار گرفته است (اصفهانی، ۱۴۱۸ق، ج ۴، ص ۴۱۹- سبجانی، ۱۴۳۸ق، ص ۱۰۰- طباطبای حکیم، ۱۴۱۵ق، ص ۷۹)، و هدف از این تقسیم مشخص نمودن رابطه یک تعهد فرعی (شرط) با عقد اصلی است. درواقع برخی از شروط موضوعا وابسته به عقد است و در صورتی که موضوع عقد محقق نگردد امکان وفاء به شرط فراهم نمی‌گردد، در مقابل شروط مستقل وجود دارند در این شروط ممکن است موضوع عقد تحقق نیابد اما امکان وفاء به شرط از سوی مشروط‌علیه فراهم - باشد. مانند فردی که اقدام به فروش یک خانه کرده و شرط می‌شود، فروشنده خانه را رنگ کند. در این وضعیت برای ایفاء لازم است خانه مورد فروش وجود داشته و قابلیت تحویل را نیز داشته باشد؛ اما اگر در همین مثال خریدار شرط کند فروشنده خانه دیگری غیر از خانه مورد بیع را رنگ آمیزی کند، انجام رنگ آمیزی ارتباطی به وجود یا امکان تحویل منزل موضوع بیع ندارد.



در عقد فرعی (وابسته) خدمات پس از فروش دقیقاً موضوع همانند شرط فعل وابسته ضمن عقد می‌باشد، چراکه باید قبل از انعقاد قرارداد خدمات پس از فروش کالا از طرف تولید کننده به خریدار فرخته شده باشد سپس طی یک عقد فرعی که مستقل از عقد بیع بوده قرارداد خدمات پس از فروش منعقد شود. موضوع این قرارداد خدمات ارتباط مستقیم با کالای فروخته شده دارد؛ همچون تعمیر، تعویض قطعات یا راه‌اندازی کالای فرخته شده.

شاید بهتر باشد به جای عنوان عقد فرعی که در این خصوص بکار رفته از عنوان عقد وابسته مستقل استفاده شود که هدف طرفین عقد و موضوع عقد را نمایان می‌کند.

۲-۱-۳. ارتباط قرارداد فرعی و قرارداد اصلی

در این خصوص دو فرض متصور است: فرض اول تأثیرات عقد اصلی بر عقد فرعی و فرض دوم تأثیرات عقد فرعی بر عقد اصلی.

فرض اول) تأثیرات عقد اصلی بر عقد فرعی:

در برخی مواقع، قرارداد فرعی به عنوان شرط در ضمن عقد اصلی می‌آید. در این صورت نفوذ آن تابع عقد اصلی است و اگر عقد اصلی منحل شود، شرط نیز از بین می‌رود (کاتوزیان، ۱۳۸۸، ج ۱، ص ۱۰۱)؛ اما قرارداد مربوط به ارائه خدمات پس از فروش در ضمن عقد بیع قرار نمی‌گیرد بلکه قرارداد خدمات به صورت قراردادی جداگانه با ارائه کنندگان خدمات مربوطه منعقد می‌شود. قرارداد مذکور فرع بر عقد بیع بوده و برای ارائه خدمات نسبت به مبیع است، لذا عقدی وابسته محسوب می‌شود؛ همچون پیمان فرعی که بین مقاطعه کار و سفارش دهنده در مقام اجرای قرارداد اصلی منعقد می‌گردد (کاتوزیان، ۱۳۸۸، ج ۱، ص ۱۰۲). بنابراین عقد فرعی در صورتی موضوعیت پیدا می‌کند که عقد اصلی موجود باشد؛ زیرا اگر قراردادی برای فروش کالا نباشد، ارائه خدمات پس از فروش آن نظیر تعمیر یا فروش قطعات یدکی کالا،

سالبه به انتفاء موضوع می‌گردد؛ لذا بطلان یا انتفاء عقد اصلی باعث انتفاء عقد فرعی می‌گردد (بجنوردی، ۱۴۰۱ق.ج.۲، ص ۳۸۵) مگر این که انحلال عقد تبعی و فرعی نیازمند اسباب و تشریفات خاصی باشد (طاهری، ۱۳۷۶، ج ۲، ص ۹۰).

فرض دوم) تأثیرات عقد فرعی بر عقد اصلی.

در خصوص این فرض می‌بایست این امر را تحلیل کرد که عقد فرعی چه تأثیری بر عقد اصلی می‌گذارد؟ به طور مثال در صورت ابطال، انفساخ و یا فسخ عقد فرعی این موضوع باعث انحلال عقد اصلی می‌گردد؟

در خصوص فرض مطروحه دوشق را می‌شود مطرح نمود. شق اول به این شکل قابل تصور است که فروشنده کالا، با خریدار یک عقد مستقل از جهت ارائه خدمات پس از فروش منعقد می‌کند. شق دوم به این صورت قابل فرض است که قرارداد خدمات به وسیله فرد ثالثی به غیر از انتقال دهنده با خریدار در طی یک عقد مستقل منعقد می‌شود. مثلاً فروشنده کالا، تعهد ارائه خدمات نسبت به خریدار نداشته اما تولید کننده کالا با خریدار نهایی اقدام به انعقاد قرارداد خدمات پس از فروش می‌نماید.

مسئله در شق دوم که ارائه خدمات از طریق فرد ثالثی مورد تعهد قرار گرفته چراکه طرف قرارداد اصلی یعنی خریدار، در قرارداد فرعی با ارایه کننده خدمات، رابطه قراردادی ندارد، نمی‌تواند علیه او از بابت نقض، بطلان یا عدم اجرای قرارداد اقدام نماید (Haidar, 2011, p.39)، لذا انحلال قرارداد فرعی هیچ تأثیری در قرارداد اصلی نخواهد داشت.

در فرض شق اول که خود فروشنده اقدام به انعقاد قرارداد فرعی خدمات پس از فروش نموده باید گفت چون ممکن است حالتی را فرض نمود که قرارداد خدمات پس از فروش همزمان^۱ با قرارداد اصلی یا بعد از قرارداد اصلی فروش منعقد شده باشد^۱،

۱. منظور در اینجا همزمانی عرفی است.



لذا می‌بایست به این مطلب توجه کرد که قرارداد فروش از جهت اجرا یک قرارداد مستمر است و یا قراردادی آنی؟

در صورتی که کالا و خدمات مورد فروش آنی بوده و قرارداد خدمات پس از فروش بعد از قرارداد اصلی منعقد شده باشد در این صورت چون این دو عقد از یکدیگر جدا بوده انحلال قرارداد فرعی تأثیری در قرارداد اصلی نخواهد گذاشت؛ اما در صورتی که کالا و خدمات مورد نقل و انتقال در یک فرآیند زمانی می‌بایست مورد نقل و انتقال قرار گیرد و عقدی مستمر بوده، و قرارداد خدمات پس از فروش به صورت همزمان با عقد اصلی منعقد شده، در این حالت قرارداد خدمات پس از فروش در میزان ارزشی که طرفین در عوضین قرارداد اصلی مورد توافق قرار داده‌اند تأثیر گذاشته، لذا تعادل اقتصادی عوضین را برهم می‌زند و این تعادل اقتصادی شرط ضمنی عقد اصلی بوده؛ بنابراین حق خیار تخلف از شرط ضمنی برای خریدار ایجاد می‌گردد.

۲-۳. خدمات پس از فروش به عنوان شرط ضمن عقد

شرط ضمن عقد به معنای التزام به چیزی در نفس عقد است (مظفر، بی‌تا، ج ۲، ص ۱۳۲). این شرط ممکن است به صورت پاره‌ای از تعهدات فرعی در کنار تعهدات اصلی در ضمن عقد درج شود (اسلامی پناه، ۱۳۸۰، ص ۳۴). خدمات پس از فروش نیز به عنوان یکی از شروط ضمن عقد شناخته شده‌اند (Black, Hashimzade and Myles, 2012, p.7). حتی برخی، مبنای فقهی آن را نیز شرط ضمن عقد یا تعهدی مستقل می‌دانند (فتاح زاده، امینی، ۱۳۹۱، ص ۱۳۲).

اگر خدمات پس از فروش به صورت شرط ضمن عقد درج شود، الزام عقد بیع به این شرط تسری نموده و شرط نیز الزام آور می‌گردد. بنابراین تولیدکننده ای که

۱. باید در اینجا عنوان نمود که فرض انعقاد قرارداد خدمات پس از فروش قبل از عقد اصلی نیز متصور است که شاید به ندرت به وقوع بپیوندد اما از لحاظ آثار با فرض همزمانی عرفی شباهت پیدا می‌کند.

مستقیماً به فروش محصولات خود اقدام می‌کند یا فروشنده‌ای که کالاهای تولید شده دیگران را می‌فروشد، مطابق این شرط ضمن عقد لازم الوفاء، ملزم به ارائه خدمات بوده و نمی‌تواند از انجام این شرط استنکاف کند.

لازم است گفته شود منظور از شرط کدام یک از اقسام شرط ضمن عقد می‌باشد. آیا الزاماً خدمات پس از فروش به صورت شرط صریح در ضمن عقد درج می‌گردد؟ یا امکان فرض خدمات پس از فروش به صورت شروط ضمنی عرفی یا شرط بنائی نیز وجود دارد؟ برای پاسخ به اختصار انواع شروط بیان شده است.

۳-۲-۱. شرط صریح

شرط صریح، تعهدی تبعی می‌باشد که در متن عقد بیان می‌گردد؛ هر یک از طرفین موظف هستند مطابق آن رفتار نمایند و مشروط علیه نمی‌تواند از ایفای آن شانه خالی کند. منظور از «تصریح» آن است که شرط به دلالت مطابقی بر مفاد شرط دلالت کند نه به دلالت تضمنی یا التزامی از این رو گاه در عقد بیع، به صورت مکتوب تصریح می‌شود که مبیع دارای خدمات پس از فروش است. در این روش تعهدات هر یک از طرفین عقد مشخص می‌گردد، مثلاً اینکه خدمات پس از فروش تا چه زمانی ارائه می‌شود (Jonnard, 1998, p.100-101)، چه خدماتی ارائه می‌شود یا تعمیر، نگهداری، گاهی نیز ارائه تمام خدمات صراحتاً بیان می‌گردد.

گاهی ارائه خدمات پس از فروش از سوی قانونگذار نیز مورد حکم قرار گرفته است [در ادامه بحث الزام قانونی مبنی بر ارائه خدمات پس از فروش مورد بررسی قرار می‌گیرد]، در این حالت با وجود قانون، درج شرط خدمات تأکید حکم قانون می‌باشد، و یا هدف طرفین از درج این شرط ایجاد الزام به ارائه خدمات پس از فروشی، بیش از تکلیف قانونی است. به طور مثال قانون ارائه خدمات پس از فروش را به مدت یک سال در نظر گرفته اما طرفین با درج شرط ارائه خدمات را به مدت دو سال شرط می‌کنند.



۳-۲-۲. شرط ضمنی

شرط ضمنی در متن عقد ذکر نمی‌شود بلکه طرفین پیش از عقد بر آن توافق می‌کنند و عقد با لحاظ آن منعقد می‌شود، گاه از قراین استنباط می‌شود که عقد بر اساس این شرط بنا شده است و در برخی مواقع نیز شرط ضمنی از سیره عرفی یا اوضاع احوال استنباط می‌گردد (خویی، ۱۴۱۰ق، ج ۲، ص ۴۲). شرط خدمات پس از فروش نیز ممکن است به صورت صریح بیان نگردد بلکه از اوضاع احوال این گونه برآید که فروشنده به اصالت یا به نمایندگی از تولیدکننده، ارائه خدمات را به صورت ضمنی، برای مدتی معین به عهده گرفته است (Ebers, Janseen, Meyer, 2009, p.378).

ممکن است طرفین قبل از عقد بر ارائه خدمات توافق کنند اما این امر در قرارداد درج نشود. دراین صورت شرط ضمنی مذکور، شرط بنائی نامیده می‌شود؛ شرط بنائی ممکن است هرگز ذکر نشود و از اوضاع و احوال و یا سیره عرفی و یا سایر قرائن استنباط گردد (سیمایی صراف، ۱۳۸۰، ص ۳۴). یکی از انواع شروط بنایی که در خدمات پس از فروش بدان استناد می‌شود، تبلیغاتی است که فروشنده انجام می‌دهد و خریدار بر مبنای این تبلیغ‌ها که در ضمن آن به ارائه خدمات اشاره شده، اقدام به خرید کالا نموده و در ضمن خرید، ارائه خدمات پس از فروش را بر مبنای تبلیغات امری مسلم می‌داند.

اگرچه شروط بنائی در عقد ذکر نمی‌شوند اما همچون شرط صریح لازم الوفاء بوده، زیرا این شروط مورد رد شارع قرار نگرفته‌اند و لذا مشمول احکام شروط دیگر می‌گردند (شیرازی، بی‌تا، ج ۱۴، ص ۲۸۵). باتوجه به اطلاق مواد ۲۳۷، ۲۳۸، ۲۳۹ قانون مدنی، تخلف از شرط فعل، خواه صریح و خواه ضمنی، بدو باعث ایجاد حق فسخ برای مشروط له نمی‌گردد بلکه الزام مشروط علیه و یا انجام شرط توسط ثالث به هزینه مشروط علیه، در مراحل قبل از فسخ قرار دارند.

در خصوص اینکه شرط ضمن عقد خدمات پس از فروش از کدام یک از شروط ضمن عقد می‌باشد باید گفت در اینکه شرط صریح ایجاد حق الزام درخصوص

خدمات پس از فروش می‌نماید، شکی نبوده و بهترین روش نیز درج صریح خدمات پس از فروش در متن عقد با بیان مدت و کیفیت خدماتی است که باید ارائه شود. در خصوص شرط بنائی که طرفین قبل از انعقاد قرارداد اصلی اقدام به مذاکره در خصوص نوع و کیفیت خدمات می‌نمایند باتوجه به رویه تجاری، که خدمات پس از فروش از اسباب جذب مشتری می‌باشد شکی باقی نمی‌ماند که فروشنده ملزم به ارائه خدمات پس از فروش است و یا در صورتی که مذاکره به عمل نیامده اما فروشنده اقدام به انجام تبلیغات نموده و در تبلیغات ارائه خدمات پس از فروش را اعلام کرده و خریدار بر مبنای همین تبلیغات و بدون درج شرط صریح اقدام به خریداری کالا نموده است، این الزام برای فروشنده مبنی بر ارائه خدمات پس از فروش وجود دارد. در خصوص شرط ضمنی عرفی مسلماً اگر چنین عرفی با توجه به نوع کالا، مورد شناسایی قرار گیرد حسب مواد ۲۲۰ و ۳۵۶ قانون مدنی این الزام برای فروشنده مبنی بر ارائه خدمات پس از فروش ایجاد می‌گردد.

مسئله مهمی که باید مورد توجه قرار گیرد این است که ارائه خدمات پس از فروش تعهدی مازاد بر تعهد اصلی انتقال موضوع عقد برای فروشنده ایجاد می‌کند و اصل عدم وجود تعهد به ارائه خدمات می‌باشد، لذا در صورت حدوث اختلاف این خریدار است که باید این موضوع را به اثبات برساند.

۳-۲-۳. ماهیت شرط ضمن عقد

مطابق ماده ۲۳۴ ق.م، شروط ضمن عقد به سه قسم صفت، نتیجه و فعل تقسیم می‌شود، باید دید شرط ضمن عقد ارائه خدمات از کدامیک از اقسام شروط مذکور می‌باشد. محققاً خدمات پس از فروش، شرط صفت نمی‌باشد، زیرا شرط صفت «راجعه به کیفیت یا کمیت مورد معامله» است^۱. اما ممکن است میان شرط نتیجه یا فعل بودن تردید شود.

۱. ماده ۲۳۴ قانون مدنی.



به عبارت دیگر آیا خدمات پس از فروش به صورت شرط نتیجه ایجاد می‌گردد که به مجرد عقد اصلی حاصل شود و دیگر جایی برای گفتگو درباره اجرای آن باقی نماند؟ (کاتوزیان، ۱۳۸۵، ص ۳۲۵) و یا این که شرط فعل بوده و نیازمند اقدامی از سوی مشروط علیه است؟

به نظر می‌رسد با توجه به تعریفی که از خدمات پس از فروش و ارائه کنندگان آن بیان گردید، شرط خدمات پس از فروش به معنی ارائه کردن خدمات بوده و نیازمند ارائه کنندگانی است که اقدامات مربوط به این خدمات مانند تعمیر مبیع یا فروش قطعات یدکی را انجام دهد. بنابراین مانند شرط وکیل بودن بایع از سوی مشتری نیست که به مجرد اشتراط حاصل شود (انصاری، ۱۴۱۰، ج ۱۳، ص ۲۰۹) و لذا شرط فعل محسوب می‌شود.

اما اگرچه شرط ضمن عقد بیع لازم الوفاء است، چنانچه مشروط علیه از ارائه خدمات پس از فروش استتکاف نماید و یا این که به سبب بطلان یا فسخ قرارداد اعطای نمایندگی برای ارائه خدمات پس از فروش، انجام این خدمات با صعوبت مواجه شد، مشروط له چه اقدامی می‌تواند انجام دهد؟

برخی معتقدند در صورتی که انجام شرط ضمن عقد ممتنع شود، مشروط له به استناد خيار تعذر شرط، حق فسخ دارد. مانند موردی که در معامله یک زمین، خریدار شرط می‌کند که فروشنده در زمین مزبور ساختمانی بنا نماید ولی پس از انعقاد عقد بیع، شهرداری به موجب مصوبه‌ای، احداث هرگونه بنا در آن منطقه را ممنوع می‌سازد (محقق داماد، ۱۳۸۸، ص ۲۵۰).

در موضوع مورد بحث، این نظر را هنگامی می‌توان پذیرفت که ارائه خدمات به سبب مواردی همچون تحریم قطعات یدکی محصول یا فناوری مربوط به تعمیر آن، در دسترس نباشد و خریدار فسخ قرارداد را به سود خود ببیند؛ اما در صورتی که خریدار از فسخ قرارداد متضرر گردد و فسخ را به صلاح خود نبیند باید همسو با برخی از حقوقدانان قائل شد که در این وضعیت خریدار حق دارد بر مبنای نظریه

ارش شرط (لنگرودی، ۱۳۹۳، ص ۷۶ و ۱۳۸؛ محقق داماد، ۱۳۸۸، ص ۳۵۰؛ عبدی-پور، ۱۳۸۷، ص ۷۸؛ قنواتی، ۱۳۹۹، ص ۷۸) اقدام به مطالبه ارش از بابت عدم ارائه خدمات پس از فروش کند، اما در فروشی مانند استنکاف مشروط علیه از ارائه خدمات، امتناع پیمانکاری که از سوی مشروط علیه موظف به ارائه خدمات گشته یا فسخ و بطلان قرارداد اعطاء نمایندگی در ارائه خدمات، نمی‌توان به خیار تعذر از شرط استناد کرد؛ بلکه در فرض مذکور می‌بایست ابتدا مراحل قانونی مربوط به تخلف از شرط فعل را طی و در نهایت اقدام به فسخ نمود. لذا مطابق ماده ۲۳۷ قانون مدنی، در ابتدا باید مشروط علیه را اجبار به ارائه خدمات نمود و چنانچه اجبار، امکان پذیر نبود ولی ارائه خدمات توسط دیگری ممکن بود ارائه خدمات به خرج مشروط- علیه صورت می‌پذیرد.

۳-۳. رایحه خدمات پس از فروش به عنوان قاعده آمره حاکم بر عقد بیع (الزام قانونی)

در کالاهای سرمایه‌ای، ارائه خدمات پس از فروش یک الزام قانونی است. ماده ۴ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان، کلیه عرضه کنندگان اعم از تولیدکنندگان و واردکنندگان کالاهای سرمایه‌ای را موظف به ارائه خدمات می‌نماید. نمونه کالاهای سرمایه‌ای نیز ماشین آلات صنعتی، مصنوعات الکتریکی، الکترونیکی، صوتی، تصویری، لوازم خانگی و راهسازی است. این الزام شامل شرکتهای خارجی و نمایندگان رسمی آنها نیز می‌شود که به واردات کالاهای سرمایه‌ای می‌پردازند.^۱ حتی

۱. ماده ۳ دستورالعمل ساماندهی فعالیت نمایندگیهای رسمی شرکتهای خارجی عرضه کننده کالا و خدمات خارجی در کشور: «کلیه شرکتهای خارجی و نمایندگی رسمی آنها در جمهوری اسلامی ایران، موضوع ماده یک این دستورالعمل، در صورتیکه مبادرت به واردات کالاهای مصرفی با دوام، سرمایه ای، ماشین آلات صنعتی و غیره مانده لوازم خانگی، تجهیزات پزشکی و... که نیاز به خدمات پس از فروش دارند نمایند، مکلفند متناسب با میزان و گستره توزیع کالاهای خود، خدمات پس از فروش و مراکز مجاز سرویس تعیین نموده و فهرست آن را در اختیار مرکز امور اصناف و بازرگانان و سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان و سازمان بازرگانی استانهای ذیربط قرار دهند.»



این شرکتها موظفند برای تضمین خدمات پس از فروش تعهد بسپارند.^۱ عرضه کنندگان خودرو نیز حسب تبصره ۱ ماده ۳ قانون حمایت از مصرف کنندگان خودرو، موظف به ارائه خدمات پس از فروش و ایجاد شبکه‌ای برای عرضه این خدمات می‌باشند.

این الزام قانونی مختص نظام حقوقی ایران نبوده و در سایر نظام‌های حقوقی نیز، بسته به نوع کالا، ممکن است ارائه خدمات پس از فروش از سوی تولیدکننده و توزیع کننده به موجب قوانین، الزام آور گردد (Feiler, 2000, p.10). اما آیا می‌توان برخلاف این قوانین توافق کرد؟ مثلاً آیا در عقد بیع یک اتومبیل، فروشنده می‌تواند با خریدار توافق نموده و از ارائه خدمات پس از فروش خودداری کند؟

در نظام حقوقی فرانسه این نظر ارائه شده که قوانین آمره بر قرارداد تحمیل می‌شوند و همچون شروط ضمنی عقد هستند (Deirdre, 2011, p.142). در نظام حقوقی ایران برخی از اساتید عنوان نموده‌اند هرگاه شرطی از جابن شرع الزام آور بر توافق طرفین باشد «شروط ضمنی شرعی» و هرگاه به حکم قانون ایجاد شده باشد «شروط ضمنی قانونی» نام دارند (محقق داماد، ۱۳۸۸، ص ۲۸۵-۲۸۶). بنابراین این شروط ضمنی بر قرارداد حاکم هستند، اگرچه تصریحی به آنها نشود (Ibid) و یا حتی طرفین قرارداد صراحتاً بر خلاف آنها توافق نمایند (Morrison, 1996, p.216). اما هنگامی می‌توان نظریات فوق را در ارائه خدمات پس از فروش برای کالاهای سرمایه‌ای قابل پذیرش بدانیم که این گونه قوانین از جمله قوانین آمره محسوب شوند.

به عقیده برخی خریداران کالاهای سرمایه‌ای در موضع ضعف و ناتوانی در حفظ منافع خود نیستند و در امور مالی نیز اصل تکمیلی بودن قوانین حاکم است

۱. ماده ۱۰ همان: «سپردن تعهد شرکت خارجی تولیدی و یا شرکت های طرف قرارداد ایران در متن قرارداد مبنی بر تضمین خدمات پس از فروش و ارائه قطعات یدکی در مورد کالاهای با دوام و سرمایه ای و تجهیزات پزشکی در دوره ضمانت و همچنین دوره خدمات پس از فروش ۱۰ ساله در متن قرارداد الزامی می باشد»

(کاتوزیان، ۱۳۸۴، ص ۱۶۱)، اما با این وجود قوانین مربوط به خدمات پس از فروش کالاهای سرمایه ای، توافق بر خلاف این قوانین را باطل دانسته و برای آن ضمانت اجرا تعیین کرده‌اند. برای مثال ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مقرر می‌کند: «هرنوع توافق مستقیم یا غیرمستقیم بین عرضه‌کننده، واسطه فروش با مصرف‌کننده که به موجب آن تمام یا بخشی از تعهداتی که عرضه‌کننده بر طبق این قانون و یا ضمانتنامه صادره برعهده دارد ساقط نماید یا به عهده واسطه فروش یا هر عنوان دیگری گذارده شود، در برابر مصرف‌کننده باطل و بلااثر می‌باشد.» همچنین تبصره این ماده «انعقاد هر نوع قراردادی که حقوق و تکالیف طرفین قرارداد و مشمولین این قانون در آن رعایت نشود به استناد ماده (۱۰) ق.م و مورد مشابه غیرقانونی و از درجه اعتبار ساقط» میداند. ماده ۴۲ آیین نامه اجرایی قانون حمایت از مصرف‌کنندگان نیز هر گونه توافق مستقیم یا غیر مستقیم بر خلاف این تعهدات را باطل و بلااثر دانسته است.

ماده ۱۹ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تبصره آن، تخلف از مواد این قانون از جمله ارائه خدمات پس از فروش در کالاهای سرمایه‌ای را از موجبات مسئولیت مدنی می‌داند و بیان می‌کند: «عرضه‌کنندگان کالا و خدمات و تولیدکنندگانی که مبادرت به تخلفات موضوع مواد (۳) الی (۸) این قانون نمایند در صورت ورود خسارات ناشی از مصرف همان کالا و خدمات به مصرف‌کنندگان علاوه بر جبران خسارت وارده به جزای نقدی حداکثر معادل دو برابر خسارت وارده محکوم خواهند شد.

تبصره: در صورتی‌که عرضه‌کنندگان کالا و خدمات از ایفاء هر یک از تعهدات خود در قبال خریدار خودداری کرده و یا آن را به صورت ناقص و یا با تأخیر انجام دهند مکلفند علاوه بر انجام تعهد، خسارت وارده را جبران نمایند.»

بنابراین ارائه خدمات پس از فروش در کالاهای سرمایه ای الزامی و قوانین و مقررات مربوط به آن بر اساس تصریح قانونگذار امری است و توافق طرفین برای



عدم ارائه خدمات این کالاها باطل و بلااثر است. در نتیجه حتی اگر ارائه خدمات پس از فروش به دلیل حوادث غیر مترقبه غیر ممکن شود، این تکلیف از بین نمی‌رود بلکه تا رفع حادثه به حالت تعلیق در می‌آید.^۱

بدیهی است اگر تعهدات فروشنده در ارائه خدمات پس از فروش افزایش یابد و این توافق به نفع مصرف کننده باشد صحیح و موثر است و نباید به دلیل آمره بودن قوانین تصور شود افزایش تعهدات فروشنده و یا تولید کننده نیز به دلیل آمره بودن، باطل است.

۴. ماهیت خدمات پس از فروش به عنوان قراردادی فرعی

قراردادی که تولیدکننده یا فروشنده برای ارائه خدمات پس از فروش با یک شرکت خدماتی یا نمایندگی منعقد میکند، با ملاحظه عقد بیع، قراردادی فرعی محسوب می‌شود؛ لیکن این قرارداد فی نفسه قراردادی کامل است و مانند سایر قراردادهای نیازمند شرایط اساسی صحت عقد است.

همچنان که پیش از این نیز بیان شد، تولید کنندگان و فروشندگان کالا در اغلب موارد، ارائه خدمات را به پیمانکاران واگذار می‌کنند و با لحاظ این که اشخاص مذکور، انجام خدمات را بر عهده می‌گیرند، به نظر می‌رسد ماهیت این قرارداد با پیمانکاری همسان باشد. قراردادی که برای ارائه خدمات پس از فروش به عنوان قراردادی فرعی منعقد می‌شود، از انواع قراردادهای خدمت^۲ است (Barendrecht, 2007, p.144)؛ لذا در ادامه در راستای تبیین ماهیت قرارداد ارائه خدمات پس از فروش، قرارداد خدمت و پیمانکاری بررسی می‌گردد.

۱. ماده ۶ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو: «چنانچه انجام تعهدات عرضه‌کننده به دلیل حوادث غیرمترقبه (غیرقابل پیش‌بینی و غیرقابل رفع) ناممکن باشد، این تعهدات به حالت تعلیق درمی‌آید. مدت تعلیق به دوره ضمانت افزوده می‌شود»

۲. Service Contracts.

۴-۱. قرارداد خدمت

ارائه خدمت ممکن است بصورت فرآیندی توصیف شود که در آن یک شخص خدمتی را تدارک می‌بیند و یا تعهدی را براساس نیازها و دستورالعمل دیگری انجام می‌دهد. این فرایند خدمت رسانی ممکن است به ارائه و ساخت یک ساختمان و مالی غیرمنقول و یا ارائه خدمتی غیرمادی بیانجامد (Barendrecht, 2007, 781). لذا قرارداد خدمت، قراردادی است که در آن یک شخص برای انجام کار یا خدمت معینی در مقابل مبلغی معین اجیر می‌شود. این شخص ممکن است یک تاجر، معمار، پزشک و یا یک مشاور حقوقی باشد. در این قرارداد، اجاره کننده در کنترل و نظارت بر خدمتی که انجام می‌شود بسیار محدود است و تفاوت عمده این قرارداد و قرارداد کار در همین موضوع است؛ زیرا در قرارداد کار، کارفرما کنترل زیادی بر اعمال کارگر دارد (Brassil, 2001, p.245).

در ظاهر امر به نظر می‌رسد قرارداد خدمت همان اجاره اشخاص است؛ اما اگر ماهیت قرارداد خدمت اجاره نیز باشد باید عنوان شود ماهیت اجاره اشخاص در نظام حقوقی ایران امری اختلافی است. برخی از حقوقدانان اجاره اشخاص را در حقوق ایران و فقه اسلامی همچنان سایر عقود تملیکی می‌دانند (بیگدلی، ۱۳۹۲، ص ۱۳۷). بر مبنای نظر تملیکی بودن اجاره اشخاص قرارداد خدمت همان اجاره اشخاص مطرح در قانون مدنی نمی‌تواند باشد؛ زیرا همانگونه که در تعریف ملاحظه شد، اجاره اشخاص متفاوت از قرارداد کار می‌باشد و دلیل این تفاوت نیز در میزان سلطه و کنترل کارفرما بر اعمال کارگر می‌باشد؛ لذا باتوجه به اینکه در اجاره اشخاص بر مبنای دیدگاه تملیکی مستأجر سلطه‌ای تام بر اعمال اجیر دارد و در قرارداد خدمت اجاره کننده نظارت محدودی بر اعمال اجیر دارد این موضوع باعث می‌شود قرارداد خدمت مشمول حکم ماده ۱۰ قانون مدنی گردد.



اما برخلاف نظر قبل برخی دیگر به درستی معتقدند، مسلط کردن انسان بر انسانی دیگر منافی حرمت و کرامت است باید اجاره اشخاص را عقدی عهدی دانست و نه تملیکی (محقق داماد، نعمت‌اللهی، ۱۳۸۵، ص ۲۹؛ لنگرودی، ۱۳۹۱، ج ۱، ص ۱۰۰). پذیرش این دیدگاه یعنی عهدی دانستن اجاره اشخاص در قانون مدنی منجر به این موضوع می‌گردد که قرارداد خدمت را معادل اجاره اشخاص، عقدی عهدی بدانیم. در این صورت ایراد قبل نیز مرتفع گردیده و احتیاج به ماده مارالبیان نیز در تحلیل ماهیت قرارداد خدمت نمی‌باشد. اکنون باید دید آیا در حقوق ایران قراردادی با عنوان قرارداد خدمت شناخته شده است؟

عده‌ای قرارداد بیع متقابل را نوعی قرارداد خدمت میدانند؛ البته از نوع قراردادهای خدمات خطر پذیر^۱ (شیروی، ابراهیمی، ۱۳۸۸، ص ۲۴۳). برخی دیگر نیز قرارداد پیمانکاری را نوعی قرارداد خرید خدمات می‌دانند (بنی‌احمد، ۱۳۸۲، ص ۱۰۴). اما در تمام این نظرات از قرارداد خدمت صحبت نشده بلکه به خرید خدمت و در نهایت عقد بیع اشاره شده است. در برخی قوانین نیز صرفاً تعریفی از خود خدمت ارائه شده^۲، لذا میتوان گفت که قرارداد خدمت در نظام حقوقی ما برمبنای یکی از دو تحلیل اجاره اشخاص و یا ماده ۱۰ قانون مدنی قابل شناسایی است.

در نتیجه، اگر قرارداد ارائه خدمات پس از فروش در نظام حقوقی ایران در زمره قرارداد خدمت باشد، در قالب اجاره اشخاص قابل توجیه بوده، لذا می‌توان گفت قرارداد تولید کنندگان و فروشندگان با اشخاص دیگر به‌منظور ارائه خدمات پس از فروش به مشتریان، به نوعی اجاره این اشخاص برای ارائه خدمات مذکور است.

۱. Risk-Service.

۲. بند ۳ ماده ۱ قانون اصلاح موادی از قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و اجراء سیاستهای کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی: «(۳) خدمت: محصول غیر ملموسی که استفاده از آن از فرایند تولید آن قابل تفکیک نیست.»

۲-۴. قرارداد پیمانکاری

براساس ماده ۱۱ قانون مالیات بر درآمد املاک مزروعی: «مقاطعه‌کار به شخصی اطلاق می‌شود که در ضمن عقد قرارداد یا پیمان یا صورت مجلس مناقصه انجام هرگونه عمل و یا فروش کالایی را با شرایط مندرجه در قرارداد یا پیمان یا صورت مجلس مناقصه در قبال مزد یا بها و بمدت معین تعهد نماید.» از سوی حقوقدانان نیز تعاریفی در این زمینه مطرح شده است: «هنگامی که شخص پیشنهاد انجام خدمتی را به عموم می‌کند و بر مبنای آن در برابر شخصی متعهد به اجرای پیشنهاد خود میشود قرارداد مقاطعه کاری است.» (کاتوزیان، ۱۳۸۷، ج ۱، ص ۵۶۳) در تعریف دیگری آمده مقاطعه کاری «تعهد یک شخص به انجام کار به طور مستقل برای شخصی دیگر در برابر عوض معین است.» (خوئسندیان، ۱۳۸۳، ص ۱۳۲). در این تعریف مقاطعه کاری نیز از پیمانکاری تفکیک شده و پیمانکاری، مقاطعه کاری معرفی شده که با اشخاص حقوق عمومی و مؤسسات دولتی منعقد می‌شود (همان). همچنین قرارداد پیمانکاری یا مقاطعه کاری به عنوان کاملترین نوع قراردادهای دولتی معرفی شده است (اعلایی فرد، ۱۳۸۴، ص ۵۸).

لذا با توجه به تعاریف فوق و این که ارائه کنندگان خدمات پس از فروش نیز انجام کار یا خدمتی را در مقابل عوض بر عهده می‌گیرند، به نظر میرسد قرارداد یادشده با پیمانکاری یا مقاطعه کاری سازگار است.

در این که آیا مقاطعه کاری متمایز از پیمانکاری است، پاسخ روشنی نیست و معمولاً این دو مفهوم در یک معنا استعمال می‌شوند. همچنان که در لغت نیز مقاطعه کاری مترادف با پیمانکاری است (معین ۱۳۶۰، ج ۱، ص ۹۶۳). از سوی دیگر شاید بتوان با توجه به شرایط عمومی پیمان، قرارداد پیمانکاری را عقدی مستقل از عقود معین تصور کرد؛ زیرا در این شرایط، قرارداد پیمانکاری به تفصیل بیان شده است. اما رعایت شرایط عمومی پیمان در قراردادهای پیمانکاری به موجب بخشنامه ای صرفاً به دستگاه اجرائی ابلاغ شده و سازمانها و مؤسسات دولتی را موظف به



رعایت آن می‌کند؛ بنابراین به استناد این بخشنامه می‌توان گفت که شرایط عمومی پیمان ویژه پیمانکاری دولتی است و اگر ماهیت ویژه‌ای نیز داشته باشد به پیمانکاری دولتی اختصاص دارد و در مواقعی اجرا می‌شود که کارفرما دولت باشد. بنابراین هنگامی که تولیدکننده کالایی دولت باشد و ارائه خدمات پس از فروش آن را به اشخاص دیگر واگذار نماید، قرارداد میان دولت و ارائه‌کننده خدمات پس از فروش، تابع شرایط عمومی پیمان است.

درباره ماهیت پیمانکاری غیر دولتی نیز برخی از حقوقدانان قرارداد پیمانکاری را نوعی اجاره اشخاص می‌دانند (کاتوزیان، ۱۳۸۷، ج ۱، ص ۵۶۳-لنگرودی، ۱۳۹۱، ج ۵، ص ۱۶۸). برخی دیگر آن را از عقود نامعین و مشمول ماده ۱۰ قانون مدنی قلمداد می‌کنند (خوهرسندیان، ۱۳۹۰، ص ۱۰۸). در مجموع باید گفت اگر پیمانکاری را معادل مقاطعه کاری بدانیم این قرارداد نیز نوعی اجاره اشخاص محسوب می‌شود که در قانون نیز ذکر شده است^۲؛ لذا پیمانکاری در حیطه حقوق عمومی و مقاطعه‌کاری در حیطه حقوق خصوصی و هردو همان اجاره اشخاص است. در قانون مدنی فرانسه قرارداد اجاره خدمت به سه قسم تفکیک شده است: ۱) قرارداد کار یا خدمت ۲) اجاره متصدیان حمل و نقل ۳) مقاطعه کاری.

در نهایت می‌توان نتیجه گرفت که با وجود نظریات مربوط به قرارداد خدمت و پیمانکاری، قرارداد ارائه خدمات پس از فروش که میان تولیدکننده یا فروشنده و ارائه‌کنندگان خدمات منعقد می‌شود، با ماهیت اجاره اشخاص سازگار است؛ زیرا دو قرارداد مذکور (قرارداد خدمت و قرارداد پیمانکاری) نیز ماهیتی جز اجاره اشخاص ندارند.

۱. بخشنامه شماره ۵۴/۸۴۲-۱۰۸۸/۱۰۲ مورخ ۱۳۷۸/۳/۳ موضوع ابلاغ موافقتنامه، شرایط عمومی و شرایط خصوصی پیمانها و مقررات آنها.

۲. ماده ۵۱۳ قانون مدنی: «اقسام عمده اجاره اشخاص از قرار ذیل است: ۱- اجاره‌ی خدمه و کارگران از هر قبیل...»

۵. نتیجه گیری

خدمات پس از فروش شامل خدماتی نظیر تعمیر، نگهداری و فروش قطعات یدکی است. در معنی اعم خدمات پس از فروش، گارانتی و وارانتهی در یک معنی بوده و به آن عنوان ضمانت‌نامه را می‌دهند؛ اما در معنی اخص متفاوت از یکدیگر هستند چراکه خدمات پس از فروش به صورت معمول برای بعد از ایام گارانتی ارائه می‌شود. در صورتی که خدمات پس از فروشی در زمان گارانتی ارائه شود ممکن است تعهدات حاصل از گارانتی با تعهدات حاصل از خدمات پس از فروش تخصصاً متفاوت باشد. مهم‌ترین عاملی که باعث می‌شود گارانتی و خدمات پس از فروش از یکدیگر متفاوت گردند عوضی است که بابت هریک از آنها به صورت جداگانه محاسبه و دریافت می‌شود. خدمات پس از فروش در معنی اخص با وارانتهی نیز متفاوت است؛ زیرا حتی با وجود تعهدات خدمات پس از فروش تعهدات حاصل از وارانتهی ضمنی، منتفی نمی‌گردد و این امر نشان دهنده تفاوت موضوع هریک از تعهدات می‌باشد. خدمات پس از فروش ممکن است از سوی تولید کننده ارائه گردد. ارائه خدمات از سوی تولید کننده ممکن است با انگیزه ایجاد رغبت در خریدار باشد در این صورت چهره‌ای قراردادی داشته، همچنین ممکن است بر مبنای یک الزام قانونی از سوی تولید کننده خدمات ارائه شود. ارائه خدمات پس از فروش از سوی فروشنده نیز ممکن است. در این حالت ارائه خدمات در خصوص کالاهایی داده می‌شود که فاقد هرگونه ارائه خدماتی از سوی تولید کننده بوده است.

تعهد به ارائه خدمات پس از فروش یا طی یک عقد مستقل از عقد بیع (عقد اصلی) و یا طی یک شرط ضمن عقد در ضمن فروش کالا ایجاد می‌گردد. از طرفی الزام قانونگذار در برخی از کالاها (به دلیل اهمیت آن کالا و یا حمایت از خریدار) نیز وجود دارد که در این فرض تولید کننده به حکم قانون مکلف به ارائه خدمات پس از فروش می‌گردد.



در خصوص شرط ضمن عقد ارائه خدمات، این شرط می‌تواند از جمله شروط صریح یا ضمنی باشد. شرط ضمنی ارائه خدمات می‌تواند، بر مبنای اوضاع و احوال، نوع کالا یا عرف کشف گردد. خصوصاً در کالاهایی که عرف خاصی در آن جریان دارد مثل کالاهای پزشکی. شرط بنائی نیز می‌تواند از اسباب ایجاد کننده تعهد ارائه خدمات پس از فروش باشد. مصداق اجل شرط بنائی در زمانی است که تولید کننده اقدام به تبلیغات می‌کند و ارائه خدمات پس از فروش را اعلام می‌نماید و خریدار بر همین مبنا به خرید کالا اقدام می‌کند. ماهیت تمامی شروطی که ایجاد تعهد به ارائه خدمات می‌نمایند از نوع شرط فعل بوده که در صورت استتکاف متعهد از ارائه خدمات خریدار حق دارد الزام متعهد را مطالبه کند.

در بیع کالاهای سرمایه‌ای و یا در مواقعی که ارائه خدمات پس از فروش به حکم قوانینی همچون قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان، الزام آور است طرفین نمی‌توانند خلاف آن توافق نمایند اما می‌توانند ارائه خدماتی بیش از آنچه را که قانون مقرر کرده است مورد توافق قرار دهند.

خدمات پس از فروش، در اساساً از سوی تولیدکننده کالا ارائه می‌شود اما در مواردی تولید کننده ارائه این خدمات را به فروشنده، توزیع کننده، نماینده خود یا به شرکتهای خدماتی دیگر واگذار می‌کند. همچنین فروشنده نیز در اغلب موارد ارائه خدمات را به پیمانکاران می‌سپارد؛ به همین منظور قراردادی میان تولیدکننده یا فروشنده و ارائه کنندگان خدمات پس از فروش منعقد می‌گردد. این قرارداد با لحاظ عقد بیع، قراردادی فرعی و تبعی است؛ زیرا به منظور ارائه خدمات پس از فروش مبیع منعقد می‌گردد و فرع بر بیع کالا است. از منظری دیگر، چنین قراردادی یک قرارداد مستقل و نیازمند شرایط اساسی معاملات است که ماهیت آن با اجاره اشخاص سازگار می‌باشد.

۶. منابع

۱-۶. فارسی

۱. آقای، نادر وهاب، «گارانتی یا وارانته؟»، *ماهنامه خدمات پس از فروش*، شماره ۵، ۱۳۹۲.
۲. اسلامی‌پناه، علی، «تعارض تعهدات اصلی و فرعی در قرارداد»، *فصلنامه دانشکده حقوق و علوم سیاسی*، شماره ۵۲، ۱۳۸۰.
۳. اصغری‌زاده، عزت‌الله؛ بیطرف، احمد؛ اجلی، مهدی، «ارائه یک مدل ترکیبی با استفاده از PROMETHEE فازی و برنامه‌ریزی خطی چند هدفه برای برون سپاری خدمات گارانتی»، *چشم‌انداز مدیریت صنعتی*، شماره ۲، ۱۳۹۰.
۴. اعلایی فرد، محمد علی، «اصول حاکم بر قراردادهای پیمانکاری دولتی»، *عدالت آرا*، شماره ۱، ۱۳۸۴.
۵. بجنوردی، سید محمد بن حسن موسوی، *قواعد فقهیه*، ج ۲، چ ۳، تهران، مؤسسه عروج، ۱۴۰۱ق.
۶. بنی‌احمد، مرتضی، «شرایط نابرابر حقوقی در قراردادهای پیمانکاری و تبعات زیانبار آن»، *مجلس و راهبرد*، شماره ۳۹، ۱۳۸۲.
۷. بیگدلی، عطاءالله، *تفاوت مبانی نظریه تعهدات در دو نظام رومی-ژرمنی و فقه امامیه و آثار آن در حقوق قراردادهای ایران و فرانسه*، رساله دوره دکتری، دانشگاه امام صادق، ۱۳۹۲.
۸. جعفری لنگرودی، محمد جعفر، *مقدمه عمومی علم حقوق*، چ ۹، تهران، کتابخانه گنج دانش، ۱۳۸۳.
۹. جعفری لنگرودی، محمد جعفر، *فلسفه عمومی حقوق بر پایه اصالت عمل تئوری موازنه*، چ ۲، کتابخانه گنج دانش، ۱۳۹۳.
۱۰. جعفری لنگرودی، محمد جعفر، *دائرة المعارف عمومی حقوق (الفارق)*، چ ۲، کتابخانه گنج دانش، ۱۳۹۱.



۱۱. خورسندیان، محمد علی، «تمایز مقاطعه کاری و بیع»، *مدرس علوم انسانی*، شماره ۳۴، ۱۳۸۳.
۱۲. خورسندیان، محمد علی، شنیور، قادر، «ماهیت عقد مرکب در فقه و حقوق موضوعه، *مطالعات فقه و حقوق اسلامی*، سال سوم، شماره ۴، ۱۳۹۰.
۱۳. رحمانیان، عماد، «خدمات پس از فروش و بازاریابی»، *ماهنامه خدمات پس از فروش*، شماره ۷، ۱۳۹۲.
۱۴. زارعی، حمیدرضا، «خدمات پس از فروش، تهدید یا فرصت»، *ماهنامه خدمات پس از فروش*، شماره ۶، ۱۳۹۲.
۱۵. سیمایی صراف، حسین، شرط ضمنی: پژوهشی تطبیقی در فقه قانون مدنی ایران و حقوق خارجی، چ ۱، انتشارات بوستان کتاب قم، ۱۳۸۰.
۱۶. شیروی، عبدالحسین، ابراهیمی، سید نصرالله، ترجمه مجتبی اصغریان، «اکتشاف و توسعه میادین نفتی ایران از طریق قراردادهای بیع متقابل»، *مجله حقوقی بین المللی*، شماره ۴۱، ۱۳۸۸.
۱۷. طاهری، حبیب الله، حقوق مدنی، ج ۲، چ ۲، قم، دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه، ۱۳۷۶.
۱۸. عبدی پور، ابراهیم، ثقفی، علی، «ارش شرط»، *مجله حقوق اسلامی*، سال پنجم، شماره ۱۹، ۱۳۸۷.
۱۹. عبدی پور، ابراهیم، ثقفی، علی، «گارانتی و تضمین کیفیت کالا»، *مجله حقوق اسلامی*، سال دهم، شماره ۳۶، ۱۳۹۲.
۲۰. فتاح زاده، زهرا، امینی، علیرضا، «قلمرو ضمان تولیدکننده ناشی از عیب کالا و نقص اطلاع رسانی در نحوه صحیح مصرف»، *مطالعات فقه و حقوق اسلامی*، سال چهارم، شماره ۱۳۹۱، ۶.

۲۱. قنواتی، جلیل، الماسی، نجادعلی، بهروزی‌زاد، حمیدرضا، «مفهوم و مبنای نظریه عمومی ارش در قراردادها با تأکید بر تحلیل اقتصادی آن با مطالعه تطبیقی»، نشریه آموزه‌های فقه مدنی، دوره دوازدهم شماره ۲۱، ۱۳۹۹.
۲۲. کاتوزیان، ناصر، مسئولیت ناشی از عیب تولید، چاپ دوم، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۴.
۲۳. کاتوزیان، ناصر، مقدمه علم حقوق، چاپ چهل و چهارم، تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۸۴.
۲۴. کاتوزیان، ناصر، اعمال حقوقی، چاپ یازدهم، تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۸۵.
۲۵. کاتوزیان، ناصر، حقوق مدنی، عقود معین، ج ۱، چ ۱۰، تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۸۷.
۲۶. کاتوزیان، ناصر، حقوق مدنی نظریه عمومی تعهدات، چ ۲، تهران، انتشارات میزان، ۱۳۸۲.
۲۷. کاتوزیان، ناصر، قواعد عمومی قراردادها، ج ۱، چ ۸، تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۸۸.
۲۸. کاظمی، محمود، تقی‌زاده، ابراهیم، احمی بیاضی، علی، «شرط مستقل از عقد؛ مطالعه تطبیقی در فقه اسلامی و حقوق فرانسه بر مبنای اصلاحات قانون مدنی»، نشریه مطالعات حقوق تطبیقی، دوره ۱۱، شماره ۱، ۱۳۹۹.
۲۹. محقق داماد، سید مصطفی، نظریه عمومی شروط و التزامات در حقوق اسلامی، چ ۱، تهران، مرکز نشر علوم اسلامی، ۱۳۸۸.
۳۰. محقق داماد، سید مصطفی، ساعتچی، علی، «مفهومی و ارانتی در حقوق قراردادها با رویکرد تطبیقی»، مجله مطالعات حقوق تطبیقی، دوره هشتم، ۱۳۹۶.
۳۱. محمدی، پژمان، شنیور، قادر، «بررسی ابعاد حقوقی گارانتی»، مجله حقوق خصوصی، دوره ۱۰، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۲.



۳۲. معین، محمد، فرهنگ فارسی، ج ۴، چاپ چهارم، تهران، مؤسسه انتشارات امیر کبیر، ۱۳۶۰.
۳۳. معین، علی شایسته، بررسی و مطالعه تأثیر خدمات پس از فروش بر میزان رضایت مشتریان در شرکت مزدا یدک (گروه صنعتی بهمن)، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۲.
۳۴. نعمت اللهی، اسماعیل، محقق داماد، سید مصطفی، «عهدی یا تملیکی بودن اجاره اشخاص»، نامه مفید، شماره ۵۸، ۱۳۸۵.
۳۵. هاشمی، سیما، اخبار و گزارشها: گزارشی درباره بازاریابی، ارتباط با مشتریان و خدمات پس از فروش، تدبیر، شماره ۳۴، ۱۳۷۲.

ب) عربی

۳۶. اصفهانی، محمدحسین، حاشیه کتاب المکاسب، ج ۴ و ۵، چ ۱، قم: انتشارات ذوی القربی، ۱۴۲۷ق.
۳۷. خوانساری، سید احمد بن یوسف، جامع المدارک فی شرح مختصر النافع، ج ۳، چ ۲، قم، مؤسسه اسماعیلیان، ۱۴۰۵ق.
۳۸. خویی، سید ابوالقاسم موسوی، منهاج الصالحین، ج ۲، چ ۲۸، قم، نشر مدینه العلم، ۱۴۱۰ق.
۳۹. دزفولی انصاری، مرتضی بن محمد امین، کتاب المکاسب (المحشی)، ج ۱۳، چ ۳، قم، مؤسسه مطبوعاتی دارالکتاب، ۱۴۱۰ق.
۴۰. سبحانی، جعفر، أحكام المضاربه فی ثوبها الجديد، قم: مؤسسه الإمام الصادق (ع)، ۱۴۲۸ق.
۴۱. شیرازی، سید محمد حسینی، إيصال الطالب إلى المکاسب، ج ۱۴، چ ۱، تهران، منشورات اعلمی، بی تا.
۴۲. طباطبای حکیم، سید محمد سعید، منهاج الصالحین، ج ۲، بیروت دارالصفوة، ۱۴۱۵ق.

۴۳. مظفر، محمدرضا، حاشیه‌المظفر علی‌المکاسب، ج ۲، چاپ اول، قم، نشر حبیب، بی-تا

۶-۲. انگلیسی

44. Barendrecht, Maurits, Principles of European Law, Selleir. European Law Publ, 2007.
45. Bidgoli, Hossein, the Handbook of Technology Management, Vol.2, United States of America, John Wiley&Sons, 2010.
46. Black, John; Hashimzade, Nigar and Gareth Myles, Oxford Dictionary of Economics, United Kingdom, Oxford University Press, 2012.
47. Blischke, Wallace, Product Warranty Handbook, NewYork, CRC Press, 1996.
48. Brassil, Belinda and Dimity, Excel HSC Legal Studies, Pascal Press, 2001.
49. Deirdre, Madden, Medical Law in Ireland, Kluwer Law International, 2011.
50. Ebers, Martin; Janssen, André; Meyer, Olaf, European Perspectives on producers' Liability, Munich, European Law Publishers, 2009.
51. Feiler, Gil, the Middle East in the New Millennium: Economic Development& Business Law, Canada, Kluwer Law International, 2000.
52. Garner, Brayan A., Black's Law Dictionary, 7thed, West Group, 1999.
53. Haidar, Ali D., Global Claims in Construction, London, Springer, 2011.
54. Institute, Tmcasser,, Hague-Zagreb.Essays2, Sijthoff International Publishing Company, 1978.
55. Jain, Ashok, Principles of Marketing, New Delhi, FK Publications, 2009-10.
56. Jonnard,Claud , International Business and Trade Theory,Practice,and Policy,CRC Press, 1998.
57. Lawry, Paul B.; Watson, Ronald R., the E-Business Handbook,CRC Press, 2002.



58. Martin, Elizabet; A Dictionary of Law, Oxford University press, Oxford, 2003.
59. Morrison, Alan B., Fundamentals of American Law, Oxford University Press, 1996.
60. Ritter, Lennart; Braun, W. David, European Competition Law: A Practitioners' Guide, 3rded, Kluwer Law International, 2005.
61. Seliet, Hala, Business, 1ed, Heinemann, 2000.
62. Usa Int'L Business Publications, Bangladesh Insolvency (Bankruptcy) Laws and Regulations Handbook, Int'L Business Publications, 2013.
63. Vashisht, Kujnish, a Practical Approach to Marketing Management, New Delhi, Atlantic Publishers, 2005.
64. Wiewiorowska-Domagalska, Aneta, Consumer Sales Guarantees in the European Union, Walter de Gruyter, 2013.