

قرار دادهای الکترونیکی و نگاه تطبیقی

حمید موحدی ایلی

پاییز ۹۵

سرشناسه	: موحدي امين، حميد
عنوان و نام پديدآور	: قراردادهاي الكترونيكي و نگاه تطبيقي
مشخصات نشر	: موسسه اندیشه کامياب ايرانيان ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهري	: ۷۰ص.
شابک	: ۸ - ۰۵۳ - ۴۵۳ - ۶۰۰ - ۹۷۸ : ۱۰۰۰۰۰ ريال
وضعيت فهرست نويسي	: فبيا
موضوع	: قراردادهاي الكترونيكي - ايران
موضوع	: Electronic contracts - Iran
موضوع	: حقوق تطبيقي
موضوع	: Comparative law
رده بند - دنگ	: ۱۳۹۵ ق ۴ / ۷۶ م / ۸۶۹ KMH
رده بندي دي	: ۳۴۶ / ۵۵۰۲۰۲۸۵
شماره كتابشناسي	: ۴۵۱۱۴۰۰

عنوان كتاب	: قراردادهاي الكترونيكي و نگاه تطبيقي
ناشر	: موسسه فرهنگي انتشاراتي اندیشه کامياب ايرانيان
دفتر انتشارات	: تهران - خ انقلاب - پيچ شميران - خ نور محمدی - پلاک ۳۷ - واحد ۱۲ - ۷۷۶۴۱۰۰۹ - Email: e_a_kamyab@yahoo.com
مؤلف	: حميد موحدي ادين
ويراستار	: محبوبه راسي
مدیر توليد	: موسسه آموزشي خوارزمي
صفحه آرا	: سيد حميد احمدزاده نيک، قاسم
طراح جلد	: امير هاشمي
شمارگان	: ۱۰۰۰ جلد
نوبت چاپ	: اول، ۱۳۹۵
چاپ و صحافي	: موسسه آموزشي خوارزمي
ناظر چاپ	: مهندس پيمان عباد
قيمت	: ۱۰۰۰۰۰ ريال

شابک: ۸ - ۰۵۳ - ۴۵۳ - ۶۰۰ - ۹۷۸
ISBN: 978 - 600 - 453 - 053 - 8

مقدمه

امروزه با پیشرفت‌های عظیم در زمینه‌ی فناوری‌های نو بویژه فناوری اطلاعات که نمونه‌ی بارز آن اینترنت می‌باشد ارتباط بین انسان‌ها آن چنان سریع و راحت شده که می‌توان با فشار دادن یک دکمه به هر نقطه از جهان سفر کرد یا به دیدن شخصی در آنسوی جهان رفت و با ارتباط بود و اینکه بدون شناخت افراد آنها را با توجه به کشور یا شغل و حرفه شان پیدانمود گویی جهان دهکده‌ای کوچک و حتی کوچک تر از آن گویی جهان خلاصه شده در صفحه‌ی نماشگر رایانه‌ی شما یا گوشی همراهتان!

در این جهان کوچک سانی که از این امکان به نحو مطلوب استفاده نموده و همگام و همراه با آن تغییر می‌کنند در سمارت‌ها هستند. چه آنهایی که از این ابزار در راه آموزش انتقال و حاکم کردن فرهنگ خود در جنبه‌های مختلف آن استفاده می‌کنند و چه آنهایی که از آن در زمینه‌ی تجارت و کسب و کار استفاده می‌کنند.

تشکیل قراردادهای الکترونیکی یکی از مباحث مهم در تجارت الکترونیکی است. از نقطه نظر تاریخی تشکیل اولین قرارداد الکترونیکی به سال ۸۷ میلادی بر می‌گردد. زمانی که برای اولین بار از تلگراف برای انعقاد قرارداد استفاده شد. و گسترش و پیشرفت ابزارهای الکترونیکی عرضه کنندگان کالاها و خدمات می‌توانند خارج از مرزهای کشورهای خود به ارائه و فروش آنها دست بزنند. این امکان باعث به وجود آمدن بازارهای رایج به گستردگی کره‌ی زمین شده است. فروشندگان و ارائه دهندگان شرایط خود و شرایط مربوط به کالاها و خدمات و ضوابط و شرایط مربوط به آن را اعلام کرده و به فروش آن اقدام می‌کنند. این بازار بزرگ را بازار الکترونیک می‌نامند. این بازار بزرگ به خریداران این اجازه را می‌دهد که کالاها و خدمات مورد نیاز خود را در هر نقطه‌ی جغرافیایی پیدا کرده و بین ارائه دهندگان مختلف شخص مورد نظر خود را انتخاب کرده و آن را با قیمت و کیفیت مناسب در یک بازار نامحدود رقابتی در هر ساعت از شبانه روز خریداری کند. و این بدین معناست که خریداران

خواه تاجر و یا مصرف کننده‌ی معمولی می‌توانند نیازمندی‌های خود را که به دلیل محدودیت مکانی و زمانی قادر به تهیه‌ی آنها نبودند به راحتی یک کلیک کردن سفارش و تهیه کنند. بر این اساس می‌توان گفت معاملات الکترونیکی محصول پیدایش بازارهای الکترونیکی و ابزارهای ارتباطی جدید است.

با توسعه روزافزون معاملات الکترونیکی بررسی ابعاد حقوقی آن ضروری و دارای اهمیت فراوان است. اگر تردیدهای حقوقی آن بر طرف نشود توسعه‌ی این بازار متوقف شده و علاقه مندان خود را از دست می‌دهد. این تردیدها و اختلافات باید با استفاده از اصول حقوقی و قوانین مربوط به قراردادهای سنتی و در مواردی که موضوعی جدید بوجود آمده که با توجه به اصول و قوانین موجود قابل حمایت نبوده به قانون گذاری در این زمینه‌های خاص دست زد. همان گونه که قبلاً از این نیز در زمینه‌ی حقوق قراردادهای که قراردادهای ابتدا به صورت دیدارهای حضوری منعقد می‌شد و با به وجود آمدن ابزارهایی نظیر پست تلگراف و تلفن باعث به وجود آمدن قواعد جدیدی در زمینه‌ی حقوق قراردادهای شد. در زمان کنونی نیز که ابزارهای جدید ارتباطی باعث به وجود آمدن دنیای جدیدی به نام دنیای مجازی شده باز هم دیگر بار نیاز به توسعه و تکوین حاکم بر قراردادهای باشد تا نیازهای حقوقی جامعه را در این زمینه برطرف نمود و راه را هرچه بیشتر برای استفاده از این ابزار هموار و تردیدها را در این زمینه برطرف نمود.

فهرست

صفحه	عنوان
۵	مقدمه
۱۱	فصل اول
۱۱	شرایط تشکیل قراردادهای الکترونیکی
۱۲	قصد طرفین
۱۳	معنا و مفهوم قصد و رضا
۱۳	رضا
۱۴	قصد
۱۴	معنا و مفهوم داده پیام
۱۴	اعتبار داده پیام در ایجاد ماهیت حقوقی
۱۵	انواع بهره گیری از داده پیام
۱۶	انتقال صرف اطلاعات از طریق داده پیام (Transmission of mere information)
۱۶	انتقال اطلاعاتی یکجانبه (Transmission of unilateral information)
۱۶	داده پیامهای تشکیل قرارداد (Contract formation message)
۱۶	اعلام اراده طرفین از طریق داده پیام
۱۷	انعقاد قرارداد از طریق پست الکترونیکی و اتانق گفتار
۱۷	انعقاد قرارداد از طریق وب سایت
۱۹	فصل دوم
۱۹	اهلیت
۱۹	معنا و مفهوم لغوی
۱۹	معنا و مفهوم اصطلاحی
۲۰	اهلیت تمتع
۲۰	اهلیت استیفاء
۲۱	بررسی تطبیقی
۲۳	خلاصه و نتیجه گیری
۲۳	نتیجه
۲۴	احراز اهلیت در قراردادهای الکترونیکی

۲۴	الف) صغیر
۲۵	ب) سفیه
۲۵	ج) مجنون
۲۶	راه حل ها
۲۸	نکات و نتیجه گیری
۲۹	نتیجه
۳۱	فصل سوم
۳۱	مورد معامله
۳۱	معنا و مفرد مورد معامله
۳۱	مورد معامله در قراردادهای الکترونیکی
۳۳	اشکال مختلف موضوع مورد معامله
۳۴	خصوصیات موضوع مورد معامله
۳۵	مشروعیت جهت معامله
۳۶	معنا و مفهوم مشروعیت جهت معامله
۳۶	مشروعیت جهت به طور کلی
۳۷	مشروعیت جهت معامله در قراردادهای الکترونیکی
۳۹	فصل چهارم
۳۹	ایجاب و قبول از طریق داده پیام
۴۰	اطلاعات لازم برای نمایش در وب سایت ها جهت انعقاد قرارداد
۴۱	معنا و مفهوم ایجاب
۴۱	تعریف ایجاب
۴۲	امکان انجام ایجاب و قبول از طریق داده پیام
۴۳	امکان انجام ایجاب از طریق داده پیام
۴۴	طرق اعلام ایجاب در ارتباطات الکترونیکی
۴۵	وصول ایجاب به مخاطب
۴۷	زمان انجام ایجاب و مدت اعتبار آن
۵۰	ایجاب متقابل
۵۰	دعوت به معامله
۵۳	فصل پنجم
۵۳	قبول

۵۳	معنا و مفهوم قبول
۵۳	تعریف قبول
۵۴	نحوه‌ی ابراز قبول در قراردادهای الکترونیکی
۵۹	تطابق قبول با ایجاب
۶۲	عدول از قبول پس از ارسال در قراردادهای الکترونیکی
۶۴	زمان و مکان تحقق قبول
۶۵	فصل ششم
۶۵	مقررات ایجاب و قبول از طریق داده پیام
۶۵	انتساب داده پیام
۶۶	مواردی که داده پیام به اصل ساز منسوب است
۶۶	مواردی که داده پیام از سوی اصل ساز ارسال شده تلقی می‌شود
۶۷	ارسال داده پیام از سوی غیر اصل ساز
۶۷	استقلال داده پیام ارسال شده در انتساب به مخاطب
۶۷	تصدیق دریافت داده پیام
۶۷	تصدیق شرط شده
۶۸	تصدیق شرط نشده
۶۸	روش تصدیق
۶۹	منابع و مأخذ
۶۹	منابع فارسی
۷۰	منابع غیر فارسی