

بررسی چالش‌های حقوقی در مبارزه با دست‌فروشی‌های سطح شهر شیراز

رضا جعفری*، محمد هادی میرزایی ۲

۱- کارشناس حقوقی سازمان مدیریت حمل و نقل بار شهرداری شیراز

۲- کارشناس درآمد سازمان مدیریت حمل و نقل بار شهرداری شیراز

چکیده

هدف اصلی این تحقیق شناسایی و ارزیابی چالش‌های توسعه تجارت الکترونیک در شهرداری‌ها می‌باشد. این تحقیق یک تحقیق توصیفی-همبستگی می‌باشد. در این تحقیق با استفاده از مصاحبه نیم ساختاریافته از خبرگان (خبرگان تجارت الکترونیک) به شناسایی چالش‌های حقوقی توسعه تجارت الکترونیک پرداخته شد. نتایج نشان داد که ۱۱ چالش را شناسایی کردند و نتایج کمی نشان داد که هر ۱۱ شاخص تاثیر منفی معناداری بر روی توسعه تجارت الکترونیک دارد. همچنین چالش عدم ساختار قانونی به عنوان کم‌اهمیت‌ترین چالش، و چالش «دخالت‌های غیرقانونی سازمان‌های موازی» به عنوان پراهمیت‌ترین چالش در توسعه تجارت الکترونیک در شهرداری‌ها می‌باشند. در نهایت مدل مفهومی تحقیق ارائه شده است.

واژگان کلیدی: تجارت الکترونیک، چالش‌های حقوقی، شهر الکترونیک، شهرداری‌ها

۱- مقدمه

پرداختن به تجارت الکترونیک و ابعاد متفاوت آن، به‌ویژه تبیین مسائل حقوقی آن، یک ضرورت است، نه موضوعی تفننی و نه صرفاً لذتی آکادمیک. حجم این نوع تجارت، با روندی شتابان، در سراسر جهان رو به افزایش است. شرکت داده‌های بین‌المللی پیش‌بینی کرده است که میزان معاملات الکترونیکی در سال ۲۰۰۵ به ۱۱۵ میلیارد دلار برسد، در صورتی که این مقدار در سال ۲۰۰۲ در حدود ۵۴ میلیارد دلار بوده است (نوری و نخجوانی، ۱۳۸۲، ص ۲۷). برآوردهای بین‌المللی نشان می‌دهد برای انجام بیش از ۶ تریلیون دلار مبادلات کالایی در جهان، سالانه حدود ۱ تریلیون دلار صرف تأمین هزینه‌ی مبادله می‌شود و حدود یک چهارم این مبلغ (۲۵۰ میلیارد دلار) را می‌توان با بهره‌گیری از تجارت الکترونیکی کاهش داد. این صرفه‌جویی برای تجارت خارجی ایران، رقمی حدود ۳۰۰ میلیون دلار در سال تخمین زده می‌شود (بلاغ، ۱۳۸۱). بنابر پاره‌ای محاسبات، اگر طی برنامه‌ی دوم توسعه، از تجارت الکترونیکی بهره می‌گرفتیم، ۱۰٪ از ۵۹ تریلیون ریال صرفه‌جویی حاصل از آن، می‌توانست تمام هزینه‌های لازم برای تجهیز به امکانات تجارت الکترونیکی و آموزش آن را تأمین کند (همان). یدایش مباحث جدید، تفاوتی است که در شیوه‌ی برقراری روابط میان طرفین قرارداد وجود دارد. در معاملات سنتی استفاده از اسناد کاغذی مرسوم است. این اسناد از چندین جهت اهمیت دارند، از جمله آن‌که دلیل اثبات قرارداد به شمار می‌روند؛ اما در تجارت الکترونیک اسناد کاغذی، جای خود را به داده‌های الکترونیکی (۱) و به تعبیر بند الف ماده‌ی ۲ قانون تجارت الکترونیک ایران، «داده‌پیام» (۲) می‌دهند. به تصریح بند الف ماده‌ی ۲، منظور از این اصطلاح، «هر نمادی از واقعه، اطلاعات یا مفهوم است که با وسایل الکترونیکی، نوری و یا فناوری‌های جدید اطلاعات، تولید، ارسال، دریافت، ذخیره یا پردازش می‌شود». برای تنظیم روابط معاملی اشخاص در محیط جدید، باید برخی اصول حاکم بر معاملات سنتی را باز تقریر و گاه اصول جدیدی را تعریف کرد.

تعیین صلاحیت‌های قضایی و قانون حاکم بر اعمال حقوقی در فضای مجازی اهمیت اساسی دارد، زیرا متصدیان تجارت برای ارزیابی استراتژی تجاری خود نیاز به وضوح حقوقی جهت تشخیص قواعد مادی حاکم بر تجارت الکترونیک دارند، چون نامشخص بودن موقعیت حقوقی در معاملات منجر به مسئولیت‌های بالقوه می‌گردد و به عنوان یک عامل بازدارنده مانع از دخالت افراد در تجارت الکترونیک می‌شود. بنابراین افراد برای ورود به تجارت الکترونیک نیاز به یک محیط حقوقی دارند که در آن با اطمینان خاطر مبادرت به انتقاد قرارداد الکترونیک نمایند. اطمینان نیز از طریق آگاهی از حقوق و تکالیف خود در هنگام عقد قرارداد الکترونیک حاصل می‌شود (نوشادی و باقری، ۱۳۹۲).

هنگام طراحی زیر ساختار حقوقی و قانونی تجارت الکترونیک، دولت‌ها باید توجه داشته باشند که این کار تأثیرات بسیار اساسی بر عملکرد تجاری کشور به جای خواهد گذاشت. مسائل زیادی مطرح است که کشورهای جهان سوم در جهت طراحی و تنظیم قانون تجارت الکترونیک باید مدنظر قرار دهند: ترویج مسائل جنسی، کینه توزی‌های نژادی، پشتیبانی مشتری، حق کپی برداری و مالیات. این که این قوانین و حمایت‌های حقوقی چگونه باید پیاده

شود، امری است که به واسطه فعالیت های تحقیقاتی و سیاست گذاری دنبال می شود. قانون استاندارد بین المللی و همچنین قوانینی که خود کشورها تصویب کرده اند، از جمله نمونه های این گونه مبانی حقوقی است. توسعه تجارت الکترونیک به چارچوب مناسب قانونی نیاز دارد تا شرکت ها و افراد را در مورد حفاظت کافی آنها در هنگام تبادلات مالی مطمئن سازد. با وجود تدوین برنامه جامع توسعه تجارت الکترونیک ایران توسط معاونت برنامه ریزی و امور اقتصادی وزارت بازرگانی در قالب برنامه چهارم توسعه کشور، هنوز این برنامه مصوب شده چالش های فراوانی در هماهنگی با دستگاه های مختلف ذریبط داشته و با اجرایی کردن آن با تهیه زیرساخت های لازم فاصله دارد. از طرفی ضعف قوانین موجود در زمینه مسائل حقوقی، گمرک و مالیات و نیز عدم وجود قوانین مدون مناسب در زمینه برخورد با جرائم الکترونیکی، مانع جدی در این را محسوب می شود.

۲- مبانی نظری

تجارت الکترونیک واژه‌ای است که امروزه در مقالات و ادبیات بازرگانی و تجارت و رسانه‌های عمومی بسیار به گوش می‌رسد. این پدیده نوین هم به علت نوپا بودن و هم به علت کاربردها و زمینه‌های بسیار متنوع فعالیت، نزد مراجع گوناگون تعاریف مختلفی دارد. همچنین تجارت الکترونیک پدیده‌ای چند رشته‌ای است که از طرفی با پیشرفته‌ترین مفاهیم فناوری اطلاعات و از سوی دیگر با مباحثی مثل بازاریابی و فروش، مباحث مالی و اقتصادی و حقوقی پیوستگی دارد. از اینرو تعابیر گوناگونی از آن پدید آمده است. برخی فکر میکنند تجارت الکترونیک به معنی انجام امور تجاری بدون استفاده از اسناد و مدارک کاغذی است. برخی دیگر تبلیغات بر روی اینترنت و حتی خود اینترنت را مترادف با تجارت الکترونیک میدانند. برخی دیگر تصور میکنند تجارت الکترونیک یعنی سفارش دادن کالاها و خدمات و خرید آنها به وسیله رایانه. همه دیدگاه‌های بالا بخشی از مفهوم تجارت الکترونیک را پوشش میدهند اما کامل نیستند. [۸]. جارت الکترونیک انجام کلیه فعالیتهای تجاری با استفاده از شبکه‌های ارتباطی کامپیوتری، به ویژه اینترنت است. تجارت الکترونیک، به نوعی، تجارت بدون کاغذ است. به وسیله تجارت الکترونیک تبادل اطلاعات خرید و فروش و اطلاعات لازم برای حملونقل کالاها، با زحمت کمتر و مبادلات بانکی با شتاب بیشتر انجام خواهد شد. شرکتها برای ارتباط با یکدیگر، محدودیتهای فعلی را نخواهد داشت و ارتباط آنها با یکدیگر ساده‌تر و سریعتر صورت می‌پذیرد. ارتباط فروشندگان با مشتریان نیز میتواند به صورت یکپهیک با هر مشتری باشد. به عبارت دیگر، تجارت الکترونیک نامی عمومی برای گستره‌ای از نرم‌افزارها و سیستمها است که خدماتی مانند جستجوی اطلاعات، مدیریت تبادلات، بررسی وضعیت اعتبار، اعطای اعتبار، پرداخت به صورت آنلاین، گزارشگیری و مدیریت حسابه‌ها را در اینترنت به عهده میگیرند. این سیستمها زیربنای اساسی فعالیتهای مبتنی بر اینترنت را فراهم می‌آورند. هدف از بکارگیری تجارت الکترونیک، ارایه روشی جدید در انجام امور بازرگانی میباشد. به واسطه این روش، تاجران قادرند که محصولات و خدمات خود را به شکل تماموقت و به تمام خریداران در سرتاسر جهان-مستقل از مرزهای جغرافیایی و ملیتها-عرضه کنند. بسیاری از مردم، تجارت الکترونیک را منحصر به خرید و فروش از طریق

شبکه اینترنت می‌دانند، درحالی‌که این امر فقط بخش کوچکی از تجارت الکترونیک را تشکیل می‌دهد و این مفهوم اکنون گستره وسیعی از جنبه‌های مختلف تجاری و اقتصادی را دربرگرفته است. به سادگی می‌توان هرگونه فعالیت تجاری و مالی بین موسسات و افراد مختلف را در حیطه تجارت الکترونیک گنجانند

پیشینه‌ی تقنین درباره‌ی تجارت الکترونیک در ایران

ماده‌ی ۱۱۶ قانون برنامه‌ی سوم توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۷۹، راه‌اندازی پروژه‌های تجارت الکترونیکی و شبکه‌ی جامع اطلاع‌رسانی کشور را پیش‌بینی کرد. هیأت وزیران در جلسه‌ی مورخ ۱۳۸۱/۲/۲۹ بنا به پیشنهاد دبیرخانه‌ی شورای عالی اطلاع‌رسانی و به استناد اصل یکصد و هشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، سیاست تجارت الکترونیکی جمهوری اسلامی ایران را در ۱۶ ماده به تصویب رساند. در ماده‌ی ۱ این مصوبه با عنوان «هدف»، آمده است: «نظر به گسترش سریع تجارت الکترونیک در جهان، گریزناپذیر بودن استفاده از آن، نقش تجارت الکترونیکی در حفظ، تقویت و توسعه‌ی موقعیت رقابتی کشور در جهان و صرفه‌جویی‌های ناشی از اجرای تجارت الکترونیکی در کشور، دولت جمهوری اسلامی ایران عزم خود مبنی بر استفاده و گسترش تجارت الکترونیکی در کشور را بر طبق اصول و سیاست‌های زیر اعلام می‌نماید».

ماده‌ی ۲ اصول مذکور را بدین شرح بیان می‌دارد:

۱. فراهم نمودن زیرساخت‌های اصلی و زمینه‌های حقوقی و اجرایی مورد نیاز برای استفاده از تجارت الکترونیکی؛

۲. توسعه‌ی آموزش و ترویج فرهنگ استفاده از تجارت الکترونیک؛

۳. حمایت از توسعه‌ی فعالیت‌های بخش غیر دولتی و جلوگیری از انحصار و ایجاد زمینه‌های رقابت؛

۴. رفع هر گونه محدودیت تبعیض‌آمیز در تجارت الکترونیکی؛

۵. گسترش استفاده از شبکه‌ی اینترنت برای انجام تجارت الکترونیکی در کشور و اتخاذ تدابیر لازم برای بهداشت محتوایی شبکه‌ی یاد شده.»

ماده‌ی ۳ که سیاست‌های اجرایی را اعلام می‌کند، برای بخش‌های مختلف دولت، از جمله شرکت مخابرات، وزارت امور اقتصادی و دارایی، بانک مرکزی ایران، وزارت بازرگانی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت امور خارجه، وزارت پست، تلگراف و تلفن و دبیرخانه‌ی شورای عالی اطلاع‌رسانی، سازمان صدا و سیما، دبیرخانه‌ی شورای عالی مناطق آزاد وظایفی برشمرده و در ادامه مقرر کرده است: «وزارت‌خانه‌ها، سازمان‌ها، مؤسسات و شرکت‌های دولتی موظف‌اند نسبت به راه‌اندازی تجارت الکترونیکی در مبادلات خود اقدام و تا پایان برنامه‌ی سوم توسعه حداقل نیمی از مبادلات خود را به این روش انجام دهند». گفتنی است گزارش عمل‌کردها در این زمینه چندان خرسندکننده نیست؛ مثلاً طبق بررسی‌های شورای عالی اطلاع‌رسانی، طی سال فقط ۴ میلیارد و ۸۷۵ میلیون ریال از بودجه‌ی

اختصاص داده شده به وزارت بازرگانی تخصیص یافت. این رقم کم‌تر از نیمی از بودجه‌ی مصوب برای این وزارتخانه برای اجرای پروژه‌های تجارت الکترونیکی است (روزنامه‌ی عصر ارتباط، ص ۶). نتیجه‌ی کاستی‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری موجود در کشور، آن است که میان ۶۰ کشور، در تجارت الکترونیک، ایران در رتبه‌ی ۵۸ قرار گرفته است؛ البته امید است که با عزم ملی بتوان بر مشکلات غلبه کرد و جایگاه کشور را ارتقا داد. از مهم‌ترین قوانینی که در سال‌های اخیر، برای پاسخ به این نیاز اجتماعی و اقتصادی تصویب شده است، قانون تجارت الکترونیک (مصوب ۱۳۸۲/۱۰/۱۷) است. این قانون مشتمل بر ۶ باب و ۸۱ ماده است.

برای رسیدن به تعریفی از اصطلاح «حقوق تجارت الکترونیکی»، باید بر اصطلاحات «تجارت» و «حقوق تجارت» نظری افکند و آن‌گاه با لحاظ وصف «الکترونیکی»، تعریفی جامع برای این اصطلاح سه جزئی ارائه داد.

۱- تجارت: در حقوق ایران تعریف قانونی و وضع تعیینی برای واژه‌ی «تجارت» وجود ندارد؛ اگر چنین بود، بی‌گمان همان تعریف قانون‌گذار مبنای مطالعه و کاربرد حقوقی این واژه قرار می‌گرفت. در متونی که به منظور گردآوری تعاریف اصطلاحات و واژه‌ها در قوانین (اعم از مصوبات مجلس، مصوبات هیأت وزیران، آیین‌نامه‌های اجرایی و جز آنها) تهیه شده، اثری از واژه‌ی «تجارت» نیست (ر.ک: قره‌باغی، ۱۳۸۳)؛ البته واژه‌ی «تاجر» تعریف قانونی دارد؛ (۱) هم‌چنین اعمال تجاری ذاتی و حکمی و تبعی در مواد ۲ و ۳ قانون تجارت احصا شده‌اند. برخی استادان، «تجارت» را چنین تعریف کرده‌اند: «معاملات به قصد انتفاع، به طوری که در تفاهم عرف بر آن صدق تجارت نماید.» سپس افزوده‌اند: «در مواد ۲، ۳، ۴ قانون تجارت، عملیات تجاری احصا شده است، ولی تعریف کلی از عمل تجاری و تجارت نشده است؛ تعریف بالا که به نظر نویسنده رسیده، ماهیت عمل تجاری را تا اندازه‌ای روشن می‌کند» (جعفری لنگرودی، ۱۳۷۰، مدخل تجارت). در فرهنگ حقوقی بلاک (۲) نیز آمده است: «تجارت عبارت است از مبادله، خرید و فروش کالاها، تولیدات یا هر نوع مال».

۱. به طور سنتی تجارت به داخلی (۳) و بین‌المللی (۴) تقسیم می‌شود. تجارت میان ایالات دولت‌های فدرال (۵) نیز داخلی محسوب می‌گردد. همان‌گونه که ملاحظه خواهد شد، در تجارت الکترونیکی، از اهمیت این تقسیم‌بندی کاسته شده است؛ به بیان دیگر، مرزهای جغرافیایی و تقسیم تجارت بر اساس این ملاک که کالا از کشوری به کشور دیگر منتقل می‌شود یا خیر، موضوعیت ندارد. برخی نویسندگان برآن‌اند که اصولاً منظور از گسترش تجارت الکترونیکی، آن بوده است که قواعد واحدی بر تجارت داخلی و بین‌المللی حاکم شود (الدوقی، ۲۰۰۳، ص ۳۶)؛ البته مسأله‌ی دادگاه صالح و قانون حاکم، در این نوع

تجارت نیز دارای اهمیت است (نوری و نجوانی، ۱۳۸۲، ص ۹۲). از موارد روشنی که در قانون تجارت الکترونیک ایران، می‌توان چنین مسأله‌ای را مشاهده کرد، ماده‌ی ۳ است که می‌گوید: «در تفسیر این قانون همیشه باید به خصوصیت بین‌المللی، ضرورت توسعه‌ی هماهنگی بین کشورها در کاربرد آن و رعایت لزوم حسن نیت توجه کرد.»

ماده ۱ قانون تجارت (مصوب ۱۳۱۱/۲/۱۳) می‌گوید: «تاجر کسی است که شغل معمولی خود را معاملات تجاری قرار بدهد». پیش از آن، ماده ۱ قانون تجارت (مصوب ۱۳۰۴/۳/۱۲) با اندک اختلاف عبارتی، همین تعریف را ارائه کرده بود.

حقوق تجارت: در تعریف کلاسیک این رشته از حقوق می‌خوانیم: «رشته‌ای است از حقوق خصوصی که روابط بین تجار و یا اعمال تجاری را تنظیم می‌کند» (جعفری لنگرودی، ۱۳۷۰، مدخل حقوق تجارت؛ و نیز «حقوق تجارت، شعبه‌ای از حقوق خصوصی است که بر تعدادی از روابط تجاری و اقتصادی تاجر بنگاه‌های تجاری که برای فعالیت و ادامه‌ی کار آنها ضروری می‌باشد، به وسیله‌ی قوانین تجارتی حاکمیت دارد» (عرفانی، ۱۳۷۲، ص ۳۰). ناگفته نماند در نظام حقوق عرفی و نظام رومانیستی، تعریف این رشته‌ی حقوق و قلمرو آن مختلف است. در نظام حقوق عرفی «حقوق تجارت، شاخه‌ای از حقوق است که به حقوق و تکالیف ناشی از عرضه‌ی کالا و خدمات در جریان تجارت می‌پردازد» (نوری و خنجوانی، ۱۳۸۲، ص ۹۰). ولی در کشورهای حقوق نوشته، مثلاً فرانسه، حقوق تجارت معنای موسع‌تری دارد و افزون بر معاملات تجاری، شامل فعالیت‌های دیگری، نظیر حقوق شرکت‌ها، بانک‌داران، حق‌العمل‌کاران و متصدیان حمل و نقل نیز هست (همان).

به هر نوع تجارتی که در آن سیستم‌های الکترونیکی دخیل باشد، تجارت الکترونیک گفته می‌شود. با رایج شدن استفاده از رایانه‌های شخصی و پیدایش اینترنت، تجارت الکترونیک قالب جدیدی به خود گرفته است. مرکز الکترونیکی بریتانیا، تجارت الکترونیکی را به مثابه «هر نوع تجارت یا معامله‌ی اداری یا تبادل اطلاعاتی که با استفاده از هرگونه اطلاعات و فناوری ارتباطات به اجرا درمی‌آید» تعریف می‌نماید که تجارت تاجر با تاجر، تاجر با مشتری، دولت با ملت، و نیز مبادله از طریق ابزارهایی نظیر اینترنت، اینترنت، پست الکترونیکی و تبادل اطلاعات الکترونیکی را در برمی‌گیرد (لارنس، ۱۳۸۳، ص ۲۱۱). توجه به عناصر اصلی و ارکان تجارت الکترونیک در شناخت این پدیده بسیار مؤثر است. این عناصر عبارت‌اند از:

۱. وسایل ارتباط از راه دور (۱)؛ یعنی مجموعه‌ی سرویس‌هایی که با استفاده از آن، عمل انتقال داده‌ها از خریدار به فروشنده و به عکس انجام می‌گیرد. بند «ف» ماده‌ی ۲ قانون تجارت الکترونیک ایران، در تعریف این اصطلاح می‌گوید: «عبارت از هر نوع وسیله‌ای است که بدون حضور فیزیکی هم‌زمان تأمین‌کننده و مصرف‌کننده، جهت فروش کالا و خدمات استفاده می‌شود».

۲. مدیریت داده‌ها (۲)، یعنی مجموعه سرویس‌هایی که شکل و قالب تبادل اطلاعات را تعریف می‌کند. در حقیقت می‌توان این عنصر را به عنوان یک زبان دیجیتالی مشترک برای انجام معاملات در نظر گرفت.

۳. امنیت (۳)؛ یعنی مجموعه‌ی روش‌هایی که هویت (۴) منبع اطلاعات را تأیید می‌کند. از این عنصر در بند «ط» ماده‌ی ۲ قانون تجارت الکترونیک ایران با استفاده از اصطلاح رویه‌ی ایمن (۵) یاد شده و در تعریف آن آمده است: «رویه‌ای است برای تطبیق صحت ثبت «داده‌پیام»، منشأ و مقصد آن با تعیین تاریخ و برای یافتن هرگونه خطا یا تغییر در مبادله، محتوا و یا ذخیره‌سازی «داده‌پیام» از یک زمان خاص. یک رویه‌ی ایمن ممکن است با استفاده از الگوریتم‌ها یا کدها، کلمات یا ارقام شناسایی، رمزنگاری، روش‌های

تصدیق یا پاسخ‌برگشت و یا طرق ایمنی مشابه انجام شود.» گاه امنیت ارتباط، توسط نرم‌افزاری اضافی و سخت‌افزاری مرتبط با آن تأمین می‌شود. یکی دیگر از راه‌های تأمین امنیت، استفاده از یک واسطه است.

مقررات، هم‌چنین نویسندگان حقوقی برای تجارت الکترونیک، تعاریف نوعاً مشابهی ارائه کرده‌اند که ذیلاً برخی از آنها ذکر می‌شود: «در حقوق ایران مصوبه هیأت وزیران جلسه مورخ ۱۳۸۱/۲/۲۹ بنا به پیشنهاد دبیرخانه‌ی شورای عالی اطلاع‌رسانی با عنوان «سیاست تجارت الکترونیکی جمهوری اسلامی ایران» بدون ارائه‌ی تعریفی، گسترش استفاده از آن به عنوان یک سیاست کلان، تصویب شده است. قانون تجارت الکترونیک ایران نیز علی‌رغم دربرداشتن فصلی مستقل زیر عنوان «تعاریف» که ۱۹ اصطلاح را تعریف می‌کند، درباره‌ی اصطلاح تجارت الکترونیک، مطلبی ندارد؛ اما چه بسا بتوان گفت قانون‌گذار به طور ضمنی این اصطلاح را در ماده‌ی ۱ این قانون تعریف کرده است. متن این ماده، زیر عنوان «قلمرو و شمول قانون» چنین است: «این قانون مجموعه‌ی اصول و قواعدی است که برای مبادله‌ی آسان و ایمن اطلاعات در واسطه‌های الکترونیکی و با استفاده از سیستم‌های ارتباطی جدید، برای تأمین مقاصد تجاری است.» قید مقاصد تجاری را از لزوم تناسب حکم و موضوع و عنوان و معنوی می‌توان اصطیاد کرد.

برابر تعریف کمیسیون اروپایی، تجارت الکترونیکی مبتنی بر پردازش و انتقال الکترونیکی داده‌ها، شامل متن، صدا و تصویر است. این تجارت فعالیت‌های گوناگون از قبیل مبادله‌ی الکترونیکی کالاها و خدمات، تحویل فوری مطالب دیجیتال، انتقال الکترونیکی وجوه، مبادله‌ی الکترونیکی سهام، بارنامه‌ی الکترونیکی، طرح‌های تجاری، طراحی و مهندسی مشترک، خریده‌های دولتی، بازاریابی مستقیم و خدمات پس از فروش را شامل می‌شود» (نوری و نخجوانی، ۱۳۸۲، ص ۹۱).

ماده‌ی ۲ قانون تجارت الکترونیکی امارات، مصوب ۲۰۰۲، مقرر داشته است: «معاملات الکترونیکی، معامله‌ای است که با واسطه‌ی وسایل الکترونیکی انجام می‌شود» (الدسوقی، ۲۰۰۳، ص ۱۵۰). در تعریف کوتاه‌تری می‌خوانیم: «منظور از تجارت الکترونیک، معاملاتی است که به روش الکترونیک و با استفاده از اینترنت انجام می‌شود» (همان، ص ۳۵۳۶)؛ و نیز «تجارت الکترونیک عبارت است از کار و کسب و فعالیت‌های هدفمند توأم با داده‌های فنی که به مدد وسایل الکترونیک انجام می‌شود» (نوری و نخجوانی، ۱۳۸۲، ص ۹۱). برخی نویسندگان حقوقی با استناد به ویژگی‌ها و ابعاد رو به گسترش تجارت الکترونیک، با آن به مثابه رشته‌ای نوپیدا در حقوق برخورد کرده، همان گونه که برای شاخه‌های سنتی حقوق، منابعی بیان می‌شود، منابع حقوق تجارت الکترونیک را برشمرده‌اند. این منابع عبارت‌اند از:

–قانون، اعم از قوانین ملی، مانند قانون تجارت، مدنی، مسئولیت مدنی و قانون تجارت الکترونیک؛ قوانین منطقه‌ای مانند دستورالعمل فروش از راه دور در اتحادیه‌ی اروپا (صادره در سال ۱۹۹۷ و لازم‌الاجرا شده در ژوئن ۲۰۰۰) برای کشورهای عضو اتحادیه؛ قوانین بین‌المللی، از جمله کنوانسیون بیع بین‌المللی و مقررات نمونه‌ی آنسیترا راجع به تجارت الکترونیک؛

- عرف و عادت تجاری، مانند ماده‌ی ۳۴۴ قانون مدنی و مواد ۳۴۹ و ۳۶۶ و ۳۶۷ قانون تجارت ایران و ماده‌ی ۹ کنوانسیون بیع بین‌المللی؛
- مقررات خاص و متحدالشکل که به عنوان قانون حاکم انتخاب می‌شوند، مانند «اصول قراردادهای بازرگانی بین‌المللی» تدوین شده توسط مؤسسه‌ی بین‌المللی وحدت حقوق خصوصی در رم؛
- اصول کلی حقوق، مانند قاعده‌ی لزوم وفا به عقد؛
- آرای دادگاه‌ها و مراجع داوری
- عقاید علمای حقوق
- اصول حقوق تجارت الکترونیک

منظور از اصول حقوق تجارت الکترونیک، موضوعات و مسائل مهم حقوقی است که در یک محیط غیر فیزیکی (الکترونیک) مطرح می‌شود. ممکن است این موضوعات همانند موارد مشابه و اعمال شده در محیط فیزیکی باشند و یا این که ویژگی‌های خاص یک محیط الکترونیکی را داشته باشند (کریمی، ۱۳۸۳، ص ۱۵). منظور از اصطلاح «اصول»، در عنوان و متن مقاله، قواعدی است که این نوع از تجارت مبتنی بر آنهاست. بدین معنا که مثلاً اگر شناسایی پیام‌های ارائه شده در شبکه ممکن نباشد، یا اعتبار امضای دیجیتال به رسمیت شناخته نشود، آن وضعیت مشمول عنوان و قواعد تجارت الکترونیک نخواهد بود. نظیر این کاربرد، اصطلاح «اصول قراردادهای بازرگانی بین‌المللی» (۴) است که توسط مؤسسه‌ی بین‌المللی وحدت حقوق خصوصی به کار رفته است. در آن‌جا نیز تصریح شده است که «این اصول، آن دسته از قواعد عمومی را شرح می‌دهد که اساساً برای قراردادهای بازرگانی بین‌المللی در نظر گرفته شده‌اند» (نوری، مترجم، ۱۳۷۸، ص ۱). بر همین اساس می‌توان گفت مراد از اصول حقوقی تجارت الکترونیک، آن دسته از قواعد عمومی است که اساساً بر قراردادهای الکترونیکی اعمال می‌شود. در کتاب اصول مسئولیت مدنی (۵) تألیف پاتریس ژوردن نیز واژه‌ی «اصول» به معنای قواعد عمومی به کار رفته است. ماده‌ی ۱ قانون تجارت الکترونیک نیز از این اصطلاح استفاده کرده است: «این قانون مجموعه‌ی اصول و قواعدی است که برای مبادله‌ی آسان و ایمن اطلاعات در واسطه‌های الکترونیکی و با استفاده از سیستم‌های ارتباطی جدید به کار می‌رود».

یکی از اصول حقوق تجارت الکترونیک، شناسایی پیام‌های ارائه شده در شبکه‌ای است که به آن مراجعه گردیده است. همان گونه که اصالت اطلاعات حقوقی مندرج در اسناد کتبی، مورد شناسایی و ارزیابی قرار می‌گیرند، اطلاعات حقوقی موجود در یک شبکه‌ی الکترونیک، مثل اینترنت، نیز باید از اعتبار لازم برخوردار باشد؛ همچنین باید ارزیابی و مراجعه‌ی مکرر به آنها ممکن باشد. آنچه منطقی و نیز برابر نصّ قانون لازم است، «امکان شناسایی پیام‌ها و مراجعه‌ی مکرر به آنهاست»، نه لزوماً انجام آن؛ همچنان ماده‌ی ۱۱ قانون می‌گوید: «... به هنگام لزوم، در دسترس

و قابل درک باشد». به همین دلیل از تعبیر «اصل لزوم امکان شناسایی پیام‌های ارائه شده در شبکه» استفاده گردیده است. این اصل از مواد متعدّد در قانون تجارت الکترونیک برداشت می‌شود؛ از جمله:

ماده‌ی ۸ می‌گوید «هرگاه قانون لازم بداند که اطلاعات به صورت اصل، ارائه یا نگهداری شود، این امر یا نگهداری و ارائه‌ی اطلاعات به صورت داده‌پیام نیز، در صورت وجود شرایط زیر، امکان‌پذیر است:

- الف) اطلاعات مورد نظر قابل دسترسی بوده و امکان استفاده در صورت رجوع بعدی فراهم باشد.
- ب) داده‌پیام به همان قالبی (فرمتی) که تولید، ارسال و یا دریافت شده و یا به قالبی که دقیقاً نمایشگر اطلاعاتی باشد که تولید، ارسال و یا دریافت شده، نگهداری شود.
- ج) اطلاعاتی که مشخص‌کننده‌ی مبدأ، مقصد، زمان ارسال و زمان دریافت داده‌پیام می‌باشد نیز در صورت وجود نگهداری شوند.
- د) شرایط دیگری که هر نهاد، سازمان، دستگاه دولتی و یا وزارت‌خانه در خصوص نگهداری داده‌پیام مرتبط با حوزه‌ی مسئولیت خود مقرر نموده، فراهم شده باشد.»

ماده‌ی ۱۱ نیز ضمن تعریف سابقه‌ی الکترونیکی مطمئن، لزوم در دسترس بودن و امکان بازخوانی آن را مطرح کرده است: «سابقه‌ی الکترونیکی مطمئن عبارت از داده‌پیمایی است که با رعایت شرایط یک سیستم اطلاعاتی مطمئن ذخیره شده و به هنگام لزوم در دسترس و قابل درک است.»

معنای لغوی امضا، گذراندن یا به پایان رساندن یا تنفیذ امری است. این واژه در معنای اصطلاحی به کار رفته که دو مورد آن، یعنی تنفیذ عمل حقوقی غیر نافذ مانند امضای عقد اکراهی بعد از زوال حالت اکراه (ماده‌ی ۲۰۹ قانون مدنی) یا تنفیذ عملی معامله‌ی خیاری، (ماده‌ی ۴۵۰ همان قانون هم‌چنین امضا به معنای به رسمیت شناختن عرف و عادت از طرف شارع (حکم امضایی در مقابل حکم تأسیسی) قطعاً در این بحث مورد نظر نیست. معنای سوم و مرتبط با بحث فعلی را چنین بیان کرده‌اند: «نوشتن اسم یا اسم خانوادگی، یا هر دو، یا رسم علامت خاص نشانه‌ی هویت صاحب علامت است، در ذیل اوراق و اسناد (عادی یا رسمی) که متضمن وقوع معامله، یا تعهد یا اقرار یا شهادت و مانند آنهاست یا بعداً باید روی آن اوراق تعهد یا معامله‌ای ثبت شود» (جعفری لنگرودی، ۱۳۷۰، مدخل امضا). ماده‌ی ۱۳۰۱ قانون مدنی نیز مقرر کرده است: «امضایی که در روی نوشته یا سندی باشد، بر ضرر امضاکننده، دلیل است». ملاحظه می‌شود که به طور سنتی همه جا میان امضا و سند مکتوب و کاغذی رابطه وجود دارد.

قانون تجارت الکترونیک، این قالب را نادیده گرفته است. در ماده‌ی ۶ این قاعده را بنا نهاد که داده‌پیام در حکم نوشته است؛ البته مانند بسیاری از اصول و قواعد، این مورد نیز با استثنائاتی مواجه است. متن ماده‌ی ۶ چنین است: «هرگاه وجود یک نوشته از نظر قانون لازم باشد، داده‌پیام در حکم نوشته است، مگر در موارد زیر:

- الف) اسناد مالکیت اموال غیر منقول؛

- (ب) فروش مواد دارویی به مصرف‌کنندگان نهایی؛
 - (ج) اعلام، اخطار، هشدار و یا عبارات مشابهی که دستور خاصی برای استفاده‌ی کالا صادر می‌کند و یا از به‌کارگیری روش‌های خاصی به صورت فعل یا ترک فعل منع می‌کند.»
- بعد از این قاعده‌ی کلی، در ماده‌ی ۷ صریحا امضای الکترونیکی را مکفی از امضا معرفی می‌نماید: «هرگاه قانون، وجود امضا را لازم بداند، امضای الکترونیکی مکفی است». باید توجه داشت به رغم این قلمرو وسیع امضای الکترونیکی، گاه به موجب قوانین خاص و محدودکننده، در پاره‌ای زمینه‌ها، از اصل معتبر بودن امضای الکترونیکی و هم‌سنگ بودن آن با امضای عادی، صرف نظر شده است. به عنوان نمونه، برابر قوانین امریکا، در مورد وصیت‌نامه، امانت‌نامه، فرزندخواندگی و طلاق، رسمیت و اعتبار ندارد (نوری و نخجوانی، ۱۳۸۲، ص ۱۴۴)؛ همچنین فسخ خدمات راجع به بیمه، اخطارهای راجع به تعدی یا تفریط، رفع تصرف یا تخلیه به موجب قرارداد اجاره، یا قرارداد اعتباری حاصل از وثیقه گذاشتن منزل از طریق امضای الکترونیکی، معتبر شمرده نشده است (همان، ص ۱۶۸). به هر حال، در تعریف این نوع امضا گفته شده است: «امضای الکترونیکی، به هر نوع عامل شناسایی‌کننده‌ی الکترونیکی گفته می‌شود که به وسیله‌ی رایانه تولید می‌گردد» (کریمی، ۱۳۸۳، ص ۱۵). بند «ی» ماده‌ی ۲ قانون تجارت الکترونیک این نوع امضا را چنین تعریف کرده است: «امضای الکترونیکی عبارت از هر نوع علامت منضم شده یا به نحو منطقی متصل شده به «داده‌پیام» است که برای شناسایی امضاکننده‌ی داده‌پیام مورد استفاده قرار می‌گیرد. بند «ه» ماده‌ی ۲۱۶۳۳ قانون مدنی ایالت کالیفرنیا آمریکا می‌گوید: «امضای الکترونیکی به معنای صدا، نماد یا فرایند الکترونیکی است که شخصی آن را می‌پذیرد و ضمیمه‌ی مدارک الکترونیکی می‌کند» (نوری و نخجوانی، ۱۳۸۲، ص ۱۰۸).
- چنان‌که ملاحظه شد، قانون‌گذار به منظور تأمین نیازهای تجارت الکترونیک، امضای الکترونیکی را معتبر شناخت، اما برای چنین امضایی، وصفی را لازم دانسته و از «امضای الکترونیکی مطمئن» سخن رانده است. ماده‌ی ۱۰، شرایط تحقق این نوع امضا را تعیین کرده است: «امضای الکترونیکی مطمئن باید دارای شرایط زیر باشد:
 - (الف) نسبت به امضاکننده منحصر به فرد باشد؛
 - (ب) هویت امضاکننده‌ی «داده‌پیام» را معلوم نماید؛
 - (ج) به وسیله‌ی امضاکننده و یا تحت اراده‌ی انحصاری وی صادر شده باشد؛
 - (د) به نحوی به یک «داده‌پیام» متصل شود که هر تغییری در آن داده‌پیام قابل تشخیص و کشف باشد.»
- مسأله‌ی تضمین امنیت و اعتبار قراردادهای الکترونیکی، همواره در کانون توجه قرار دارد. برای طرفین معامله، اطمینان نسبت به هویت واقعی و مسئولانه بودن امضای طرف مقابل، امری ضروری است. کارشناسان و در مرحله‌ی

بعد، قانون‌گذاران، برای تأمین این نیاز، یعنی لزوم بررسی صحت و ارسال امن امضای منعکس در فضای مجازی، و برای پیش‌گیری از انکار امضاها، سازمان‌هایی به نام مراجع گواهی امضا به وجود آورده‌اند.

تعیین زمان تشکیل قرارداد، برای شناسایی حقوق و تکالیف طرفین مهم است؛ زیرا تا زمانی که عقد واقع نشده، ایجاب‌کننده اصولاً می‌تواند از پیشنهاد خود عدول کند، ولی پس از الحاق قبول به آن و تشکیل قرارداد، اصل منقلب می‌شود و ایجاب‌کننده حق برگشت ندارد، مگر در موارد وجود سبب قراردادی یا قانونی؛ هم‌چنین قرارداد تابع قانونی است که در زمان انعقاد آن لازم‌الاجرا بوده است و در صورت تغییر قانون، با تعیین زمان انعقاد قرارداد است که قانون حاکم بر آن معلوم می‌شود.

تعیین مکان تشکیل قرارداد نیز مهم است. مطابق ماده‌ی ۱۳ قانون آیین دادرسی مدنی در دعاوی بازرگانی و نیز در هر دعاوی راجع به اموال منقول که از قرارداد ناشی شده باشد، خواهان می‌تواند به دادگاه محلّی رجوع کند که قرارداد در آن‌جا واقع شده است. در حقوق بین‌الملل خصوصی نیز تعیین مکان تشکیل قرارداد مهم است؛ زیرا به موجب ماده‌ی ۹۶۸ قانون مدنی «تعهدات ناشی از عقود، تابع محل وقوع عقد است...».

در قراردادهای عادی که طرفین معامله حضور دارند، زمان و مکان انعقاد قرارداد مشخص است و ابهامی در کار نیست؛ اما درباره‌ی عقود مکاتبه‌ای این مسأله مطرح، و موجب پیدایش آرای متفاوت شده است.

درباره‌ی زمان تشکیل قرارداد چهار نظریه ارائه گردیده است: نظریه‌ی اعلان اراده، نظریه‌ی ارسال، نظریه‌ی وصول، نظریه‌ی اطلاع (ر.ک: رشدی، ۱۹۹۸، ص ۳۹۵۰). به تصریح برخی استادان، دو نظر اول با هم نزدیک‌اند و گاه از آنها با عنوان نظریه‌ی صدور یاد می‌شود، هم‌چنان که نظریه‌های سوم و چهارم نیز شباهت بسیاری دارند و در واقع می‌توان گفت دو نظر اساسی در مسأله وجود دارد: نظریه‌ی صدور قبول، نظریه‌ی اطلاع از قبول (صفایی، ص ۷۴). نظر مشهور در حقوق ایران در مورد تشکیل قرارداد مکاتبه‌ای، نظریه‌ی ارسال است. با این توجیه که از زمان ارسال قبول، تغییر در محتوای آن از اختیار شخص خارج شده است و آنچه ارسال کرده، اراده‌ی قطعی او محسوب می‌شود. البته برخی استادان با استناد به ماده‌ی ۳۳۹ قانون مدنی که می‌گویند: «پس از توافق بایع و مشتری در مبیع و قیمت آن، عقد بیع به ایجاب و قبول واقع می‌شود...»، و با این توضیح که قانون‌گذار ایران در هیچ‌یک از مواد قانون، آگاهی ایجاب‌کننده از قبول، یا وصول قبول را شرط انعقاد قرارداد ندانسته است، نتیجه گرفته‌اند که «می‌توان در حقوق ایران نظریه‌ی صدور قبول را پذیرفت و ارسال آن را کاشف از قبول دانست، مگر این‌که ثابت شود که قبول در زمانی قبل از ارسال تحقق یافته است» (همان، ۴۵). در قوانین کویت، لبنان، سوریه و اردن نیز نظریه‌ی صدور و اعلام قبول پذیرفته شده است؛ مثلاً ماده‌ی ۱۸۴ قانون موجبات و عقود لبنان می‌گوید: «إذا كانت المساومات جاریة بالمراسلة أو بواسطة رسول بین غائبین، فالعقد يعدّ منشأ فی الوقت و فی المكان اللّذین صدر فیهما القبول ممّن وجّه الیه العرض.» و ماده‌ی ۹۸ قانون مدنی سوریه چنین است: «يعتبر التعاقد ما بین غائبین قد تمّ فی المكان و فی الزمان اللّذین صدر فیهما القبول، ما لم یوجد اتفاق أو نصّ یقتضی بغير ذلک» (رشدی، ۱۹۹۸، ص ۴۷، ۴۸).

البته در حقوق تطبیقی، نظریه‌ی وصول طرف‌داران بیشتری دارد؛ مثلاً قانون‌گذار مصری در بند ۱ ماده‌ی ۹۷ قانون مدنی صراحتاً نظریه‌ی وصول قبول و، به تعبیر نویسندگان عرب، «مذهب العلم بالقبول» را پذیرفته است. این بند می‌گوید: «يعتبر التعاقد ما بين الغائبين قد تمّ في المكان و في الزمان اللّذين يعلم فيهما الموجب بالقبول، ما لم يوجد اتفاق أو نصّ قانوني يقتضي بغير ذلك» (همان، ص ۴۵). در بند ۲ ماده‌ی ۱۸ کنوانسیون بیع بین‌المللی (وین، ۱۹۸۰) و در بند ۲ قسمت ۶ از ماده‌ی ۲ اصول قراردادهای بازرگانی، این نظریه پذیرفته شده، صریحاً اعلام گردیده است: «قبول ایجاب از لحظه‌ای که اعلام رضا به ایجاب‌کننده، واصل می‌گردد، نافذ می‌شود» (نوری، مترجم، ۱۳۷۸، ص ۳۸). در مورد محل وقوع عقد مکاتبه‌ای یا تلفنی نیز گفته شده است که مکان تشکیل قرارداد، جایی است که آخرین جزء عقد، یعنی قبول، در آن جا به وقوع پیوسته، یعنی مکانی که قبول اظهار شده است (صفایی، ص ۷۸).

به رغم همه‌ی آنچه درباره‌ی عقود غیرحضوری گفته شد، در قراردادهای الکترونیکی، زمان وصول قبول، ملاک انعقاد قرارداد تلقی می‌شود. موافقت‌نامه‌ی اروپایی راجع به مبادله‌ی الکترونیکی داده‌ها، قانون مدنی اسپانیا و مقررات تجارت الکترونیک انگلیس، زمان وصول را ملاک دانسته‌اند (نوری و نخجوانی، ۱۳۸۲، ص ۱۴۲). ماده‌ی ۲۶ قانون تجارت الکترونیک ایران در این باره تصریح دارد: «ارسال داده‌پیام زمانی تحقّق می‌یابد که به یک سیستم اطلاعاتی خارج از کنترل اصل‌ساز یا قائم‌مقام وی وارد می‌شود». در توضیح این وضعیّت گفته شده است: در مورد قرارداد الکترونیک، باید به نظریه‌ی وصول قایل بود؛ به این دلیل که در مورد قرارداد الکترونیک، ضابطه‌ی خروج از کنترل (زمانی که ایجاب‌کننده دیگر نمی‌تواند پیام‌ها را دست‌کاری کند) زمانی محقّق می‌شود که اطلاعات، وارد سیستم اطلاعاتی طرف مقابل گردد (کریمی، ۱۳۸۳، ص ۱۶). خلاصه آن که در مورد قراردادهای عادی، پیرو هر یک از چهار نظریه درباره‌ی زمان انعقاد عقد باشیم، در مورد قراردادهای الکترونیکی باید نظریه‌ی «وصول قبول به موجب «را ترجیح داد و عقد را آن‌گاه موجود دانست که قبول مخاطب، به سیستم اطلاعاتی ایجاب‌کننده یا سیستم تحت کنترل او وارده شده باشد.

صل اختیار فسخ حداقل ۷ روزه، ظاهراً از تأسیسات بی‌سابقه در فقه و حقوق ایران است؛ به دلیل همین ویژگی، و تأکید قانون‌گذار بر آن، از جمله در ماده‌ی ۳۷، به عنوان یکی از اصول قراردادهای الکترونیکی قابل طرح است. نمونه‌ی تأکید قانون‌گذار بر این موضوع، ماده‌ی ۴۶ است که می‌گوید: «استفاده از شروط قراردادی خلاف مقررات این فصل و همچنین اعمال شروط غیر منصفانه به ضرر مصرف‌کننده، مؤثر نیست». ملاحظه می‌شود اسقاط این حق مصرف‌کننده از طریق شرط، مورد تأیید قانون‌گذار قرار نگرفته و به این ترتیب، حق فسخ مذکور، در موقعیتی برتر از اختیارات معهود در فقه و حقوق مدنی قرار گرفته است.

مقدمتاً باید یادآوری کرد که از جمله احکام شناخته شده در قرارداد بیع، خيار مجلس است. ماده‌ی ۳۹۷ قانون مدنی ایران، اولین مورد از اختیارات، را چنین بیان می‌کند: «هر یک از متبایعین بعد از عقد فی‌المجلس و مادام که متفرّق نشده‌اند، اختیار فسخ معامله را دارند». البته این خيار، از اختیارات مختص عقد بیع است. ماده‌ی ۴۵۶ قانون مدنی می‌گوید: «تمام انواع خيار در جميع معاملات لازمه ممکن است موجود باشد، مگر خيار مجلس و حیوان و تأخیر ثمن که مخصوص بیع است.»

بنابراین، اگر معامله‌ی الکترونیکی انجام شده، اجاره یا صلح، هر چند صلح در مقام بیع، باشد، خيار مجلس در آن راه ندارد؛ و مستند این سخن ماده‌ی ۷۵۸ قانون مدنی است: «صلح در مقام معاملات، هر چند نتیجه‌ی معامله را که به جای آن واقع شده است، می‌دهد، لیکن شرایط و احکام خاصه‌ی آن معامله را ندارد؛ بنابراین، اگر مورد صلح، عین باشد، در مقابل عوض، نتیجه‌ی آن همان نتیجه‌ی بیع خواهد بود، بدون این که شرایط و احکام خاصه‌ی بیع در آن مجری باشد.»

همچنین اگر در ماهیت معامله‌ای اختلاف باشد که مشمول عنوان بیع است یا عرضه‌ی خدمات، خيار مجلس راه ندارد؛ زیرا این خيار مختص بیع است و مانند خيار غبن و تخلف شرط و عیب نیست که نسبت به هر قراردادی اجرا شود؛ پس استناد به آن متفرع بر اثبات وجود رابطه‌ی بیع میان طرفین است؛ بنابراین اگر موضوع قرارداد، عرضه‌ی فایل صوتی سخن‌رانی معینی از طریق اینترنت به طرف مقابل است، خيار مجلس در این قرارداد راه ندارد؛ زیرا چنین قراردادی عرضه‌ی خدمت، توصیف می‌شود، نه بیع؛ چون برابر ماده‌ی ۳۳۸ قانون مدنی ایران «بیع عبارت است از تملیک عین به عوض معلوم». آری اگر موضوع عقد، ارائه دیسک یا لوح فشرده یا متن مکتوب همان سخن‌رانی باشد، قرارداد بیع واقع شده، اصولاً احکام خاص بیع بر آن اجرا می‌شود. برخی دادگاه‌های انگلیس و آمریکا، برنامه‌ی کامپیوتری روی دیسک را مشمول تعریف کالا دانسته‌اند، مع ذلک خود برنامه‌ی کامپیوتری را کالا تلقی نکرده‌اند (همان، ص ۱۲۶۱۲۷).

از این گذشته، نسبت به اجرای خيار مجلس در عقد از راه دور گفت‌وگو است. برخی استادان با آن که تصریح دارند: «قید مجلس در ماده‌ی ۳۹۷ قانون مدنی، ناظر به مورد غالب است... آنچه اهمیت دارد جدایی واقعی است، خواه در مجلس عقد رخ دهد یا خارج از آن» (کاتوزیان، ۱۳۷۷، ص ۳۲۰)، افزوده‌اند: «در عقد با مکاتبه، خيار مجلس وجود ندارد و در عقدی که با تلفن انجام می‌شود راه نیافتن خيار مجلس قوی‌تر است» (همان) بنابراین نظر، قاعدتاً در بیع الکترونیکی نیز خيار مجلس راه ندارد. چه بسا بتوان برای این نظر چنین استدلال آورد که خيار مجلس و سایر خيارات بر خلاف اصل کلی لزوم وفا به قرارداد است و در موارد شک و تردید باید به اصل لزوم بیع استناد کرد؛ همان گونه که ماده‌ی ۴۵۷ قانون مدنی می‌گوید: «هر بیع لازم است، مگر این که یکی از خيارات در آن ثابت شود.»

با وجود همه‌ی آنچه گفته شد، یکی از اصول معاملات الکترونیکی، حق انصراف مصرف‌کننده از معامله، ظرف ۷ روز است. قانون تجارت الکترونیک ایران، فصل نسبتاً مفصلی زیر عنوان «حمایت از مصرف‌کننده» (۱) دارد که مواد ۳۳ تا ۴۹ را در خود جای داده است. ماده‌ی ۳۷، از این قاعده سخن گفته است؛ و همان گونه که ملاحظه می‌شود، این حق را تنها برای مصرف‌کننده، نه برای طرفین معامله، به رسمیت شناخته است؛ بنابراین، از جهت ذی‌حق، محدودتر از خيار مجلس است؛ زیرا خيار مجلس برای طرفین بیع پیش‌بینی شده است؛ اما از جهت موضوع، اعم از خيار مجلس است؛ زیرا آن را ویژه‌ی بیع نکرده، بلکه در هر معامله‌ی از راه دوری قابل اجراست.

متن ماده‌ی ۳۷ چنین است: «در هر معامله‌ی از راه دور، مصرف‌کننده باید حداقل هفت روز کاری، وقت برای انصراف (حق انصراف) از قبول خود، بدون تحمل جریمه و یا ارائه‌ی دلیل، داشته باشد. تنها هزینه‌ی تحمیلی بر مصرف‌کننده، هزینه‌ی بازپس فرستادن کالا خواهد بود.

در ماده‌ی ۳۸ قانون‌گذار توضیحات بیشتری درباره‌ی نحوه‌ی اعمال این حق مطرح کرده است: «شروع اعمال حق انصراف به ترتیب زیر خواهد بود: الف) در صورت فروش کالا، از تاریخ تسلیم کالا به مصرف‌کننده، و در صورت فروش خدمات، از روز انعقاد. ب) در هر حال، آغاز اعمال حق انصراف مصرف‌کننده پس از ارائه‌ی اطلاعاتی خواهد بود که تأمین‌کننده طبق مواد ۳۳ و ۳۴ این قانون موظف به ارائه‌ی آن است. ج) به محض استفاده‌ی مصرف‌کننده از حق انصراف، تأمین‌کننده مکلف است بدون مطالبه‌ی هیچ‌گونه وجهی، عین مبلغ دریافتی را در اسرع وقت به مصرف‌کننده مسترد نماید. د) حق انصراف مصرف‌کننده در مواردی که شرایط خاصی بر نوع کالا و خدمات حاکم است، اجرا نخواهد شد. موارد آن به موجب آیین‌نامه‌ای است که در ماده‌ی ۷۹ این قانون خواهد آمد.»

برخی از این شرایط خاص که در مقررات اتحادیه‌ی اروپا پیش‌بینی شده‌اند و در واقع استثنا بر این حق انصراف هستند، عبارتند از: خدماتی که با توافق برای مصرف‌کننده انجام شده است؛ کالا یا خدماتی که بهای آنها وابسته به نوسانات بازار مالی و خارج از اختیار عرضه‌کننده است؛ کالاهایی که مشخصاً توصیف شده است؛ کالاهای فاسدشدنی که ارزش خود را از دست می‌دهند، مانند برق، گل، روزنامه؛ نوارهای مپهور صوتی، تصویری یا نرم‌افزاری که باز شده باشند» (نوری و نخجوانی، ۱۳۸۲، ص ۱۵۱۱۵۲). در مورد کالاهایی مانند گل، سبزیجات و آنچه اصولاً ارزش اقتصادی آن سریعاً زایل یا کاسته می‌شود، احکام خاصی وضع می‌شود؛ مثلاً خیار تأخیر ثمن که برابر ماده‌ی ۴۰۲ قانون مدنی، پس از سه روز تأخیر مشتری در تحویل دادن ثمن پدید می‌آید؛ اما ماده‌ی ۴۰۹ تصریح می‌کند: «هرگاه مبیع از چیزهایی باشد که در کمتر از سه روز فاسد و کم‌قیمت می‌شود، ابتدای خیار از زمانی است که مبیع، مشرف به فساد یا کسر قیمت می‌گردد.»

۳- پیشنهاد پژوهش

سلیمی خورشیدی و ولی زاده (۱۴۰۱) مقاله‌ای با عنوان «چالش‌ها و موانع عملیات مزایده الکترونیکی و سنتی در نظام حقوقی ایران» انجام دادند. در حقوق عمومی و به ویژه حقوق اداری مزایده، یکی از انواع قراردادهای اداری است. به دلیل وجود عنصر نفع عمومی در قراردادهای اداری، مزایده به عنوان یکی از مصادیق این قراردادها تابع تشریفات خاصی است که با هدف جلوگیری از سوء استفاده و نیز فساد، مورد توجه قانونگذار قرار گرفته است. مزایده الکترونیک در حوزه قراردادهای اداری در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته است و در یک آیین‌نامه سازوکار آن پیش‌بینی شده است. در حقوق خصوصی و در بحث اجرای احکام دادگستری، یکی از مهمترین مراحل عملیات اجرایی، مزایده و فروش اموال منقول محکوم علیه یا متعهد (بدهکار) است. گرچه هدف از تحصیل

حکم قطعی یا تنظیم سند لازم الاجرا برای محکوم له یا ذینفع سند اخذ مطالبات یا اجرای تعهدات می‌باشد، اما به صرف صدور حکم یا تنظیم سند، چنین هدفی حاصل نمی‌شود. در واقع، اجرا که ادامه فرایند دادرسی و صدور سند می‌باشد، در مراجع قضایی و ثبتی به سهولت انجام نمی‌شود. به دلیل موانع و مشکلات متعدد، مسیر عملیات اجرایی، به ویژه در رابطه با مزایده اموال، با چالش‌های جدی مواجه می‌باشد. بسیاری از این موانع و خلاءها، ناشی از سکوت قانونگذار در بیان بعضی احکام و مقررات مزایده، از جمله مزایده یا حراج الکترونیکی، فقدان نظام شناسایی اموال، ابهام در زمان انعقاد مزایده‌های الکترونیکی، انصراف اشخاص ثالث، شکایت از دستور اجرا و سایر موارد است. که رفع آن در گرو اصلاح و بازنگری قوانین و آیین‌نامه‌های مربوطه است. در این پژوهش که به صورت توصیفی و تحلیلی انجام شده است، درصدد بررسی و تبیین چالش‌ها و موانع و مقایسه مزایده‌های الکترونیک در حوزه اجرای احکام و قراردادهای اداری هستیم. مقاله حاضر با بیان موانع و خلأها در نظام اجرایی عمومی (دادگستری) و ثبتی و نیز امکان سنجی مزایده‌های الکترونیک در حوزه حقوق اداری، راهکارهای حقوقی و عملی برای رفع مشکلات موجود و پیشنهادهایی برای اصاح قوانین و مقررات مربوط ارائه می‌دهد.

نصراللهی شهری و جعفری نظنزی (۱۳۹۹) در مقاله ای با عنوان «مقررات ناظر بر تبلیغات الکترونیکی؛ مطالعه تطبیقی نظام حقوقی ایران و انگلستان» مورد بررسی قرار دادند. در این مقاله سعی بر آن شده است که قواعد تبلیغات الکترونیکی در حقوق انگلستان بررسی شود و با مقایسه چارچوب حقوقی موجود در انگلستان و ایران، نقاط قوت و ضعف موجود در حقوق ایران شناسایی شود. با توجه به همگام نبودن مقررات ایران با استانداردهای جهانی، به‌ویژه در ضمانت اجرا، به‌نظر می‌رسد تصویب مقررات خاص در این حیطة لازم باشد.

مردانی و همکاران (۱۳۹۸) تحقیقی با عنوان «بررسی چالش‌ها و محدودیت‌های پیاده‌سازی تجارت الکترونیک در سازمان‌ها» انجام دادند. در این مقاله با ارائه تعاریف و دلایل بوجود آمدن تجارت الکترونیک، شناخت محدودیت‌ها و چالش‌های پیاده‌سازی تجارت الکترونیک در سازمان‌ها در ایران پرداخته می‌شود. در عصر حاضر بهره‌گیری از فناوری اطلاعات یکی از ضرورت‌های موردنیاز برای افزایش کارایی تجاری در اقتصاد یک کشور محسوب می‌گردد است. امروزه استفاده از اینترنت و کسب و کارهای حاصل از این فناوری توسط سازمان‌ها، به وسیله ای برای کسب مزیت رقابتی در کسب و کارها تبدیل شده است. عملیاتی سازی و پیاده سازی موفق تجارت الکترونیک منافع بسیار زیادی را برای سازمان‌ها به ارمغان دارد و عدم شناخت صحیح از نحوه اجرا و پیاده سازی آن می‌تواند خسارت‌های جبران ناپذیری داشته باشد. در این مقاله، پژوهش انجام شده بر مبنای گردآوری داده‌ها بر اساس مطالعه و بررسی کتب، مقالات علمی پژوهشی، سایت‌های معتبر اینترنتی، اخذ نظر خبرگان و به روش توصیفی تحلیلی در خصوص چالش‌های سازمان‌ها در پیاده‌سازی تجارت الکترونیک پرداخته شده است.

عطاشنه و ابراهیمی نسب (۱۳۹۰) مقاله ای با عنوان «چالش‌ها و راهکارهای حقوق تجارت الکترونیک در ایران با نگاهی به کشورهای توسعه یافته» انجام دادند. در این مقاله سعی شده است نظام تجارت الکترونیک ایران را با

کشورهای توسعه یافته اقتصادی آمریکا، کانادا، فرانسه و ایران را مقایسه کرد. در پایان می توان نتیجه گرفت که راهبردهای اساسی توسعه تجارت الکترونیکی عبارتند از: ۱- آگاه سازی ۲- دسترسی و زیر ساختها ۳- مسائل قانونی و حقوقی ۴- حمایت از بخش خصوصی ۵- سیاستهای خاص بخشی ۶- دولت الکترونیکی ۷- بانکداری و پرداخت الکترونیکی می باشد که با ظرافت سنجی در عوامل مذکور فوق می توان این دستاورد مبادلات الکترونیکی را با امنیت تمام خدمت به شهروندان در این راستا، گامی مهم برای اعتلای کشور نهاد.

بیضاوی (۱۳۸۸) تحقیقی، چالش های حقوقی و اخلاقی ارایه خدمات بیمه الکترونیک در ایران انجام داد. در این مقاله برخی از موارد قانونی و حقوقی که در ارایه خدمات الکترونیک بیمه باید مورد ارزیابی و اصلاح قرار گیرند، مورد مطالعه قرار گرفته است.

بقایی و مقدسی (۱۳۸۵) در تحقیقی، یک مدل سه بعدی از چالشهای پیاده سازی تجارت الکترونیک در ایران ارائه دادند. در این مقاله گزارش خلاصه شده پژوهشی از نظراتان می گذرد که درباره «چالشها و راه کارهای پیاده سازی تجارت الکترونیک در ایران» تهیه شده و در آن چالش های پیاده سازی تجارت الکترونیک در سه دسته فنی، فرهنگی - اجتماعی و مدیریتی جای گرفته اند و بر اساس آن سه فرضیه طراحی شده است. نتایج تحقیق نشان داد که هر سه دسته چالش جزو چالش های اثرگذار و مهم در پیاده سازی تجارت الکترونیک می باشند. سه دسته نتیجه گیری در قالب رتبه بندی موانع اصلی، ابعاد هر کدام از موانع و در نهایت رتبه بندی کلیه ابعاد موانع به عمل آمد. در پایان هم برای غلبه بر این چالشها پیشنهادهایی خلاصه شده ارایه گردیده است.

۴- روش پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی از نوع توصیفی -همبستگی می باشد. از نظر نحوه و زمان گردآوری داده های تحقیق به ترتیب پیمایشی و مقطعی به شمار می آید. تحقیق حاضر، چالش های حقوقی تجارت الکترونیک از دیدگاه کارکنان شهرداری شهر شیراز مورد مطالعه قرار می دهد. برای این منظور، از یک روش میدانی، به ارزیابی متغیرهای مذکور در قلمرو تحقیق پرداخته می شود. لذا ابزار اصلی گردآوری داده های مرتبط به متغیرها، پرسشنامه محقق ساخته است که این چالش ها را مورد ارزیابی می دهد. جامعه آماری تحقیق، کلیه کارکنان اداری (رسمی، پیمانی و قراردادی و شرکتی-پیمان کاری) شهردار شیراز می باشد که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۴۹ نفر از آنها به روش تصادفی ساده برای نمونه تحقیق انتخاب می شوند. روایی و پایایی پرسشنامه تحقیق با استفاده از آلفای کرونباخ و تحلیل تاییدی عاملی مورد تایید قرار گرفتند.

۵- بررسی پژوهش ها

بررسی آمار پاسخ گویان نشان می‌دهد که ۷۰ درصد پاسخ گویان را مردان و ۳۰ درصد از آنها را زنان تشکیل داده‌اند. همچنین از نظر سنی نیز حداقل سن نمونه ۲۴ و حداکثر ۵۶ سال بوده است. همچنین از نظر تحصیلات، ۱۸ درصد از آنها زیر دیپلم، ۲۰ درصد زیر لیسانس، ۴۲ درصد زیر فوق لیسانس و فقط ۱۰ درصد از نمونه دارای مدرک تحصیلی دکتری بوده‌اند.

جدول ۱: آمار توصیفی مرتبط به چالش‌های حقوقی تجارت الکترونیک

آماره (آزمون تی)	انحراف معیار	میانگین	ماکزیمم	مینیمم	چالش
۲.۸۰۳	۰.۷۸۲۳۹	۲.۳۹۳۲	۵.۰۰	۱.۶۷	عدم ساختار حقوقی (آیین نامه) مناسب در شهرداری‌ها
۲.۸۳۰	۰.۷۵۱۸۱	۲.۸۵۹۴	۵.۰۰	۱.۷۵	تناسب بین ساختار (تجارت الکترونیک در شهرداری‌ها) و قوانین مرتبط به آن
۲.۴۴۲	۰.۷۸۲۳۹	۳.۱۰۸۷	۵	۱.۹۵	عدم امنیت در تبادلات اطلاعات در تجارت الکترونیک
۶.۷۰۶	۰.۷۵۱۸۱	۳.۰۶۷۴	۵.۰۰	۱	مشکلات قانونی و عدم متخصصان در سیستم قضایی
۲.۲۲۷	۰.۷۸۲۳۹	۲.۹۸۵۲	۵.۰۰	۱	مشکلات قانونی مرتبط به کپی رایت
۳.۴۱۰	۰.۷۵۱۸۱	۳.۰۸۸۶	۵.۰۰	۱	مشکلات قانونی امضای دیجیتال
۳.۰۰۰	۰.۷۸۲۳۹	۲.۷۸۵۰	۵.۰۰	۱	محدودیت قوانین در خصوص فیلترینگ سایت‌های الکترونیکی
۱.۸۵۸	۰.۷۵۱۸۱	۳.۰۱۹۳	۵.۰۰	۱	پراکندگی قوانین در زمینه معاملات آنلاین
۳.۴۶۸	۰.۷۸۲۳۹	۳.۱۰۸۷	۵.۰۰	۱	عدم وجود قوانین معاملات آنلاین
۲.۱۰۰	۰.۷۵۱۸۱	۳.۰۷۰۷	۵.۰۰	۲	مناسب و بروز نبودن قوانین در ارتباط با معاملات آنلاین
۵.۴۳۲۰	۰.۷۵۴۲۳	۳.۸۰۱۱۳	۵.۰۰	۱.۶۷	مشخص نشدن حدود جرم‌های الکترونیکی
۵.۶۳۴۲	۰.۷۶۱۸۱	۳.۹۴۱۹۳	۵.۰۰	۱	دخالت‌های قانونی سازمان‌های موازی در تجارت الکترونیک به

دلیل مشخص نبودن ماهیت فعالیت
های الکترونیکی

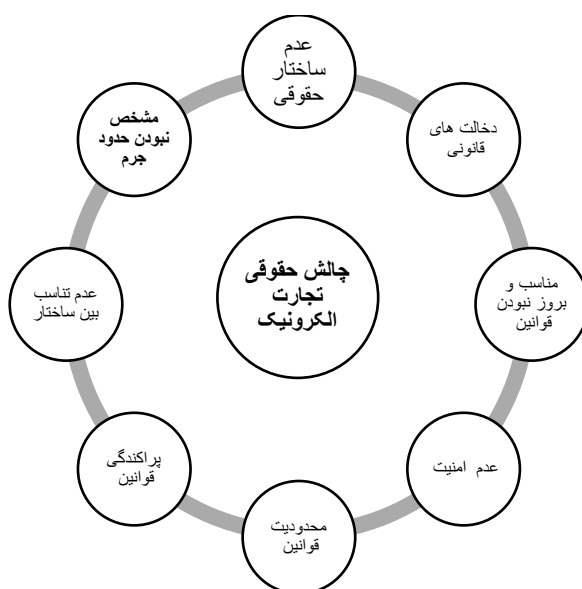
از جدول فوق ملاحظه می شود که چالش «عدم ساختار حقوقی (آیین نامه) مناسب در شهرداری ها» با میانگین نمره ۲/۳۹ دارای کمترین نمره، چالش‌های «دخالت های قانونی سازمان‌های موازی در تجارت الکترونیک به دلیل مشخص نبودن ماهیت فعالیت های الکترونیکی» و «مشخص نشدن حدود جرم های الکترونیکی» به ترتیب با میانگین های ۳/۹۴ و ۳/۸۰ دارای بیشترین نمره می باشند.

جدول ۵: نتایج آزمون فریدمن در خصوص اولویت بندی چالش های حقوقی تجارت الکترونیک در شهرداری ها

رتبه	رتبه میانگین	مولفه
۱۰	۱/۹۱	عدم ساختار حقوقی (آیین نامه) مناسب در شهرداری ها
۹	۲/۱۷	عدم تناسب بین ساختار (تجارت الکترونیک در شهرداری ها) و قوانین مرتبط به آن
۲	۳/۶۷	عدم امنیت در تبادلات اطلاعات در تجارت الکترونیک
۳	۳/۸۸	مشکلات قانونی و عدم متخصصان در سیستم قضایی
۳	۳/۸۸	مشکلات قانونی مرتبط به کپی رایت
۴	۳/۸۷	مشکلات قانونی امضای دیجیتال
۵	۳/۷۵	محدودیت قوانین در خصوص فیلترینگ سایت‌های الکترونیکی
۸	۲/۸۶	پراکندگی قوانین در زمینه معاملات آنلاین
۷	۳/۵۵	عدم وجود قوانین معاملات آنلاین
۶	۳/۶۵	مناسب و بروز نبودن قوانین در ارتباط با معاملات آنلاین
۲	۳/۹۸	مشخص نشدن حدود جرم های الکترونیکی
۱	۴/۰۴	دخالت های قانونی سازمان‌های موازی در تجارت الکترونیک به دلیل مشخص نبودن ماهیت فعالیت های الکترونیکی

از جدول ۵ ملاحظه می شود که سطح مرتبط به آماره خی دو (۱۱۱/۴۱۵) برابر با ۰/۰۰۱ بدست آمده است (p-value < ۰,۰۰۵). بنابراین در سطح خطای ۵ درصد، تمایز معناداری بین چالش های حقوقی تجارت الکترونیک در شهرداری ها وجود دارد. همچنین با توجه به ستون رتبه میانگین ها ملاحظه می شود که عدم ساختار حقوقی (آیین نامه) مناسب در شهرداری ها با رتبه میانگین ۱/۹۱ کمترین اهمیت (نقش)؛ و دخالت های قانونی

سازمان‌های موازی در تجارت الکترونیک به دلیل مشخص نبودن ماهیت فعالیت‌های الکترونیکی «با رتبه میانگین ۴/۰۴ بیشترین اهمیت (نقش) منفی را در توسعه تجارت الکترونیک در شهرداری شیراز دارد.



شکل ۱: چالش‌های حقوقی تجارت الکترونیک در شهرداری‌ها (الگوی مفهومی تحقیق)

۶- نتیجه‌گیری

در این تحقیق ابتدا چالش‌های حقوقی توسعه تجارت الکترونیک مشخص شدند و سپس با استفاده از یک پرسشنامه، به بررسی آماری این چالش‌ها پرداخته شد. نتایج نشان داد که ۱۱ چالش تاثیر منفی بر روی توسعه تجارت الکترونیک در شهرداری‌ها دارد، عدم ساختار حقوقی (آیین نامه) مناسب در شهرداری‌ها با رتبه میانگین ۱/۹۱ کمترین اهمیت (نقش)؛ و دخالت‌های قانونی سازمان‌های موازی در تجارت الکترونیک به دلیل مشخص نبودن ماهیت فعالیت‌های الکترونیکی «با رتبه میانگین ۴/۰۴ بیشترین اهمیت (نقش) منفی را در توسعه تجارت الکترونیک در شهرداری شیراز دارد. در زمینه این موضوع، تحقیقات پراکنده‌ای انجام شده است که نتایج آنها حاکی از عدم ساماندهی بستر و ابزارها برای توسعه تجارت الکترونیک می‌باشد. با توجه نتایج تحقیق که دال بر دخالت‌های غیرقانونی سازمان‌های موازی در زمینه تجارت الکترونیک سازمان شهرداری می‌باشد؛ پیشنهاد می‌شود که

مدیران ارشد سازمان شهرداری ها بر استقلال فعالیت ها خود تاکید داشته باشند و آیین نامه هایی قانونی در راستای توسعه تجارت الکترونیک را تنظیم نمایند. در تنظیم این آیین نامه ها سعی شود که مقوله استقلال فعالیت های شهرداری حفظ شود.

مراجع

- آراسته، حمیدرضا، «دانشگاه مجازی». رهیافت. ش. ۲۸، زمستان ۱۳۸۱ .
- ابراهیم الدسوقی ابواللیل (۲۰۰۳). الجوانب القانونية للتعاملات الالكترونية. جامعة الكويت.
- بقایی راوری، جواد؛ مقدسی، جواد (۱۳۸۵). ارایه یک مدل سه بعدی از چالشهای پیاده سازی تجارت الکترونیک در ایران. نشریه دانش و توسعه، شماره ۱۹، صص ۸۳-۱۱۳.
- بیضاوی، جواد (۱۳۸۸). چالش های حقوقی و اخلاقی ارایه خدمات بیمه الکترونیک در ایران. [کنفرانس شهر الکترونیک](#).
- جعفری لنگرودی، محمدجعفر (۱۳۷۰). ترمینولوژی حقوق. چاپ پنجم. تهران: گنج دانش
- صفایی، سیدحسین (بهار ۱۳۸۲). قواعد عمومی قراردادها، چاپ اول، تهران: میزان .
- عرفانی، محمود (۱۳۷۲). حقوق تجارت، ج. ۱. چاپ پنجم. ماجد .
- قره‌باغی، محسن (۱۳۸۳)، ترمینولوژی قوانین و مقررات، دفتر بررسیهای حقوقی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی .
- کاتوزیان، ناصر (۱۳۷۷). قانون مدنی در نظم حقوقی کنونی، چاپ اول، تهران، نشر دادگستر .
- کریمی، هادی (مرداد ۱۳۸۳). «تجارت در بستر مبادلات الکترونیک». خبرنامه حقوق فناوری، ش ۱۲ .
- کوهن، آندره و برتراند مدینه (پاییز ۱۳۸۳) «مراقبت الکترونیکی و بررسی اجمالی آن بر اساس آموزه‌های فقه اسلامی». ترجمه‌ی حمیدرضا جاویدزاده و سیدحسن میره‌ای، نقد و بررسی غلامرضا پیوندی. فصلنامه تخصصی فقه و حقوق، سال اول، ش ۲ (پاییز).
- لارنس، پنلوپ (۱۳۸۳). کاربرد اینترنت در حقوق، ترجمه دکتر سیدقاسم زمانی و مهناز بهراملو، چاپ اول. تهران: میزان .
- مرکز اطلاعات سازمان ملل متحد در ایران». نوسازی سازمان ملل: برنامه‌ای برای بازسازی»، گزارش دبیر کل سازمان ملل متحد، کوفی عنان، به پنجاه و یکمین اجلاس مجمع عمومی تهران .
- مردانی شهر بابک، محمد؛ مومنه، مصطفی؛ بیات، مسعود (۱۳۹۸). بررسی چالش ها و محدودیت های پیاده سازی تجارت الکترونیک در سازمان ها. [دومین همایش ملی پژوهش های نوین در مهندسی و علوم کاربردی](#)
- نصراللهی شهری، نیما؛ جعفری نظنزی، فاطمه (۱۳۹۹). [بررسی مقررات ناظر بر تبلیغات الکترونیکی؛ مطالعه تطبیقی نظام حقوقی ایران و انگلستان](#). حقوق فناوری های نوین، دوره ۱، شماره ۱، صص ۲۷۷-۲۹۵

- نوری، محمدعلی (۱۳۸۰)، جستارهای حقوقی، چاپ اول. تهران: ققنوس .
- نوری، محمدعلی (مترجم)، (۱۳۷۸)، اصول قراردادهای بازرگانی بین‌المللی، چاپ اول، تهران: گنج دانش .
- نوری، محمدعلی، و رضا نخجوانی (۱۳۸۲)، حقوق تجارت الکترونیکی، چاپ اول، تهران: گنج دانش