

اصول و قواعد حاکم بر معاملات الکترونیکی

امیر محمدی^۱، سهیلا مرادی قلعه^۲، محمد حیدری^۳

^۱ کارشناسی ارشد حقوق خصوصی (نویسنده مسئول)

^۲ کارشناس ارشد فقه و حقوق جزا

^۳ کارشناسی ارشد حقوق جزا و جرم شناسی

چکیده

امروزه با گسترش روزافزون معاملات الکترونیکی ضرورت بررسی ابعاد حقوقی آن بیش از پیش احساس می‌شود، به طوری که این معاملات، قلب تجارت الکترونیکی می‌باشند و در اصل مبادله مالی است که در بستر ابزارهای به هم پیوسته الکترونیکی صورت می‌گیرد؛ لذا یک قرارداد مالی نوین نیست و بلکه در بر گیرنده معاملات و عقود بوده که امروزه حجم آن با روندی شتابان در جهان رو به افزایش است و با گسترش ارتباطات الکترونیکی، نحوه تجارت و روش انعقاد قرارداد از شکل سنتی خود فاصله گرفته و به جای اینکه تجار به صورت فیزیکی با یکدیگر رو به رو شده و قرارداد منعقد نمایند، معاملات خود را از راه دور و با استفاده از شیوه‌های نوین الکترونیکی انجام می‌دهند و ایجاب و قبول آن‌ها در قالب ابزارهای الکترونیکی نظیر وب کم و ایمیل بیان می‌شود و تنها تفاوتی که با معاملات سنتی دارند در قالب و ابزار بیان اراده می‌باشد. با توجه به اهمیت مسئله تجارت الکترونیکی که یکی از راه‌های اصلی تجارت در جامعه امروزی است و امتیازاتی که معاملات الکترونیکی نسبت به شیوه‌های معاملات سنتی دارند، اقدام به آن‌ها در بسیاری از موارد رجحان شرعی دارد.

واژه‌های کلیدی: معاملات الکترونیکی، تجارت الکترونیکی، شبکه جهانی اینترنت، رایانه، قرارداد.

مقدمه

رشد سریع فناوری اطلاعات و ارتباطات در دهه پایانی قرن بیستم و شروع قرن بیست و یکم افق های جدیدی را بر روی کسب و کار و تجارت باز نمود. این افق های جدید سبب تحول در امر تجارت گردید و با سرعت و شتاب وصف ناپذیری در حال گسترش می باشد. پیشرفت تکنولوژی تأثیر زیادی بر تجارت و داد و ستد داشته است، به گونه ای که در عصر حاضر با پیشرفت ابزارهای ارتباطی به ویژه اینترنت نوع جدیدی از روابط بین انسان ها در دنیای تجارت به وجود آمده است که افراد را قادر می سازد، بدون اینکه نیاز به حضور فیزیکی در زمان عقد داشته باشند، معاملات را با یکدیگر انجام دهند که یک امتیاز محسوب می شود و رفاه فراوانی را ایجاد می کند. انعقاد الکترونیکی عبارتست از انعقاد معامله با استفاده از وسایل ارتباطی الکترونیکی، مخصوصاً توسط اینترنت. فراهم آوردن مقدمات معامله نظیر معرفی کالا، انجام مذاکرات و نهایتاً تبادل ایجاب و قبول در فضایی مستند و در عین حال کم هزینه و کم تشریفات، همچنین امکان انعقاد خودکار معاملات، از مزایای اصلی انعقاد الکترونیکی معاملات در مقایسه با سایر روش های انعقاد می باشد. (قلی زاده، ۱۳۸۶، ۱۶۷) شناسایی اصول معاملات الکترونیکی و چگونگی حاکمیت احکام آن بر معاملات مربوطه بسیار حائز اهمیت خواهد بود. زیرا ممکن است بنا بر عللی بی توجهی به احکام آن موجبات تزلزل در اینگونه معاملات را فراهم کند و گسترش این دستاورد مثبت بشری را با همه مزایایی که دارد با موانعی رو به رو سازد. قراردادهایی که در فضای الکترونیکی منعقد می شوند، تابع قواعد حاکم بر سایر قراردادها هستند به نحوی که احکام و مقررات مشابهی بر دو حالت فیزیکی و الکترونیکی حاکم است و تنها در برخی موارد شیوه ظهور مسائل حقوقی در قراردادهای الکترونیکی متفاوت از سایر قراردادهاست. داد و ستد الکترونیکی به واسطه ابزارهایی مثل تلگرام، پست الکترونیکی، اینترنت و ... امکانپذیر است. (زارعی و جانعلی نژاد، ۱۳۹۷، ۳۷) امروزه با دست یابی اکثر مردم به شبکه جهانی اینترنت، حجم مبادلات الکترونیکی روز به روز در حال افزایش است. این امر ضرورت معامله و بررسی دقیق، پیرامون زوایای مختلف این پدیده را الزامی می کند. بنابراین در این مقاله اصول و قواعد حاکم بر معاملات الکترونیکی را مورد بررسی قرار می دهیم.

۱- مفهوم معاملات الکترونیکی

منظور از عنوان «معامله» در قانون تجارت الکترونیک اعم از عقود معین و نامعین در قالب قانون تجارت الکترونیک است. عقود از لحاظ وضعیت حضور متعاملین در زمان انعقاد آن به دو شکل معاملات رو در رو و معاملات الکترونیکی (از راه دور) تقسیم می شوند. مقصود از معاملات رو در رو آن است که متعاملین با حضور جسمی و در کنار یکدیگر با هم معامله نمایند، به طوری که حداقل یکی از قوای حسی آنان مستقیماً در انعقاد آن دخالت داشته باشد. مثلاً گوش مفاد عقد را بلاواسطه از زبان طرف عقد بشنود یا چشم مبین قصد و رضا را به طور مستقیم از طرف مقابل ببیند یا عملی مانند قبض و اقباض و امضاء ذیل سند

تنظیم شده در حضور هم، آن را ایجاد نماید. بدین ترتیب معاملات الکترونیکی (از راه دور) معاملاتی است که در آن متعاملین عمدتاً با استفاده از ابزارهای ارتباطی الکترونیکی و در حالی که از یکدیگر دور هستند منعقد می‌سازند و در این نوع معاملات، مجلس حضور متعاملین، متعدد است. الکترونیکی بودن نحوه اعلان اراده ها، شکلی از اشکال انعقاد قرارداد محسوب می‌شود که تناقضی با ماهیت اصول صحت قرارداد ندارد. در قانون مدنی و یا قوانین خاص دیگر، مقررات خاصی برای تنظیم قرارداد الکترونیکی پیش بینی نشده است، ولی باید با استنباط و استدلال از قواعد و اصول حاکم بر حقوق قراردادهای، مقایسه نحوه انعقاد اینگونه قراردادهای با قراردادهای سنتی و تأمل در طبیعت ساختار ابزار و محیط الکترونیکی خصوصیات عمده معاملات الکترونیکی را تعیین نمود. در مورد قواعد حاکم بر قراردادهای و معاملات الکترونیکی، این معاملات تابع قواعد عمومی قراردادهای و سایر مقررات قانون مدنی می‌باشند و صرف انعقاد قرارداد به صورت الکترونیکی آن را از تحت حاکمیت قواعد عمومی قراردادهای و قانون مدنی خارج نمی‌کند. زیرا رایانه، تنها ابزار جدیدی است که انعقاد قرارداد از طریق آن صورت می‌گیرد و حسب قاعده، نوع ابزار تأثیری در اعمال قواعد عمومی ندارد. البته با این وجود، گاه طبع قراردادهای الکترونیکی وضع قواعد خاصی را می‌طلبد. برای همین در حقوق اکثر کشورها مقررات خاصی در مورد معاملات الکترونیکی وضع شده است. معامله الکترونیکی ممکن است به روش‌های مختلفی انجام شود و هر یک از این روش‌ها یک یا چند قوه از قوای جسمی طرف معامله را به استخدام بگیرد. بر این اساس ممکن است معامله به یکی از روش‌های ذیل انجام شود: الف) روش شنیداری: در این روش طرفین تنها با شنیدن اصوات یکدیگر با هم معامله می‌نمایند، در حالیکه ممکن است هرگز یکدیگر را ندیده باشند و حتی پس از سال‌ها معامله در صورت رو به رو شدن، یکدیگر را نشناسند. مانند معامله با تلفن که شخص با شماره فرد یا شرکت فروشنده تماس می‌گیرد و کالایی را به صورت تلفنی خریداری می‌نماید، سپس کالا و پول به واسطه شخصی غیر از متعاملین اعم از حقیقی یا حقوقی بین آن‌ها رد و بدل می‌شود. ب) روش مکاتبه‌ای: در این روش طرفین با متن و نوشته‌ای رو به رو هستند که با قوه بینایی و خواست و اراده خود آن را به یکدیگر منتقل می‌کنند و دیگر قوای جسمی طرفین در آن کاربرد ندارد. ج) روش توأمان: در این روش ممکن است طرفین معامله یا هر یک از آن‌ها ابزار و وسایل متعددی را برای اعلام ایجاب و قبول استفاده نمایند. مثلاً مشتری با دیدن تصاویر تبلیغاتی حاوی برچسب قیمت کالا از طریق وسایل تصویری و تابلوهای تبلیغاتی یا صدای ضبط شده و تصویر در وسایل صوتی تصویری که فروش کالا را ایجاب می‌نماید، از فروش کالا مطلع و به طریق دیگری که خود انتخاب می‌کند یا ایجاب کننده برگزیده است مبادرت به معامله نماید.

۲- ماهیت معاملات الکترونیکی

قرارداد الکترونیکی، قراردادی است که با استفاده از ابزارهای الکترونیکی منعقد می‌شود. بنابراین این نوع از قرارداد تنها تفاوتی که با قراردادهای سنتی دارد در شکل ابزار بیان اراده‌ها است. به عبارت دیگر تنها تفاوت قراردادهای الکترونیکی با قراردادهای سنتی در وسیله بیان اراده می‌باشد، اما باید دانست که روش انعقاد اعمال حقوقی تأثیر چندانی در تحقق ماهیت آن‌ها ندارد. بلکه آنچه در باب معاملات و به ویژه در انعقاد عقود ضروری است، اعلام اراده متعاملین می‌باشد، نه وسیله بیان اراده. به بیان دیگر صرف انعقاد قرارداد به صورت الکترونیکی آن را از تحت حاکمیت قواعد عمومی قراردادهای و قانون مدنی خارج نمی‌کند. زیرا رایانه، تنها، ابزار جدیدی است که انعقاد قرارداد از طریق آن صورت می‌گیرد و حسب قاعده، نوع ابزار تأثیری در اعمال قواعد عمومی ندارد. اعلام اراده از طریق واسطه‌های الکترونیک معتبر و در ایجاد ماهیات حقوقی مؤثر است، زیرا از یک سو قانون مدنی ایران در خصوص اینکه روش اعلام اراده چگونه و به چه وسیله‌ای باید باشد طریق خاصی را لازم ندانسته است. ماده ۱۹۱ قانون مدنی به طور مطلق همراه بودن قصد را با چیزی که دلالت بر آن کند شرط تأثیر قصد اعلام کرده و از قصد یا وسیله خاصی برای دلالت قصد نام نبرده است. و از سوی دیگر، با توجه به سکوت مقنن در قانون تجارت الکترونیکی و ماده ۴ این قانون که بیان می‌دارد: «در مواقع سکوت و یا ابهام باب اول این قانون، محاکم قضایی باید بر اساس سایر قوانین موضوعه و رعایت چارچوب فصول و مواد مندرج در این قانون، قضاوت نمایند.» در مورد قرارداد های الکترونیکی نیز قواعد عمومی قراردادهای نظیر اصل رضایی بودن که در ماده ۱۹۱ ق.م.بیان شده حاکم می‌باشد. بنابراین ایجاب و قبول می‌تواند از طریق داده پیام‌ها اعلام شود و از اعتبار حقوقی لازم برخوردار باشد. در خصوص ماهیت قرارداد الکترونیکی که بدین وسیله منعقد می‌شود می‌توان به دو اصطلاح اشاره نمود. اولاً عقد حاضرین که مقصود از آن عقدی است که طرفین آن را به طور رو به رو شدن باهم منعقد می‌کنند اعم از اینکه در یک مجلس باشند یا در دو مکان مختلف مثل عقد با تلفن که هر چند طرفین در دو مکان حضور دارند ولی چنین عقدی به لحاظ زمان تشکیل منطبق با عقد حاضرین است. (امیری قائم مقامی، ۱۳۷۸، ج ۲، ۲۴۱) دوم عقد غائبین و مقصود از آن عقدی است که ایجاب و قبول آن بدون مکالمه و مذاکره از راه دور به وسیله نامه و تلکس انجام می‌پذیرد. این عقود که طرفین، عقد را به طور مشافهه واقع نمی‌سازند، عقود مکاتبه نیز نام گرفته‌اند. به نظر می‌رسد، در مورد عقود که از طریق اینترنت منعقد می‌شوند باید قائل به ماهیت عقد غائبین گردید. زیرا اولاً عقد به طور مشافهه منعقد نمی‌شود و از طریق واسطه‌های الکترونیکی صورت می‌پذیرد و ثانیاً در این عقود ممکن است بین ایجاب و قبول فاصله زمانی و بین متعاقبین فاصله مکانی وجود داشته باشد. (وصالی ناصح، ۱۳۸۵، ۱۲۰) اگرچه قانون مدنی ایران در مورد عقد غائبین ساکت است، ولی نمی‌توان در صحت آن تردید نمود. زیرا عرف تجاری آن را پذیرفته و دلیلی بر بطلان آن در قوانین موضوعه یافت نمی‌شود، مضافاً آنکه در حقوق ما اصل بر صحت معاملات و قراردادهای منعقد بین افراد است، مگر

اینکه دلیلی بر فساد آن وجود داشته باشد. از آنجا که دلیلی بر بطلان عقد غائبین وجود ندارد، لذا عقود بین غائبین را باید حمل بر صحت نمود، لذا قراردادهای الکترونیکی نیز که در زمره عقود غائبین قرار می گیرد صحیح و معتبر می باشند. هر چند به دلیل عدم حضور طرفین و ناشناخته بودن آن ها برای یکدیگر ممکن است مسائل پیچیده و مشکلاتی در روابط آن ها ایجاد شود. در هر صورت همین که این عقد موجب تسریع روابط تجاری و گسترش تجارت داخلی و بین المللی می گردد، برای پوشاندن ضعف های ناشی از آن کفایت می کند و به نظر می رسد که با گسترش علم و فناوری باید به دنبال کاهش معایب استفاده از تکنولوژی بود. عقد الکترونیکی به لحاظ ماهیتی قرارداد بین غائبین تلقی می شود، ولی اگر طرفین در زمان انعقاد عقد از گفتگوی صوتی و یا تصویری استفاده نمایند، به نظر می رسد در این صورت این عقد تفاوت چندانی با انعقاد عقد تلفنی ندارد، زیرا طرفین این امکان را دارند که در آن واحد با یکدیگر مکالمه نمایند و مانند عقد منعقد شده از طریق تلفن با بعد مکانی عقد حضوری محسوب می گردد. اینکه ابزار مورد استفاده تلفن باشد یا کامپیوتری که بدان واسطه در انعقاد قرارداد طرفین امکان مکالمه را با هم دارند تغییری در ماهیت قرارداد ایجاد نمی کند، لذا ابزار مورد استفاده شرطیت ندارند بلکه مقصود تحقق یا عدم تحقق به صورت مشافهه است که به نظر می رسد در چنین عقود این امر تحقق یافته و ماهیت عقد حضوری است.

۳- مزایای معاملات الکترونیکی

تجارت از طریق اینترنت فروشندگان و خریدارانی که از نظر جغرافیایی از یکدیگر دور هستند در یک جا جمع می کند. به عنوان مثال یک وب سایت فروش وسایل خانه که از لحاظ جهانی در دسترس همگان بوده و تمام مشتریانی که ممکن است در کشور و یا حتی قاره ای متفاوت با محل فروش وسایل خانه باشند می توانند به خرید این وسایل از طریق وب سایت بپردازند. در این تجارت، فضای طبیعی به فضایی مجازی تبدیل گشته و افراد بدون قرار گرفتن در محدودیت های زمان و مکان می توانند با امکانات پیشرفته امروز معاملات خود را به صورت الکترونیکی انجام دهند. افزایش سرعت و حجم مبادلات بازرگانی، کاهش هزینه های خریدار و تولید کننده، صرفه جویی در زمان، حذف واسطه ها و در نهایت سود بیشتر از مزایای تجارت الکترونیکی است. (آقایی بجستانی و روحانی مقدم، ۱۳۸۷، ۲۱) تحول مهمی که در انجام معامله با به کارگیری سیستم رایانه ای در کنار سیستم اطلاعاتی به وقوع پیوسته، استفاده از نرم افزار جهت دریافت و ارائه سفارش کالا و همچنین دریافت و پرداخت ثمن کالاهای مورد معامله و اقداماتی از این قبیل است. بنابراین فرصت های جدیدی فراهم شده است که به لحاظ مرزهای جغرافیایی هیچ محدودیتی ندارند. یک تولیدکننده کالا در استرالیا به راحتی می تواند با یک طراح کالا در ایتالیا همکاری کند و مشارکت داشته باشد. یکی دیگر از مزایای اینترنت و فناوری تجارت الکترونیکی این است که سازمان ها در موقعیتی قرار

می‌گیرند که می‌توانند عملیات خود را با شرکای تجاری از جمله تأسیس کنندگان و مشتریان، کارآمدتر کنند. همچنین معاملات الکترونیکی انعطاف پذیری و راحتی بسیاری به مشتریان تقدیم می‌کند. فرد می‌تواند به راحتی و با آرامش بسیار در منزل خود و در هر ساعت از شبانه روز و بدون نگرانی از بسته بودن فروشگاه به خرید بپردازد. با این حال معاملات الکترونیکی گزینه‌های بسیاری در اختیار مشتریان قرار می‌دهد. مشتری به منظور خرید، دیگر به سفر جغرافیایی نیاز ندارد. خرید مجازی این امکان را فراهم می‌کند به فروشنده‌گانی که محل اصلی‌شان در شهرها، کشورها و یا حتی قاره‌های دیگر است دسترسی یابیم زیرا تنها چند کلیک با آن‌ها فاصله داریم. خرید به صورت آنلاین باعث صرفه جویی در وقت مشتریان می‌شود، مشتری که به دنبال کالاهای خاصی است ممکن است مجبور باشد با چندین فروشنده که کالاهایی با کیفیت و مشخصات مشابه عرضه می‌کنند دیدار کند و سپس تصمیم بگیرد، در این صورت قطعاً بازدید سایت‌های تجارت الکترونیکی نسبت به خارج شدن از منزل به قصد خرید وقت کمتری به خود اختصاص می‌دهد. بنابراین این نوع از تجارت باعث سرعت بخشیدن به معاملات به این صورت که از طریق وسایل الکترونیکی می‌توان در هر گوشه از جهان کالای مورد نظر را از طریق وب سایت مشاهده و نسبت به خریداری آن اقدام کرد. بدین ترتیب افزایش سرعت و حجم مبادلات بازرگانی، کاهش هزینه‌های خریدار و تولیدکننده، صرفه جویی در زمان، حذف واسطه‌ها و در نهایت سود بیشتر از مزایای معامله به صورت الکترونیکی است.

۴- معایب معاملات الکترونیکی

معاملات الکترونیکی با وجود تمام مزایایی که در اختیار مشتریان خود می‌گذارد دارای معایبی نیز می‌باشد، به ویژه اینکه این نوع از تجارت برای کسانی که به اینترنت و ابزار و سیستم‌های الکترونیکی دسترسی دارند سودمند است در حالیکه هنوز هم بسیاری افراد در جوامع مختلف از این ابزار بی‌بهره‌اند. اینترنت شبکه‌ای کاملاً باز است و امکان دسترسی اشخاص غیرمجاز به اطلاعات و مداخله در آن‌ها وجود دارد. به طور نمونه هنگامی که از کارت اعتباری برای خرید استفاده می‌شود چنانچه شماره آن کارت اعتباری در اختیار افراد غیرمجاز قرار گیرد، می‌تواند از آن سوء استفاده و خساراتی به صاحب کارت وارد کنند. از این رو حمایت و حفاظت از معاملات الکترونیکی در شبکه اینترنت کاملاً ضروری است. (نوری و نخجوانی، ۱۳۹۰، ۴۷) بنابراین تجارت الکترونیکی نیز مانند تجارت سنتی هدف تقلب و کلاهبرداری‌های قدیمی و جدید قرار می‌گیرد. تعداد افراد و فروشنده‌گان کلاهبردار و غیر قابل اعتماد در دنیای دیجیتال بسیار زیاد است. همچنین اینترنت و تجارت الکترونیکی خطرات بسیاری را در زمینه تجاوز به حریم خصوصی و محرمانگی افراد ایجاد می‌کند. از آنجا که اطلاعات راجع به مشتری با سرعت بالایی جمع‌آوری می‌شوند، افراد در مورد اینکه چه کسانی به اطلاعات شخصی‌شان دسترسی دارند نگران هستند.

۵- شیوه‌های انعقاد معاملات الکترونیکی

قرارداد الکترونیکی وسیله انجام تجارت الکترونیکی است و از نظر سازمان تجارت جهانی، چنین تجارتی شامل داد و ستد محصولات در سیستم اطلاعاتی و یا پرداخت ثمن آن‌ها در این سیستم است، اعم از اینکه آن محصولات به صورت اطلاعات دیجیتالی (نرم افزار) بوده و تحویل آن‌ها نیز از طریق اینترنت انجام شود و یا اینکه تحویل آن‌ها خارج از اینترنت باشد. (قلی زاده، ۱۳۸۶، ۱۶۸) قبل از ورود به شیوه‌های نوین ارتباطی به دنیای تجاری قرارداد و اجرای آن، هر دو در فضای واقعی انجام می‌شد و وحدت فضا از نوع فیزیکی حاکم بود. معرفی ابزارهای جدید ارتباطی، تحولی در این حوزه به وجود آورد و وحدت فیزیکی را جزئاً یا کلاً دستخوش تغییر قرار داد و تعدد فضا را مطرح کرد. (حبیب زاده، ۱۳۹۰، ۳۸) زیرا در بسیاری از معاملات الکترونیکی انعقاد معامله در فضای سایبری و اجرای آن در در محیط واقعی صورت می‌گیرد. با توجه به اینکه امروزه با استفاده از شبکه جهانی اینترنت، پیام‌ها و داده‌های بسیاری را می‌توان ارسال یا دریافت نمود. به گونه‌ای که اشخاص، شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی، به راحتی از طریق ایجاد یک پایگاه اینترنتی، کالاها یا خدمات خود را در سطح جهان، معرفی، عرضه و خریداری نمایند. (Glatt, 1998, 34) دیگر لزومی ندارد که تجار به منظور مذاکره و تبادل اطلاعات در خصوص فعالیت‌های تجاری و انعقاد قرارداد مورد نظر خود در یک مجلس حاضر شوند، بلکه آن‌ها می‌توانند از طریق فناوری‌های نوین الکترونیک نظرات و پیشنهادهای خود را برای مخاطب ارسال کنند، طرف مقابل نیز می‌تواند از همین طریق پاسخ داده و یا پیشنهاد جدیدی مطرح سازد.

۵-۱- انعقاد معامله از طریق پست الکترونیکی

سرویس پست الکترونیک یا ایمیل یکی از خدمات اینترنت و از جهاتی مانند پست سنتی است و تفاوت‌هایی نیز با آن دارد. در این سرویس فرد از آدرس الکترونیکی مشخصی که دارد نامه‌ای را به آدرس الکترونیکی دیگری ارسال می‌کند و مخاطب می‌تواند از طریق مراجعه به آدرس خود در اینترنت محتوای پیام ارسال شده را مطالعه کند و در صورت لزوم پاسخ دهد. تقریباً تمام اهدافی که از نوشتن یک نامه پستی مدنظر است از طریق پست الکترونیکی هم قابل تحقق است. با این تفاوت که نامه‌ها در این سرویس فقط می‌توانند فایل‌های رایانه‌ای باشند که توسط سیستم‌های الکترونیکی انتقال می‌یابند. مرکز ارائه دهنده خدمات اینترنتی ارسال کننده، پست الکترونیکی را دریافت می‌کند، کاری که کارمند پست انجام می‌دهد و نامه‌های ارسالی را از صندوق پست جمع‌آوری می‌کند، بعد آن‌ها را به مرکز ارائه دهنده خدمات اینترنتی مخاطب تحویل می‌دهد تا به جعبه دریافت نامه‌های الکترونیکی مخاطب تسلیم کند. (حبیب زاده، ۱۳۹۰، ج ۲، ۱۵۸) بنابراین ارسال پیام از طریق پست الکترونیکی بسیار با سرعت انجام می‌گیرد و در هر کجای دنیا بین چند ثانیه تا چند دقیقه زمان می‌برد. ممکن است محتوای

این نامه های الکترونیک ایجاب و قبول یک معامله باشد، که در این صورت معامله از طریق ایمیل منعقد می شود. اگر فرستنده ایمیل و گیرنده به طور همزمان از شبکه اینترنت استفاده نمایند و به اصطلاح آنلاین باشند ارسال و دریافت نامه الکترونیک همانند جلسه حضوری رد و بدل می شود. اما اگر گیرنده در زمان ارسال ایمیل به اینترنت متصل نباشد یا آفلاین باشد این همزمانی وجود ندارد و به نوعی شبیه به پست سنتی می باشد. در این صورت زمان ارسال و وصول پیام با توجه به تاریخی که ارسال و دریافت اتفاق افتاده مشخص خواهد شد. بنابراین همانند پست سنتی ممکن است نامه ارسالی به دلیل مشکلاتی مثل ایرادات فنی، نامه الکترونیکی به آدرس گیرنده تحویل نگردد یا دیرتر تحویل گردد یا بر فرض تحویل، نامه مورد نظر توسط مخاطب باز و خوانده نشود.

۵-۲- انعقاد معامله از طریق پایگاه داده

پایگاه داده، به فضایی در رایانه گفته می شود که مجموعه فایل های وب یک سازمان یا مؤسسه در آن نگهداری شده و دارای یک آدرس یکتا می باشد. (رضایی، ۱۳۹۳، ۳۸) شرایط عمومی کالاها در وب سایت نمایش داده می شود. مواردی مثل قیمت کالا، چگونگی تحویل، چگونگی پرداخت ثمن و هرگونه مشخصات کالا. بنابراین وب سایت ممکن است برای تبلیغ کالاها و خدمات یا خرید و فروش آن ها استفاده شود. به طور معمول هنگام خرید از طریق وب سایت، نمایه آیگون موافقم یا قبول می کنم و یا عباراتی مشابه در قالب فرم هایی وجود دارد که خریدار آن را انتخاب می کند و بدین ترتیب قرارداد منعقد می شود. ماده ۳۳ قانون تجارت الکترونیکی ۱۳۸۲ مقرر می دارد: «فروشندهگان کالا و ارائه دهندگان خدمات بایستی اطلاعات مؤثر در تصمیم گیری مصرف کنندگان جهت خرید و یا قبول شرایط را از زمان مناسبی قبل از عقد در اختیار مصرف کنندگان قرار دهند.» همچنین در بند «و» این ماده مقرر داشته: «شرایط و فرایند عقد از جمله ترتیب و نحوه پرداخت، تحویل و یا اجرا، فسخ، ارجاع، خدمات پس از فروش.» وب سایت ها وظیفه دارند که امکانات فنی لازم را برای شناسایی و اصلاح اشتباهاتی که ممکن است در هنگام وارد کردن اطلاعات رخ می دهد فراهم کنند. ساده ترین راه این است که به خریداران این امکان داده شود که قبل از تأیید نهایی سفارش، جزئیات سفارش خود را ببینند و در صورت نیاز دوباره به وب سایت موردنظر رجوع کند و سفارش خود بازبینی کند. اما باز هم این سوال مطرح می شود که آیا عرضه کالاها و خدمات در پایگاه داده، ایجاب محسوب می شود یا دعوت به معامله؟ فایده تمیز این دو مفهوم در این است که دعوت به معامله، دعوت کننده را به مفاد آن پایبند نمی کند یعنی حتی اگر طرف مقابل دعوت به معامله را پذیرفت هیچ تعهدی برای دعوت کننده ایجاد نمی شود. در حالی که در ایجاب، به محض پذیرش مفاد آن از طرف قابل، قرارداد منعقد می شود و ایجاب کننده به مفاد آن پایبند می گردد. قاعده کلی در این خصوص وجود ندارد، بررسی قصد ایجاد کننده وب سایت و اوضاع و احوال موجود می تواند در این خصوص مؤثر

باشد. اگر قصد اظهار کننده این باشد که در صورت قبول طرف مقابل ملزم به اظهار خود باشد، ایجاب و در غیر این صورت دعوت به معامله تلقی می‌شود. عده‌ای معتقدند اگر وب سایت دارای سامانه پرداخت الکترونیکی باشد، باید این اقدام مالک وب سایت را ایجاب محسوب داشت. در حقیقت با طراحی سامانه پرداخت، فروشنده قبول می‌کند که خریدار، در قبال پرداخت ثمن مشخص شده برای هر کالا و خدمت، مالک آن شود. (السان، ۱۳۹۵، ۲۹) زبان انعقاد قرارداد در وب سایت نیز باید تصریح شود البته الزامی نیست که وب سایت ها به زبان خاصی امکان تشکیل قرارداد را فراهم کنند، بلکه فقط باید زبانی را که قرارداد به آن تشکیل می‌شود به مشتریان خود اعلام کنند. ممکن است یک وب سایت چند زبانه باشد، هرچند اغلب وب سایت ها به زبان انگلیسی تنظیم شده اند. با این حال هرچه دامنه زبان ها زیاد باشد تعداد مراجعان آن نیز به همان نسبت افزایش می‌یابد.

۵-۳- انعقاد معامله از طریق مبادله الکترونیکی داده‌ها

در این نوع از قرارداد، متعاملین قبلاً نحوه مبادله ارتباط و انعقاد قرارداد را بین خود به طریق الکترونیکی سازماندهی نموده اند و پس از توافق در خصوص شیوه سفارش کالا و پرداخت ثمن و دیگر امور مورد نظر طرفین به انعقاد قرارداد می‌پردازند. بدین معنی که بر اساس داده های برنامه ریزی شده رایانه طرفین می‌توانند به طور خودکار ایجاب و قبول خود را بر مبنای موضوع و شرایط تعیین شده به طور الکترونیکی اعلام و قرارداد را واقع سازند. بدین ترتیب قراردادهایی که بین رایانه‌های طرفین به طور خودکار به وسیله مبادله الکترونیکی داده ها انجام می‌شود تابع قرارداد مادر است که قبلاً کلیه شرایط و خصوصیات عقد در فرم های خاص الکترونیکی تنظیم گردیده است. بنابراین مبادله الکترونیکی داده‌ها مبتنی بر یک توافق متقابل از پیش تعیین شده است. پیام هایی که از طریق مبادله الکترونیکی داده ها رد و بدل می‌شود، ممکن است توسط خود طرفین ایجاد گردد یا اینکه توسط نرم افزار و برنامه‌های هوشمند ارسال و دریافت شود. (رضایی، ۱۳۹۳، ۴۱) این پیام ها دارای فرمت ویژه‌ای هستند و طرفین باید قبل از انعقاد معامله روی آن‌ها توافق کنند.

۶- زمان انعقاد عقد در معاملات الکترونیکی

هنگامی که بین طرفین عقد، ارتباط الکترونیکی برقرار است و در حالی که آنلاین هستند، عقد، بینشان منعقد شده و با هم درباره چگونگی واریز پول از طریق وسایل الکترونیکی و نیز چگونگی ارسال کالا توافق می‌کنند. در این نوع معامله، در همان هنگام انعقاد معامله به صورت آنلاین، خیار مجلس شروع شده و پس از قطع ارتباط الکترونیکی، سقوط می‌کند. (ایزدی فرد و همکاران، ۱۳۹۲، ۷۹) در فرض دوم، خریدار و فروشنده نسبت به هم بیگانه‌اند و هیچ شناختی ندارند. آن‌ها به وسیله سامانه الکترونیکی و از طریق اعتبارات اسنادی، فقط با هم ارتباط پیدا کرده و از چگونگی ارسال پول و نیز ارسال کالا با هم صحبت

می‌کنند و فروشنده، بانکی را برای انجام امور بانکی به خریدار معرفی می‌نماید. خریدار در کشور خود به بانک مراجعه می‌کند و برای ارسال پول، نام بانک و شماره حساب فروشنده را در کشوری که فروشنده معرفی کرده به بانک خود می‌دهد. پس از ارتباط دو بانک خریدار و فروشنده، بانک خریدار، ارسال پول را ضمانت کرده و بانک فروشنده، ضمن تأیید شرکت فروشنده و اعتبار آن، ارسال کالا را ضمانت می‌کند. بنابراین تا اینجا هیچ معامله‌ای منعقد نشده است تا خیار مجلس داشته باشد و هر کدام از خریدار و فروشنده می‌توانند از معامله منصرف گردند. بنابراین، معامله زمانی منعقد می‌شود که بانک خریدار، درصدی از پول کالا را به حساب فروشنده در بانک معرفی شده واریز کند. پس از ارسال اولین درصد پول به معنی انعقاد عقد بیع است و پس از واریز وجه و قطع ارتباط دو بانک، دیگر خیار مجلسی برای طرفین وجود ندارد.

نتیجه گیری

با توجه به آنچه گذشت مشخص می‌شود، یکی از مهمترین مزیت‌های گسترش تجارت در فضای الکترونیکی، سرعت و تسهیل انجام معاملات است. بر این اساس، معاملات الکترونیکی طی سالیان اخیر با استقبال گسترده جوامع بشری روبرو شده و امروزه کمتر شخصی را می‌توان یافت که با داد و ستد الکترونیکی بیگانه باشد. نشریات، رادیو و تلویزیون به صورت روزانه موضوعاتی در رابطه با تجارت الکترونیکی منتشر و افراد و کارشناسان از زوایای متفاوت به بررسی این مقوله می‌پردازند. حذف مرزها، گمرک‌ها و واسطه‌ها از نتایج معاملات الکترونیکی به شمار می‌رود. شرکت‌ها و مؤسسات ارائه دهنده کالا و یا خدمات همگام با سیر تحولات جهانی در زمینه تجارت الکترونیکی در تلاش برای تغییر ساختار منطقی و فیزیکی سازمان خود در این زمینه می‌باشند. بسترهای الکترونیکی شامل فرصت‌های مبتنی بر اینترنت، کیفیت زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، فعالیت‌های دولت و درجه تسهیل تجاری است. صرف انعقاد قرارداد به صورت الکترونیکی آن را از تحت حاکمیت قواعد عمومی قراردادهای و قانون مدنی خارج نمی‌کند، زیرا رایانه و ابزارهای نوین دیگر برای آسان نمودن روابط مختلف انسان‌ها به وجود آمده‌اند و تنها ابزارهای جدیدی هستند که انعقاد قرارداد از طریق آن‌ها صورت می‌گیرد و حسب قاعده، نوع ابزار تأثیری در اعمال قواعد عمومی ندارد، بلکه آنچه در انعقاد عقود ضروری است اعلام اراده متعاملین می‌باشد، نه وسیله بیان اراده. بنابراین قراردادهای الکترونیکی مصداقی از قراردادهای هستند که تحت شمول قواعد عمومی قراردادهای می‌باشند. علی‌رغم اینکه در قانون تجارت الکترونیکی ایران، قانون معاملات از راه دور به معنی حقیقی و کامل کلمه نیست، اما می‌توان آن را تجلی اراده قانونگذار درباره معاملات از راه دور که می‌تواند تا حدودی مقررات موجود در سایر قوانین در باب معاملات را تحت تأثیر خود قرار دهد، تلقی کرد.

منابع

- آقای بیجستانی، مریم و روحانی مقدم، محمد (۱۳۸۷)، «بررسی ایجاب و قبول در معاملات الکترونیک»، فصلنامه فقه و مبانی حقوق اسلامی، سال چهارم، شماره ۱۳.
- امیری قائم مقامی، عبدالمجید (۱۳۷۸)، حقوق تعهدات، ج ۲، چ ۱، تهران: انتشارات میزان.
- ایزدی فرد، علی اکبر و همکاران (۱۳۹۲)، «خیار مجلس در قراردادهای الکترونیکی»، مجله حقوقی دادگستری، شماره ۸۱.
- حبیب زاده، طاهر (۱۳۹۰)، حقوق فناوری اطلاعات (حقوق قراردادهای الکترونیک) ج ۲، چ ۱، تهران: تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- رضایی، علی (۱۳۹۳)، حقوق تجارت الکترونیکی، چاپ دوم، تهران: انتشارات میزان.
- زارعی، محمد مهدی و جانعلی نژاد، سید مهدی (۱۳۹۷)، «بررسی فقهی و حقوقی خیار رؤیت در معاملات الکترونیکی»، فصلنامه پژوهش‌های فقه و حقوق اسلامی، سال چهاردهم، شماره ۵۳.
- السان، مصطفی (۱۳۹۵)، حقوق تجارت الکترونیک، چاپ سوم، تهران: انتشارات سمت.
- قلی زاده، احد (۱۳۸۶)، «تحلیلی بر انعقاد الکترونیکی معاملات»، فصلنامه پژوهش‌نامه بازرگانی، شماره ۴۲.
- نخجوانی، رضا و نوری، محمد علی (۱۳۹۰)، حقوق تجارت الکترونیکی، چ ۲، تهران: کتابخانه گنج دانش.
- وصالی ناصح، مرتضی (۱۳۸۵)، قرارداد الکترونیک و مبانی اعتبار آن، ماهنامه کانون، شماره ۶۶.
- Glatt,C., (1998), Comparative Issues in the Formation of Electronic Contracts, International Journal of Law Information Technology, Vol.6.