

مفهوم قرارداد تجاری الکترونیکی و ارتباط آن با قرارداد بین‌المللی

دکتر همایون مافی، استادیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه مازندران
دکتر سام محمدی، استادیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه مازندران
حسین کاویار*، عضو باشگاه پژوهشگران جوان، کارشناس ارشد حقوق خصوصی دانشگاه مازندران

(تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۱۰/۱ - تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۰/۱/۲۸)

چکیده

موضوع این مقاله بررسی مفهوم قرارداد تجاری الکترونیکی و ارتباط آن با قرارداد بین‌المللی است. در کنوانسیون‌های منطقه‌ای و بین‌المللی ضوابطی در این خصوص ذکر شده است که بعد از طرح و بررسی آن ضوابط به بررسی دیدگاه موجود در حقوق فرانسه و سپس حقوق ایران می‌پردازیم. نهایتاً با جمع تمام این نظرات دیدگاهی که منطقی‌تر است را تشریح می‌نماییم.

کلید واژه‌ها: قرارداد تجاری الکترونیکی، قرارداد بین‌المللی، ایجاب و قبول الکترونیکی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

* نویسنده مسئول و عهده‌دار مکاتبات. تلفن: ۰۹۱۳۳۰۶۸۱۳۹ Email: mirhosseinkaviar@gmail.com
این مقاله برگرفته از پایان نامه حسین کاویار تحت عنوان «تعیین قانون حاکم در قراردادهای تجاری الکترونیکی» است که با راهنمایی دکتر همایون مافی و مشاوره دکتر سام محمدی در دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه مازندران دفاع شد.

۱. مقدمه:

هر گاه یک اختلاف، فارغ از ماهیت آن، به یک هیأت قضایی (اعم از دادگاه یا نهاد داور) ارجاع شود، قبل از اعمال هر قاعده‌ای، یک تصمیم شکلی باید در مورد صلاحیت هیأت قضایی اتخاذ شود. به عبارت دیگر، هیأت قضایی باید شایستگی خود را برای تقبل صلاحیت تعیین کند. این تعیین صلاحیت، هنگامی که در ارتباط با یک دعوی بین‌المللی است، از اهمیت بیشتری برخوردار است. تنوع راهکارهای بالقوه‌ی قضایی بین‌المللی که حامل دیدگاه‌های متفاوت یا مخالف هستند، تعیین اصولی که بر مبنای آن یک هیأت قضایی می‌تواند، صلاحیت خود را اعمال کند، تبدیل به مسأله‌ای بحث برانگیز کرده است که اغلب منجر به اعلان صلاحیت همزمان می‌شود (Baxter, 1966: 14-20; O'Brien, 1986: 158-161).

می‌دانیم که مسأله‌ی تعارض قوانین و دادگاه‌ها، صرفاً هنگامی مطرح می‌شود که عنصری خارجی در قرارداد وجود داشته باشد (الماسی، ۱۳۸۵: ۱۷) و قرارداد داخلی را، اصولاً، نمی‌توان به موجب قانون خارجی اداره کرد. قانون مدنی ایران پس از آنکه در ماده ۹۶۸ بیان داشته: «تعهدات ناشی از عقود تابع قانون محل وقوع عقد است»، امکان انتخاب قانون حاکم را فقط برای اتباع بیگانه فراهم ساخته و اعلام کرده است: «مگر اینکه متعاقدين اتباع خارجه بوده و آن را صریحاً یا ضمناً تابع قانون دیگری قرار داده باشند».

بنابراین، قائل شدن وصف بین‌المللی برای قرارداد، از نظر طرفین نیز اهمیت ویژه‌ای دارد؛ چرا که به موجب اصل حاکمیت اراده، در یک قرارداد بین‌المللی می‌توان شروطی از قبیل شرط انتخاب قانون حاکم را گنجانده که در قراردادهای داخلی بی‌اثرند. لذا، باید دید که وضعیت قراردادهای الکترونیکی از این حیث چگونه است؟

به عقیده‌ی برخی از نویسندگان، قراردادهای منعقد شده از طریق اینترنت را می‌توان بین‌المللی تلقی نمود؛ زیرا عنصر خارجی ذاتاً در شبکه‌های دیجیتال، وجود دارد (Thierer & Wayne Crews, 2003: 200).

عبارت بعضی دیگر در این زمینه واضح‌تر است: مسأله‌ی قانون حاکم، بنا به تعریف، فقط در خصوص قرارداد با وضعیت بین‌المللی مطرح می‌شود. از سوی دیگر، ویژگی شبکه‌ی اینترنت، بین‌المللی بودن است. در نتیجه، مسأله‌ی قانون حاکم در اکثر قراردادهای منعقد شده از طریق وب مطرح می‌شود (Sorkin, 2001: 325).

همچنین گفته شده است که از آنجا که اینترنت، مرز نمی‌شناسد، باید قراردادهای تجارت الکترونیکی را از دیدگاهی بین‌المللی بررسی نمود و نیز این که تجارت الکترونیکی، با از میان برداشتن مرزها و فاصله‌ها بین اشخاص، بی‌گمان، ماهیتی بین‌المللی دارد (Ibid: 326).

ایراد این نظریه‌ها آن است که هنگام ارائه‌ی آنها، نویسندگان، بدون در نظر گرفتن ویژگی‌های قرارداد، توجه خود را به شبکه‌های الکترونیکی معطوف نموده‌اند. علیرغم سهولت دسترسی به ایجاب‌های صورت گرفته بر روی این شبکه‌ها از هر نقطه‌ی جهان و در تمامی ساعات شبانه‌روز، نباید چنین نتیجه گرفت که قراردادهای منعقد بر روی شبکه‌های مذکور الزاماً بین‌المللی هستند. در واقع، یکی از مهم‌ترین مزایای تجارت الکترونیکی، امکان انتقال از محلی به محل دیگر و در مواردی از کشوری به کشور دیگر بدون هرگونه جا به جایی فیزیکی است، اما، این واقعیت هم، نمی‌تواند موجب شود همه‌ی قراردادهای الکترونیکی را بین‌المللی بدانیم. برای نمونه، یک ایرانی را در نظر بگیرید که در بابلسر قصد دارد خریدی را از طریق اینترنت، انجام دهد. هنگامی که وی به یکی از سایت‌های ایرانی تجاری الکترونیکی مراجعه، مثلاً کتابی را انتخاب نموده، آن را سفارش داده و پس از ۲۴ ساعت در منزل تحویل می‌گیرد. آیا کسی می‌تواند در داخلی بودن این قرارداد تردید کند؟ آیا می‌توان ادعا کرد که فرد مذکور از مرزهای جغرافیایی ایران خارج شده و بنابراین اعمال حقوقی وی مشمول قوانین و صلاحیت محاکم داخلی نیست؟

اکنون فرض کنیم که فرد مذکور در مثال فوق با کلیک کردن بر روی یک لینک موجود در سایت ایرانی، به سایتی خارجی متصل شود. در این فرض، بدیهی است که وی وارد عرصه‌ی بین‌المللی شده، امری که شاید خود او نیز از آن آگاه نباشد.

به علاوه، نتایج مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که جز در اروپا، آن هم به دلیل وجود بازار مشترک، اغلب تعاملات صورت گرفته بر روی اینترنت، داخلی و حتی محلی هستند: «در رابطه با تجارت الکترونیکی، پدیده‌ی جهانی شدن رخ نداده است، تعداد اندکی از مبادلات فراتر از مرزهای داخلی بوده‌اند» (Knoppers, 1998: 102).

بنابراین، باید در جستجوی معیارهایی مناسب جهت تعیین بین‌المللی یا داخلی بودن قرارداد باشیم. البته این ارزیابی همیشه مشکلاتی را در بر داشته است و گسترش تعاملات الکترونیکی را نباید علت منحصر به فرد تردیدهای موجود در این زمینه دانست. رسانه‌ی الکترونیکی، تنها، سبب افزایش و تشدید این مشکلات شده است. زبان به کار رفته توسط فروشنده را نمی‌توان به عنوان اماره‌ای مطمئن تلقی کرد؛ زیرا بسیاری از سایت‌های ایرانی ممکن است به زبانی خارجی به ویژه انگلیسی طراحی شده باشند، اسم دامنه^۱ می‌تواند ملی نباشد مانند پسوند معروف و رایج دات کام (.com). البته می‌تواند ملی هم باشد مانند پسوند دات آی آر (.ir).

در کنوانسیون‌های منطقه‌ای و بین‌المللی ضوابطی در این خصوص ذکر شده است که در ذیل،

۱. در رابطه با اسم دامنه به منبع روبرو مراجعه کنید: (صادقی، ۱۳۸۶: ۱۳۰-۹۷).

شرح آن خواهد گذشت. بعد از آن، به بیان دیدگاه حقوق فرانسه و حقوق ایران می‌پردازیم و در پایان، نظری که منطقی‌تر است را بیان می‌کنیم. اما پیش از آن لازم است تا مفهوم قرارداد تجاری الکترونیکی تشریح شود.

۲. تحلیل قرارداد تجاری الکترونیکی:

تشکیل قرارداد در فضای مجازی، لزوماً به معنی انعقاد آن در محیط سایبر نیست. امروزه باید پذیرفت که با گسترش وسایل ارتباط از راه دور، جهان به دهکده‌ای تبدیل شده که در آن، تشکیل قرارداد به عنوان یکی از روابط مورد نیاز نمی‌تواند همواره از طریق ارتباط مستقیم و فیزیکی انجام گیرد. از این رو «طرفین یک توافق، ممکن است همدیگر را ندیده و حتی هیچ مکالمه‌ی تلفنی هم با یکدیگر نداشته باشند» (Chissick & Kelman, 2002: 171).

به همین مناسبت، در این بخش به بررسی مفهوم، اسباب، شرایط و شیوه‌های تشکیل قراردادهای تجاری الکترونیکی، به طور مختصر، پرداخته می‌شود. در بند نخست، مفهوم قرارداد تجاری الکترونیکی تبیین شده و در بند دوم اسباب و شرایط تشکیل این قراردادها مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

۲.۱. مفهوم قرارداد تجاری الکترونیکی:

برخی از نویسندگان، تعریفی کلی و بسیار موسع از قرارداد الکترونیکی (Electronic Contract) ارائه داده‌اند، که بر طبق آن قرارداد الکترونیکی قراردادی است که «انعقاد و یا اجرای آن نیازمند به‌کارگیری ابزار دیجیتالی تبادل اطلاعات و یا وسیله‌ای ارتباطی از این نوع است» (Standing, 2000: 35)

بدیهی است که این تعریف، قراردادی را که به صورت سنتی مثلاً بر روی کاغذ منعقد شده اما اجرای آن از طریق شبکه‌ای مانند اینترنت محقق می‌شود، در برمی‌گیرد. برای نمونه یک دانشجوی رشته‌ی حقوق را در نظر بگیرید که در آخرین روز برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب با مراجعه به یکی از انتشارات، کتابی دیجیتال یا نرم‌افزار ویژه‌ای را خریداری می‌کند. به دلیل استقبال بیش از حد بازدیدکنندگان، موجودی فروشنده در لحظه‌ی انعقاد قرارداد تمام شده و بنابراین خریدار نشانی پست الکترونیکی خود را به وی می‌دهد که در اولین فرصت، فایل حاوی کتاب یا نرم‌افزار مورد نظر را برای او ارسال کند. اما آیا می‌توان این نوع قرارداد را الکترونیکی محسوب نمود؟

به نظر می‌رسد که چنین قراردادی نمی‌تواند از مصادیق قراردادهای الکترونیکی باشد؛ چرا که

انعقاد آن به شکل سنتی انجام شده و فقط اجرای آن در فضای سایبر رخ داده است. در واقع، زمانی که از نوع قرارداد سخن به میان می‌آید، هدف آن است که به ویژگی‌های قرارداد از حیث انعقاد آن توجه شود؛ زیرا مشکلات اساسی هنگام بحث از ایجاب و قبول اعلام شده از طریق شبکه و همچنین قانون حاکم بر قرارداد و دادگاه صالح برای رسیدگی به اختلافات مربوط به آن مطرح می‌شوند و همین مسائل هستند که حقوق قراردادهای را با چالش مواجه می‌کنند. تنها مشکلی که ممکن است در مورد قراردادهایی از این دست با آن مواجه شویم، موضوع اجرای تعهدات ناشی از آنهاست که باز هم نمی‌تواند باعث شود آنها را الکترونیکی تلقی نماییم. طبق تعریف دیگر، قرارداد الکترونیکی وضعیتی است که طی آن تعهدی بین دو یا چند نفر که هر یک از رایانه‌های متصل به یک شبکه‌ای ارتباطی به عنوان وسیله‌ی تبادل ایجاب و قبول یعنی عناصر تشکیل دهنده‌ی قرارداد مذکور استفاده می‌کنند، به وجود می‌آید (Dickie, 1999: 27). به عقیده‌ی یکی دیگر از حقوقدانان، قرارداد الکترونیکی عبارت است از قراردادی که به شکل الکترونیکی به صورت فوری و یا با تأخیر امضاء شده، بدون اینکه مذاکرات و یا اجرای این قرارداد در نظر گرفته شود (Todd, 2005: 169).

نقطه‌ی قوت تعریف اخیر، توجه به نفس انعقاد قرارداد به صورت الکترونیکی است و برای نمونه قرارداد سنتی را که مذاکرات راجع به آن از طریق شبکه انجام شده ولی ایجاب و قبول آن به طور سنتی مثلاً با مکاتبه یا به صورت حضوری توسط طرفین محقق شده، به طور صریح از قلمرو شمول قراردادهای الکترونیکی خارج کرده است.

برخی دیگر از نویسندگان که شبکه‌های رایانه‌ای را به همراه خدمات ارائه شده از طریق آنها موجد فضایی مستقل از جهان سنتی دانسته و با تسمیه‌ی آن به فضای سایبر بر این استقلال تأکید می‌کنند، برای قراردادهای مورد بحث، اصطلاح «قرارداد سایبری» (Cyber Contract) را برگزیده و اعلام داشته‌اند که با به کارگیری چنین واژه‌ای این واقعیت که روابط طرفین در فضای مجازی به وجود می‌آید، مورد تأکید بیشتری قرار می‌گیرد و نه نوع تکنیک به کار رفته در جریان انعقاد قرارداد (Rowland, 2005: 101).

لازم به ذکر است که اصطلاح قرارداد تجارت الکترونیک باید در حقوق ایران با احتیاط بیشتری به کار برده شود. اگر چه خود واژه‌ی تجارت الکترونیک در ادبیات حقوقی ما مصطلح شده و حتی قانونی به این نام هم در کشور تصویب شده است^۱ ولی باید توجه داشت که در حقوق ایران کلمه‌ی

۱. قانون تجارت الکترونیکی، مصوب ۱۳۸۲/۱۰/۱۷، نقل از روزنامه‌ی رسمی، سال ۵۹، مورخ ۱۳۸۲/۱۱/۱۱، شماره ۱۷۱۶۷.

تجارت تعریف شده و هنگامی که از حقوق تجارت سخن به میان می‌آید، بلافاصله در ذهن فرد، لااقل در ذهن حقوقدان، مقررات خاصی تداعی می‌شود که به اشخاص و معاملات معینی مرتبط است. به همین دلیل، در کشور ما قانون مستقلی تحت عنوان «قانون تجارت» تدوین شده است. در واقع، با بررسی باب نخست قانون تجارت ایران (مصوب ۱۳۱۱/۲/۱۳ ه.ش)، می‌توان به این نکته پی برد که حقوق تجارت، حقوق اعمال تجاری و تجار است، یعنی قانونگذار یک سلسله اعمال را به عنوان اعمال تجاری معرفی کرده است (ماده ۲ ق.ت.) و بیان می‌کند که هر کس این اعمال را شغل معمولی خود قرار دهد تاجر است (ماده ۱ ق.ت.) و هر کس که تاجر شناخته شد، همه‌ی اعمال حقوقی‌اش تجاری است (ماده ۳ ق.ت.) به جزء اعمالی که برای امور تجاری نباشد (مواد ۳ و ۴ ق.ت.) (اسکینی، ۱۳۸۴: ۳).

اما آیا دامنه‌ی قراردادهای منعقد از طریق شبکه‌های رایانه‌ای به قراردادهای تجاری محدود می‌شود؟ با اندک تأمل، پاسخ منفی خواهد بود. برای مثال، یک دانشجوی مهندسی نرم‌افزار را در نظر بگیرید که نرم‌افزاری را به عنوان کار عملی یکی از دروس خود طراحی کرده و هنگامی که از طریق پست الکترونیکی متوجه می‌شود، همکلاسی‌اش به نرم‌افزار مذکور نیازمند است، پس از انجام مکاتبات الکترونیکی و توافق در خصوص قیمت، آن را برای وی ارسال می‌کند. مثال‌های بسیاری وجود دارد که این نظر را اثبات می‌کند که دامنه‌ی قراردادهای منعقد از طریق شبکه‌های رایانه‌ای به قراردادهای تجاری محدود نمی‌شود.

نتیجه آنکه، جهت دفع هرگونه شبهه، بهتر است اصطلاحات «قرارداد تجارت الکترونیک» و یا «تجارت الکترونیک» در ادبیات حقوقی ما محتاطانه به کار روند. در مواردی هم که این واژه‌ها استعمال می‌شوند، لازم است به مسامحه‌ی موجود در این استعمال عنایت داشته باشیم. در غیر این صورت، این شائبه مطرح خواهد شد که قانون تجارت الکترونیک، قانونی است ویژه‌ی تجار و اعمال تجاری که به صورت الکترونیکی انجام می‌شوند.

پیش از این و در جای دیگر، پیشنهاد تغییر عنوان قانون تجارت الکترونیک مطرح و دلایل این پیشنهاد نیز ذکر شده است (کاویار، آذر ۱۳۸۷). از جمله اینکه، علاوه بر آنچه در بالا گفتیم، با توجه به مواد مختلف این قانون و به ویژه ماده‌ی یک آن که اشعار می‌دارد: «این قانون مجموعه اصول و قواعدی است که برای مبادله‌ی آسان و ایمن اطلاعات در واسطه‌های الکترونیکی و با استفاده از سیستم‌های ارتباطی جدید به کار می‌رود»، مشخص می‌شود که قانون مورد بحث، قلمروی اعم از روابط تجاری دارد و در واقع هدف از تصویب این قانون، ضابطه‌مند کردن تبادل اطلاعات از طریق شبکه‌های الکترونیکی است. بنابراین، عنوانی مانند «قانون معاملات الکترونیکی»

که عبارتی شبیه آن برای نامگذاری یکی از قوانین ایالات متحده آمریکا^۱ به کار رفته است، اهداف و محتوای قانون مورد نظر را بهتر نمایان می‌سازد.

۲.۲. اسباب و شرایط انعقاد قراردادهای تجاری الکترونیکی:

قرارداد تجاری الکترونیکی نیز مانند قرارداد سنتی حاصل اجتماع ایجاب و قبول طرفین است. بنابراین قواعد عمومی حاکم بر تراضی، در خصوص قراردادهای الکترونیکی نیز قابل اعمال است. ولی به دلیل وضعیت ویژه‌ی این گروه از قراردادها و اعلام اراده‌ی طرفین آنها در محیط مجازی و به خصوص با توجه به نیاز مصرف‌کنندگان به حمایت‌های کافی در چنین فضایی، قواعد نوینی در قوانین راجع به قراردادهای الکترونیکی گنجانده شده که هدف آنها حصول اطمینان از آگاهی کافی مصرف‌کننده (مشتری) پیش از پذیرش مفاد ایجاب و التزام به آنهاست. لذا در این بند به تحلیل ایجاب و قبول الکترونیکی خواهیم پرداخت.

۲.۲.۱. ایجاب الکترونیکی:

چنان که گفتیم، مقررات حاکم بر قواعد عمومی قراردادهای سنتی در مورد قراردادهای الکترونیکی نیز قابل اعمال هستند و در واقع وسیله و محیط اعلام اراده است که تغییر کرده است. با توجه به این نکته، جهت تعریف ایجاب الکترونیکی (Electronic Offer) می‌توان به تعاریفی که از ایجاب ارائه شده، مراجعه کرد:

مطابق بند یک ماده ۱۴ کنوانسیون ۱۹۸۰ وین راجع به بیع بین‌المللی کالا^۲ «پیشنهاد انعقاد قرارداد به یک یا چند نفر معین، چنانچه به اندازه‌ی کافی مشخص و دال بر قصد التزام ایجاب‌کننده در صورت قبول طرف مقابل باشد، ایجاب محسوب است»^۳.

یکی از حقوقدانان در تعریف ایجاب گوید: «ایجاب، اعلام اراده‌ی کسی است که طرف قرارداد را بر مبنای معینی به انجام دادن معامله دعوت می‌کند، به گونه‌ای که اگر پیشنهاد مورد قبول طرف قرار گیرد او به مفاد آن پایبند شود، خواه پیشنهاد خطاب به شخص معین یا عموم مردم باشد» (کاتوزیان، ۱۳۸۳: ۲۸۲).

1. *Uniform Electronic Transactions Act (UETA)*. UETA was approved by the National Conference of Commissioners on Uniform State Laws (NCCUSL) on July 23, 1999. A copy of UETA is available at <www.law.upenn.edu/bll/ulc/fnact99/1990s/ueta99.htm>

2. *United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods* (Apr. 11, 1980, Vienna).

۳. برای ملاحظه‌ی ترجمه‌ی این کنوانسیون بنگرید به: (مجله‌ی حقوقی، ۱۳۶۷: ۲۸۵-۲۳۳).

در تعاریف فوق، ایجاب، به نوعی اعلام اراده تعریف شده و وسیله‌ی این اعلام مورد توجه قرار نگرفته است. در نتیجه، این تعاریف، به سبب عام بودن، ایجاب الکترونیکی را نیز در برمی‌گیرند و برای تعریف این نوع ایجاب کافی است که قید «اعلام اراده از طریق ابزار الکترونیکی» را به آنها بیافزاییم.

با توجه به این تعاریف، می‌توان دریافت که پیغام الکترونیکی درج شده بر روی یک سایت یا پیغامی که از طریق پست الکترونیکی ارسال شده، زمانی ایجاب تلقی می‌شوند که به اندازه‌ی کافی واضح (یعنی حاوی عناصر ضروری برای انعقاد قرارداد) باشد، به طوری که قبول مفاد آن از سوی مخاطب برای انعقاد عقد کفایت کند.

به‌علاوه، چنانکه از تعاریف فوق برمی‌آید، پیغام الکترونیکی که کالا یا خدمتی را توصیف می‌کند، باید بر اراده‌ی قطعی گوینده مبنی بر التزام به مفاد آن در صورت مثبت بودن پاسخ مخاطب و قبول وی دلالت نماید.

در صورت فقدان شرایط مذکور، پیغام الکترونیکی، ایجاب محسوب نمی‌شود و در حقیقت باید آن را نوعی تبلیغ یا دعوت به انعقاد قرارداد دانست؛ زیرا هدف از تبلیغات تجاری، آگاه ساختن مشتریان احتمالی نسبت به برخی ویژگی‌های کالا یا خدمت است.

از دیگر سو، هر گاه پیغامی همه‌ی اوصاف مبیع و همچنین قیمت مورد نظر گوینده‌ی ایجاب را در خود داشته ولی دلالتی بر قصد وی مبنی بر التزام به مفاد آن در صورت قبول مخاطب ننماید، باز هم نمی‌تواند ایجاب محسوب شود و در اینجا نیز با تبلیغی صرف مواجهیم.

در واقع آن گونه که برخی از نویسندگان گفته‌اند: «تبلیغ مرحله‌ای پیش‌تر از ایجاب در فرایند انعقاد عقد است» (Oughton & Davis, 2000: 28). ثمره‌ی عملی تمییز ایجاب از تبلیغ از همین تقدم و تأخر در فرایند مذکور ناشی می‌شود؛ چرا که اگر اعلام اراده‌ی ایجاب باشد، به صرف قبول مفاد آن از سوی مخاطب، قرارداد منعقد و گوینده به مفاد آن ملزم می‌شود.

به طور خلاصه، می‌توان رابطه‌ی منطقی تبلیغ و ایجاب را عموم و خصوص مطلق دانست. بدین توضیح که هر ایجابی، تبلیغ است؛ چرا که هدف از ایجاب مانند تبلیغ، بیان ویژگی‌های کالا یا خدمت و جذب مشتری است. در مقابل همه‌ی تبلیغ‌ها، لزوماً ایجاب نیستند؛ زیرا ممکن است فاقد شرایطی باشند که برای ایجاب گفته شد. اما تبلیغی که مشتمل بر تمامی عناصر عقد و نیز مبین قصد نهایی شخص مبنی بر انعقاد قرارداد باشد، در تعریف ایجاب هم می‌گنجد.

مقررات اتحادیه اروپایی، در خصوص مفهوم ایجاب ساکت بوده و این مسأله را به حقوق داخلی کشورها واگذار کرده است. دلیل این سکوت، اختلاف برداشتی است که بین کشورهای عضو نسبت به تعریف و در نتیجه مصادیق ایجاب وجود دارد (Stone, 2003: 11). برای نمونه، در حقوق سنتی

کشورهایی از قبیل دانمارک، اسپانیا و فرانسه اعلام اراده‌ی بایع در صورت جمع شرایط پیش‌گفته، به عنوان ایجاب شناخته می‌شود. این در حالی است که در انگلستان اطلاعات ارائه شده توسط بایع، اصولاً ایجاب محسوب نمی‌شود (*Ibid*)^۱. در حقوق این کشور، اعلام اراده‌ی بایع فقط دعوت به معامله (*Invitation to Treat*) است؛ مگر آن که در هر مورد با توجه به قرائن، ایجاب بودن اراده‌ی بایع احراز شود.^۲

از آنچه گفته شد، می‌توان نتیجه گرفت که هر گاه فروشنده‌ای، کالا یا خدمات خود را بر روی سایت خود یا سایتی دیگر تبلیغ کند، ممکن است این اعلام اراده در حقوق انگلستان فقط یک دعوت به معامله تلقی شده و او در قبول یا ردّ سفارش مشتری (که گوینده‌ی ایجاب است) آزاد باشد، در حالی که وضعیت در اسپانیا و دانمارک متفاوت بوده و به احتمال زیاد این تبلیغ، ایجاب محسوب خواهد شد (Kierkegaard, 2007). به همین سبب، برخی نویسندگان به فروشندگان توصیه می‌کنند، در هنگام تبلیغ کالا یا خدمات خود بر روی سایت، به این نکته تصریح نمایند که این تبلیغ، صرفاً دعوت به انجام معامله است و نه ایجاب (*Ibid*; Orpwood, 2008: 455).

ماده ۱۱ کنوانسیون ۲۰۰۵ سازمان ملل متحد درباره‌ی استفاده از ارتباطات الکترونیکی در قراردادهای بین‌المللی^۳، اشعار می‌دارد: «پیشنهاد انعقاد قرارداد از طریق یک یا چند ارتباط الکترونیکی که مخاطب آن، شخص یا اشخاص معین نبوده‌اند، بلکه عموماً برای اشخاصی که از سیستم‌های اطلاعاتی استفاده می‌کنند، قابل دسترس بوده، شامل پیشنهادهایی که متضمن سفارش غیرالزام‌آور از طریق سیستم‌های رایانه‌ای مذکور می‌شود، دعوت به ایجاب تلقی می‌شود مگر آن که آشکارا بر این امر دلالت کند که شخصی که پیشنهادهات را مطرح کرده، در صورتی ملتزم به ایجاب خواهد بود که قبول شود»^۴.

این ماده یک قاعده وضع می‌کند. طبق قاعده‌ی مندرج در این ماده، اگر فروشندگان اینترنتی، شخص یا اشخاص معینی را برای مبادلات الکترونیکی، مورد خطاب قرار دهند و این خطاب حاوی قصد ملزم شدن آنها در صورت قبول مشتری باشد، باید یک ایجاب تلقی شود و در غیر این صورت دعوت به معامله است.

1. See Also This Case: *Pharmaceutical Society of Great Britain v. Boots Cash Chemists (Southern) Ltd.* [1953] 1 QB 401.

۲. برای دیدن مثالی در این مورد بنگرید به دعوای فیشر علیه بل در سال ۱۹۶۰ مندرج در منبع روبرو: (میرمحمد صادقی، ۱۳۷۷: ۲۵).

3. *United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contracts* (Resolution adopted by the General Assembly on the Report of the Sixth Committee A/60/515: 9 Dec 2005).

۴. برای ملاحظه‌ی ترجمه‌ی این کنوانسیون بنگرید به: (مجله‌ی حقوقی، ۱۳۸۶: ۴۰۲-۳۸۷).

در عمل، وبسایت‌ها از مشتریان خود می‌خواهند که ابتدا در سایت آنها ثبت نام (Registration) کنند و بعد از ثبت نام با کد کاربری (User Name) و رمزعبور (Password) وارد سایت شوند. این ثبت نام، می‌تواند «ارتباط خطاب به شخص معین» قلمداد شود. تا اینجا شرط اول رعایت شده است. بعد از این، مشتری باید بررسی کند که آیا پیشنهاد بایع اینترنتی، شفاف و قطعی^۱ است یا خیر. اگر این چنین است شرط دوم نیز موجود است و باید به عنوان یک ایجاب تلقی شود (کاویار، ۱۳۸۷: ۳۲۶-۳۲۴).

به نظر می‌رسد که در حقوق ایران نیز چنانچه تبلیغ درج شده بر روی یک سایت حاوی عناصر قرارداد و همچنین قصد تبلیغ کننده نسبت به انعقاد قرارداد باشد، ایجاب محسوب می‌شود، مگر اینکه تبلیغ کننده، خلاف آن را تصریح نماید.

مشکل واقعی از اینجا ناشی می‌شود که از سویی، اینترنت فرصت منحصر به فردی را در اختیار عرضه‌کنندگان قرار داده تا به راحتی، محصولات خود را به میلیاردها انسان معرفی کنند. این ویژگی اینترنت، آن را به عنوان بزرگ‌ترین و پرتیرین عرضه‌ی کالا، خدمات و اطلاعات تبدیل کرده است. ایجابی که راجع به بیع کالا یا خدمتی معین است، اصولاً هم در ایران، هم در هلند و هم در آمریکا قابل مشاهده است.

از سوی دیگر، به دلیل تفاوت‌های موجود میان سیستم‌های تقنینی در کشورهای مختلف، ممکن است شیئی که مثلاً در آمریکا، بدون هرگونه معنی مورد داد و ستد قرار می‌گیرد، نقل و انتقال آن به موجب قانون ایران غیرقانونی یا غیرمشموع باشد.

۱. ماده ۱۰ دستورالعمل تجارت الکترونیکی (مصوب ۸ ژوئن اتحادیه اروپا) در مورد پیشنهاد شفاف و قطعی مقرر می‌دارد: «اطلاعاتی که باید ارائه شود:

۱- علاوه بر اطلاعاتی که به موجب حقوق اتحادیه اروپا ارائه‌ی آن الزامی شناخته شده، دولت‌های عضو باید تضمین دهند که جز در صورت توافق مغایر بین طرفین عقد، حداقل، اطلاعات زیر از سوی سرویس‌دهنده به طور شفاف، کامل و بدون ابهام و قبل از اینکه متقاضی خدمات، سفارش خود را تقدیم دارد، ارائه شود:

الف) مراحل مختلف فنی لازم برای انعقاد قرارداد؛

ب) اعلام بایگانی یا عدم بایگانی مدارک انعقاد قرارداد از سوی سرویس‌دهنده و ذکر قابل بازیافت بودن این مدارک؛

ج) روش‌های فنی تشخیص و تصحیح اشتباهات، قبل از نهائی شدن سفارش؛

د) زبان‌های پیشنهاد شده برای تشکیل قرارداد.»

Directive 2000/31/EC of the European parliament and Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce).

۲.۲.۲. قبول الکترونیکی (Electronic Acceptance)

برای انعقاد قرارداد و تحقق آثار آن، لازم است که مشتری ایجاب صورت گرفته توسط عرضه‌کننده را قبول کند.

در حقوق، مشهور است که قبول، پذیرش بی‌قید و شرط مفاداً ایجاب است (کاتوزیان، پیشین: ۳۲۵؛ صفائی، ۱۳۸۲: ۷۱). شرایط این پذیرش در قراردادهای الکترونیکی اصولاً با شرایط قبول در قراردادهای سنتی، تفاوتی ندارد و اعلام اراده‌ی مشتری باید بدون اشتباه و در محیطی به دور از فشار دیگری صورت پذیرد (Savirimuthu, 2005: 122). ولی فضای سایبر، با اصلی‌ترین خصوصیت خود یعنی مجازی بودن و عدم دیدار حضوری طرفین قرارداد، نیازمند توجه بیشتری از سوی قانونگذار در راستای اطمینان یافتن از اعلام اراده‌ی آگاهانه، آزادانه و صحیح و خالی از شبهه‌ی طرفین است.

بنابراین، ایجاب و قبول الکترونیکی علی‌الاصول معتبر است و چنان‌چه بند ۱ ماده ۱۱ قانون نمونه‌ی آنسیترال در مورد تجارت الکترونیکی مصوب ۱۹۹۶^۱، تصریح می‌کند: «در هنگام تشکیل قرارداد، اگر توافق مغایری در میان نباشد، ایجاب یا قبول می‌تواند به روش الکترونیکی انجام گیرد. وقتی که از شیوه الکترونیکی برای تشکیل عقد استفاده می‌شود، نمی‌توان عقد را تنها به این دلیل که یک شیوه‌ی الکترونیکی برای تشکیل آن به کار رفته، بی‌اعتبار و غیر قابل اجرا دانست».

ماده ۹ قانون تجارت الکترونیک ایران، نیز به گونه‌ای بر این اصل تأکید دارد. به موجب این ماده: «هر گاه شرایطی به وجود آید که از مقطعی معین ارسال داده‌پیام خاتمه یافته و استفاده از اسناد کاغذی جایگزین آن شود، سند کاغذی که تحت این شرایط صادر می‌شود باید به طور صریح، ختم تبادل داده‌پیام را اعلام کند. جایگزینی اسناد کاغذی به جای داده‌پیام، اثری بر حقوق و تعهدات قبلی طرفین نخواهد داشت».

۳. تعریف قرارداد بین‌المللی:

گفته می‌شود قراردادی بین‌المللی است که در آن یک عنصر خارجی وجود داشته باشد و مقصود از عنصر خارجی این است که به چند کشور ارتباط داشته باشد، به عبارتی دیگر اثر آن قرارداد از مرزهای یک کشور فراتر رود.

از جمله مصداق‌های عنصر خارجی این است که قرارداد در یک کشور خارجی به اجراء درآید، قرارداد در یک کشور خارجی منعقد شود و یا اینکه طرفین قرارداد دارای تابعیت گوناگون باشند.

1. Model Law on Electronic Commerce adopted by the United Nations Commission on International Trade Law (Resolution adopted by the General Assembly on the report of the Sixth Committee A/51/628: 1996).

بدین ترتیب مؤلفان در تشخیص بین‌المللی بودن قرارداد، دو نوع معیار را مطرح کرده‌اند: نخست) معیار شخصی: یعنی طرفین قرارداد تعیین کننده می‌باشند. در صورت گوناگون بودن تابعیت آنها قرارداد بین‌المللی است. نارسائی این معیار در صورت وجود تابعیت مضاعف و بی‌تابعیتی ظاهر می‌شود.

دوم) معیار عینی: یعنی محل انعقاد و محل اجرای قرارداد ملاک می‌باشد که در صورت واقع شدن این دو مکان در دو کشور گوناگون، قرارداد جنبه‌ی بین‌المللی خواهد داشت. ایراد این ضابطه نیز این است که در صورت انعقاد قرارداد توسط فکس، تلکس و سایر ابزارات الکترونیکی، تعیین محل انعقاد قرارداد با اشکال مواجه می‌شود (رک: اخلاقی، ۱۳۷۶: ۶؛ 47-55: Nygh, 1999).

۴. ارتباط بین قرارداد تجاری الکترونیکی و قرارداد بین‌المللی:

بعد از بیان مفهوم قرارداد تجاری الکترونیکی و اسباب سازنده‌ی آن در این بخش به تشریح ارتباط بین قرارداد تجاری الکترونیکی و قرارداد بین‌المللی خواهیم پرداخت.

۱.۴. در کنوانسیون ۱۹۵۵ لاهه راجع به قانون حاکم بر بیع بین‌المللی کالا^۱:

کنوانسیون ۱۹۵۵ لاهه راجع به قانون حاکم بر بیع بین‌المللی کالا در بند ۴ ماده یک تصریح کرده است: «صرف اعلام طرفین در خصوص اعمال قانون خارجی ... برای اعطای وصف بین‌المللی به بیع، به مفهوم بند نخست ماده‌ی حاضر کافی نخواهد بود. در نتیجه، بر طبق بند مذکور، خصیصه‌ی بین‌المللی قرارداد منحصرأ باید از عوامل نوعی ناشی شود».

به اعتقاد نگارندگان، صرف وجود عامل خارجی حتی عوامل نوعی در قرارداد، در همه‌ی موارد نمی‌تواند ضابطه‌ی مطمئنی باشد. مثلاً اگر یک هلندی ساکن ایران با یک ایرانی قراردادی منعقد کند و بر طبق قرارداد، محل تحویل کالا و پرداخت ثمن، ایران تعیین شود، به سادگی و به صرف تابعیت خارجی یکی از طرفین می‌توان این قرارداد را بین‌المللی محسوب نمود؟!

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 رتال جامع علوم انسانی

1. *Convention on the Law Applicable to International Sale of Goods (Hague 1955)*. Available at: <<http://www.jus.uio.no/lm/hcpil.applicable.law.sog.convention.1955/>>

۲.۴. در کنوانسیون ۱۹۸۰ رم راجع به قانون حاکم بر تعهدات قراردادی^۱:

در سطح اتحادیه‌ی اروپایی، کنوانسیون ۱۹۸۰ رم راجع به قانون حاکم بر تعهدات قراردادی در ماده‌ی یک، قلمرو اجرائی خود را چنین اعلام کرده است: «مقررات این کنوانسیون، در وضعیت‌های مشتمل بر تعارض قوانین، نسبت به تعهدات قراردادی اعمال می‌شود».

بعضی از حقوقدانان اروپایی، معتقدند که کنوانسیون در واقع تعریف قرارداد بین‌المللی را تغییر داده و علیرغم آن که تا پیش از تصویب کنوانسیون رم در کشورهایمانند فرانسه، قرارداد بین‌المللی از جمله به قراردادی اطلاق می‌شد که با مصالح تجارت بین‌الملل مرتبط باشد، در کنوانسیون رم وضعیت به گونه‌ی دیگری است: قرارداد بین‌المللی قراردادی است که به نوعی، یک عامل خارجی در بر داشته باشد (Suff, 1997: 96).

۳.۴. در کنوانسیون ۲۰۰۵ سازمان ملل متحد راجع به استفاده از ارتباطات الکترونیکی

در قراردادهای بین‌المللی:

در بند ۱ از ماده ۱ کنوانسیون ۲۰۰۵ سازمان ملل متحد راجع به استفاده از ارتباطات الکترونیکی در قراردادهای بین‌المللی آمده است: «این کنوانسیون ناظر بر به کارگیری ارتباطات الکترونیکی در جریان انعقاد یا اجرای قرارداد میان طرف‌هایی است که محل کسب آنها در کشورهای متفاوت، واقع شده است».

با عنایت به این ماده و با توجه به عنوان کنوانسیون، که نشان می‌دهد مقررات آن نسبت به قراردادهای بین‌المللی اعمال می‌شود، واضح است که کنوانسیون، قراردادی را بین‌المللی می‌داند که محل کسب و کار طرفین آن در کشورهای مختلف قرار داشته باشد. در واقع، کنوانسیون مذکور از بین عواملی که برای بین‌المللی تلقی کردن یک قرارداد ارائه شده، محل کسب و کار طرفین را برگزیده و در بند ۳ از ماده یک به صراحت، عامل تابعیت طرفین را کنار گذاشته است: «نه تابعیت و نه وصف مدنی یا تجاری طرفین یا قرارداد، در تعیین دامنه‌ی شمول این کنوانسیون ملحوظ نخواهد شد».

از آنجا که ایران نیز به این کنوانسیون پیوسته است،^۲ باید گفت که هرگاه دو ایرانی که محل

1. *EC Convention on the law Applicable to Contractual Obligations (Rome 1980)*. Available at: <<http://www.jus.uio.no/lm/ec.applicable.law.contracts.1980/doc.html>>

۲. به موجب تصویب نامه‌ی هیأت وزیران در جلسه‌ی مورخ ۱۳۸۶/۳/۲ بنا به پیشنهاد شماره ۱۰۶۳/۱۱۱/۲۰۰/۷۳ مورخ ۱۳۸۵/۱۲/۷ وزارت امور خارجه، وزارت امور خارجه مجاز است نسبت به امضای موقت کنوانسیون سازمان ملل متحد در خصوص استفاده از ارتباطات الکترونیکی در قراردادهای بین‌المللی اقدام و مراحل قانونی را تا تصویب نهایی پیگیری کند.

کسب و کار آنها در دو کشور متفاوت قرار گرفته با استفاده از ارتباطات الکترونیکی و یا به کارگیری ابزاری مانند فکس و پست الکترونیکی قراردادی را منعقد کنند، حتی اگر هنگام انعقاد قرارداد هر دو در ایران باشند، رابطه‌ی آنها مشمول کنوانسیون خواهد بود. بر عکس، اگر دو تاجر ایرانی که محلّ کسب و کار هر دو در مالزی واقع شده، قراردادی الکترونیکی منعقد کنند، کنوانسیون بر این قرارداد حاکم نخواهد بود.

نکته‌ی دیگر این که، در مورد مثال نخست، هرگاه کنوانسیون حکمی راجع به موضوعات تحت شمول خود نداشته باشد، تکلیف چه خواهد بود؟ بر طبق بند ۲ از ماده ۵ کنوانسیون^۱، در چنین فرضی ابتدا باید مسأله را با مراجعه به اصول کلی که کنوانسیون بر آنها مبتنی است، حلّ و فصل کرد. از جمله این اصول می‌توان به اصل حسن‌نیت که در بند ۱ همین ماده ذکر شده، حاکمیت اراده‌ی طرفین، موضوع ماده ۳ و نیز اصول بی‌طرفی رسانه‌ای (Technological Neutrality) و معادل‌های کارکردی (Functional Equivalence)، مذکور در مقدمه‌ی کنوانسیون اشاره نمود. در مرحله‌ی بعد یعنی اگر اصول کلی مورد نظر بند ۲ ماده ۵ موجود نباشند، طبق همین بند، موضوع را باید با رجوع به قانونی که حسب قواعد حقوق بین‌الملل خصوصی بر رابطه‌ی طرفین حاکم است، مورد رسیدگی قرار داد (کاویار، پیشین: ۳۳۱).

نتیجه آن که، اگر دو تاجر ایرانی در فرض نخست، دعوای خود در خصوص قرارداد الکترونیکی منعقد در ایران را نزد دادگاه ایران مطرح کنند، قاضی در درجه‌ی اول باید به مقررات کنوانسیون مراجعه کند، اگر حکم مسأله در کنوانسیون یافت نشود، نوبت به اصول کلی مبنای کنوانسیون خواهد رسید. اگر مراجعه به اصول نیز چاره‌ساز نباشد، قاضی قواعد حقوق بین‌الملل خصوصی ایران را اجرا می‌کند و می‌دانیم که بر طبق ماده ۹۶۸ ق.م. به عنوان یک قاعده‌ی حلّ تعارض، اصولاً تعهدات ناشی از عقود تابع قانون محلّ انعقاد است و بنابراین قانون ایران بر رابطه‌ی طرفین حاکم خواهد بود.

۱. ماده ۵ کنوانسیون: «۱. در تفسیر این کنوانسیون، همیشه باید به خصوصیت بین‌المللی، ضرورت توسعه‌ی هماهنگی در کاربرد آن و رعایت حسن‌نیت در تجارت بین‌الملل، توجه کرد.
۲. مسائل و مشکلات مرتبط با موضوعات این کنوانسیون، که راه‌حل آنها صریحاً در کنوانسیون پیش‌بینی نگردیده، بر طبق اصول کلی‌ای که کنوانسیون مبتنی بر آن می‌باشد و در صورت فقدان چنین اصولی، مطابق با قانون قابل اعمال به موجب قواعد حقوق بین‌الملل خصوصی، حلّ و فصل می‌گردند».

۴.۴. در حقوق فرانسه:

در حقوق فرانسه، نخستین معیاری که برای احراز وصف بین‌المللی قرارداد توسط رویه قضایی به کار رفته، مشتمل بودن قرارداد بر ورود و خروج متقابل بها، خدمات و یا کالا از طریق مرزهای یک کشور است. اما این ضابطه بعداً توسط دیوان تمیز در مواردی کنار گذاشته و اعلام شده است «ویژگی بین‌المللی یک فعالیت، الزاماً از محل ذکر شده برای پرداخت، ناشی نمی‌شود»، در عوض، دیوان نظری را پذیرفته است که به موجب آن، قضات باید فعالیت‌های اقتصادی را من حیث المجموع و علیرغم فقدان گردش متقابل (ورود و خروج) اموال به منظور ارزیابی خصیصه بین‌المللی یا داخلی قرارداد بررسی کنند (به نقل از: ایرانپور، ۱۳۸۱: ۲۶).

۴.۵. در حقوق ایران:

در حقوق ایران، ماده ۹۶۸ ق.م. که امکان انتخاب قانونی غیر از قانون محل انعقاد عقد را فقط برای اتباع خارجه فراهم نموده، بیانگر تمایل قانونگذار به اتخاذ معیار تابعیت برای بین‌المللی تلقی کردن قرارداد است که با توجه به آنچه که در بالا گفته شد این ضابطه به خودی خود کافی نبوده و به خصوص در دنیای امروز نمی‌تواند چندان مطمئن باشد. بند (ب) ماده یک قانون داوری تجاری بین‌المللی ایران که در سال ۱۳۷۶ به تصویب رسیده، داوری را زمانی بین‌المللی می‌داند که یکی از طرفین در زمان انعقاد موافقتنامه داوری به موجب قوانین ایران تبعه‌ی ایران نباشد. همان‌طور که می‌بینیم در این ماده نیز برای بین‌المللی محسوب شدن قرارداد، صرفاً معیار تابعیت مورد توجه قرار گرفته و به حق، انتقاد برخی نویسندگان را در پی داشته است. چرا که به عقیده‌ی ایشان عوامل دیگری نیز وجود دارد که می‌توانند قرارداد را بین‌المللی سازند و قانون داوری ایران بسیار تنگ نظرانه با موضوع، برخورد نموده است (جنیدی، ۱۳۷۸: ۳۸).

۵. نتیجه:

در این مقاله در پی این بودیم تا تعریفی منطقی از قرارداد تجاری الکترونیکی ارائه دهیم و در پی آن ارتباط قرارداد تجاری الکترونیکی را با قرارداد بین‌المللی بیان کنیم. قرارداد الکترونیکی، قراردادی است که انعقاد آن از طریق ابزار الکترونیکی از قبیل اینترنت محقق شود. در واقع، برخلاف عقیده‌ی برخی، هر گاه قرارداد به شکل سنتی منعقد شود، حتی اگر

اجرای آن نیز در فضای سایبر به وقوع بپیوندد، نباید آن را الکترونیکی دانست؛ زیرا مشکلات اساسی و عمده مربوط به ایجاب و قبول از قراردادهایی ناشی می‌شود که طرفین آنها را در فضای سایبر منعقد کرده‌اند.

اما در پاسخ به این سؤال که ارتباط قرارداد تجاری الکترونیکی و قرارداد بین‌المللی چیست به نظر می‌رسد استدلال دیوان فرانسه که بر طبق آن باید معیارهای اقتصادی و حقوقی را با یکدیگر ترکیب کرده و در نتیجه با در نظر گرفتن همه‌ی جوانب به تحلیلی کلی دست زد، منطقی‌تر باشد. ضمن این که، ضوابط ارائه شده در کنوانسیون‌ها با توجه به مصالحی مانند ضرورت رسیدن به توافق در میان کشورهای عضو و نیز حصول اهداف هر کنوانسیون انتخاب می‌شود. از آنچه گفته شد در می‌یابیم که با وجود ادعای برخی، قرارداد الکترونیکی به خودی خود بین‌المللی نبوده و رابطه‌ی این دو، عموم و خصوص من وجه است.

منابع و مأخذ:

الف. فارسی:

۱. اخلاقی، بهروز (۱۳۷۶) جزوه درسی حقوق تجارت بین‌الملل، مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه تهران.
۲. اسکینی، ربیعا (۱۳۸۴) حقوق تجارت: کلیات، معاملات تجاری، تجار و سازماندهی فعالیت تجاری، چاپ هفتم، تهران: انتشارات سمت.
۳. الماسی، نجاد علی (۱۳۸۵) حقوق بین‌الملل خصوصی، چاپ چهارم، تهران: نشر میزان.
۴. ایرانپور، فرهاد (۱۳۸۱) «نگاهی اجمالی به اصل حاکمیت اراده در حیطه‌ی انتخاب قانون حاکم بر تعهدات ناشی از قراردادهای تجاری»، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، شماره ۵۵، صص ۴۴-۱۱.
۵. جنیدی، لعیا (۱۳۷۸) نقد و بررسی تطبیقی قانون داوری تجاری بین‌المللی مصوب ۱۳۷۶/۶/۲۶، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشکده‌ی حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.
۶. صادقی، محسن (۱۳۸۶) «بررسی نام‌های دامنه از منظر حقوق مالکیت فکری با نگاهی به حقوق ایران»، مجله فقه و حقوق، سال چهارم، شماره ۱۳، صص ۹۷-۱۳۰.
۷. صفایی، حسین (۱۳۸۲) دوره‌ی مقدماتی حقوق مدنی: قواعد عمومی قراردادها، جلد دوم، تهران: نشر میزان.

۸. کاتوزیان، امیر ناصر (۱۳۸۳) **حقوق مدنی: قواعد عمومی قراردادهای (مفهوم عقد، انعقاد و اعتبار قرارداد و تراضی)**، جلد اول، چاپ ششم، تهران: شرکت سهامی انتشار با همکاری بهمن برنا.
۹. کاویار، حسین (۱۳۸۷) «انعقاد قراردادهای الکترونیکی بین‌المللی در جدیدترین کنوانسیون سازمان ملل متحد»، **مجله‌ی حقوقی** (نشریه‌ی مرکز امور حقوقی بین‌المللی معاونت حقوقی و امور مجلس ریاست جمهوری)، شماره ۳۹، صص ۳۳۴-۳۱۳.
۱۰. کاویار، حسین (۱۳۸۷) «تأملی در کنوانسیون سازمان ملل متحد درباره‌ی استفاده از ارتباطات الکترونیکی در قراردادهای تجارت الکترونیک»، **مجموعه مقالات همایش تجارت الکترونیک: فرصت‌ها و چالش‌ها**، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بردسیر، صص ۲۳۹-۲۱۸.
۱۱. «کنوانسیون سازمان ملل متحد درباره‌ی استفاده از ارتباطات الکترونیکی در قراردادهای بین‌المللی (۲۰۰۵)»، **مجله‌ی حقوقی** (نشریه‌ی مرکز امور حقوقی بین‌المللی معاونت حقوقی و امور مجلس ریاست جمهوری)، شماره‌ی ۳۷، پائیز و زمستان ۱۳۸۶، صص ۴۰۲-۳۸۷.
۱۲. «کنوانسیون سازمان ملل متحد راجع به قراردادهای بیع بین‌المللی کالا (مورخ ۱۹۸۰)»، **مجله‌ی حقوقی** (نشریه‌ی مرکز امور حقوقی بین‌المللی معاونت حقوقی و امور مجلس ریاست جمهوری)، شماره‌ی نهم، پائیز و زمستان ۱۳۶۷، صص ۲۸۵-۲۳۳.
۱۳. میرمحمد صادقی، حسین (۱۳۷۷) **مروری بر حقوق قراردادهای در انگلستان**، تهران: نشر حقوقدان.

ب. انگلیسی:

1. Baxter. Ian F. G (1966) **Essays on Private Law: Foreign Law and Foreign Judgments**, Toronto: Published by American Society of International Law.
2. Chissick, Michael & Kelman, Alistair (2002) **Electronic Commerce: Law and Practice**, 3 Editions, London: Sweet & Maxwell.
3. Dickie. John (1999) **Internet and Electronic Commerce Law in the European Union**, Oxford: Hart Publishing.
4. Kierkegaard. Sylvia Mercado (2007) "E-Contract Formation: U.S. and EU Perspectives", **3 Shidler J. L. Com. & Tech.** 12 (Feb. 14, 2007), at <<http://www.lctjournal.washington.edu/Vol3/a012Kierkegaard.html>>
5. Knoppers. Jake. V (1998) "Global Electronic Commerce through Localization and Multilingualism", **Computer Standards & Interfaces**, Vol.20.
6. Nygh, P. E. (1999) **Autonomy in International Contracts Oxford Monographs in Private International Law**, Oxford University Press.

7. O'Brien. John & Smith. Raymond (1999) **Conflict of Laws**, Second Edition, London: Cavendish Publishing.
8. Orpwood. Routh (2008) "Electronic Contracts: Where We Have Come From, Where We Are and Where We Should Be Going", **International In-House Counsel Journal**, Vol.1, No.3, spring, pp. 455-466.
9. Oughton. David & Davis, Martin (2000) **Sourcebook of Contract Law**, Second Edition, Great Britain: Cavendish Publishing.
10. Rowland. Diane, Macdonald. Elizabeth (2005) **Information Technology Law**, Third Edition, Great Britain: Cavendish Publishing.
11. Savirimuthu. Joseph (2005) "Online Contract Formation: Taking Technological Infrastructure Seriously", **University of Ottawa Law & Technology Journal**, Vol. 2, Issue. 1, pp. 105-143.
12. Sorkin. David E (2001) "Technical and Legal Approaches to Unsolicited Electronic Mail", **University of San Francisco Law Review**, Vol. 35, pp. 325-384.
13. Standing. Craig (2000) **Internet Commerce Development**, First Ed, Boston: Artech House Computing Inc.
14. Stone. Richard (2003) **Contract Law**, Fifth Edition, London: Cavendish Publishing.
15. Suff. Marnah (1997) **Essential Contract Law**, Second Edition, London: Cavendish Publishing.
16. Thierer. Adam & Wayne Crews. Clyde (2003) **Who Rules the Net? Internet Governance and Jurisdiction**, Second Edition, Washington D.C.: Cato Institute.
17. Todd. Paul (2005) **E-Commerce Law**, First Edition, Great Britain: Cavendish Publishing.