

تضمین امنیت حقوقی در خرید و فروش خودرو در بسترهای آنلاین

علی همایون^۱، نجمه دارنجانی شیرازی^۲

۱- کارشناسی رشته حقوق، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران

۲- پژوهشگر دوره دکتری حقوق خصوصی، واحد یاسوج، دانشگاه آزاد اسلامی، یاسوج، ایران. (مدرس دانشگاه آزاد).

چکیده :

گسترش روزافزون پلتفرم‌های آنلاین خرید و فروش خودرو، الگوی سنتی معاملات را دستخوش تحول کرده و پرسش‌های بنیادینی درباره امنیت حقوقی این نوع مبادلات پدید آورده است. هدف این پژوهش، بررسی جامع چالش‌ها و الزامات حقوقی مرتبط با تضمین امنیت حقوقی در معاملات اینترنتی خودرو است؛ به گونه‌ای که بتواند علاوه بر تحلیل مبانی نظری و قانونی، راهکارهایی کاربردی برای کاهش ریسک‌های ناشی از انتقال مالکیت، احراز هویت، مسئولیت مدنی فروشنده و نقش پلتفرم‌ها ارائه دهد. روش پژوهش، تحلیلی-توصیفی بوده و با استفاده از مطالعه اسنادی، بررسی مبانی فقهی و تحلیل تطبیقی یافته‌های پژوهشگران حوزه حقوق فناوری، تجارت الکترونیک، مسئولیت مدنی و حمایت از مصرف‌کننده انجام شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مهم‌ترین خلأ امنیتی در معاملات آنلاین خودرو، تعارض میان الزامات ثبت رسمی مالکیت و ماهیت غیررسمی قراردادهای الکترونیکی است که موجب شکل‌گیری «مالکیت تعهدی» به جای «مالکیت عینی قطعی» شده و خریدار را در معرض ریسک‌های متعدد قرار می‌دهد. همچنین مشخص شد که اعتبار و کالت‌نامه‌های دیجیتال و ضعف زیرساخت‌های احراز هویت الکترونیکی، یکی از عوامل اصلی بروز کلاهبرداری و منازعات پس از معامله است. یافته‌ها بیانگر این است که در حوزه مسئولیت مدنی، فروشنده همچنان مسئول عیوب پنهان خودرو است، اما در معاملات اینترنتی به دلیل محدودیت معاینه حضوری، بار اثبات عیب و مسئولیت ناشی از اطلاعات ناقص، سنگین‌تر و پیچیده‌تر می‌شود. نقش پلتفرم‌های واسطه نیز فراتر از یک بستر اطلاع‌رسانی صرف ارزیابی شده و یافته‌ها نشان می‌دهد که این پلتفرم‌ها در برابر داده‌های نادرست، احراز هویت ناکافی و تسهیل کلاهبرداری می‌توانند مسئولیت مدنی مستقیم یا مشارکتی داشته باشند. نتیجه‌گیری این پژوهش بیانگر آن است که تضمین امنیت حقوقی در معاملات آنلاین خودرو تنها با یک رویکرد چندلایه شامل: اصلاح قوانین ثبت رسمی، توسعه امضای دیجیتال معتبر، ارتقای استانداردهای فنی پلتفرم‌ها، و تقویت حمایت‌های قانونی از مصرف‌کننده امکان‌پذیر خواهد بود؛ در غیر این صورت، معاملات آنلاین خودرو همچنان با ناهمخوانی‌های حقوقی و ریسک‌های جدی مواجه خواهد بود و تحقق امنیت کامل امکان‌پذیر نمی‌شود.

واژگان کلیدی: امنیت حقوقی، بیع الکترونیک، مسئولیت مدنی، خودرو، پلتفرم‌های آنلاین

. مقدمه و بیان مسئله

گسترش شتابان فناوری اطلاعات و نفوذ اینترنت اشیا و خدمات دیجیتال در تار و پود زندگی روزمره، انقلابی بنیادین در شیوه انجام معاملات تجاری، به ویژه در بازارهای کالاهای سرمایه‌ای نظیر خودرو، ایجاد نموده است؛ بازارهایی که به دلیل ارزش اقتصادی بالا و اهمیت اجتماعی مالکیت وسایل نقلیه، همواره نیازمند بالاترین سطح از تضمینات و امنیت حقوقی بوده‌اند (وطنی و همکاران، ۱۴۰۲).

ظهور پلتفرم‌های واسطه آنلاین خرید و فروش خودرو، اگرچه کارایی بازار را به شکل چشمگیری افزایش داده و دسترسی به اطلاعات و گزینه‌های متنوع را تسهیل کرده است، اما در همان حال، ماهیت فیزیکی و ماهیت تنظیم اسناد حقوقی مالکیت خودرو را با چالش‌های بی‌سابقه‌ای مواجه ساخته است که امنیت حقوقی طرفین معامله را در معرض خطر قرار می‌دهد. در معاملات سنتی، فرآیند انتقال مالکیت معمولاً با حضور طرفین در مراجع رسمی و تحت نظارت مستقیم متصدیان ثبت اسناد صورت می‌گرفت و اعتبار حقوقی انتقال از طریق مستندسازی رسمی تضمین می‌شد؛ اما در محیط آنلاین، این فرآیند اغلب به یک توافق الکترونیکی و مبادله داده‌ها تقلیل یافته است که اعتبار آن در برابر نظام حقوقی سنتی و نهادهای حاکمیتی، محل تردیدهای جدی است و همین تردید، بنیان اعتماد در این معاملات را متزلزل می‌سازد (نوروزی و همکاران، ۱۴۰۰). نگرانی اصلی نه در خود فرآیند مذاکره و توافق اولیه که در مرحله پس از آن، یعنی احراز اصالت متعاملین، اصالت خودرو، و به رسمیت شناختن سند مالکیت الکترونیکی یا توافقات حاصله، متمرکز است؛ چرا که در صورت بروز اختلاف، اثبات وقوع قرارداد، محتوای دقیق آن، و همچنین صلاحیت قانونی طرفین در بستر دیجیتال بسیار دشوارتر از فضای مادی است و حقوقدانان بر این عقیده‌اند که هر نوع تراکنش اقتصادی که فاقد پشتوانه قوی حقوقی و قابلیت استناد در مراجع قضایی باشد، به طور ذاتی با ریسک بالا همراه است و این ریسک در معاملات خودرو که غالباً با موضوعات تعهد به انتقال سند رسمی گره خورده است، اهمیت مضاعفی پیدا می‌کند.

رشد انفجاری این پلتفرم‌ها، که اغلب خود را صرفاً واسطه معرفی می‌کنند و تلاش دارند از پذیرش مسئولیت‌های سنگین ناشی از ماهیت قرارداد اصلی شانه خالی کنند، نیازمند یک بازنگری سیستمی در تعاریف ما از «معامله» و «ثبت رسمی» در عصر دیجیتال است. نیاز به توسعه و تقویت مکانیزم‌های احراز هویت قوی دیجیتال که بتواند جایگزین حضور فیزیکی و تطبیق چهره و امضا گردد، به یک ضرورت فوری تبدیل شده است تا اطمینان حاصل شود که طرف قرارداد، همان شخصی است که ادعا می‌کند؛ در غیر این صورت، ریسک جعل هویت و سوءاستفاده از اطلاعات شخصی به شدت افزایش می‌یابد و این امر نه تنها حقوق مالی طرفین، بلکه امنیت عمومی را نیز به خطر می‌اندازد. یکی از محوری‌ترین مسائل در این حوزه، اعتبار اسناد الکترونیک و نقش آن‌ها در جانشینی اسناد کاغذی مالکیت است؛ در حالی که قانون تجارت الکترونیکی تلاش‌هایی در جهت پذیرش اسناد الکترونیکی انجام داده است، اما در مورد سند مالکیت خودرو که تابع قوانین خاص ثبت و نقل و انتقال است، هنوز شفافیت لازم وجود ندارد و ابهام بر سر اینکه آیا یک رسید یا قرارداد الکترونیکی می‌تواند به عنوان سند انتقال مالکیت در برابر نیروی انتظامی و سایر نهادهای دولتی تلقی شود، سایه افکنده است (نخجوانی و یاقوتی، ۱۴۰۴).

چنانچه ابهامات مربوط به اعتبار اسناد الکترونیک در معاملات خودرو حل نشود، هرگونه معامله آنلاین، هر چقدر هم که کامل و مفصل تنظیم شده باشد، ممکن است در آخر به یک «قرارداد تعهد به انتقال سند» تبدیل شود که فاقد اثر مباشر در انتقال مالکیت حقوقی است و این امر، طرف خریدار را در معرض خطرات متعددی از جمله توقیف خودرو، فروش مجدد توسط مالک رسمی ثبت

شده، یا مشکلات بیمه‌ای قرار می‌دهد که این وضعیت، عملاً ماهیت امنیتی معامله آنلاین را زیر سؤال می‌برد. تحلیلی که در این بخش ارائه می‌شود، نشان می‌دهد که امنیت حقوقی در این حوزه نه صرفاً یک مسأله فنی یا قراردادی، بلکه یک مسأله ساختاری و حکومتی است که نیازمند هماهنگی میان قوانین تجارت الکترونیک، قوانین راهنمایی و رانندگی و نظام ثبتی کشور است تا چالش‌های اعتماد میان خریدار و فروشنده از طریق یک چارچوب حقوقی مستحکم مرتفع گردد و بدون تحقق این امنیت، جذابیت و ماندگاری پلتفرم‌های آنلاین در حوزه معاملات خودروی کارکرده یا صفر، که پیچیدگی‌های حقوقی بیشتری دارند، تضمین نخواهد شد.

۲. چارچوب حقوقی

یکی از ریشه‌ای‌ترین موانع حقوقی در تضمین امنیت معاملات خودرو، که در بستر آنلاین تشدید یافته است، تعارض بنیادین میان دو روش انتقال مالکیت است: روش سنتی مبتنی بر ثبت رسمی در مراجع دولتی و روش نوین مبتنی بر توافقات دیجیتالی که غالباً به صورت غیررسمی و صرفاً کاغذی یا الکترونیکی منعقد می‌گردند. در نظام حقوقی ایران، انتقال مالکیت خودرو، به عنوان یک مال منقول ثبت شده، تابع مقررات ویژه‌ای است که ثبت سند رسمی را شرط اساسی صحت و نفوذ انتقال در برابر اشخاص ثالث و دولت می‌داند، امری که ریشه در لزوم حفظ نظم عمومی و تسهیل نظارت دولت بر تردد و مالکیت وسایل نقلیه دارد.

این الزام قانونی، که در رویه‌های ثبتی نهادینه شده است، به وضوح بر هرگونه سند عادی یا توافق صرف، حتی اگر به صورت الکترونیکی و با امضای دیجیتال معتبر تنظیم شده باشد، اولویت دارد و این تلاقی حقوقی، جایی است که ماهیت غیرمکانمند معاملات آنلاین با ساختار متمرکز نظامات ثبتی برخورد می‌کند. در معاملات آنلاین، به دلیل سهولت و سرعت، طرفین اغلب توافق می‌کنند که تنها بر اساس یک مبایعه‌نامه اینترنتی و تبادل پیام‌ها، معامله را قطعی کنند و انتقال رسمی سند را به آینده‌ای نامعلوم موکول نمایند یا آن را به عنوان یک تعهد ثانوی در نظر بگیرند، که این رویکرد، به وضوح با قواعد آمره مربوط به ثبت معاملات خودرو در تعارض است و امنیت حقوقی خریدار را به شدت تهدید می‌نماید (ملکوتی، ۱۴۰۰).

بر اساس اصول کلی حقوق قراردادهای، اگرچه توافق اراده طرفین اساس اعتبار قرارداد است، اما در مورد اموالی که قانون برای انتقال آن‌ها شکل خاصی را مقرر نموده است، رعایت آن شکل، شرط صحت یا در برابر اشخاص ثالث تلقی می‌شود؛ در مورد خودرو، رویه قضایی و مقررات راهنمایی و رانندگی به شدت بر لزوم ثبت در دفاتر اسناد رسمی یا مراکز پلیس راهور تأکید دارند و این امر باعث می‌شود که مالکیت در فضای مجازی، صرفاً «مالکیت تعهدی» باشد نه «مالکیت عینی» ناقل در برابر همه. این معضل، به ویژه زمانی خود را نشان می‌دهد که فروشنده پس از دریافت ثمن معامله آنلاین، از تکمیل فرآیند رسمی انتقال سند سر باز زند یا خودرو را به چندین نفر دیگر نیز بفروشد؛ در چنین حالتی، خریدار آنلاین که صرفاً بر سند عادی یا الکترونیکی استناد می‌کند، در برابر خریدار رسمی، از موضع ضعف قرار گرفته و حق مالکیت خود را از دست می‌دهد، امری که در نتیجه تحلیل‌های حقوقی مانند آنچه جان‌محمدی و حسینی (۱۴۰۳) در مورد اهمیت سند رسمی در تملیک در نظام حقوقی ایران مطرح کرده‌اند، قابل توضیح است. چالش دیگر مربوط به ماهیت اسناد الکترونیکی در این زمینه است؛ در حالی که قانون تجارت الکترونیکی (ماده ۱۲) اعتبار اسناد الکترونیکی را پذیرفته است، اما این اعتبار در برابر قواعد خاص ثبتی خودرو مصونیت ندارد و باید مشخص شود که آیا صرف «امضای

دیجیتال» می‌تواند جایگزین امضای سنتی در دفاتر دولتی شود و آیا مراجع ثبتی موظف به پذیرش چنین امضایی برای انتقال مالکیت هستند یا خیر.

فقدان یک راهکار عملی و یکپارچه برای ادغام امضای الکترونیک در فرآیندهای سنتی ثبت، باعث شده است که معاملات آنلاین در نقطه انتقال مالکیت رسمی، دچار گسست شوند و طرفین مجبور به بازگشت به رویه‌های کاغذی شوند که این خود، فلسفه «آنلاین بودن» معامله را زیر سؤال می‌برد و اعتماد را از بین می‌برد. تلاش‌هایی برای ایجاد دفاتر اسناد رسمی الکترونیک یا سیستم‌های هوشمند ثبت بر پایه بلاکچین صورت گرفته است، اما این اقدامات هنوز در مراحل آزمایشی یا محدود هستند و تا زمانی که یک سازوکار ملی و الزام‌آور برای پذیرش کامل اسناد الکترونیکی در فرآیند انتقال مالکیت خودرو ایجاد نشود، تعارض میان ثبت رسمی و توافق آنلاین همچنان پابرجاست و این عدم انسجام، امنیت حقوقی را مخدوش می‌سازد و معضلات متعددی را در زمینه مسئولیت‌های مالیاتی، بیمه‌ای و کیفری ناشی از مالکیت ایجاد می‌کند، زیرا نهادهای دولتی، صرفاً مالک ثبت‌شده در سیستم‌های رسمی خود را به رسمیت می‌شناسند (مقدم و همکاران، ۱۳۹۷). بنابراین، حل این معضل، نه تنها نیازمند اصلاحات تقنینی است بلکه مستلزم یک همسویی عملی میان وزارت راهور، سازمان ثبت اسناد و کانون‌های سردفتری با زیرساخت‌های تجارت الکترونیک است تا بتوان چارچوبی تعریف کرد که در آن، توافق الکترونیکی، به عنوان یک مرحله معتبر و قابل استناد در فرآیند ثبت رسمی تلقی شود و نه رقیبی برای آن. این ضرورت آشکار می‌سازد که بدون ادغام این دو چارچوب، معاملات آنلاین خودرو، هرچند سریع و کارآمد، همواره در سایه تهدید بی‌اعتباری حقوقی باقی خواهند ماند و خریداران در معرض بزرگترین ریسک یعنی فقدان مالکیت قطعی قرار خواهند گرفت، امری که نیازمند نگاهی جامع به مباحث مربوط به اعتبار اسناد است که در بخش‌های آتی به آن پرداخته خواهد شد.



شکل ۱. نمودار مفهومی «تضمین امنیت حقوقی در معاملات آنلاین خودرو» که ارتباط میان پلتفرم‌های آنلاین، احراز هویت دیجیتال، فرایندهای الکترونیکی معامله، تعارض ثبت رسمی و مسئولیت فروشنده در افشای وضعیت خودرو را نمایش می‌دهد.

شکل ۱ نمایشی جامع و نظام‌مند از فرایند تحقق امنیت حقوقی در معاملات خرید و فروش خودرو در بسترهای آنلاین را ترسیم می‌کند و تلاش دارد زنجیره‌ای از عناصر بنیادین را که در صحت، اعتبار و نفوذ حقوقی این نوع معاملات نقش‌آفرین هستند، به صورت شفاف و مرحله‌بندی شده نشان دهد. این نمودار با قرار دادن «پلتفرم‌های آنلاین» در نقطه آغاز، بیان می‌کند که زیربنای هر معامله اینترنتی، بستر فنی و حقوقی‌ای است که امکان تعامل امن میان طرفین را فراهم می‌سازد. از این رو، نخستین پیوند مفهومی در شکل بر «احراز هویت دیجیتال» تأکید دارد؛ زیرا بدون شناسایی معتبر اشخاص، هرگونه تعهد حقوقی متزلزل و آسیب‌پذیر خواهد بود. این بخش از نمودار نشان می‌دهد که احراز هویت نه تنها یک نیاز فنی بلکه یک الزام حقوقی است که از بروز معاملات صوری، جعل هویت و سوءاستفاده‌های احتمالی جلوگیری می‌کند و زمینه اعتماد متقابل را شکل می‌دهد. در ادامه، نمودار فرآیند انتقال داده‌ها و اطلاعات شناسایی را به مرحله «معامله الکترونیک» هدایت می‌کند؛ جایی که طرفین با استفاده از ابزارهای الکترونیکی (مانند امضای دیجیتال، وکالت‌نامه‌های الکترونیک و درگاه‌های تأیید اصالت) اقدام به ایجاد تعهدات قراردادی می‌کنند. قرار گرفتن این عنصر در مرکز نمودار نشان‌دهنده نقش محوری آن در پیوند میان پیش‌نیازهای فنی-حقوقی و مراحل بعدی معامله است. از سوی دیگر، مسیر موازی‌ای که به «تعارض ثبت رسمی» منتهی می‌شود، یادآور یکی از چالش‌های بنیادین معاملات خودرو در ایران است؛ یعنی این که حتی در صورت وقوع توافق صحیح و قانونی میان طرفین، فرایند ثبت نهایی سند در نظام ثبت رسمی ممکن است با موانع، تأخیرها یا اختلافات مواجه شود. نمودار با برجسته‌سازی این بخش نشان می‌دهد که شکاف میان معامله الکترونیکی و ثبت رسمی می‌تواند منشأ اختلافات متعدد، از جمله ادعای بی‌اعتباری معامله، فروش مال غیر یا ایجاد تعهدات هم‌پوشان باشد. بخش دیگر نمودار، «مسئولیت‌های فروشنده» و به‌ویژه «الزام به افشای وضعیت خودرو» را به صورت گره مفهومی مجزا ارائه کرده و آن را به جریان اصلی فرآیند متصل کرده است. این بخش نشان می‌دهد که مسئولیت فروشنده در معاملات آنلاین نه تنها کاهش نمی‌یابد، بلکه به دلیل نبود امکان مشاهده حضوری و ارزیابی فنی مستقیم خودرو، حتی افزایش می‌یابد. بنابراین، فروشنده مکلف است کلیه عیوب، تعمیرات، سابقه تصادف، مشکلات فنی و وضعیت اسناد خودرو را به طور کامل و شفاف اعلام کند. نمودار این موضوع را با یک مسیر اختصاصی نمایش می‌دهد تا روشن شود که افشا نکردن اطلاعات می‌تواند موجب مسئولیت مدنی، فسخ قرارداد یا مطالبه ارجش گردد. در مجموع، شکل ۱ به عنوان یک نقشه مفهومی جامع، نشان می‌دهد که امنیت حقوقی در معاملات آنلاین خودرو حاصل هم‌نشینی چند مؤلفه به هم پیوسته است: زیرساخت فنی مطمئن، احراز هویت معتبر، ابزارهای حقوقی الکترونیکی، ارتباط شفاف میان ثبت رسمی و معامله خصوصی، و نهایتاً پایبندی فروشنده به مسئولیت‌های قانونی. این دیالگرام با ترسیم روابط علی و ترتیبی میان این عناصر، تبیینی روشن و کاربردی ارائه می‌دهد که چگونه فقدان یا ضعف هر بخش می‌تواند کل فرایند را با اختلال مواجه سازد و بالعکس، تقویت هر جزء چگونه در ارتقای امنیت حقوقی و کاهش دعاوی مؤثر است.

۳. اعتبار وکالت‌نامه‌های دیجیتال، چالش‌های احراز هویت، مسئولیت‌ها و آثار حقوقی

یکی از شریان‌های حیاتی در تسهیل معاملات خودرو، چه سنتی و چه آنلاین، استفاده گسترده از وکالت‌نامه‌های رسمی برای تفویض اختیار انتقال سند یا انجام مراحل اداری است؛ در معاملات آنلاین، این نیاز به شکلی تشدید می‌شود که طرفین اغلب از امکان حضور فیزیکی همزمان برخوردار نیستند و لذا اتکا به وکالت‌نامه‌های الکترونیکی یا وکالت‌هایی که بر پایه توافقات پلتفرم تنظیم می‌شوند، اهمیت فزاینده‌ای می‌یابد، اما این امر مستقیماً با چالش‌های بنیادین احراز هویت و اعتبار حقوقی وکالت در فضای دیجیتال گره خورده است (قناتی و همکاران، ۱۴۰۴). وکالت‌نامه سنتی، اعتبار خود را از طریق حضور موکل در دفترخانه و احراز هویت توسط سردفتر که ضامن اصالت امضا و اراده است، کسب می‌کند؛ در حالی که در فضای مجازی، جایگزین کردن این سطح از اطمینان با ابزارهای دیجیتال، نیازمند زیرساخت‌های احراز هویت بیومتریک یا الکترونیکی قوی و قابل اعتماد است که در حال حاضر، به صورت فراگیر برای عموم کاربران عملیاتی نشده است. اگر وکالت‌نامه‌ای صرفاً از طریق یک امضای الکترونیکی ساده یا تأیید پیامکی صادر شود، اعتبار آن در مواجهه با ادعای انکار یا جعل توسط موکل، در مراجع قضایی با چالش‌های جدی مواجه خواهد شد و این امر، ریسک حقوقی مربوط به فروش خودرو توسط وکیل غیرمجاز را به شدت بالا می‌برد، چرا که اگر وکیل به ناحق اقدام به انتقال مالکیت نماید، اثبات بطلان آن به دلیل عدم اصالت وکالت الکترونیکی دشوار خواهد بود (قلی‌نیا و مشهدی‌زاده، ۱۴۰۱).

مسئله احراز هویت در این بستر، یک مسأله امنیتی و حقوقی مضاعف است؛ نه تنها باید هویت شخص اعطاکننده وکالت تأیید شود، بلکه باید اطمینان حاصل گردد که قدرت تصمیم‌گیری و اراده او، تحت تأثیر عوامل خارجی یا سوءاستفاده‌های سایبری قرار نگرفته است؛ این امر مستلزم استفاده از فناوری‌هایی نظیر گواهی‌های دیجیتال سطح بالا (مانند آنچه در برخی نظام‌های بانکی استفاده می‌شود) است که بتوانند سطح بالایی از اطمینان را در مورد هویت صادرکننده فراهم آورند، اما پیاده‌سازی عمومی این سیستم‌ها برای معاملات روزمره خودرو نیازمند سرمایه‌گذاری عظیم و تغییرات قانونی است. وکالت‌نامه‌های دیجیتال، به ویژه آن‌هایی که توسط پلتفرم‌های آنلاین واسطه ارائه می‌شوند، اغلب ماهیتی شبیه به قراردادهای الحاقی دارند و حدود اختیارات موکل در آن‌ها به شدت محدود و گاهی مبهم است و این ابهام، در مورد حدود اختیارات وکیل برای انجام تعهدات تکمیلی نظیر دریافت کامل ثمن یا پرداخت هزینه‌های انتقال، موجب بروز اختلافات می‌شود. مسئولیت حقوقی در صورت بروز خطا یا تخلف توسط وکیل نیز پیچیده‌تر می‌شود؛ آیا مسئولیت بر عهده موکل است، صرف‌نظر از اینکه در زمان صدور وکالت، فرآیند کاملاً آنلاین بوده است، یا پلتفرم واسطه که امکانات صدور وکالت را فراهم نموده است، به دلیل قصور در احراز هویت یا تضمین امنیت سیستم، مسئولیت مدنی مشترکی دارد؟

این پرسش، نیازمند تفکیک میان «ارائه‌دهنده خدمات امضای الکترونیک» و «تسهیل‌گر معامله» است که مباحثی را در ادامه در مورد مسئولیت پلتفرم‌ها مطرح می‌سازد؛ به عنوان مثال، اگر یک سامانه هوشمند وکالت، به دلیل یک نقص امنیتی، کلید خصوصی موکل را افشا نماید، مسئولیت متوجه ارائه‌دهنده آن سامانه خواهد بود و این امر، مستلزم چارچوب‌های فنی دقیقی است که فراتر از تعاریف سنتی وکالت، به امنیت سایبری نیز می‌پردازد. دیدگاه‌های حقوقی مانند آنچه از سوی حبیب‌زاده و طاهر (۱۳۹۳) در مورد اهمیت اراده و نمایندگی در حقوق قراردادهای مطرح شده، نشان می‌دهد که اگرچه اراده می‌تواند به صورت الکترونیکی ابراز شود، اما نظم عمومی و حمایت از طرفین ایجاب می‌کند که مکانیسم‌های کنترلی قوی‌تری برای نمایندگی‌ها در فضای مجازی وجود داشته باشد تا اطمینان حاصل شود که اختیارات تفویض‌شده، فراتر از حدود قراردادی یا قانونی مورد سوءاستفاده قرار نمی‌گیرد و آثار حقوقی ناشی از عمل وکیل، به درستی و با اطمینان کامل به موکل قابل انتساب باشد؛ در غیر این صورت، هرچند معاملات سریع‌تر

انجام می‌شوند، اما پایه و اساس حقوقی آن‌ها سست باقی خواهد ماند و این امر، اعتبار کل فرآیند خرید و فروش آنلاین خودرو را به شدت کاهش می‌دهد و اعتماد عمومی را تضعیف می‌کند.

۴. مسئولیت فروشنده نسبت به عیوب پنهان، تحلیل تطبیقی

یکی از پرمناقشه‌ترین حوزه‌ها در معاملات خودروهای کارکرده، چه سنتی و چه آنلاین، بحث عیوب مخفی یا مستتر (عیوبی که به سادگی در زمان بازدید و معامله قابل کشف نیستند) و مسئولیت فروشنده در قبال آن‌ها است. در معاملات آنلاین، این مشکل به دلیل محدودیت شدید در معاینه فیزیکی خودرو توسط خریدار پیش از انعقاد قرارداد، به یک چالش جدی تبدیل شده است (ابهری و میری، ۱۳۹۱)؛ در حالی که در روش سنتی، خریدار فرصت داشت تا با کارشناس معتمد خود، خودرو را به طور کامل بررسی کند، در معاملات اینترنتی، خریدار اغلب مجبور است بر اساس تصاویر، فیلم‌ها و توضیحات ارائه‌شده توسط فروشنده، که ممکن است مغرضانه یا ناقص باشند، تصمیم بگیرد و این امر، ریسک مواجهه با عیوب پنهان را پس از تحویل، به شدت افزایش می‌دهد.

مسئولیت فروشنده در قبال عیوب پنهان، در فقه و حقوق مدنی ما ریشه در قاعده «ضمان عیب» دارد و اگر عیبی که در زمان عقد وجود داشته و موجب کاهش ارزش مبیع شده، مخفی مانده باشد، مشتری حق فسخ یا مطالبه ارش (تفاوت ارزش سالم و معیوب) را خواهد داشت، مشروط بر اینکه این عیب پس از تحویل و در مدتی معقول ظاهر شده باشد. اما در فضای آنلاین، مسئله زمان کشف و همچنین اثبات زمان وقوع عیب، پیچیده‌تر می‌شود؛ آیا اگر خریدار پس از یک هفته استفاده از خودرو، عیبی پنهان در سیستم انتقال قدرت کشف کند، همچنان می‌تواند فروشنده آنلاین را مسئول بداند، در حالی که فروشنده ادعا می‌کند که عیب مذکور پس از تحویل و در اثر نحوه رانندگی خریدار حادث شده است؟ این موضوع مستلزم تحلیل دقیق ماهیت توافق و شروط قرارداد الکترونیکی است. اگر فروشنده در پلتفرم آنلاین، با صراحت کامل، وضعیت خودرو را «سالم» اعلام کرده باشد و کارشناسی انجام نشده باشد، این اظهارنظر مثبت می‌تواند به عنوان «تعهد به صفت» تلقی شود و در صورت کشف عیب، مسئولیت فروشنده را تقویت کند، مشابه آنچه در تحلیل‌های حقوقی مبتنی بر نظریات نوین قراردادی و لزوم اعلام صادقانه اطلاعات مطرح می‌شود (صحرائیان و زارع، ۱۳۹۸).

از سوی دیگر، تحلیل تطبیقی نشان می‌دهد که در نظام‌های حقوقی پیشرفته که معاملات الکترونیکی در آن‌ها رایج است، اغلب مقررات حمایت از مصرف‌کننده، به صورت پیش‌فرض، فروشنده را برای مدت زمان مشخصی نسبت به عیوب پنهان مسئول می‌داند، حتی اگر در قرارداد تصریح نشده باشد، زیرا فرض بر این است که خریدار آنلاین توانایی بازرسی کامل را نداشته است. در حقوق ایران، اگر فروشنده «تجاری» باشد (مانند نمایشگاه‌ها که از پلتفرم استفاده می‌کنند)، مسئولیت او سنگین‌تر است و در صورت معامله آنلاین، این نقش تجاری باید به دقت تفکیک شود، چرا که بسیاری از فروشندگان فردی هستند که صرفاً از پلتفرم به عنوان ابزار تبلیغاتی استفاده می‌کنند.

نظریاتی مانند آنچه توسط شاکری و نورعلی (۱۴۰۰) در مورد لزوم تفسیر قراردادها به نفع طرف ضعیف‌تر (خریدار آنلاین) در فضای مجازی مطرح شده، ایجاب می‌کند که هرگونه ابهام در مورد وجود عیب، به ضرر فروشنده‌ای تفسیر شود که توانایی ارائه مستندات فنی کامل هنگام ثبت آگهی را نداشته است. علاوه بر این، مسئولیت پلتفرم در این میان مطرح می‌شود؛ اگر پلتفرم امکان ارائه گزارش

کارشناسی رسمی را فراهم نکرده باشد و صرفاً به انتشار آگهی فروشنده بسنده کرده باشد، آیا می‌تواند به دلیل قصور در ارائه ابزارهای کافی برای کشف عیب، به مسئولیت مشترک در جبران ارش یا فسخ قرارداد محکوم شود؟ این مسأله نیازمند شفاف‌سازی دقیق نقش پلتفرم در قرارداد اصلی و قرارداد واسطه است. سرانجام، امنیت حقوقی خریدار در برابر عیوب پنهان، تنها با گنجاندن شروط حمایتی شفاف در متن قرارداد الکترونیکی و الزام فروشنندگان به ارائه گواهی‌های فنی پیش از انتشار آگهی، قابل تأمین است، به نحوی که اثبات عدم وجود عیب، به عهده فروشنده باشد؛ در غیر این صورت، ماهیت پنهان بودن عیوب، باعث می‌شود که معاملات آنلاین خودرو، از نظر ضمانت‌های عیب، از معاملات سنتی به مراتب ریسکی‌تر تلقی شوند و این امر، به طور مستقیم اعتماد خریداران به این سامانه‌ها را هدف قرار می‌دهد و مانع از بلوغ این بازار خواهد شد.

۵. نقش پلتفرم‌های آنلاین و مسئولیت مدنی آن‌ها نسبت به اطلاعات، محتوا و کلاهبرداری

با تبدیل شدن پلتفرم‌های آنلاین واسطه به دروازه اصلی ورود خریداران و فروشنندگان خودرو، پرسش محوری در زمینه امنیت حقوقی این معاملات، حول محور نقش و میزان مسئولیت مدنی خود این واسطه‌ها می‌چرخد؛ آیا پلتفرم صرفاً یک «میز شفاف» است که صرفاً اطلاعات را نمایش می‌دهد یا یک «طرف فعال» در قرارداد است که باید نسبت به صحت اطلاعات و امنیت تراکنش‌ها تضمین‌هایی ارائه دهد؟ در حقوق تجارت الکترونیک، تمایز مهمی میان ارائه‌دهندگان خدمات میزبانی (Host) و ارائه‌دهندگان خدمات دسترسی (Access Provider) با ارائه‌دهندگان محتوایی وجود دارد، اما در مورد پلتفرم‌های واسطه معاملات، این مرزها به دلیل دخالت فعال آن‌ها در فرآیند قیمت‌گذاری، اعتبارسنجی اولیه و مدیریت پرداخت، غالباً مخدوش شده و مسئولیت آن‌ها را تشدید می‌کند (شاکری، ۱۴۰۰).

مسئولیت اصلی پلتفرم‌ها ناشی از دو حوزه است: اول، مسئولیت در قبال محتوا و اطلاعات ارائه‌شده در آگهی‌ها، و دوم، مسئولیت در قبال وقوع کلاهبرداری و امنیت مالی کاربران در فرآیند پرداخت یا تبادل اطلاعات هویتی. در حوزه محتوا، اگر فروشنده‌ای اطلاعات نادرستی درباره وضعیت فنی خودرو، تاریخچه تصادفات یا اصالت سند منتشر کند و پلتفرم با وجود علم یا امکان اطلاع (از طریق مکانیسم‌های نظارتی ساده)، اقدامی برای حذف یا اصلاح محتوا انجام ندهد، این امر می‌تواند به عنوان «تسهیل‌گری در ارائه‌ی اطلاعات گمراه‌کننده» تلقی شده و پلتفرم را در برابر خریدار متضرر، مسئول بداند؛ به ویژه زمانی که پلتفرم ادعای اعتبارسنجی اولیه بر اساس مدارک دریافتی را مطرح می‌کند.

دیدگاه‌های حقوقی مانند آنچه توسط وطنی و زمانیان و سلطان‌احمدی (۱۴۰۲) در تحلیل مسئولیت ارائه‌دهندگان خدمات الکترونیکی مطرح شده، تأکید دارد که هرچه دخالت پلتفرم در فرآیند تولید یا تأیید محتوا بیشتر باشد، دامنه مسئولیت او گسترده‌تر خواهد بود و در بازار خودرو که دقت اطلاعات حیاتی است، صرف اکتفا به سلب مسئولیت کلی، کفایت نخواهد کرد. در زمینه کلاهبرداری، که شامل فیشینگ، پول‌شویی یا فروش خودروهای سرقتی از طریق پلتفرم است، مسئولیت پلتفرم زمانی شکل می‌گیرد که نتواند تدابیر امنیتی لازم برای جلوگیری از نفوذ مجرمان را فراهم سازد. این تدابیر شامل احراز هویت قوی فروشنندگان، استفاده از پروتکل‌های امن پرداخت (مانند سپرده‌گذاری Escrow تا زمان انتقال قطعی سند) و نظارت بر تراکنش‌های مشکوک است. اگر پلتفرم از یک

سیستم پرداخت داخلی استفاده کند و در فرآیند انتقال وجه، به دلیل نقص سیستمی منجر به ضایع شدن سرمایه خریدار شود، مسئولیت قراردادی مستقیمی متوجه او خواهد بود.

چالش کلیدی در این زمینه، ماهیت «نظارت‌پذیر» یا «غیرنظارت‌پذیر» بودن فعالیت پلتفرم است (پیشنماز و همکاران، ۱۴۰۲)؛ اگر پلتفرم ابزارهای لازم برای جلوگیری از درج آگهی‌های جعلی را فراهم کند (مثلاً الزام به بارگذاری اسناد مالکیت پیش از انتشار)، اما فروشنده با جعل اسناد، فرآیند را دور بزند، مسئولیت کاهش می‌یابد؛ اما اگر پلتفرم صرفاً بر اساس اظهارنامه شفاهی فروشنده عمل کند، مسئولیتش سنگین‌تر است. نیاز به چارچوبی قانونی احساس می‌شود که تعریف واضحی از «وظیفه مراقبت» (Duty of Care) پلتفرم در برابر کاربران خود در معاملات با ارزش بالا مانند خودرو ارائه دهد؛ این وظیفه باید فراتر از حذف صرف محتوای غیرقانونی، شامل پیشگیری فعال از کلاهبرداری از طریق الزامات فنی برای احراز هویت و امنیت تراکنش باشد (رضوی و دائمی، ۱۴۰۳). همانطور که نوروزی و مینا و ربانی‌موسویان (۱۴۰۰) تأکید کرده‌اند، شفافیت در شرایط استفاده در مورد حدود مسئولیت پلتفرم، اگر برخلاف قواعد آمره حمایت از مصرف‌کننده باشد، قابل اعمال نیست و دولت باید تدابیری بیندیشد تا پلتفرم‌ها را وادار به پذیرش سطحی از مسئولیت در قبال تسهیل معاملات فاسد نماید، زیرا بدون این تضمین‌ها، اعتماد عمومی به این بازار آنلاین از بین خواهد رفت و ماهیت امنیتی این معاملات به کلی زیر سؤال خواهد رفت.

۶. حدود و ثغور حمایت از مصرف‌کننده در معاملات آنلاین

حمایت از مصرف‌کننده در معاملات خودرو، به ویژه در بستر آنلاین، به دلیل ماهیت پیچیده فنی خودرو و عدم توازن اطلاعاتی میان خریدار و فروشنده، از اهمیت حیاتی برخوردار است و این حمایت‌ها باید به گونه‌ای طراحی شوند که با ویژگی‌های خاص قراردادهای الکترونیکی و حجم عظیم داده‌های تولیدشده در این معاملات سازگار باشند. در معاملات آنلاین، اغلب قراردادهای به صورت «قراردادهای الحاقی استاندارد» (Standard Form Contracts) ارائه می‌شوند که شرایط آن توسط پلتفرم یا فروشنده تعیین شده و مصرف‌کننده فرصت اندکی برای مذاکره و تغییر مفاد دارد؛ این ساختار ذاتاً مصرف‌کننده را در معرض خطر قرار می‌دهد و قوانین حمایت از مصرف‌کننده، به ویژه در مورد شرایط نامتعارف و شروط غیرمنصفانه، بر این گونه قراردادهای اعمال می‌شود (خوشنامی، ۱۴۰۳).

اگر شروط پلتفرم، حق فسخ خریدار را به شدت محدود کند یا مسئولیت فروشنده را به طور کامل سلب نماید، این شروط به دلیل مغایرت با نظم عمومی حمایت از مصرف‌کننده، باطل تلقی خواهند شد؛ این اصل، برگرفته از لزوم حفظ تعادل قراردادی است که حتی در فضای دیجیتال نیز باید رعایت شود، همانطور که قلی‌نیا و مشهدی‌زاده (۱۴۰۱) در تحلیل قواعد حمایتی حقوق مصرف‌کننده به آن اشاره کرده‌اند. یکی از جنبه‌های نوین حمایت از مصرف‌کننده، تأثیر داده‌ها و استفاده از آن‌ها برای تصمیم‌گیری است؛ پلتفرم‌ها حجم عظیمی از داده‌های مربوط به قیمت‌گذاری، سوابق فروش، رضایت کاربران و حتی داده‌های مربوط به نحوه کارکرد خودروهای مشابه را در اختیار دارند، که این داده‌ها می‌توانند برای مصرف‌کننده پنهان بمانند و منجر به تصمیم‌گیری غیربهبینه شوند. به عنوان مثال، اگر الگوریتم‌های قیمت‌گذاری پلتفرم به گونه‌ای طراحی شده باشند که قیمت‌های منصفانه را برای فروشندگان خاصی دستکاری کنند، این امر مصداق تبعیض در قیمت‌گذاری و نقض اصل شفافیت است که مستلزم نظارت نهادهای حمایتی است. همچنین، داده‌های مربوط به «سلامت خودرو» باید به صورت ساختاریافته و قابل مقایسه به خریدار ارائه شود؛ صرف یک توصیف متنی از

وضعیت فنی کافی نیست، بلکه ارائه نمودارهای داده‌ای مربوط به سوابق تعمیرات، میزان کارکرد واقعی (که باید با سوابق مراکز مجاز کنترل شود) و تست‌های نرم‌افزاری، به عنوان بخشی از الزامات حمایت از مصرف‌کننده تلقی می‌شود.

این امر مستلزم آن است که داده‌ها نه تنها جمع‌آوری شوند، بلکه به درستی تفسیر و ارائه گردند و این وظیفه می‌تواند بخشی از مسئولیت محتوایی پلتفرم باشد. علاوه بر این، مسئله «حق بازگشت» (Right of Withdrawal) در معاملات آنلاین، که در مورد کالاهای مصرفی عادی پذیرفته شده است، در مورد خودرو به دلیل ماهیت خاص ثبت مالکیت و پیچیدگی‌های اداری، محل تردید است؛ اگرچه ممکن است خریدار حق فسخ قرارداد اولیه (مبايعه‌نامه الکترونیکی) را داشته باشد، اما این حق باید به سرعت و با در نظر گرفتن هزینه‌های اداری و کاهش ارزش خودرو پس از تحویل، اعمال شود و پلتفرم‌ها باید سازوکاری شفاف برای این بازگشت تعریف کنند. مقدم و الماسی و نجادعلی و اخلاقی (۱۳۹۷) در تحلیل حقوق مصرف‌کننده در قراردادهای الکترونیکی، بر لزوم تضمین دسترسی مصرف‌کننده به اطلاعات حیاتی پیش از انعقاد قرارداد تأکید کرده‌اند؛ در مورد خودرو، این اطلاعات شامل سوابق بیمه‌ای، سوابق تصادفات ساختاری (شاسی)، و اصالت شماره‌های حک شده است که تأمین این داده‌ها باید از سوی پلتفرم تسهیل گردد. در نهایت، اگر حمایت‌های قانونی نتوانند خلاءهای ناشی از عدم امکان معاینه فیزیکی و عدم شفافیت داده‌ها را پوشش دهند، مصرف‌کننده آنلاین در برابر فروشندگانی که از اطلاعات فنی و سیستمی برتری دارند، همواره در موضع ضعف باقی خواهد ماند و این ضعف، هدف نهایی از تضمین امنیت حقوقی معاملات آنلاین را ناکام می‌سازد؛ بنابراین، تنظیم مقررات حمایتی باید با نگاهی فنی به داده‌محور بودن این بازار تدوین گردد.

۷. تحلیل فقهی و حقوقی امنیت حقوقی در محیط دیجیتال

امنیت حقوقی در معاملات آنلاین خودرو، علاوه بر مباحث صرفاً شکلی و رویه‌های اداری، نیازمند استناد به مبانی نظری و مشروعیت فقهی است تا از منظر شرعی نیز اطمینان خاطر برای طرفین معامله فراهم آید و اعتبار قرارداد الکترونیکی در نظام حقوقی مبتنی بر فقه امامیه تثبیت شود (حبیب‌زاده، ۱۳۹۳). از منظر فقهی، رکن اساسی در صحت معاملات، تحقق «ایجاب» و «قبول» است که مصداق «تراضی» یا توافق اراده طرفین تلقی می‌شود، امری که در فقه سنتی به صراحت لزوم تلفظ یا کتابت سنتی را شرط نکرده و صرف تحقق اراده را کافی دانسته است؛ از این رو، اگر ایجاب و قبول به صورت الکترونیکی و با ابزارهای مدرن مانند ایمیل یا پلتفرم‌های آنلاین صورت گیرد، مشروط بر آنکه تحقق قصد و رضایت طرفین به طور قطعی احراز شود، از نظر صحت اصلی قرارداد، ایرادی متوجه آن نخواهد بود.

این دیدگاه، که بر مبنای اصول کلی صحت معاملات بنا شده است، با مفاد قانون تجارت الکترونیکی ایران نیز همخوانی دارد که اعتبار اسناد و قراردادهای الکترونیکی را پذیرفته است، اما چالش اصلی، فراتر از صحت اصل قرارداد، به «نفوذ» و «قابلیت استناد» آن در برابر اشخاص ثالث و نظام‌های دولتی باز می‌گردد که به دلیل ماهیت خاص ثبت خودرو، مورد تأکید فقهی و حقوقی است. در فقه، عقد بیع در مورد اموال منقول، با تسلیم مبیع و قبض مشتری، به طور کامل منعقد می‌شود، اما در مورد خودرو که یک مال مسجل دارای سند ثبت است، «نظام حقوقی» (که مبتنی بر قواعد حکومتی است) دخالت کرده و انتقال رسمی را شرط نفوذ در برابر دولت می‌داند. این تعارض، نیاز به تبیین نقش «قاعده احاله» یا «تنظیم حاکمیتی» در قراردادهای خاص را مطرح می‌سازد.

جایی که فقه اصلی معامله را صحیح می‌داند، اما نظم عمومی حکومت، تحقق اثرات مالکیت کامل (مانند امکان استفاده قانونی و تردد) را منوط به رعایت تشریفات دولتی (ثبت رسمی) می‌نماید. تحلیل فقهی معاملات دیجیتال، همانند آنچه در مباحث مربوط به معاملات مبتنی بر داده‌ها مطرح شده، بر لزوم وجود «عقد ضمان» برای حفظ امنیت اطلاعات تأکید دارد؛ یعنی اگر پلتفرم یا فروشنده در ارائه داده‌های صحیح کوتاهی کند، مسئولیت مدنی یا ضمانت شرعی در برابر خریدار متضرر متوجه او خواهد بود. علاوه بر این، در تحلیل فقهی امنیت حقوقی، مسأله «غرر» (ابهام یا جهل خطرناک) اهمیت پیدا می‌کند؛ در معاملات آنلاین خودرو، غرر زمانی شدت می‌یابد که امکان بازرسی کامل وجود ندارد و خریدار بر اساس اطلاعات محدود تصمیم می‌گیرد (جان‌محمدی و همکاران، ۱۴۰۳).

در چنین مواردی، فقه حکم به خیار غبن یا خیار تبعض صفقه می‌دهد، اما برای پیشگیری، لازم است که فروشنده تعهدات صریحی در مورد سلامت خودرو (به ویژه در مورد عیوب پنهان که در بخش چهارم به آن پرداخته شد) ارائه دهد تا غرر کاهش یابد. قناتی و حبیب‌زاده و طاهر و رضایی‌جوزانی (۱۴۰۴) در بررسی فقهی قراردادهای الکترونیکی، تأکید دارند که اعتبار قراردادهای الکترونیکی منوط به انطباق کامل با شرایط صحت عقود سنتی از نظر قصد و رضا است، اما در زمینه اموال ثبت‌شده، رعایت قیود نظارتی حاکم بر تنظیم اسناد رسمی، برای انتقال کامل اثرات حقوقی ضروری است و عدم رعایت آن، موجب نقص در اثر مالکیت در برابر حاکم و مراجع دولتی می‌شود. بنابراین، امنیت حقوقی در محیط دیجیتال، مستلزم یک همگرایی میان پذیرش فقهی امکان قرارداد الکترونیکی و الزام به تبعیت از مقررات آمره حاکمیتی در خصوص نقل و انتقال اموال ثبت‌شده است. این تلفیق، امنیت را از منظر شرعی (صحت قرارداد) و از منظر عرفی/دولتی (قابلیت استناد سند) تضمین می‌کند و بدون این هم‌افزایی، معامله هرچند صحیحاً منعقد شده باشد، از نظر کارکردی ناقص باقی خواهد ماند.

۸. نتیجه‌گیری

توسعه معاملات خودرو در بستر پلتفرم‌های آنلاین، روندی است که از نظر اقتصادی و اجتماعی اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد، اما امنیت حقوقی آن هنوز به بلوغ کامل نرسیده است و مجموعه‌ای از چالش‌های ساختاری، فنی و قانونی را به همراه دارد که نیازمند راهکارهای جامع و چندوجهی است. همانطور که در طول این مقاله به تفصیل مورد بررسی قرار گرفت، اصلی‌ترین خلأ امنیتی در این حوزه، تضاد بنیادین میان الزامات ثبت رسمی مالکیت خودرو در نظام حقوقی سنتی و ماهیت غیررسمی و سریع توافقات الکترونیکی است؛ تا زمانی که سازوکاری یکپارچه برای پذیرش اعتبار اسناد و وکالت‌نامه‌های الکترونیکی در فرآیند انتقال مالکیت در دفاتر اسناد رسمی و راهور ایجاد نشود، معاملات آنلاین خودرو در بالاترین سطح حقوقی خود (یعنی انتقال مالکیت قطعی) همواره متزلزل باقی خواهند ماند و ریسک مالکیت تعهدی، خریداران را تهدید می‌کند. مسئله احراز هویت دیجیتال، به عنوان سنگ بنای هر تراکنش امن در فضای مجازی، نیازمند ارتقاء به سطوح بالاتر از تأیید هویت است که بتواند جایگزین اطمینان حاصل از حضور فیزیکی شود و این امر باید شامل احراز هویت قوی برای امضای وکالت‌نامه‌های دیجیتال نیز گردد تا از سوءاستفاده‌های آتی جلوگیری شود.

در زمینه مسئولیت‌ها، مشخص شد که پلتفرم‌های واسطه، به دلیل ماهیت دخیل خود در تسهیل و گاهی تضمین اطلاعات، نمی‌توانند به سادگی از مسئولیت مدنی شانه خالی کنند؛ به ویژه در قبال کلاهبرداری‌ها و انتشار اطلاعات گمراه‌کننده که خریدار به دلیل محدودیت‌های فیزیکی، توانایی راستی‌آزمایی آن را ندارد. بنابراین، یک چارچوب نظارتی دقیق باید «وظیفه مراقبت» پلتفرم را در قبال صحت اطلاعات و امنیت مالی تراکنش‌ها تعریف کند و این امر باید شامل الزامات سخت‌گیرانه‌تر برای فروشندگان تجاری باشد.

مسئله مهم دیگر، تعهدات فروشنده نسبت به عیوب پنهان خودرو است؛ فقدان امکان معاینه فیزیکی، بار اثبات عدم وجود عیب را به طور مضاعف بر دوش فروشنده و پلتفرم‌هایی که فرآیند معاینه تخصصی را فراهم نمی‌کنند، می‌اندازد. قانون‌گذاری باید تفسیر قراردادهای آنلاین را به گونه‌ای هدایت کند که شروط حمایتی قوی‌تری برای مصرف‌کننده در نظر گرفته شود و ابهامات در مورد سلامت خودرو به ضرر فروشنده تفسیر گردد. در آخر، حمایت از مصرف‌کننده در معاملات خودرو آنلاین نباید محدود به قواعد عمومی تجارت الکترونیک باشد؛ بلکه باید با در نظر گرفتن پیچیدگی فنی خودرو و ماهیت داده‌محور بودن این بازار، شامل الزام به ارائه داده‌های ساختاریافته و شفاف در مورد وضعیت فنی خودرو باشد تا تصمیم‌گیری مبتنی بر اطلاعات کافی و غیرتبعیض‌آمیز صورت پذیرد. همچنین، تحلیل فقهی نشان داد که در حالی که صحت اصل معامله الکترونیکی پذیرفته است، اما تحقق تمام آثار حقوقی آن مستلزم انطباق با نظامات آمره حاکمیتی در خصوص ثبت اموال است.



شکل ۲. الگوی جامع «تضمین‌های حقوقی در فروش آنلاین خودرو»؛ شامل لایه ارزیابی ریسک، لایه انطباق حقوقی، لایه تمامیت معامله و لایه پیامدها که مسیر حرکت از شناسایی مخاطرات تا تحقق امنیت حقوقی، کاهش دعاوی و ارتقای اعتماد را نشان می‌دهد.

شکل ۲ الگوی جامع «تضمین‌های حقوقی در فروش آنلاین خودرو» را در قالب یک ساختار چندلایه و سلسله‌مراتبی ارائه می‌کند که هدف آن، جمع‌بندی نظام‌مند یافته‌های مقاله و نشان دادن این نکته است که امنیت حقوقی در معاملات اینترنتی خودرو حاصل برهم‌کنش ساده و منفرد یک یا دو متغیر نیست، بلکه برآیند هماهنگی چند لایه به‌هم‌پیوسته است.

در نخستین سطح، «لایه ارزیابی ریسک» قرار دارد که دربرگیرنده عناصری همچون کشف تقلب، احراز هویت و کنترل اصالت قرارداد است. در این بخش، الگو نشان می‌دهد که هر فرایند خرید و فروش آنلاین خودرو باید از نقطه‌ای آغاز شود که در آن، سیستم پلتفرم و طرفین معامله نسبت به شناسایی انواع مخاطرات احتمالی حساس و هوشیار باشند. کشف تقلب، ناظر بر شناسایی حساب‌های جعلی، آگهی‌های صوری و استفاده غیرمجاز از هویت دیگران است؛ در حالی که «احراز هویت» بر تأیید

واقعی بودن فروشنده و خریدار و اتصال هویت دیجیتال آنها به هویت واقعی تاکید می‌کند. «کنترل اصالت قرارداد» نیز اشاره دارد به این که ابزارهای دیجیتال مانند امضاهای الکترونیک، لاگ‌های سیستمی و کدهای پیگیری، باید امکان تمییز قرارداد واقعی و معتبر را از قراردادهای جعلی یا دست‌کاری شده فراهم سازند.

در گام بعد، شکل ۲ «لایه انطباق حقوقی» را به تصویر می‌کشد که در آن، عناصر کلیدی مانند اعتبار و کالت‌نامه‌های دیجیتال، تعارض میان ثبت رسمی و معامله آنلاین و قواعد حمایت از مصرف‌کننده لحاظ شده‌اند. این لایه نشان می‌دهد که حتی پس از مدیریت نسبی ریسک‌های اولیه، تا زمانی که ابزارهای مورد استفاده در معامله (مانند وکالت‌نامه‌های الکترونیکی برای تعویض پلاک یا انتقال سند) با الزامات حقوقی و مقررات موجود منطبق نباشند، امنیت حقوقی تحقق کامل نخواهد یافت. از سوی دیگر، الگو با گنجانیدن «تعارض میان ثبت رسمی و معامله آنلاین» تأکید می‌کند که به‌رغم شکل‌گیری رضای طرفین و توافق بر ثمن و مبیع در بستر دیجیتال، ثبت نهایی انتقال مالکیت در دفاتر اسناد رسمی یا سیستم‌های ثبتی کشور همچنان نقش تعیین‌کننده و گاه مناقشه‌برانگیز دارد. در کنار این موارد، «قواعد حمایت از مصرف‌کننده» نشان می‌دهد که نظام حقوقی ناگزیر است برای جبران عدم توازن اطلاعاتی میان فروشنده و خریدار، به‌ویژه در فضای آنلاین، تضمین‌هایی را در قالب حق انصراف، حق آگاهی، و مسئولیت تشدیدشده فروشنده پیش‌بینی کند.

سومین سطح، «لایه تمامیت معامله» است که به جنبه‌های درونی و محتوایی قرارداد الکترونیکی می‌پردازد. در این قسمت، الگو عناصری چون «تکلیف افشای اطلاعات از سوی فروشنده»، «مسئولیت بابت عیوب پنهان» و «کانال‌های ایمن پرداخت» را در کنار یکدیگر قرار می‌دهد. تکلیف افشای اطلاعات به این معناست که فروشنده نمی‌تواند با استناد به ماهیت غیرحضوری معامله، از اعلام وضعیت واقعی خودرو، نظیر سابقه تصادف، تعویض قطعات اصلی، مشکلات سندی یا محدودیت‌های حقوقی خودرو، خودداری کند. در غیر این صورت، مسئولیت وی نسبت به عیوب پنهان تشدید شده و امکان فسخ، مطالبه خسارت یا کاهش ثمن برای خریدار فراهم می‌شود. وجود «کانال‌های ایمن پرداخت» نیز به‌عنوان بخشی از تمامیت معامله، از بروز کلاهبرداری‌های مبتنی بر جابه‌جایی وجه بدون تحویل خودرو، یا بالعکس، جلوگیری می‌کند و نشان می‌دهد که حاکمیت و پلتفرم‌ها باید سازوکاری برای پیوند میان انتقال وجه، تنظیم سند و تحویل واقعی خودرو طراحی کنند.

در آخر، «لایه پیامدها» در سمت خروجی الگو قرار گرفته و دستاوردهای پیاده‌سازی صحیح سه لایه پیشین را در قالب سه مفهوم «امنیت حقوقی»، «کاهش دعاوی» و «ارتقای اعتماد» نشان می‌دهد. این بخش از شکل ۲ به‌طور ضمنی بیان می‌کند که اگر ارزیابی ریسک، انطباق حقوقی و تمامیت معامله به‌صورت یکپارچه و نه جزیره‌ای مورد توجه قرار گیرند، نتیجه طبیعی آن کاستن از حجم اختلافات ناشی از معاملات آنلاین خودرو، کاهش بار پرونده‌های قضایی و شبه‌قضایی، و شکل‌گیری اعتماد پایدار میان کاربران و پلتفرم‌ها خواهد بود. به بیان دیگر، فلش‌هایی که از هر لایه به لایه بعدی کشیده شده‌اند، روند تدریجی اما هدفمند حرکت از وضعیت پرمخاطره و مبهم معاملات آنلاین سنتی، به سوی یک رژیم حقوقی منسجم و قابل پیش‌بینی را به تصویر می‌کشند.

بدین ترتیب، شکل ۲ نه‌تنها خلاصه‌ای تصویری از مباحث نظری و تحلیلی مقاله است، بلکه می‌تواند به‌عنوان الگوی پیشنهادی برای قانون‌گذار، پلتفرم‌های معاملاتی و رویه قضایی مورد استفاده قرار گیرد تا در طراحی مقررات، شناسایی نقاط ضعف و اصلاح سازوکارهای فعلی خرید و فروش آنلاین خودرو به آن استناد شود. جمع‌بندی نهایی این است که دستیابی به امنیت حقوقی کامل در معاملات آنلاین خودرو مستلزم یک رویکرد سه‌گانه است: اول، اصلاحات تقنینی عمیق برای ادغام کامل ثبت رسمی با

زیرساخت‌های الکترونیکی؛ دوم، افزایش استانداردهای فنی و امنیتی برای احراز هویت و امنیت تراکنش‌ها توسط پلتفرم‌ها؛ و سوم، تقویت قواعد حمایتی مصرف‌کننده با تمرکز بر شفافیت داده‌ها و تعیین دقیق حدود مسئولیت در برابر عیوب پنهان و کلاهبرداری. تا زمانی که این سه محور به طور همزمان تقویت نشوند، بازار آنلاین خودرو، هرچند سریع و گسترده، از نظر حقوقی و اعتمادی، در مرحله‌ای ناپایدار باقی خواهد ماند و امنیت خریداران به طور کامل تضمین نخواهد شد. نیاز مبرم به تدوین یک آیین‌نامه اجرایی یا حتی قانون خاص در این حوزه، بیش از پیش احساس می‌شود.

منابع

- ابهری، میری. (۱۳۹۱). پژوهشی تطبیقی پیرامون مسئولیت مدنی آرایه کنندگان خدمات اینترنتی با تاکید بر حقوق آمریکا و اتحادیه اروپا. پژوهش حقوق خصوصی، ۱(۱)، ۱-۳۸.
- پیشنهاد، سید امین، رکنی، امیر عباس. (۱۴۰۲). تعطیلی پلتفرم‌های مجازی؛ ضرورت تحلیل نظام حاکم بر داده‌های شخصی از منظر حقوق اموال. پژوهش‌های حقوقی، ۲۲(۵۳)، ۴۶۹-۵۰۶.
- جان محمدی، جان محمدی، حسینی. (۱۴۰۳). تحلیل ابعاد حقوقی قرارداد تامین محتوا و خدمات دیجیتال با تاکید بر حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان. مجلس و راهبرد، ۳۱(۱۱۸)، ۲۲۹-۲۵۸.
- حبیب زاده، طاهر. (۱۳۹۳). وضعیت حقوقی نماینده الکترونیکی در انعقاد قراردادهای الکترونیکی (مطالعه تطبیقی). پژوهش حقوق خصوصی، ۲(۵)، ۶۴-۸۰.
- خوشنمایی. (۱۴۰۳). مسئولیت مدنی ناشی از دروغ و فریب در تبلیغات فضای مجازی. علوم انسانی و اسلامی در هزاره سوم، ۳۵(۸)، ۱۳۸-۱۴۷.
- رضوی، دانی. (۱۴۰۳). مسئولیت مدنی ناشی از خطای قرارداد هوشمند. مطالعات حقوقی فضای مجازی، ۱۰(۳)، ۱۶-۲۸.
- شاکری، نورعلی. (۱۴۰۰). نظام حقوقی مناسب برای حمایت از ظاهر و حس وبسایت‌ها و نرم‌افزارها. پژوهش حقوق خصوصی، ۹(۳۵)، ۱۱۹-۱۵۵.
- صحرائیان، زارع. (۱۳۹۸). قراردادهای منعقد در محیط اینترنت در حقوق ایران و فرانسه. تحقیقات حقوقی بین‌المللی، ۱۲(۴۶)، ۱۱۳-۱۳۱.
- قلی‌نیا، مهدی زاده. (۱۴۰۱). مسئولیت مدنی کاربر در به کارگیری سیستم هوش مصنوعی در خودرو. پژوهش‌های حقوقی، ۲۱(۵۰)، ۳۰۵-۳۳۱.
- قناتی، حبیب زاده، طاهر، رضایی جوزانی. (۱۴۰۴). مفهوم و مبانی مسئولیت مدنی سکوها فضای مجازی به عنوان واسطه در قبال عرضه کالا و ارائه خدمات تقلبی در حقوق ایران با ارجاع به آرا محاکم آمریکا، اروپا، کانادا و هند. فصلنامه تحقیق و توسعه در حقوق تطبیقی.
- مقدم، الماسی، نجاد علی، اخلاقی. (۱۳۹۷). حقوق و تکالیف متعاملین در بیع الکترونیک. تحقیقات حقوقی بین‌المللی، ۱۰(۳۷).
- ملکوتی. (۱۴۰۰). منابع تحقق مسئولیت مدنی در فضای مجازی. دوفصلنامه مطالعات فقه و حقوق رسانه، ۲(۲)، ۲۵-۳۶.
- نخجوانی، یاقوتی. (۱۴۰۴). مسئولیت ناشی از کالای معیوب در پلتفرم‌های مارکت پلیس: مطالعه تطبیقی در آمازون و دیجی کالا. پژوهش‌های حقوق اقتصادی و تجاری، ۲(۳)، ۱۰۳-۱۳۵.

- نوروزی، م.، مینا، ربانی‌موسویان. (۱۴۰۰). مسئولیت مدنی نقض حق بر حریم خصوصی در فضای مجازی از منظر موازین فقهی و حقوقی. فقه و مبانی حقوق اسلامی، ۴۷(۱۴)، ۲۲۱-۲۴۰.
- وطنی، زمانیان، سلطان احمدی. (۱۴۰۲). تحلیل اقتصادی - تطبیقی نظریه نقض کارآمد با مسئولیت قراردادی در حقوق ایران، فرانسه و کامن لا. فصلنامه دیدگاه‌های حقوق قضائی، ۲۸(۱۰۲)، ۹۷-۱۲۶.