

## ایجاب و قبول در تجارت الکترونیک در حقوق ایران و فرانسه

محمد صحرائیان<sup>۱</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱/۱۶

مهدی زارع<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۴/۱۱

بابک خسروی نیا<sup>۳</sup>

## چکیده

تجارت الکترونیک انقلاب صنعتی سده بیست و یکم نامیده می‌شود که با پیدایش اینترنت به سرعت رو به پیشرفت و گسترش است و روابط تجاری افراد نیز به تبع این پیشرفت دستخوش دگرگونی گشته و امور حقوقی را نیز در این پیشرفت به دنبال کشانده است. گسترش روز افزون معاملات الکترونیکی و لزوم پیشرفت آن در کشورهای در حال توسعه حقوق دانان را برآن داشته تا در جهت پر کردن خلاءهای قانونی و مسایل حقوقی مرتبط با این گونه معاملات بکوشند و این مساله ایجاب و قبول را به عنوان وسیله اعلام اراده متعاملین در معاملات الکترونیکی نقش بسزایی دارد. از این رو پرسش اصلی این مقاله این است که ایجاب و قبول در تجارت الکترونیکی ایران و فرانسه به چه نحو بیان می‌گردد؟ این مقاله با روش تحلیلی-توصیفی به دنبال بررسی نقش ایجاب و قبول در تجارت الکترونیکی نظام حقوقی ایران و فرانسه می‌باشد در حقیقت در ایران و فرانسه تجارت الکترونیکی، روابط تازه ای بین تاجر و مشتری برقرار می‌شود که از سویی از شمای سنتی فاصله می‌گیرد و از سوی دیگر واسطه های جدیدی در تماس با مشتریان تاجر شکل می‌گیرند.

**کلید واژه ها:** ایجاب، روابط تجاری، تجارت الکترونیکی، قبول، قرارداد.

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری حقوق، واحد لارستان، دانشگاه آزاد اسلامی، لارستان، ایران mohamad.s.8688@gmail.com

<sup>۲</sup> استادیار گروه حقوق، واحد لارستان، دانشگاه آزاد اسلامی، لارستان، ایران (نویسنده مسؤل) mehdizare57@yahoo.com

<sup>۳</sup> استادیار گروه حقوق، واحد لارستان، دانشگاه آزاد اسلامی، لارستان، ایران b\_khosrave@yahoo.com

اگر چه استفاده از وسایل الکترونیکی در تجارت، پدیده نوینی نیست و استفاده از تلفن، دورنگار و نمابر سال هاست که در عرصه معاملات وارد شده اما اصطلاح تجارت الکترونیک از زمانی معمول شده است که سامانه‌های رایانه‌ای به پیشرفت قابل ملاحظه‌ای دست یافته‌اند. امروزه معاملات الکترونیکی در سراسر دنیا از ارزش و اعتبار خاصی برخوردار است زیرا علاوه بر این که روش‌های سنتی تجارت را متحول ساخته، سرعت و صرفه جویی را به بهترین نحو برای بشر به ارمغان آورده است. جهان شمول شدن تجارت الکترونیکی، امری غیر قابل انکار و پیوستن به این شیوه که تجارت را تسهیل و روابط را سرعت می بخشد یکی از نیازهای بازار و تجارت ماست. یکی از موارد حقوق تجارت الکترونیکی به انعقاد و از همه مهمتر به ایجاب و قبول عقود و قراردادهای مربوط است. با انعقاد هر قرارداد بین طرفین احتیاج به ایجاب و قبول است تا طرفین عقد بتوانند قصد خود را نشان دهند. از آنجایی که تجارت الکترونیکی یک ضرورت و اهمیت برای موفقیت تجاری در هر زمینه‌ای در آینده است، هدف اصلی نگارش این مقاله شناسایی قوانین تجارت الکترونیکی در نظام حقوقی ایران و فرانسه می باشد. چرا که با پیدایش فناوری‌های نوین و تغییر در رویکرد ارتباطی افراد، روش‌های جدیدی برای برقراری ارتباط بین افراد شکل گرفته است. در واقع پرسش اصلی مقاله این است که نقش تجارت الکترونیکی در حقوق ایران و فرانسه چیست؟ از این رو، تمامی روش‌های جدید در راستای ایجاد سهولت برای نوع بشر در انجام امور خود و فائق آمدن بر مشکلات بوده است. روابط تجاری افراد نیز به عنوان یکی از اصلی‌ترین ارکان زندگی جمعی افراد تلقی می‌شود که لزوم حفظ و صیانت از حقوق افراد در اینگونه روابط، اشراف به مشکلات بوجود آمده ناشی از گسترش فناوری‌های مرتبط و تاثیر آن‌ها بر روابط تجاری حائز اهمیت می‌باشد. استفاده از این نوع فناوری‌ها نه تنها باعث سرعت و سهولت در انتقال کالاها و اجناس گردیده بلکه باعث صرفه‌جویی در وقت و هزینه نیز شده

است به نحوی که افراد به جای طی مسافت‌های طولانی و زمانبر برای حضور در محل خاص و انعقاد قرارداد؛ با استفاده از فناوری‌های نوین در عرض چند دقیقه اقدام به انعقاد قرارداد می‌نمایند.

بنابراین فرضیه اصلی مقاله حاضر این است که: «تجارت الکترونیکی موجب صرفه جویی در هزینه‌ها و کارایی بیشتر عملیات تجاری، بنگاه‌های تولیدی و در نهایت موجبات افزایش توان رقابتی و رشد اقتصادی می‌شود.»

همچنین، تجارت الکترونیک به عنوان ارمغان دنیای مدرن با کمک طرح جهانی سازی اقتصاد و پیوستن جوامع مختلف به این طرح و گسترش روزافزون کاربران اینترنت به عنوان امری اجتناب ناپذیر در متن زندگی انسان امروز جا گرفته است. علی‌رغم اهمیت ایجاب و قبول در تجارت الکترونیکی این مقاله با روش تحلیلی- توصیفی به طور عموم قرارداد الکترونیکی را از لحاظ شرایط اساسی قرارداد و تنظیم آثار مترتب بر آن، تابع احکام و قواعد عمومی حقوق قراردادها و تعهدات قرار داده است. ولی از لحاظ ویژگی‌های فنی و روشهای انعقاد و نحوه حمایت آثار حقوقی آن، مستلزم باز شناخت و تطابق دقیق آن با اصول و قواعد کلی حاکم بر قراردادها است. قراردادهای الکترونیکی، در حقیقت امر، از لحاظ شرایط صحت مورد و یا موضوع، ماهیت مختلفی از قراردادهای متعارف ندارد. بلکه وصف جدیدی بر محیط تشکیل قراردادها محسوب می‌شود که قانونگذار مقررات خاصی برای تنظیم آن پیش بینی نموده است و یکی از اهداف این مقاله نیز ارایه روشی جدید در انجام امور بازرگانی و همکاری، رقابت و بازدهی بیشتر شرکت‌های گوناگون با یکدیگر است.

در فرانسه نزدیک ۸۰ درصد از کاربران اینترنت متن قرارداد را اسکن (کپی) می‌کنند. حرکت اطلاعات بر روی اینترنت، به خاطر سپردن اطلاعات را مشکل تر می‌کند و اشتباه در درک مفاهیم بسیار شایع است. چنین وضعی، دقت بیشتر در شرایط صحت این قراردادها را ایجاب می‌کند. برای اینکه قرارداد به درستی منعقد شود باید شرایط ماده ۱۱۰۸ قانون مدنی فرانسه (که قوانین خارجی متعددی از آن اقتباس کرده اند) رعایت شود و باید طرفین قرارداد صلاحیت انعقاد آن را داشته باشند

یعنی عدم اهلیت مانع از تحقق قرار داد نشود؛ همچنین موضوع قرارداد باید کاملاً قانونی و درباره چیزهایی باشد که موضوع تجارت هستند تا رضایت طرفین اعلام شود، بدون اینکه به دلیل اشتباه، اجبار یا اکراه معیوب باشد.

در حقوق ایران نیز تجارت به عنوان یک نوع فعالیت اقتصادی عملی حقوقی و مسئولیت‌آور است از این رو اسلام آن را محدود به یکسری موازین و مقررات نموده است و مقررات حاکم بر معاملات الکترونیکی مبتنی بر قواعد فقه است بنابراین معاملات الکترونیکی حکماً تابع معاملات غیرالکترونیکی هستند اما ممکن است موضوعاً مستحذاتی وجود داشته باشد. بدین منظور ابتدا ادبیات پژوهشی موجود در این زمینه و نوآوریهای این مقاله نسبت به سایر آثار تبیین می‌شود و در چارچوب نظری مقاله از رویکرد دونظام حقوقی ایران و فرانسه به بررسی ایجاب و قبول در تجارت الکترونیکی می‌پردازیم.

#### ۱- پیشینه پژوهش

با توجه به مطالعات انجام شده در این مقاله، انتخاب این موضوع، در نوع خود و با دارا بودن زمینه‌ها و چارچوب‌های پژوهشی، اقدامی جدید است که به شرح یاد شده، تحقیق پیرامون آن ضرورت دارد؛ با توجه به توضیحات یاد شده، در بخش‌هایی از کتاب‌ها و مقاله‌های ذیل ایجاب و قبول در تجارت الکترونیک اشاره شده است اما نه به طور ویژه که به مطالعه‌ی تطبیقی در حقوق ایران و فرانسه پرداخته باشد.

آقای بجستانی، روحانی مقدم (۱۳۸۷) تجارت الکترونیک را به عنوان ارمغان دنیای مدرن با کمک طرح جهانی سازی اقتصاد و پیوستن جوامع مختلف به این طرح و گسترش روزافزون کاربران اینترنت به عنوان امری اجتناب ناپذیر در متن زندگی انسان امروز می‌داند (آقای بجستانی، روحانی مقدم، ۱۳۸۷: ۱۲). حبیب زاده (۱۳۹۳) معتقد است باید اعتبار حقوقی معاملات الکترونیکی را تحلیل کرد و

برای این منظور، توجه به مبانی حقوق قراردادهای نقش اساسی دارد. در هر سیستم حقوقی جهت انعقاد هر معامله معتبر، وجود اهلیت قراردادی از جمله شرایط اساسی است. همچنین وجود اراده (قصد و رضا) نیز یکی دیگر از شرایط اساسی است (حبیب زاده، ۱۳۹۳: ۶۴). قربان وند (۱۳۸۹) بیان می‌دارد که نظام حقوقی فرانسه، قبول ایجاب، قرارداد را کامل منعقد می‌کند و از لحاظ شرایط تابع شرایط کلی اظهار اراده است. از لحاظ شکل بیان، قبول تابع شرایط خاصی نیست و می‌تواند صریح یا ضمنی باشد. البته قبول باید در زمان اعتبار ایجاب ابراز گردد. همچنین در حقوق فرانسه بعد از ابراز و صدور قبول، دیگر نمی‌توان آن را مسترد کرد هر چند هنوز به ایجاب کننده نرسیده باشد. (قربان وند، ۱۳۹۸: صص ۲۸۱-۲۸۰)

همان طور که مشاهده می‌شود در مقایسه با دیگر مقالات و منابع به دست آمده آثار اندکی به طور تخصصی به مطالعه تطبیقی ایجاب و قبول در تجارت الکترونیکی ایران و فرانسه پرداخته اند. از این جهت باید نوآوری مقاله را در بررسی رویه‌های صحیح تجارت الکترونیک، ایجاب و قبول الکترونیکی که تا کنون کمتر بدان توجه شده است، را مورد بررسی قرار داد.

## ۲- چارچوب نظری

تجارت الکترونیک به عنوان ارمغان دنیای مدرن با کمک طرح جهانی‌سازی اقتصاد و پیوستن جوامع مختلف به این طرح و گسترش روز افزون کاربران اینترنت به عنوان امری اجتناب ناپذیر در متن زندگی انسان امروز جا گرفته است. قرار گرفتن در دهکده جهانی، بشر را ناگزیر به مهیا نمودن زیر ساخت‌های لازم برای این گونه معاملات می‌سازد و عدم توجه به این قانونمندی‌ها در آینده ای نه چندان دور فاجعه آمیز خواهد بود. حذف مرزها، گمرک‌ها و واسطه‌ها از نتایج معاملات الکترونیکی به شمار می‌رود. در این تجارت، فضای طبیعی به فضایی مجازی تبدیل گشته و افراد بدون قرار گرفتن در محدودیت‌های زمان و مکان می‌توانند با امکانات پیشرفته امروز معاملات خود را به صورت الکترونیکی انجام دهند. افزایش سرعت و حجم مبادلات بازرگانی، کاهش هزینه‌های

خریدار و تولیدکننده، صرفه جویی در زمان، حذف واسطه ها و در نهایت سود بیشتر از مزایای تجارت الکترونیکی است. در این مقاله که به روش تحلیلی - توصیفی به مطالعه روش شناختی ایجاب و قبول در تجارت الکترونیکی پرداخته شده است به بیان تعریف تجارت الکترونیکی، رویه های تجارت الکترونیکی، ایجاب و قبول در تجارت الکترونیکی در حقوق ایران و فرانسه و... پرداخته شده است.

### ۳- تعریف تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیک عبارت است از خرید<sup>۱</sup> و فروش<sup>۲</sup> و مبادله<sup>۳</sup> کالا<sup>۴</sup>، خدمات<sup>۵</sup> و اطلاعات<sup>۶</sup> از طریق شبکه های رایانه ای از جمله اینترنت. این نوع از تجارت بر پردازش و انتقال الکترونیکی داده ها شامل متن، صدا و تصویر مبتنی است. تجارت الکترونیک فعالیت های مختلفی از جمله مبادله، تحویل فوری مطالب دیجیتال، انتقال الکترونیکی وجوه، مبادله الکترونیکی سهام، برنامه الکترونیکی، طرح های تجاری و مهندسی و خدمات پس از فروش را نیز در بر می گیرد.

ویژگی اصلی این نوع از تجارت تسهیل فرآیندهای تجاری، حذف فرآیندهای غیرضروری و زائد در انجام امور بازرگانی و کاهش هزینه ها از طریق بهبود و افزایش هماهنگی، کاهش هزینه های اداری خصوصاً هزینه مکاتبات و نیز بهبود دسترسی به بازار و افزایش تنوع برای مشتریان است. در این میان، فناوری های نوین ارتباطی مانند اینترنت، اکسترانت، پست الکترونیک و تلفن های همراه در گسترش و توسعه تجارت الکترونیک نقش بسزایی دارند.

### ۴- رویه های تجارت الکترونیک

#### ۴-۱- رویه های صریح

- 
- 1 - buy
  - 2- sell
  - 3 - Exchange
  - 4 - product
  - 5 - services
  - 6 - Information

مهم‌ترین سازمان غیر دولتی که به تدوین قواعد یکنواخت در زمینه مبادلات داده‌ها و معاملات کالاهای غیر مادی همت گماشته اتاق بازرگانی بین‌المللی (ICC)<sup>۱</sup> است. شاخص‌ترین اقدام این سازمان، تدوین رویه‌های تجارت الکترونیکی بین‌المللی است<sup>۲</sup> که در میان سایر تدابیر، رویه کلیدهای نامتقارن را برای بهبود امنیت معاملات توصیه می‌کند.

## ۲-۴- رویه‌های ضمنی

از دیر باز پذیرفته شده است که در روابط بین‌المللی، که با تنوع تعلقات ملی عاملان آن شناخته می‌شود؛ باید نوعی نرمش در تعیین و اعمال قواعد دولت‌ها به کار گرفته شود. این آن چیزی است که به عرف تجار<sup>۳</sup> معروف است و در حقیقت حقوق عرفی بین‌المللی را تشکیل می‌دهد. همان‌طور که از نام آن پیداست عرف تجار بر روابط اشخاص حرفه‌ای در تجارت بین‌المللی حکومت می‌کند نه بر مصرف‌کنندگان. بنابراین ارجاع این عرف به روابط تاجر با تاجر (B2B) است نه تاجر با مصرف‌کننده (B2C). در روابط بین تاجر با مصرف‌کننده (B2C) معمولاً از اصطلاح «قانون شبکه»<sup>۴</sup> یا قانون الکترونیکی<sup>۵</sup> استفاده می‌شود. این رویه‌های بین‌المللی که بر معاهدات و کنوانسیون‌های بین‌المللی، احکام داوری، قراردادهای نمونه، کدهای رفتاری، رویه‌ها و اصول کلی حقوقی استوار هستند فایده‌مندی خود را هنگام بروز دعاوی نشان می‌دهند. رویه‌های مورد اشاره به‌طور معمول از سوی حقوقدانان کشورهایی که درهائشان بر روی تجارت بین‌المللی باز است مورد احترام هستند و داوران بین‌المللی هم از آنها پیروی می‌کنند.

## ۵- ایجاب الکترونیکی

<sup>1</sup>- International commerce chamber

<sup>2</sup> - General usage for international digitally ensured commerce

<sup>3</sup>- Lex mercatoria

<sup>4</sup>- Lex retis

<sup>5</sup>-Lex electronica

ایجاب در لغت به معنای عرضه امری به دیگری که در فارسی با واژه پیشنهاد مترادف است. در اصطلاح حقوقی، اعلام اراده نخستین از طرف یکی از طرفین برای ایجاد رابطه حقوقی فیما بین در امر معینی را ایجاب می‌گویند. ایجاب الکترونیکی در ماهیت حقوقی خود هیچ تفاوتی از ایجاب در قراردادهای سنتی ندارد. ایجاب الکترونیکی به لحاظ ماهیت وسیله ارتباطی و شکل اعلام آن، نسبت به ایجاب سنتی دارای ویژگیهای خاصی می‌باشد. مثلاً ابراز ایجاب سنتی به هر وسیله و عملی متعارف ممکن است. ولی ایجاب الکترونیکی محدود به داده‌های پیامی است که به وسیله تامین‌کننده خدمات اینترنتی در صفحه اینترنت به نوشته و تصاویر قابل دلالت بر قصد و اراده وی تبدیل می‌شود. همچنین در ایجاب الکترونیکی، مخاطبین اشخاصی هستند که با استفاده از رایانه می‌توانند به محیط الکترونیکی اینترنت وارد شوند و با ایجاب الکترونیکی و شرایط آن بر صفحه اینترنت آگاه شوند.

#### ۶- قبول الکترونیکی

قبول در انعقاد قرارداد به عنوان بیان اراده ای است که در مطابقت با اراده ایجاب طرف دیگر اعلان می‌گردد. به بیانی دیگر، قبول عبارت است از پذیرش بی قید و شرط پیشنهاد ارائه شده برای انعقاد قرارداد است<sup>۱</sup>. اعلام رضایت بر مفاد ایجاب در محیط الکترونیکی را قبول الکترونیکی می‌نامند. الکترونیکی و یا غیر الکترونیکی بودن اعلام قبول، هیچ خللی بر ماهیت اراده و نحوه دلالت آن بر ایجاد روابط حقوقی ندارد. قبول الکترونیکی، نسبت به قبول سنتی در ماهیت بیان اراده در قراردادها وضع خاصی را دارا نمی‌باشد. ولی از لحاظ شکل و نحوه اعلام اراده می‌توان وضع متفاوتی در قبول الکترونیکی را ملاحظه نمود. معمولاً قبول الکترونیکی فقط با کلیک بر بیان الکترونیکی مبنی بر موافقت بر مفاد ایجاب الکترونیکی ارائه شده در محیط اینترنتی به عمل می‌آید.<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup>- کاتوزیان، ناصر، *حقوق مدنی- قواعد عمومی قراردادها*، جلد اول، تهران: انتشارات برنا، ۱۳۶۴، ص ۲۳۵

<sup>۲</sup>- بطور معمول قبول ممکن است به حالت‌های متعددی که حاکی از دلالت آن بر ایجاد قرارداد بر مبنای مفاد ایجاب است، اعلام گردد، به طور صریح یا ضمنی. مثلاً با پرداخت قیمت موضوع ایجاب و یا نوعی عمل و حرکات متعارف که نشانه از قبول تلقی شود.



## ۷- جنبه بین المللی قراردادهای الکترونیکی

قراردادهای الکترونیکی به اعتبار صفت بین المللی شبکه اینترنت، جنبه فرامرزی دارد. زیرا محیط اینترنت، محیطی است آزاد برای همه صرف نظر از مرز و محل جغرافیایی معین و ورود به آن برای هر شخص امکان پذیر است. چنان که قانونگذار در تفسیر قانون تجارت الکترونیکی به لزوم توجه به خصوصیت بین المللی اشاره کرده است. بنابر ماده ۳ قانون یاد شده «در تفسیر این قانون همیشه باید به خصوصیت بین المللی، ضرورت توسعه هماهنگی بین کشورها در کاربرد آن و رعایت لزوم حسن نیت توجه کرد». در این راستا می توان گفت که قانونگذار ایران در تدوین و تصویب قانون تجارت الکترونیکی عملاً به جنبه بین المللی قراردادهای الکترونیکی در عرصه قانون تجارت الکترونیکی توجه خاصی نموده است. بدین ترتیب که مفاد قانون تجارت الکترونیکی با رعایت مفاد و مفاهیم اساسی قانون نمونه آنسیترال تدوین و مقرر شده است. باید توجه داشت که محیط الکترونیکی برای ورود اشخاص از هر مکان از جهان محدودیت خاصی ندارد در صورت ایجاد اختلاف در معاملات فیما بین، مسئله تعیین قانون قابل تطبیق و دادگاه صالح برای رسیدگی از شاخصه های مهم قراردادهای بین المللی خواهد بود.<sup>۱</sup>

## ۸- انواع تجارت الکترونیک

۱- تجارت B2B<sup>۱</sup>: این نوع تجارت، تجارت بین دو بنگاه می باشد. نمونه ای از این نوع تجارت، شرکتی که از یک شبکه برای انجام سفارش به تولید کنندگان، دریافت پیش فاکتور و فاکتور خرید و همچنین پرداخت هزینه ها استفاده می کند. علیرغم آنکه این نوع تجارت الکترونیکی سالهاست که با استفاده از EDI انجام می گیرد ولی در واقع از پنج یا شش سال پیش به شکل امروزی خود در آمد.

<sup>۱</sup>-مقامی نیا، محمد، نحوه انعقاد قراردادهای الکترونیکی و ویژگی های آن، دو فصلنامه علمی-پژوهشی دانش حقوق مدنی، ۱۳۹۱، شماره نخست، تهران، ص ۹۵

- ۲- تجارت C2C<sup>۲</sup>: این نوع تجارت، تجارت بین بنگاه و مصرف کننده می باشد. تجارت الکترونیکی بین بنگاه مشتری بسیار متداول است B2C یا همان خرده فروشی از حدود هشت سال پیش با راه اندازی سایتهایی چون AMAZON و CDNOW آغاز شد.
- ۳- تجارت C2C<sup>۳</sup>: در این نوع تجارت C2C یا تجارت بین مصرف کننده و مصرف کننده. انواع مزایده و مناقصه کالاها از طریق اینترنت قرار می گیرد. نمونه ای از این نوع تجارت اکترونیک را می توان در سایت EBAY مشاهده نمود.
- ۴- تجارت B2A<sup>۴</sup>: این نوع تجارت شامل کلیه تراکنش های مالی و تجاری بین شرکت ها و سازمان های دولتی می باشد. تامین نیاز های دولت توسط شرکت ها و پرداخت عوارض از جمله مواردی است که می توان در این گروه گنجانده.
- ۵- تجارت C2A<sup>۵</sup>: این گروه هنوز پدیدار نشده است ولی تعاملات مربوط به پرداخت مالیات بر آمد اشخاص و هر گونه گروه کسب و کار که بین دولت آحاد مردم متصور است در این گروه قرار می گیرد.<sup>۱</sup>

#### ۹- رشد تجارت الکترونیک در فرانسه

فرانسه یکی از کشورهای توسعه یافته در اروپا است. و در حال حاضر این کشور از ارزشهای الکترونیکی مانند همه کشورهای اروپایی استفاده می کند. انجمن تجارت الکترونیک فرانسه رشد تجارت الکترونیک را در فرانسه مثبت ارزیابی کرد و امید دارد که این بخش از تجارت فرانسه توسعه بیشتری یابد.

- 2-BUSINESS TO CONSUMER  
3-CONSUMER TO CONSUMER  
4-BUSINESS TO ADMINISTRATION  
5-CONSUMER TO ADMINISTRATION

<sup>۱</sup>- اعرابی، سید محمد، سرمد سعیدی، سهیل، بررسی موانع محیطی و ارائه الگوی مناسب جهت استفاده از تجارت

الکترونیک، فصلنامه اطلاع رسانی مطالعات مدیریت صنعتی، ۱۳۸۳، دوره ۱۸، شماره ۱ و ۲، تهران، ص ۶۹

در حال حاضر در فرانسه یک میلیارد خرید از طریق تجارت الکترونیک صورت می‌گیرد و این رقم به ۷۰ میلیارد یورو رسیده است.

در فرانسه، در هر ثانیه ۳۳ تراکنش رخ می‌دهد که رقمی بسیار بالا به حساب می‌آید. و این رقم هر روز نیز بالاتر می‌رود. و هر روز بر تعداد این فروشگاه‌های الکترونیکی افزوده می‌شود فروشگاه‌های الکترونیکی راه‌های زیادی را برای تشویق مردم به کار گرفته‌اند مانند اشتراک نامحدود، تحویل رایگان و... اینک در فرانسه ۲۸ درصد معاملات از طریق اینترنت صورت می‌گیرد و این رقم توسعه بیشتری نیز خواهد یافت.<sup>۱</sup> از این رو، شرکت‌ها مجبورند حالت عملی خود را بازبینی کنند و انقلاب دیجیتالی خود را انجام دهند. بازاریابی، ارتباطات، فروش، تبلیغات، توزیع در قلب این انقلاب و شرکت‌ها مجبور به ایجاد استراتژی‌های جدید، نوآوری و سازماندهی آنها هستند.<sup>۲</sup>

#### ۱۰- مقررات حاکم بر تبلیغات الکترونیکی در حقوق ایران و فرانسه

در قانون تجارت الکترونیکی هر دو کشور ایران و فرانسه، دو اصل شفافیت و شرافتمندی در تبلیغات مورد توجه قرار گرفته است و بر اساس آن تبلیغات دروغین و فریبکارانه و مقایسه‌ای تعریف می‌شود.

۱- تبلیغات دروغین و فریبکارانه: هر نوع تبلیغاتی است که به هر شکل یا صورتی، مطالبی را ارائه می‌دهد که موجب اشتباه در مصرف‌کننده نسبت به رنگ یا کیفیت یا قیمت یا شرایط خرید و کالایا خدمات می‌شود.<sup>۳</sup> که در ایران و فرانسه جرم محسوب می‌شود.

۲- تبلیغات مقایسه‌ای: در عمل در ایران وجود ندارد ولی در قانون به آن اشاره شده است.<sup>۴</sup> هر تبلیغاتی که به طور صریح یا ضمنی، یک رقیب تجاری یا کالاها و خدمات آن را مورد شناسایی قرار دهد.<sup>۵</sup> اما در فرانسه با ذکر شرایط زیر مجاز شناخته شده است:

الف- متقابلانه نباشد.

ب- کالا و خدمات مشابه را مقایسه نکند.

<sup>۱</sup> -<http://safteh.net/index.php/generalinformation/73-e-commerce/211-french>

<sup>۲</sup> -<https://www.mbatasilat.com/MBA>

ج- تنها ویژگی های اصلی کالا و خدمات را مقایسه کند و قابل بررسی باشد.

د- موجب اشتباه نشود.

و- بی جهت از شهرت رقیب کسب اعتبار نکند.

ه- باعث تحقیر یا بی اعتباری رقیب تجاری نشود.

### ۱۱- ایجاب و قبول در معاملات الکترونیکی در حقوق ایران

هر عقدی مرکب از دو عنصر ایجاب و قبول است. بدین معنا طرفی که می‌خواهد عقد را منعقد کند ایجاب عقد را انجام می‌دهد و طرف دیگر آن را قبول می‌کند که هر کدام از این ایجاب و قبول مشتمل بر الفاظی است که دلالت بر ایجاب و قبول می‌کند. آنچه مسلم است آن که در تحقق ایجاب و قبول ممکن است، قصد طرفین کتبی یا شفاهی، لفظی یا عملی و یا به طریق مدرن یعنی به روش الکترونیکی ابزار گردد. ایجاب و قبول الکترونیکی باعث بوجود آمدن قراردادهای آنلاین در عرصه این فناوری گردیده است. و قبول الکترونیکی در قراردادهای آنلاین بدین صورت است که فرد پیام داده ای خود را به سامانه رایانه ای مقصد ارسال می‌دارد و کسی که در مقصد است از ایجاب فرد مطلع می‌گردد. موید این امر ماده ۱۱ قانون نمونه آنسیترال راجع به عبارت الکترونیک است که مقرر می‌دارد: «در بستر و روند انعقاد قرارداد، ایجاب و قبول را می‌توان از طریق پیام داده‌ای ابراز کرد مگر اینکه طرفین خلاف آن مقرر کرده باشند.»<sup>۱</sup>

در قراردادهای آنلاین دو حالت متصور است:

۱- در حالت اول فرد پیام داده ای خود را به مقصد خاص ارسال می‌دارد. برای نمونه، سفارش کالایی را به فروشگاه خاصی می‌دهد در این جا تنها فروشگاه مورد نظر است که باید قبول را اعلام کند و تعهد خود را مبنی بر ارسال کالا ایفا نماید. در اینجا ایجاب صریحاً متوجه همان فروشگاه خاص است.

<sup>۱</sup>- نوری، محمد علی، ترجمه اصول قراردادهای بازرگانی بین‌المللی، تهران: انتشارات گنج دانش، ۱۳۷۸، ص ۱۲۱

۲- در حالت دوم فرد، ایجاب خود را منحصر به شخص یا محل خاصی نمی‌کند بلکه شاید میلیون ها نفر را مخاطب خود قرار می‌دهد این امر شبیه عقد جعاله در فقه امامیه است که در آن عامل جعاله شخصی نیست لذا در اینجا هر فردی که تعهد را انجام دهد باید در مقابل انجام تعهد عوض به او مسترد گردد.

به طور کلی باید گفت، ایجاب ابراز قصد ورود به معامله است و البته شرایطی در آن معتبر است که هر یک از نظام های حقوقی مطابق قوانین خویش بدان پرداخته اند.

حقوق دانان ایران شرایطی را برای ایجاب لازم دانسته اند:

۱- ایجاب باید کامل باشد، یعنی باید حاوی تمام عناصر اصلی قرارداد باشد.

۲- ایجاب باید مشخص باشد، یعنی نوع عقد و موضوع قرارداد در آن مبهم نماند یا محل تردید دو چیز نباشد.

۳- ایجاب باید قاطع باشد، یعنی اعلام اراده به منظور انعقاد قرارداد و ایجاد تعهد بر اجرای مفاد آن باشد.

۴- ایجاب باید به طرف معامله و به منظور اعلام او باشد، خواه به طور مستقیم گفته یا نوشته شود یا به صورت پیام به دیگران اعلام گردد.<sup>۱</sup>

در تجارت الکترونیکی پایگاه اینترنتی ایجاب را عرضه می‌کند یعنی کالا، خدمات، نرم افزار و ... را به مخاطب عرضه می‌کند و در پی توافق با طرف مقابل در پایگاه است. باید دانست که ایجاب از زمان وصول به مخاطب ایجاب، نافذ می‌گردد و حتی در صورتی که به نحو غیر قابل رجوع باشد قابل انصراف است مشروط بر این که اعلام انصراف، پیش از وصول ایجاب یا هم زمان با آن به اطلاع مخاطب ایجاب رساند.

<sup>۱</sup>- کاتوزیان، ناصر، قواعد عمومی قراردادها، جلد ۱، تهران: شرکت سهامی انتشار، ۱۳۷۲، ص ۲۸۲

فصل چهارم قانون تجارت الکترونیک ایران به زمان و مکان ارسال و دریافت داده پیام اختصاص دارد.<sup>۱</sup> ماده ۲۶ قانون فوق مقرر می‌دارد: «ارسال داده پیام زمانی تحقق می‌یابد که به یک سیستم اطلاعاتی خارج از کنترل اصل ساز یا قائم مقام وی وارد شود.» و ماده ۲۷ زمان دریافت داده پیام را مطابق شرایطی می‌داند: «الف- اگر سیستم اطلاعاتی مخاطب برای دریافت داده پیام معین شده باشد دریافت زمانی محقق می‌شود که داده پیام به سیستم اطلاعاتی معین شده وارد شود یا چنانچه داده پیام به سیستم اطلاعاتی مخاطب غیر از سیستمی که منحصراً برای این کار معین شده، وارد شود، داده پیام بازیافت می‌شود. ب- اگر مخاطب، یک سیستم اطلاعاتی برای دریافت معین نکرده باشد، دریافت زمانی محقق می‌شود که داده پیام وارد سیستم اطلاعاتی مخاطب شود.»<sup>۲</sup>

قبول نیز ابراز قصد ورود به معامله با توجه به ایجاب است. قبول در همه نظام‌های حقوقی، وقوع قرارداد را محقق می‌کند. ماده ۲-۶ اصول قراردادهای بازرگانی بین‌المللی چنین مقرر می‌کند: «۱- الفاظ یا سایر اعمال مخاطب ایجاب که دال بر رضا به مفاد ایجاب باشد، قبول محسوب است. سکوت یا عدم اقدام فی نفسه دلالت بر قبول ندارد. ۲- قبول ایجاب از لحظه‌ای که اعلام رضا به ایجاب کننده واصل گردد، نافذ است. ۳- مع هذا چنانچه به موجب ایجاب یا در نتیجه ایجاب یا در نتیجه رویه معمول به طرفین یا حسب عرف و عادت، مخاطب بدون اعلام به ایجاب کننده بتواند با انجام عملی اعلام رضا نماید، قبول از لحظه‌ای که عمل شود، نافذ است.»<sup>۳</sup>

در پاره ای از موارد آگهی در پایگاه اینترنتی دعوت به مذاکره است به این دلیل که مخاطب را مشخص نکرده یا این که ملاک لازم در مورد معین و مشخص بودن شرایط را ندارد در این موارد، قبول در غالب تایید پست الکترونیکی یا صفحه تایید است که سیستم کامپیوتر به کاربر- در زمانی که

<sup>۱</sup>- شمس، عبدالله، *قانون تجارت الکترونیکی و آئین نامه های آن*، تهران: انتشارات دراک، ۱۳۸۸، ص ۲۰

<sup>۲</sup>- آقای بجستانی، مریم، روحانی مقدم، محمد، *بررسی ایجاب و قبول در معاملات الکترونیک*، نشریه پژوهش های فقه و

حقوق اسلامی (فقه و مبانی حقوق اسلامی)، ۱۳۸۷، دوره ۴، شماره ۱۳، تهران، ص ۲۴

<sup>۳</sup>- نوری، محمد علی، ۱۳۷۸، پیشین، ص ۴۰

کامپیوتر مخاطب سفارش را دریافت کرده- ارائه می کند. در سایر موارد وقتی آگهی پایگاه کاملاً مشخص باشد، از نظر اکثر نظام های حقوقی ایجاب معتبر است.<sup>۱</sup>

در مورد زمان تحقق ایجاب و قبول در قراردادهای الکترونیکی دو نظر وجود دارد: یک نظریه آن که برای معتبر بودن ایجاب و قبول، زمان ارسال آن ها به مخاطب ملاک است. بدین معنا که ایجاب و قبول از لحظه ارسال به مخاطب تحقق یافته و اعتبار قانونی دارد.

نظریه دیگر که امروزه در سطح وسیعی پذیرفته شده و کنوانسیون بیع بین الملل نیز آن را تایید کرده است آن است که زمان وصول ایجاب و قبول ملاک بوده و ایجاب و قبول از زمان وصول به مخاطب اعتبار قانونی دارند. ماده ۲۴ کنوانسیون بیع تصریح می کند: «از نظر این فصل از کنوانسیون، ایجاب، اعلام قبول یا سایر انواع بیان اراده هنگامی به مخاطب واصل می شود که شفاهاً به اطلاع وی رسانده شود یا به طریق دیگر به شخص او، محل تجارت یا به نشانی پستی اش و چنان چه محل تجارت یا نشانی پستی نداشته باشد به محل اقامت عادی او تحویل گردد.<sup>۲</sup> البته در اینترنت گاه زمان اعلام ایجاب و زمان وصول قبول کمتر از یک دقیقه است احراز زمان قبول دارای اهمیت زیادی است زیرا اصولاً قبل از قبول می توان از ایجاب رجوع کرد. در صورتی که توافق خاصی در بین نباشد، ابلاغ الکترونیکی هنگامی دریافت شده محسوب می شود که به سیستم اطلاعاتی مخاطب یا تحت کنترل مخاطب وارد شده و یا در محل کار مخاطب دریافت شده باشد. قراردادهای آنلاین با عملی که دال بر توافق باشد، محقق می شود.<sup>۳</sup>

۱۲- رویکرد قانون تجارت الکترونیکی ایران (۱۳۸۲) در رابطه با وضعیت حقوقی نمایندگان

### الکترونیکی

۱- همان، ص ۱۴۰

۲- همان، ص ۱۴۲

۳- همان، ص ۱۴۵

در خصوص دیدگاه قانون تجارت الکترونیکی ایران در رابطه با وضعیت حقوقی نمایندگان الکترونیکی، دو رویکرد قابل استنباط است و در مجموع می‌توان گفت که دیدگاه این قانون در خصوص وضعیت حقوقی نماینده الکترونیکی مبهم است. دیدگاه اول از تمایل این قانون به شخصیت دهی به نماینده الکترونیکی حکایت دارد؛ با این توضیح که بند (م ماده ۲) در خصوص تعریف شخص اشعار می‌دارد: «شخص اعم است از شخص حقیقی و حقوقی و یا سیستم های رایانه ای تحت کنترل آنان». اقسام شخص در حقوق سنتی مشخص است: حقیقی و حقوقی لکن در این تعریف، نوع سومی از شخص با عنوان «سیستم های رایانه ای تحت کنترل شخص حقیقی یا حقوقی» معرفی شده است که در نگاه اول، ابداع جدیدی توسط قانون تجارت الکترونیکی است. لکن با توجه به تعریف سیستم رایانه ای در بند (و) ماده ۲ که اشعار می‌دارد سیستم رایانه ای: «هر نوع دستگاه یا مجموعه ای از دستگاه های متصل سخت افزاری-نرم افزاری است که از طریق اجرای برنامه های پردازش خودکار داده پیام عمل می‌کند»، این سؤال مطرح می‌شود که آیا می‌توان یک دستگاه رایانه ای را که نماینده الکترونیکی می‌تواند بخشی از آن باشد، دارای شخصیت دانست و حق و تکلیف بر آن بار کرد؟ پاسخ به وضوح منفی است و لذا به جای ابداع باید از بدعت منفی توسط قانون تجارت الکترونیکی سخن گفت.

دیدگاه دوم قانون در خصوص نماینده الکترونیکی دچار ابهام است. بند (ب ماده ۱۸) این قانون در بحث از قواعد انتساب داده پیام مقرر کرده است: «در موارد زیر، داده پیام منسوب به اصل ساز است: ... (ب) اگر به وسیله سیستم اطلاعاتی برنامه ریزی شده یا تصدی خودکار از جانب اصل ساز ارسال شود.» با توجه به تعریف سیستم اطلاعاتی در بند (ز) ماده ۲ که آن را «سیستمی برای تولید، ارسال، دریافت ذخیره یا پردازش داده پیام» می‌داند و یکی از مصادیق آن می‌تواند نماینده الکترونیکی



باشد، هرچند که امکان انعقاد قرارداد از طریق نماینده الکترونیکی نیز اعتبار آن را می‌رساند، همچنان روشن نیست که نقش خود نماینده الکترونیکی در این میان چیست؟ آیا به نمایندگی از دارنده وب سایت به انعقاد قرارداد الکترونیکی مبادرت می‌ورزد یا به عنوان ابزار ارتباطی بین طرفین عمل می‌کند، که در هر دو صورت، آثار حقوقی به دارنده وب سایت منتسب خواهد شد. با در کنار هم قراردادن دو دیدگاه فوق، می‌توان به این نتیجه رسید که قانون تجارت الکترونیکی ایران، دیدگاه روشنی در خصوص وضعیت حقوقی نماینده الکترونیکی در انعقاد قرارداد از طریق وب سایتها ندارد.

### ۱۳- ایجاب و قبول در نظام حقوقی فرانسه

در این نظام حقوقی قبول ایجاب، قرارداد را کامل و منعقد می‌کند و از لحاظ شرایط تابع شرایط کلی اظهار اراده است. از لحاظ شکل بیان، قبول تابع شرایط خاصی نیست و می‌تواند صریح یا ضمنی باشد. البته قبول باید در زمان اعتبار ایجاب ابراز گردد. دربارهٔ زمان وقوع عقد، رویه قضائی فرانسه متفاوت است، برخی آراء نظریه اعلان اراده را پذیرفته و برخی از نظریهٔ وصول پیروی کرده‌اند، ولی نظریهٔ اول طرفداران بیشتری دارد. گفته شده است که باید در هر مورد با توجه به اوضاع و احوال، زمان و مکان وقوع قرارداد را مشخص نمود و در این خصوص باید عرف و عادت و اراده طرفین را مد نظر قرار داد و در صورتی که از این طریق نتوان ارادهٔ واقعی طرفین را احراز کرد، باید بر این بود که زمان اعلان قبولی، همان زمان وقوع عقد است چون در آن لحظه، ارادهٔ وجود خارجی پیدا می‌کند و مؤثر است، مگر این که طرفین خواسته باشند انعقاد قرارداد را تا لحظه وصول قبول به تأخیر بیندازند یا قانون گذار آن را به تأخیر اندازد، مانند بند ۲ ماده ۹۳۲ ق.م. فرانسه که در مورد قبول هبه با سند رسمی، ابلاغ آن به واهب را شرایط تأثیر قبول دانسته است.

<sup>۱</sup>- حبیب زاده، طاهر، وضعیت حقوقی نماینده الکترونیکی در انعقاد قراردادهای الکترونیکی (مطالعه تطبیقی)، فصلنامه پژوهش حقوق خصوصی، دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۹۳، مقاله ۳، دوره ۲، شماره ۵، تهران، ص ۶۹

دیوان تمیز فرانسه سال‌ها این مسئله را یک امر ماهوی (موضوعی) تلقی می‌کرد و تشخیص زمان وقوع عقد را در صلاحیت دادگاه رسیدگی کننده به ماهیت دعوا می‌دانست. به ویژه شعبه بازرگانی دیوان تمیز فرانسه، در رأی مورخ هفتم ژانویه ۱۹۸۱ این نظریه را پذیرفته است. این رأی مربوط به ایجابی است که سی روز مهلت داشته است. مخاطب ۷ روز قبل از پایان مهلت قبول خود را می‌فرستد، ولی نمی‌تواند اثبات کند که نامه قبول قبل از پایان مهلت به ایجاب کننده رسیده است. دیوان تمیز اعلام می‌کند که جز در موردی که شرط مخالفی در میان باشد قرارداد با صدور قبول کامل می‌شود نه با وصول آن.

بنابراین همین که قبول در مهلت مقرر صادر شده باشد، قرارداد منعقد شده است و زمان وصول نامه قبول به ایجاب کننده، مؤثر در مقام نیست. از آنچه گفته شد چنین بر می‌آید که حقوق فرانسه از لحاظ زمان انعقاد قرارداد با کنوانسیون هماهنگی ندارد.

درباره مکان وقوع عقد، بجز در مواردی که اراده طرفین، یا اوضاع و احوال راه حل مخالفی را ارائه کند، باید بر آن بود که محلی که قبول اعلان می‌شود محل انعقاد قرارداد است. در حقوق فرانسه بعد از ابراز و صدور قبول، دیگر نمی‌توان آن را مسترد کرد هر چند هنوز به ایجاب کننده نرسیده باشد.<sup>۱</sup>

#### ۱۴- تشکیل قرارداد الکترونیک در حقوق فرانسه

تمامی مولفان در این زمینه اتفاق نظر دارند که قراردادهای منعقد شده به صورت الکترونیکی با خطراتی مواجه هستند: نزدیک ۸۰ درصد از کاربران اینترنت متن قرارداد را اسکن (کپی) می‌کنند. حرکت اطلاعات بر روی اینترنت، به خاطر سپردن اطلاعات را مشکل تر می‌کند و اشتباه در درک

<sup>۱</sup> - قربان وند، محمد باقر، زمان و تشکیل قرارداد الکترونیکی، فصلنامه پژوهش حقوق، ۱۳۸۹، سال دوازدهم، شماره ۲۹، تهران، ص ۲۸۰

مفاهیم بسیار شایع است. چنین وضعی، دقت بیشتر در شرایط صحت این قراردادها را ایجاب می کند.<sup>۱</sup>

برای اینکه قرارداد به درستی منعقد شود باید شرایط ماده ۱۱۰۸ قانون مدنی فرانسه (که قوانین خارجی متعددی از آن اقتباس کرده اند) رعایت شود.

- باید طرفین قرارداد صلاحیت انعقاد آن را داشته باشند یعنی عدم اهلیت مانع از تحقق قرار داد نشود؛

- موضوع قرارداد باید کاملاً قانونی و درباره چیزهایی باشد که موضوع تجارت هستند؛

- رضایت طرفین باید اعلام شود بدون اینکه به دلیل اشتباه، اجبار یا اکراه معیوب باشد.

#### ۱۵- ساز و کارهای مورد عمل قانون اعتماد سازی در اقتصاد دیجیتالی

در فرانسه اصل روند تشکیل قرارداد به موجب این قانون مورد تاکید قرار گرفته است، زیرا ایجاب به علاوه باید:

«۱- مراحل مختلفی را که برای انعقاد قرارداد الکترونیکی سپری می شود، اعلام کند.»؛

این قانون همچنین ماده ۲-۱۳۶۹ را وارد قانون مدنی کرده است که بر اساس آن: «برای اینکه قرارداد صحیحاً منعقد شود، مخاطب ایجاب باید امکان کنترل جزئیات سفارش خود، قیمت تمام شده و اصلاح احتمالی اشتباهات را قبل از تایید آن به منظور اعلام قبولی داشته باشد.»

از آنچه گفته شد استنباط می شود که قبولی، در حقیقت تایید یک سفارش است، امری که نوعی تکرار رضایت را در خود دارد. در واقع، اصطلاح «سفارش» به مفهوم عمل حقوقی<sup>۲</sup> تلقی نمی شود بلکه در مفهوم نگارشی آن<sup>۳</sup> به کار گرفته می شود. از سوی دیگر تصریح این نکته ضروری است که: «ایجاب کننده باید بدون مهلت غیر موجه و از طریق الکترونیکی سفارشی را که خطاب به او انجام

<sup>1</sup> -Xavier Linant Bellefonds,2005, Le droit commerce electronique, "Que sais-je?"press"PUF" in France,p74

<sup>2</sup>-negotium

<sup>3</sup>- instrumentum

شده اعلام وصول کند» و «سفارش، تایید قبولی ایجاب و اعلام وصول زمانی دریافت شده تلقی خواهند شد که طرفین ایجاب و قبول به آنها دسترسی داشته باشند.» بدین ترتیب به نظر می‌رسد قانون گذار فرانسوی نظریه وصول را مورد قبول قرار داده است. این خطر وجود دارد که اعلام وصول همانند تشریفات اثبات<sup>۱</sup> عمل حقوقی تلقی شود، در حالی که این اعلام، عنصر اساسی روند تشکیل قرارداد است، به شرط اینکه بدون تردید بیانگر اراده حاکی از ادامه سفارش باشد، در غیر این صورت، برای مشتری دلیل وصول سفارش وی تلقی خواهد شد.

بنابراین باید دو فرض را از هم تفکیک کرد: ۱- ایجاب انجام شده توسط عرضه کننده: قرارداد زمانی منعقد خواهد شد که اعلام وصول حاکی از قصد پیگیری سفارش بر روی اینترنت قابل دسترسی باشد. (به ویژه با اعلام یک مهلت و دسترسی به روند پیگیری)؛ ۲- ایجاب انجام شده توسط کاربر نهایی خدمات: در این صورت اعلام وصول ارائه دهنده خدمات است که انعقاد قرارداد را نهایی می‌کند.<sup>۲</sup>

#### ۱۶- اعتبار قراردادهای الکترونیکی در اینترنت در فرانسه

در ابتدای این امر این سوال بوجود می‌آید که آیا امکان قراردادن قراردادهای الکترونیکی در اینترنت وجود دارد؟ اگر چنین است، قراردادها در اینترنت چگونه شکل می‌گیرند؟ و اینکه قراردادهای بسته بندی شده بعد از اینکه می‌گویند کلیک کنید، چگونه قابل اجرا هستند و اگر چنین باشد، چه نیازمندی‌هایی باید برآورده شود؟ در ابتدا باید بگوییم که اعتبار قراردادهای الکترونیکی تحت قانون فرانسه به رسمیت شناخته شده است. قانون مدنی می‌گوید که این قراردادها از لحاظ قانونی شکل گرفته و اجرا می‌شوند، قراردادهای الکترونیکی باید الزامات خاصی را برآورده کنند. به طور خاص، یک معامله گر که به وسیله وسایل الکترونیکی، پیشنهاد تحویل کالاها یا ارائه خدمات به وی می‌شود باید شرایط قرارداد قابل اجرا را به نحوی که به حفظ و تولید آنها کمک می‌کند، در دسترس قرار دهد.

<sup>1</sup>-ad probationem

<sup>2</sup>- Xavier Linant Bellefonds, 2005, Le droit commerce électronique, "Que sais-je?" press "PUF" in France, p75

همچنین پیشنهادهایی که باید بیان شوند عبارت اند از: -مراحل مختلف برای پیروی از قرارداد به وسیله ی الکترونیکی؛ مفاهیم فنی اجازه می دهد تا کاربر قبل از پایان قرارداد، خطاهای ورودی را شناسایی و اصلاح کند. زبان ارائه شده برای به دست آوردن قرارداد؛ در صورت بایگانی قرارداد، جزئیات این بایگانی توسط معامله گر و شرایط دسترسی به قرارداد آرشیو شده؛ و روش های مشاوره از طریق الکترونیکی به معنی معامله گر و قوانین تجاری است که معامله گران قصد محدود شدن آن را دارند، معامله گر با توجه به پیشنهاد ارائه شده تا زمانی که از طریق وسایل الکترونیکی در دسترس باشد، محدود می شود.

از این رو، برای نتیجه معتبر قرارداد الکترونیکی، باید مطابق با مقررات قانون مدنی (ماده ۱۱۲۷-۲) یک رویه سه مرحله ای دنبال شود: فروشندگان کالا یا خدمات را که قصد خرید آن را دارند، انتخاب کنند، فروشنده باید بتواند جزئیات سفارش خود و قیمت کامل را بررسی کند و هر گونه خطای احتمالی را تصحیح کند (اولین کلیک)؛ و داوطلب باید سفارش خود را تأیید کند، بنابراین با پذیرفتن پذیرش خود، از طریق کلیک دوم، معامله گر باید بدون تاخیر و با دریافت وسیله الکترونیکی سفارش الکترونیکی را تأیید کند. با این حال، این الزام بر اعتبار قرارداد که پس از دوبار کلیک انجام می شود، تاثیر نمی گذارد. (ماده ۱۱۲۷-۳ قانون مدنی).<sup>۱</sup>

### ۱۷- نتیجه گیری

قراردادهای الکترونیکی بواسطه اینترنت جزو قراردادهای تابع اصول و قواعد عمومی شناخته می شود. سازگاری و مطابقت مفاهیم لفظی و عرفی قواعد حقوقی قراردادها با مفاهیم فنی محیط الکترونیکی، تحدید حقوق و اختیارات طرفین در حمایت مصالح و حفظ تعادل منافع خود در قراردادهای منعقد بواسطه اینترنت و ضوابط حاکم بر روشهای متعدد و ایفای تعهدات بواسطه محیط اینترنت از جمله مسائلی است که انعقاد قرارداد های الکترونیکی بواسطه اینترنت را با تردید و تامل مواجه ساخته است. سبب عمده آن بر می گردد به اینکه زیادی از مفاهیم و مقررات قانون تجارت الکترونیکی حاکم بر قراردادهای الکترونیکی فاقد هر گونه پیشینه عرف و عادت و یا نیازهای اجتماعی و اقتصادی در کشورمان بوده است و نسبت به مفاهیم حقوقی شایع در منابع حقوقی کشورمان نسبتاً وجه نامانوس دارد. گرچه قانون تجارت الکترونیکی با محتوای خاص خود ظاهراً تعارضی با قواعد

<sup>1</sup>-[https://gettingthedealthrough.com/area/11/jurisdiction/28/e-commerce-france\\_](https://gettingthedealthrough.com/area/11/jurisdiction/28/e-commerce-france_)

و مقررات عمومی قوانین مدنی و تجاری ندارد ولی با این وجود، انسجام و اندماج چندانی نیز با مفاهیم و مقررات شکلی و فنی منابع قانونی مانند قوانین مدنی و تجاری ندارد و منفذی بسی محدود در تطبیق این قواعد بر مسائل حقوقی قراردادها در تجارت الکترونیکی تلقی می‌گردد.

با توجه به خصوصیات قانون تجارت الکترونیکی، می‌توان گفت که اصولاً کاربرد قراردادهای الکترونیکی بر مبنای سیستم اطلاعاتی و تبادل داده‌های پیامی می‌باشد که این اطلاعات، یا مفاد بیان اراده (ایجاب و قبول) محتوای محصول الکترونیکی قابل داد و ستد در قرارداد الکترونیکی را تشکیل می‌دهد. قرارداد الکترونیکی بالقوه جزو قراردادهای کتبی محسوب می‌شود و امضاء الکترونیکی نیز به عنوان محور اساسی اعتبار بیان اراده در معاملات الکترونیکی معتبر شناخته شده است.

بنابراین در حقوق ایران ویژگی اصلی تجارت الکترونیکی تجارت تسهیل فرآیندهای تجاری، حذف فرآیندهای غیرضروری و زائد در انجام امور بازرگانی و کاهش هزینه‌ها از طریق بهبود و افزایش هماهنگی، کاهش هزینه‌های اداری خصوصاً هزینه مکاتبات و نیز بهبود دسترسی به بازار و افزایش تنوع برای مشتریان است. در این میان، فناوری‌های نوین ارتباطی مانند اینترنت، اکسترانت، پست الکترونیک و تلفن‌های همراه در گسترش و توسعه تجارت الکترونیک نقش بسزایی دارند.

فرانسه یکی از کشورهای توسعه یافته در اروپا است. و در حال حاضر این کشور از ارزشهای الکترونیکی مانند همه کشورهای اروپایی استفاده می‌کند. انجمن تجارت الکترونیک فرانسه رشد تجارت الکترونیک را در فرانسه مثبت ارزیابی کرد و امید دارد که این بخش از تجارت فرانسه توسعه بیشتری یابد. از این رو، در فرانسه تجارت الکترونیکی مهمترین مسائل و ابعاد آن به جهانی یا باز بودن شبکه اینترنت مربوط است به طوری که همین امر، چالش‌هایی را در عقد قراردادهای مجازی ایجاد کرده است که از جمله آنها می‌توان به تعیین و تشخیص هویت طرفین قرارداد، تعیین مسؤلیت حقوقی، تبلیغات اشاره کرد که علاوه بر این، به دلیل ماهیت باز بودن این شبکه همه افراد امکان حضور در آن را دارند که همین امر، تعیین زمان قرارداد را مشکل می‌سازد. البته در کنار این مشکلات، مزایای تجارت الکترونیکی که از جمله آنها می‌توان به سرعت مبادلات، هزینه کم و تبلیغات آسان اشاره کرد و سبب شده است که تاجران و مصرف‌کنندگان از آن استقبال کنند. بنابراین، تجارت الکترونیکی به طور کلی، مجموعه‌ای از مبادلات تجاری اینترنتی میان شرکتها، شرکتها و مصرف‌کنندگان، یا شرکتها و اداره‌ها است.

منابع فارسی

کتاب

- ۱- شمس، عبدالله، *قانون تجارت الکترونیکی و آئین نامه های آن*، تهران: انتشارات دراک، ۱۳۸۸.
- ۲- کاتوزیان، ناصر، *حقوق مدنی-قواعد عمومی قراردادها*، جلد اول، تهران: انتشارات برنا، ۱۳۶۴.
- ۳- کاتوزیان، ناصر، *قواعد عمومی قراردادها*، جلد ۱، تهران: شرکت سهامی انتشار، ۱۳۷۲.
- ۴- نوری، محمد علی، *ترجمه اصول قراردادهای بازرگانی بین المللی*، تهران: انتشارات گنج دانش، ۱۳۷۸.

مقاله

- ۵- آقایی بجستانی، مریم، روحانی مقدم، محمد، *بررسی ایجاب و قبول در معاملات الکترونیک*، نشریه پژوهش های فقه و حقوق اسلامی (فقه و مبانی حقوق اسلامی)، ۱۳۸۷، دوره ۴، شماره ۱۳، تهران، صص ۲۸-۱۱.
- ۶- اعرابی، سید محمد، سرمد سعیدی، سهیل، *بررسی موانع محیطی و ارائه الگوی مناسب جهت استفاده از تجارت الکترونیک*، فصلنامه اطلاع رسانی مطالعات مدیریت صنعتی، ۱۳۸۳، دوره ۱۸، شماره ۱ و ۲، تهران.
- ۷- ایران پور، فرهاد، *نگاهی اجمالی به اصل حاکمیت اراده در حیطه ی انتخاب قانون حاکم بر تعهدات ناشی از قراردادهای تجاری*، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، ۱۳۸۱، شماره ۵۵، تهران، صص ۴۴-۱۱.
- ۸- حبیب زاده، طاهر، *وضعیت حقوقی نماینده الکترونیکی در انعقاد قراردادهای الکترونیکی (مطالعه تطبیقی)*، فصلنامه پژوهش حقوق خصوصی، دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۹۳، مقاله ۳، دوره ۲، شماره ۵، تهران، صص ۸۰-۶۴.
- ۹- قربان وند، محمد باقر، *زمان و تشکیل قرارداد الکترونیکی*، فصلنامه پژوهش حقوق، ۱۳۸۹، سال دوازدهم، شماره ۲۹، تهران، صص ۳۰۰-۲۷۱.
- ۱۰- مقامی نیا، محمد، *نحوه انعقاد قراردادهای الکترونیکی و ویژگی های آن*، دوفصلنامه علمی - پژوهشی دانش حقوق مدنی، ۱۳۹۱، شماره نخست، تهران

منبع انگلیسی

11-Xavier Linant Bellefonds, , Le droit commerce electronique, "Que sais-je?"press"PUF" in France

ج منابع اینترنتی

- 12-<https://sperlos.ir/edu/>
- 13-<https://www.french-property.com/guides/france/sale/offer>
- 14-<https://www.mbatahsilat.com/MBA>
- 15-<http://safteh.net/index.php/generalinformation/73-e-commerce/211-french>
- 16-<https://gettingthedealthrough.com/area/11/jurisdiction/28/e-commerce-france>