

Declaration of Will in Electronic Commerce Contracts under Iranian Law

1. Alireza Salahi: Student of the Department of Criminal Law and Criminology, Law Department, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran
2. Mohammad Gholamali Zadeh*: Assistant Professor, Department of Law, Payam Noor University, Tehran, Iran. Email: m_gholamalizadeh@pnu.ac.ir (Corresponding Author)
3. Abolfazl Dankoub: Assistant Professor, Department of Law, Faculty of Humanities, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran

ABSTRACT

The declaration of will is one of the significant issues in electronic commerce contracts that, given the growing trend of electronic commerce, requires discussion and examination. Accordingly, the purpose of the present article is to study the declaration of will in electronic commerce contracts under Iranian law. This article is descriptive-analytical in nature and employs a library research method to address the subject under consideration. The findings indicate that the legislator has not restricted the expression of intent to any specific means. The general rule is that the chosen means must be accompanied by something that indicates the intention. The same applies to electronic contracts. Therefore, despite the real intent of the parties to an electronic contract, the electronic structure of the method of declaring intent entails its own specific characteristics. Although, from the perspective of the parties who have based their will on electronic formation, its intrinsic validity is preserved and respected, from the perspective of the law and for the regulation of legal protections and the creation of a balance between the interests and rights of the parties, the form of conclusion of electronic contracts and the manner of expressing intent through them must be recognized and legally protected. Since a data message is not considered a “writing” or a “signature,” electronic commerce laws have been compelled to regard a data message as equivalent to a signature and writing. Regarding the formation of an agreement, the general rules governing contracts, to the extent that they are compatible with the nature of electronic contracts, also apply to this type of contract. In relation to offers, the specific nature of electronic contracts requires that the announcements posted on websites be considered an invitation to make an offer.

Keywords: will, intent, contract, electronic commerce, data message, writing, signature

How to cite: Salahi, A., Gholamali Zadeh, M., & Dankoub, A. (2026). Declaration of Will in Electronic Commerce Contracts under Iranian Law. *Comparative Studies in Jurisprudence, Law, and Politics*, 8(2), 1-18.

© 2026 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

Submit Date: 23 July 2025

Revise Date: 30 November 2025

Accept Date: 07 December 2025

Initial Publish Date: 08 December 2025

Final Publish Date: 22 June 2026



اعلان اراده در قراردادهای تجارت الکترونیک در حقوق ایران

۱. علی رضا صلاحی: دانشجوی گروه حقوق جزا و جرم‌شناسی، گروه حقوق، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

۲. محمد غلامعلی زاده: استادیار گروه حقوق، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. پست الکترونیک: m_gholamalizadeh@pnu.ac.ir (نویسنده مسئول)

۳. ابوالفضل دنکوب: استادیار گروه حقوق، دانشکده علوم انسانی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

چکیده

اعلان اراده یکی از موضوعات مهم قراردادهای تجارت الکترونیک است که با توجه به روند فزاینده تجارت الکترونیک نیازمند بحث و بررسی است. بر همین اساس هدف مقاله حاضر بررسی اعلان اراده در قراردادهای تجارت الکترونیک در حقوق ایران است. این مقاله توصیفی تحلیلی است و با استفاده از روش کتابخانه‌ای به بررسی موضوع مورد اشاره پرداخته است. یافته‌ها بر این امر دلالت دارد که قانونگذار انشای قصد را به وسیله معینی محدود نکرده است. اصل بر این است که این وسیله مقرون به چیزی باشد که دلالت بر قصد بکند. همین مورد راجع به قراردادهای الکترونیکی نیز صدق می‌کند. لذا با وجود قصد واقعی در طرفین قرارداد الکترونیکی، در ساختار الکترونیکی نحوه اعلان قصد متضمن ویژگیهای خاص خود می‌باشد که گرچه از لحاظ طرفین که اراده خود را بر انعقاد الکترونیکی بنا نهادند اعتبار ذاتی آن محفوظ و قابل احترام است ولی از لحاظ قانون و تنظیم حمایت‌های قانونی و ایجاد تعادل مصالح و منافع طرفین و حقوق خصوصی آنها، شکل انعقاد قراردادهای الکترونیکی و نحوه ابراز قصد بواسطه آن باید شناخته شده و قابل حمایت باشد. از آنجا که داده پیام نوشته و امضاء محسوب نمی‌گردد، قوانین تجارت الکترونیکی ناگزیر شده‌اند که داده پیام را در حکم امضاء و نوشته تلقی نمایند. از نظر شکل گیری توافق قواعد عمومی حاکم بر قراردادها، تا حدی که با ماهیت قراردادهای الکترونیکی سازگار باشد در این سنخ از قراردادها، نیز، اعمال می‌گردد در خصوص ایجاب طبع ویژه قراردادهای الکترونیکی اقتضاء دارد که اعلانات مندرج در سایت‌ها، دعوت به ایجاب تلقی شوند.

واژگان کلیدی: اراده، قصد، قرارداد، تجارت الکترونیک، داده پیام، نوشته، امضاء

نحوه استناددهی: صلاحی، علی رضا، غلامعلی زاده، محمد، و دنکوب، ابوالفضل. (۱۴۰۵). اعلان اراده در قراردادهای تجارت الکترونیک در حقوق ایران. پژوهش‌های تطبیقی فقه، حقوق و سیاست، ۸(۲)، ۱۸-۱.

© ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

تاریخ ارسال: ۱ مرداد ۱۴۰۴

تاریخ بازنگری: ۰۹ آذر ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۶ آذر ۱۴۰۴

تاریخ چاپ اولیه: ۱۷ آذر ۱۴۰۴

تاریخ چاپ نهایی: ۱ تیر ۱۴۰۵

یکی از عناصر مهم و مؤثر در ایجاد تعهدات و اعمال حقوقی اراده است. در قانون مدنی ایران نیز اراده و اجزای آن از ارکان و شرایط معاملات به شمار می‌رود و فقدان اراده یا عیب آن موجب بطلان و یا عدم نفوذ معاملات می‌شود. «در همین حال، تجارت الکترونیک یکی از واقعیتهای اساسی عصر فناوری و اطلاعات است که از آن به عنوان پدیده قرن بیستم و عامل جهانی شدن اقتصاد یاد می‌کنند. تجارت و مبادله کالا و خدمات از طریق ابر شاهراه‌های اطلاعاتی امروزه یک نیاز حیاتی به شمار می‌رود کشوری که خود را با تجارت الکترونیک همراه نسازد به مرور زمان ارتباط اقتصادی اش با سایر کشورها قطع شده و به انزوای کامل می‌رود». در ایران مطالعات در این زمینه نوظاست و قانون تجارت الکترونیک که در سال ۱۳۸۲ به تصویب رسید در بسیاری موارد عاری از اصطلاحات حقوقی است و این قانون در مورد انعقاد قراردادهای الکترونیکی مطالب صریحی را بیان نمی‌دارد. از آنجا که حجم زیاد داده‌ها بصورت متن گرافیک و حتی صدا و تصویر با سرعت و هزینه کم از یک کامپیوتر در یک نقطه زمین به کامپیوتری دیگر در نقطه دیگر انتقال پیدا می‌کند اشتیاق و تمایل بسیار زیادی در زمینه تجارت داخلی و بین‌المللی پیدا شد که قراردادهای و توافقات خود را از این طریق به انجام رسانند و بدین ترتیب بستر بسیار مناسبی را برای مبادله پیام‌های تجاری و ایجاب و قبول و ارسال متن و تصویر قراردادهای و اسناد در تجارت داخلی و بین‌المللی فراهم نمود نتیجه آنکه در آینده با تجارتی مواجه خواهیم بود که روش و استانداردهای خاص خود را خواهد داشت و آن آمیزه‌ای خواهد بود از واقعیات تجاری احکام حقوقی و مقتضیات فنی که اینک هم اینک نیز در بخش‌هایی از تجارت نظیر حمل و نقل و خرید و فروش پاره‌ای فروشگاه‌ها این نوع تجارت به اجرا درآمده و پیش‌بینی می‌شود با کاربرد وسیع اینترنت رونق بیشتری نیز پیدا کند بر اساس آنچه گفته شد، بدون شک امروزه قراردادهای الکترونیکی یکی از عمده‌مسائلی است که پرداختن به آن از ضروریات حقوقی محسوب می‌شود. «همزمانی گسترش تجارت الکترونیک و طرح جهانی سازی اقتصاد و پیوستن جوامع مختلف به این طرح و نیز گسترش روزافزون کاربران شبکه جهانی اینترنت این تجارت نوین را به تجارتی فراسیستمی مبدل ساخته است؛ به طوری که امروزه خود را به عنوان امری اجتناب‌ناپذیر در متن زندگی انسان امروز جا داده است. در قانون مدنی و یا قوانین خاص دیگر مقررات خاصی برای تنظیم قرارداد الکترونیک پیش‌بینی نشده است ولی با استنباط و استدلال از قواعد و اصول حاکم بر حقوق قراردادهای مقایسه نحوه انعقاد این گونه قراردادهای با قراردادهای سنتی و تأمل در طبیعت ساختار ابزار و محیط الکترونیکی می‌توان خصوصیات عمده قراردادهای الکترونیکی را تعیین نمود تعیین این خصوصیات موجب شناخت بهتر جوانب حقوقی قرارداد الکترونیکی و تحلیل دقیق آثار ناشی از آن می‌شود» (Elsan, 2005). با عنایت به اینکه امروزه اهمیت تجارت الکترونیکی و به تبع آن قراردادهای الکترونیکی رو به گسترش می‌باشد، لذا آگاهی از شرایط اعتبار و صحت معاملات از جمله اعلان اراده دارای اهمیت زیادی است. بر همین اساس هدف مقاله حاضر بررسی این سوال است که نحوه اعلان اراده، اعتبار اعلان اراده هدف زمان و مکان اعلان اراده در قراردادهای الکترونیک در حقوق ایران چگونه است؟ با هدف بررسی سوال مورد اشاره ابتدا، مفهوم قرارداد الکترونیک و اراده بررسی شده، سپس اعلان اراده از طریق داده پیام در انواع عقود و اعتبار اعلان اراده از طریق داده پیام‌ها بررسی شده و در ادامه از ایجاب و قبول از طریق داده پیام‌های الکترونیک، مقررات حاکم بر آن بحث شده است.

۱. مفهوم اراده و قرارداد الکترونیک

۱-۱. اراده

«اراده در لغت به معنی خواستن طلب کردن و قصد کردن می‌باشد. در اصطلاح حقوق ایران نیز می‌توان اراده را به خواستن معنی کرد. منتها هنگامی که از شرط روانی معامله با ایقاع کننده در حقوق ایران بحث به میان می‌آید بر اساس تحلیلی که از حالات روانی و مراحل مختلف آن به استناد مقررات قانونی به عمل می‌آید برای اراده یا خواستن دو حالت جداگانه درونی شناخته می‌شود. یکی رضا و دیگری قصد که از آن به قصد انشاء تعبیر شده است قصد طرفین و رضای آن‌ها که در بند ۱ ماده ۱۹۰ قانون مدنی آمده است بنابراین اراده گاهی به معنی قصد و رضا باهم به کار می‌رود و گاهی فقط به قصد انشاء اطلاق می‌شود. در حقوق فرانسه واژه *volonte* را که از مصدر *vouloin* مشتق شده است، را می‌توان به اراده به معنی خواستن ترجمه کرد. اما نمی‌توان آن را معادل اراده به معنی قصد انشاء یا به معنی مجموع قصد و رضا دانست، زیرا بر خلاف حقوق، ایران تفکیکی از قصد و رضا در حقوق فرانسه و سیستم‌های مشابه به عمل نیامده است. همچنین عنصر قصد انشاء، جدای از رضا با آثار متفاوت حقوقی، آنچنان که در حقوق ایران مطرح است مورد توجه قرار نگرفته است. در حقوق ایران با تبعیت از فقه امامیه حاکمیت اراده در قانون مدنی ایران به عنوان یک اصل انعکاس یافته و برای قصد انشاء به عنوان خالق عقد و تعیین کننده توابع و حدود و آثار آن نقش اصلی و تعیین کننده شناخته می‌شود» (Shahidi, 2003). در حقوق ایران اراده در عرصه‌ی قراردادهای خود را به دو صورت نشان می‌دهد. الف) اراده باطنی: اراده‌ی باطنی امری درونی و نفسانی است و به تنهایی اثری در عالم حقوق و اجتماع ندارد؛ لذا برای توافق دو اراده لازم است به نحوی ابراز شود. اراده‌ی باطنی (واقعی یا حقیقی) ناظر به تمام فعل و انفعالات درونی شخص نسبت به امر خارجی است. به عبارت دیگر برای انعقاد عقد دو امر لازم است: ۱- قصد و رضا اراده‌ی حقیقی (قصد انشاء)؛ ۲- آن چه بر اراده‌ی حقیقی دلالت کند اراده‌ی انشایی لفظ و ایجاب و قبول (ابزار اجرای تصمیم) ب) اراده انشایی: اراده‌ی انشایی (خارجی یا اعلانی): اعلان امر درونی در عالم خارج به عنوان حقیقت خارجی است.

۱-۲. قرارداد الکترونیک

«منظور از قرارداد همان عقد است و از حیث معنی عقد عبارت است از توافق و همکاری متقابل دو یا چند اراده به منظور ایجاد آثار حقوقی» (Katouzian, 2009) یا «ایجاد یک ماهیت حقوقی» (Shahidi, 2003) عبارت الکترونیک نیز صفت از کلمه الکترون است. اصطلاح قرارداد الکترونیک برای اولین بار در آئین نامه تجارت الکترونیک اتحادیه اروپا به کار برده شده است (Elsan, 2005) قانون تجارت الکترونیک ایران که با الگوگیری از قانون نمونه آنسیترا دربار تجارت الکترونیک (۱۹۹۶) و با اضافات و تغییراتی در تاریخ ۱۳۸۲/۱۰/۱۷ به تصویب رسیده متحول‌ترین قانونی است که در زمینه تجارت و بیع وضع گردیده و تغییرات مهمی را در نظام حقوق مدنی ایران ایجاد نموده است که بعضاً ناسخ یا مختص برخی از مقررات قانون مدنی در خصوص بیع و همچنین ادله اثبات دعوی می‌باشد محور اصلی قانون مذکور بر داده پیام و آثار حقوقی آن از حیث دلیل بودن و انعقاد قرارداد از طریق آن استوار است.

«در حوزه تجارت الکترونیک قراردادهای به صورت الکترونیک منعقد می‌شوند در شمول این آئین نامه در قسمت معاملات تجاری به وضع حقوقی یکسان قرارداد الکترونیک همانند دیگر قراردادهای مبتنی بر کاغذ و ابزار سنتی اشاره شده است و تعریف خاصی از قراردادهای الکترونیک تصریح نگردیده است» (Elsan, 2005). «قراردادهای الکترونیک در نزد دکتین حقوقی بطور عموم بعنوان قراردادهایی که با استفاده از ابزارهای الکترونیک نوین مانند شبکه تبادل داده‌های الکترونیک پست الکترونیک و صفحات شبکه اینترنت منعقد می‌گردد تعریف

شده است». «در قراردادهایی که بوسیله این صفحات منعقد می‌شود عرضه یک مال و یا هر نوع از خدمات بوسیله تأمین کننده شبکه اینترنتی به شکل تصویر و یا نوشته الکترونیکی در ضمن شرایط و محتوای ایجاب و یا دعوت به ایجاب اعلان می‌گردد خریدار نیز با اتصال به این شبکه ایجاب و یا قبول خود را با روش الکترونیکی ابراز می‌کند در حقیقت اراده‌های طرفین بواسطه تأمین کننده شبکه اینترنتی مبادله می‌شود اصطلاحات دیگری همچون قراردادهای مجازی و قراردادهای آن لاین نیز گاهی در مفهوم قراردادهای الکترونیک به کار برده می‌شوند و معنای یکسانی از آن‌ها مستفاد می‌گردد» (Usamah, 2003). «قرارداد الکترونیک نوع خاصی از قراردادها نیست بلکه وصف الکترونیک فقط بیانگر نحوه تشکیل آن است یعنی شکل این نوع قراردادها به صورت الکترونیک است. علاوه بر این در قانون تجارت الکترونیک ایران که در برگیرنده مجموعه قواعد و مقرراتی در خصوص مبادلات الکترونیک است. در فصل دوم که به تعاریف اختصاص یافته از اصطلاح دیگری تحت عنوان عقد از راه دور نام برده شده که طبق تعریف ماده ۲ قانون تجارت الکترونیک بند ص ایجاب و قبول راجع به کالاها و خدمات بین تأمین کننده و مصرف کننده با استفاده از وسایل ارتباط از راه دور، لیکن اصطلاح مذکور در هیچ جای قانون مذکور استعمال نشده است که به نظر می‌رسد اصلاحات نهایی بدون توجه به حذف اصطلاح عقد از راه دور صورت گرفته است» (Sajedi, 2008). «البته در مواد ۳۷ و ۴۷ عبارت معامله از راه دور به کار گرفته شده است بنابراین برای اینکه عمل قانونگذار لغو تلقی نشود باید اصطلاحهای عقد از راه دور و معامله از راه دور را مترادف دانسته و آن‌ها را ناظر به مبادلات الکترونیک بدانیم» (Sanayeei, 2002)، «لذا قراردادهای الکترونیکی در شمول اعمال تجارتي و با غیر تجارتي، به اضافه ایجاب و قبول الکترونیکی شامل جنبه‌های مختلف معاملات الکترونیکی نیز می‌شود مانند عرضه کالا و خدمات جهت دعوت به انعقاد قرارداد سفارشات خرید الکترونیکی فاکتورهای الکترونیکی و دستورهای پرداخت الکترونیکی که هر کدام از این موارد ممکن است به نوعی مظهر بیان اراده و یا آثار ناشی از آن در محیط الکترونیکی باشد» (Maghami, 2011).

بعضی از حقوقدانان قرارداد الکترونیکی را بدین شکل تعریف نموده‌اند: «قرارداد الکترونیکی عبارت است از توافقی که ایجاب و قبول طرفین ضمن شبکه بین المللی باز ارتباطی از راه دور با ابزار شنیداری و تصویری متبادل می‌شود» (Alinezhadi & Alinezhadi, 2017). این تعریف فقط نحوه کلی تلاقی ایجاب و قبول را بیان نموده و سخنی از آثار مترتب بر تبادل ایجاب و قبول را به میان نیاورده است (وصالی ناصح، ۱۳۸۵: ۲۵). برخی دیگر از حقوقدانان قرارداد الکترونیکی را بدینگونه تعریف نموده‌اند: «قراردادی است که ایجاب و قبول با استفاده از شبکه ارتباطات بین المللی و بواسطه تبادل الکترونیکی داده‌ها بقصد ایجاد تعهدات قراردادی منعقد می‌گردد (ممدوح ابراهیم، ۲۰۰۵: ۵)». یا به تعریفی دیگر «قراردادهای که تمامی و یا جزئی از آن بواسطه ارتباطات شبکه‌های رایانه (محیط اینترنت) منعقد شده باشد». «لذا قراردادهای الکترونیکی در شمول اعمال تجارتي و یا غیر تجارتي، با اضافه ایجاب و قبول الکترونیکی شامل جنبه‌های مختلف معاملات الکترونیکی نیز می‌شود مانند عرضه کالا و خدمات جهت دعوت به انعقاد قرارداد سفارشات خرید الکترونیکی، فاکتورهای الکترونیکی و دستورهای پرداخت الکترونیکی که هر کدام از این موارد ممکن است بنوعی مظهر بیان اراده و یا آثار ناشی از آن در محیط الکترونیکی باشد» (Vesali Naseh, 2006).

۲. اعلان اراده از طریق داده پیام در انواع عقود

در حقوق دادرسی مدنی بر خلاف حقوق دیگر خصوصاً از اراده و میزان آزادی آن کمتر سخن گفته شده است و بحث درباره این مهم در این شاخه از حقوق مهجور مانده و درخور تأمل بیشتری است. به طور کلی تجلی اراده طرفین دعوا در جریان دادرسی به دو شیوه

منصور است الف) اراده یک جانبه اصحاب دعوا ب) اراده مشترک اصحاب دعوا در قسم اول اراده هر یک از طرفین دعوا به طور یک جانبه در جریان دادرسی تأثیر گذار است اما نوع عالی از تجلی اراده در فرآیند دادرسی مدنی اراده‌ای است. که محصول توافق اصحاب دعوا است و ما آن را اراده مشترک اصحاب دعوا می‌نامیم یعنی طرفین دعوا با یکدیگر توافق کرده و ترتیباتی را برای دعوی خویش مهیا کنند «اشخاص به منظور بیان قصد و اراده خویش از الفاظ و کلمات ایما و اشاره‌ها بهره می‌گیرند آنچه در تبادل افکار و اندیشه‌ها دارای اهمیت اساسی است قابل درک بودن آن می‌باشد چنان که به کارگیری شکلی خاص در برقراری ارتباط تنها متأثر از موقعیت و شرایط افراد است در علم حقوق نیز قاعده همین است؛ بیان اراده و صحت قرار داده. در اصل تابع ضوابط و مقتضیات شکلی نیست. بررسی شرایط صحت قراردادهای در سیستم‌های حقوقی مختلف نشان می‌دهد که عقد با توافق طرفین واقع می‌شود و رعایت تشریفات معین یا لفظی خاص در بیان قصد شرط صحت پیمان نمی‌باشد» (Katouzian, 2009).

۱-۲. عقود رضایی

«وعده به وجود آورنده قرارداد می‌تواند لفظی یا مکتوب بوده باشد و به طور کلی یا در بخشی از آن از رفتار طرفین استنباط شود این همان اصلی است که از آن به اصل رضایی بودن عقود یاد می‌شود. اصل رضایی بودن عقود که در قلمرو حقوق غیر تجاری بسیاری از کشورها اعمال می‌شود در زمینه مسائل تجاری اهمیت خاص دارد زیرا در این سنخ از قراردادهای که به طور معمول با استفاده از ابزارها و فن آوریهای نوین ارتباطی با سرعت زیاد منعقد می‌شود مجالی برای رعایت تشریفات دست و پا گیر وجود ندارد به این دلیل قوانین یکنواخت تجاری که در سطح بین‌المللی یا منطقه‌ای وضع می‌گردند» (Rezaei, 2008). «بر اصل رضایی بودن عقود تأکید می‌نماید مثل بند ۲ ماده ۱ اصول قراردادهای تجارت ماده ۱ قانون یکنواخت و تجاری آمریکا آزادی در گزینش شیوه بیان اراده چنان انعطافی به اشکال انعقاد قراردادهای بخشیده است که پذیرش اعتبار و نفوذ قراردادهای الکترونیکی از حیث شیوه انتقال و بیان اراده با مشکلی مواجه نمی‌گردد قوانین راجع به تجارت الکترونیکی به منظور رفع هر گونه ابهام بر این امر صحنه نهاده‌اند؛ چنان که ماده ۵ قانون نمونه آنستیرال مقرر می‌دارد اثر حقوقی و اعتبار و نفوذ اطلاعات نباید به صرف این که در شکل داده پیام است انکار شود یا ماده ۷ قانون یکنواخت معاملات الکترونیکی متذکر می‌شود اثر حقوقی و قابلیت اجرای یک قرارداد نباید به صرف آنکه داده‌های الکترونیکی در انعقاد آن نقش داشته‌اند انکار شود بند ۱ ماده ۹ دستور العمل اتحادیه اروپا نیز از کشورهای عضو می‌خواهد که انعقاد قرارداد از طریق الکترونیکی را مجاز بدانند و ضوابط قانونی حاکم بر قراردادهای سیستم‌های حقوقی آن‌ها مانعی در استفاده از قراردادهای الکترونیکی به وجود نیاورد و به صرف استفاده از شیوه‌های الکترونیکی این قراردادهای را بی‌اثر و فاقد اعتبار ندانند. قانون تجارت الکترونیکی در کشور ما فاقد نص مشابه است؛ مع هذا از مواد ۶ و ۷ این قانون در خصوص پذیرش داده پیام در مقام نوشته و امضاء الکترونیکی در عرض امضاء دستی و ماده ۱۲ قانون در مورد پذیرش اسناد و دلایل الکترونیکی استنباط می‌شود که اعتبار و نفوذ قراردادهای الکترونیکی در سیستم حقوقی ما به صرف شکل آن قابل رد نیست» (Shahidi, 2005).

۲-۲. عقود تشریفاتی

«هر چند قاعده کلی آن است که شکل و تشریفات ویژه‌ای برای بیان اراده و تحقق عقد وجود ندارد گاه بنابر توافق طرفین و گاه به حکم قانون لازم است که اراده‌ها در شکلی خوانده عقود تشریفاتی خاص متجلی گردند تا منشأ اثر باشند. در این دسته از عقود که می‌شوند توافق دو اراده در صورتی معتبر است که در شکلی مخصوص باشد؛ توافقی که فاقد این شکل باشد باطل و بی‌اثر است لزوم رعایت تشریفات می‌تواند بنا به توافق طرفین یا ناشی از حکم قانونی باشد» (Arabi, 2010).

«متعاقدين می‌توانند بر رعایت شکلی خاص با تشریفات ویژه در انعقاد قرارداد توافق کنند این توافق در حقوق ایران بنابر ماده ۶ قانون آئین دادرسی مدنی چنانچه مغایر با نظم عمومی یا بر خلاف اخلاق حسنه نباشد، معتبر است. مثلاً اگر طرفین حتی پس از توافق در مورد تمامی جنبه‌های قرارداد تحقق و لازم الاجرا گشتن عقد را مشروط به تنظیم سندی در آینده نمایند تا قبل از تنظیم سند تعهدی برای طرفین حاصل نمی‌شود این شیوه در تجارت بین الملل به ویژه در معاملات پیچیده معمول است. طرفین قرارداد ضمن آنکه توافقات به صورت سند غیر یادداشت تفاهم یا موافقت نامه ابتدایی اولیه خود را در قالب رسمی در می‌آورند قصد خود را مبنی بر تنظیم سند دیگر نیز بیان می‌کنند. در برخی موارد هدف از این اقدام آن است که سند دوم تأییدی بر مذاکرات قبلی باشد؛ اما گاه هدف تعلیق قرارداد بر تنظیم این سند است؛ به طوری که تنها اراده‌های مذکور در سند دوم مبنای ایجاد تعهدات متقابل گردد» (Shahidi, 2005)؛ بند ۱۳ ماده ۲ اصول قراردادهای تجاری در تأیید اعتبار چنین توافقی مقرر می‌دارد: «در صورتی که در جریان مذاکرات یکی از طرفین اصرار کند که تا هنگام توافق بر موضوعات معین یا به شکلی مشخص پیمانی حاصل نشود قبل از حصول توافق توافق در آن موضوعات مشخص یا به آن شکل معین نشود منعقد نخواهد شد، قوانین و اسناد بین المللی نیز گاه منبع تشریفات می‌گردند». «در حقوق کشور ما برخی قوانین رعایت تشریفات ویژه‌ای از جمله کتبی بودن را در اعتبار اعلان اراده شرط دانسته‌اند چنان که در قانون تجارت از اسناد تجاری به نوشته تعبیر شده مواد ۲۲۳، ۲۲۶، ۳۰۸ و ۳۱۱ قانون تجارت تشکیل شرکت موکول به تنظیم اساسنامه می‌شود» (مواد ۱ تا ۱۹ لایحه اصلاحی قانون تجارت و مواد ۱۹۵ تا ۱۹۸ قانون تجارت).

۳. اعتبار اعلان اراده از طریق داده پیام‌ها

داده پیام عبارت است از هر نمادی از واقعه، اطلاعات یا مفهوم که با وسایل الکترونیکی، نوری و یا فناوری‌های جدید اطلاعات، تولید، ارسال، دریافت، ذخیره یا پردازش می‌شود. با گسترش حوزه فناوری اطلاعات در تمام ابعاد زندگی بشر حوزه‌های مختلفی از جمله نظام حقوقی تحت تاثیر فناوریهای نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی قرار گرفته، به طوری که داده پیام‌ها از این پس می‌توانند به موجب مقررات فصل دوم قانون تجارت الکترونیک ارزش اثباتی یافته و به عنوان ادله اثبات در محاکم و ادارات دولتی پذیرفته شوند. «آنچه که به ایجاد ماهیت حقوقی می‌انجامد اراده انسانها است اراده سازنده عمل حقوقی است زیرا اعمال حقوقی اعتباری هستند و بدون دخالت اراده طرفین هیچ ماهیت حقوقی به وجود نخواهد آمد» (Shahidi, 2005). «طبق تعریف ماده ۲ قانون تجارت الکترونیک ایران داده پیام عبارت است از هر نمادی از واقعه اطلاعات یا مفهوم که با وسایل الکترونیکی نوری و یا فناوری‌های جدید اطلاعات، تولید ارسال دریافت ذخیره یا پردازش می‌شود. بنابراین اولین شرط لازم برای ایجاد آثار حقوقی وجود اراده طرفین است که پس از اینکه به مرحله اعلان رسید و مورد توافق قرار گرفت منجر به ایجاد یک ماهیت حقوقی خواهد بود به همین دلیل است که ماده ۱۹۱ قانون مدنی مقرر می‌دارد عقد محقق می‌شود به قصد انشاء به شرط مقرون بودن به چیزی که دلالت بر قصد کند همان طور که مفهوم ماده مذکور پیداست آنچه که به تحقق عقد می‌انجامد وجود قصد انشاء است ولی از آنجا که اراده یک امر درونی و روانی است و تحقق آن ذاتاً همراه بروز خارجی نیست لذا باید به این اراده انشایی به وسیله‌ای ابراز گردد تا در ایجاد آثار حقوقی مؤثر واقع شود» (Shahidi, 2005).

«در خصوص اینکه روش اعلان اراده چگونه و به چه وسیله‌ای باید باشد قانون مدنی وسیله خاصی را لازم ندانسته است. بنابراین اعلان اراده با هر وسیله که بتواند بر آن دلالت کند قابل تحقق است زیرا ماده ۱۹۱ قانون مدنی به طور مطلق همراه بودن قصد را با چیزی که دلالت بر آن کند شرط تأیید قصد اعلان کرده است و از لفظ یا وسیله خاصی برای دلالت قصد نام نبرده است. علاوه بر این ماده ۱۹۳ قانون مدنی نیز مقرر می‌دارد: انشاء معامله ممکن است بوسیله عملی که مبین قصد و رضا باشد مثل قبض و اقباض حاصل گردد مگر در مواردی که قانون

استثناه کرده باشد پس جز در مواردی که قانون استثناء کرده باشد انشای عقد با هر عملی که حاکی از قصد باشد محقق می‌گردد» (Alinezhadi & Alinezhadi, 2017).

«با توجه به آنچه که گفته شد و نیز ملاحظات مقررات قانون مدنی پاسخ سؤالات مذکور مثبت است و این پاسخ مثبت مقدمه‌ای برای پذیرش و اعتبار قراردادهای الکترونیک است بدون اینکه قانون خاصی به طور جداگانه قراردادهای مذکور را مورد پذیرش قرار دهد. اما نظر به اهمیت موضوع تجارت الکترونیک در دنیای امروز و گسترش روابط معاملاتی و تجاری افراد در فضای اینترنت قانونگذاران ملی و بین‌المللی به طور خاص اعتبار قراردادهای الکترونیک را پیش‌بینی کرده‌اند» (Vesali Naseh, 2006). قانون نمونه آنسیترا در باب تجارت الکترونیک مصوب ۱۹۹۶ م در این خصوص مقرر می‌دارد: «در انعقاد قرارداد ایجاب و قبول می‌تواند از طریق داده پیام‌ها اعلان شود مگر اینکه طرفین به نحو دیگری توافق کرده باشند. هنگامی که برای انعقاد قرار داد داده پیام‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند اعتبار یا قابلیت اجرای قرارداد مذکور صرفاً به این دلیل که از داده پیام‌ها استفاده شده نباید رد شود همان‌طور که پیداست ماده مذکور صریحاً قراردادی الکترونیک را مورد پذیرش قرار داده و برای آن‌ها اعتبار و قابلیت اجرای لازم را قائل است». لازم به یادآوری است که هر داده پیامی نمی‌تواند به تشکیل قرارداد بیانجامد.

۴. ایجاب و قبول از طریق داده پیام‌های الکترونیک

«ایجاب پیشنهاد انجام معامله و اعلان اراده کسی است که دیگری را بر مبنای معینی به انعقاد عقد فرا می‌خواند، بدین ترتیب که اگر پیشنهاد مورد قبول قرار گیرد هر دو طرف به مفاد آن پایبند باشند» (Katouzian, 2009). «طبق تعریف ماده ۱۴ کنوانسیون بیع بین‌المللی کالا ایجاب پیشنهادی است که برای تشکیل قرارداد خطاب به شخص یا اشخاص معینی داده می‌شود و ایجابی که به طور کامل قطعی و مشخص بوده و بیانگر قصد موجب باشد در صورت قبول الزام آور است» (Darabpour, 1995). «قبول نیز به معنای رضای بدون قید و شرط به مفاد ایجاب است» (Katouzian, 2009). «طبق تعریف ماده ۱۸ کنوانسیون بیع بین‌المللی کالا نیز هرگونه اظهار یا عمل ایجاب شونده (قابل) که حاکی از رضای وی به ایجاب باشد قبول است» (Darabpour, 1995). «قواعد عمومی مربوط به ایجاب کامل بودن مشخص بودن قاطع بودن و خطاب به شخص یا اشخاص معین بودن و... و قبول لزوم مطلق بودن مسبوق به رد نبودن موالات ایجاب و قبول در فضای سنتی و در مورد قراردادهای مرسوم همگی در خصوص ایجاب و قبولهای الکترونیک در فضای مجازی نیز قابل اعمال هستند» (Vesali Naseh, 2006).

«دانستیم که اعلان اراده از طریق واسطه‌های الکترونیک نیز معتبر و موجد آثار حقوقی است یعنی یکی از روشهای ایجاب و قبول می‌تواند بوسیله داده پیام‌ها انشاء و اعلان گردد قانون نمونه آنسیترا صراحتاً این موضوع را مورد توجه قرار داده است و مقرر می‌دارد در انعقاد قرارداد ایجاب و قبول می‌تواند از طریق داده پیام‌ها اعلان شود مگر اینکه طرفین به نحو دیگری توافق کرده باشند. هنگامی که برای انعقاد قرارداد داده پیام‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند اعتبار یا قابلیت اجرای قرارداد مذکور صرفاً به این دلیل که از داده پیام‌ها استفاده شده نباید رد شود قانون تجارت الکترونیک ایران که ترجمه‌ای از قانون نمونه آنسیترا است همانند قانون مدنی تعریفی از ایجاب و قبول ارائه نکرده و حتی صریحاً ایجاب و قبول از طریق داده پیام‌ها را مورد اشاره قرار نداده است» (Vesali Naseh, 2006). «البته پیش‌نویس قانون مذکور قبل از تصویب نهایی توسط شورای محترم نگهبان به تبعیت از ماده ۱۱ قانون نمونه آنسیترا مقرر می‌داشت. ایجاب و قبول می‌تواند از طریق داده پیام اعلان شود ماده ۲۳ پیش‌نویس و ایجاب و قبول و اعلان اراده که در ارتباط بین اصل ساز و مخاطب به وسیله داده پیام بیان می‌شود معتبر است ماده ۲۴ پیش‌نویس مواد مذکور در اصلاحات نهایی حذف گردیده‌اند. در حال حاضر اگر چه مقررات صریحی در خصوص ایجاب و قبول الکترونیک

وجود ندارد اما از آنجا که اساس قانون تجارت الکترونیک ایران مبتنی بر تبادل داده پیام‌ها از طریق واسطه‌های الکترونیک است و نیز از محتوای مواد ۶ و ۱۲ قانون مذکور که داده پیام‌ها معتبر شناخته‌اند و برای آن‌ها ارزش اثباتی قائل شده‌اند و با توجه به تعریف داده پیام در ماده ۲ قانون تجارت الکترونیک بند الف که هر نمادی از واقعه اطلاعات یا مفهوم است می‌توان گفت ایجاب و قبول از طریق داده پیام‌ها از اعتبار حقوقی لازم برخوردار است به عبارت دیگر ماهیت دیجیتال با مجازی توافق طرفین از نظر تحلیل حقوقی صحیح بوده و منع قانونی ندارد».

۴-۱. صورت‌های ایجاب و قبول

در حالی که در معاملات بین تجار، رایانامه (پست الکترونیک) معمول‌تر است، در معاملات مصرف کننده و خرد، استفاده از امکانات تعبیه شده در وبگاه یعنی فروشگاه مجازی، مناسب‌تر و رایج‌تر است. فروشنده با عرضه محصولات خود در وبگاه شرایط فروش، بها و روش پرداخت را با استفاده از فن آوری‌های متنوع معین می‌کند و به مشتریان امکان آن را می‌دهد که با انتخاب آن‌ها وارد معامله با او شوند. اگر اعلان فروشنده ایجاب تلقی نشود و صرفاً دعوت به انجام معامله باشد، خریداران با مراجعه به وبگاه و مطالعه شرایط خرید و انتخاب کالا به روشی که در وبگاه معین شده است سفارش خود را ارسال می‌کنند. این داده، پیام ایجاب خواهد بود و فروشنده نیز مطابق روشی که اعلان کرده است قبول خود را یا بلافاصله اعلان می‌کند یا آن را به فرصتی بعد و همراه با اقداماتی نظیر ارسال کالا و کسر وجوه از حساب خریدار موکول می‌نماید.

بحثی در اینجا در ارتباط با قاعده پست قابل طرح است. به این ترتیب که آیا رایانامه، پست محسوب می‌شود تا تابع قاعده مربوط در نظام یاد شده باشد و قبول در زمان و مکان ارسال رایانامه محقق شود با این وسیله نیز در ردیف تلگراف دورنگار و نمابر است و زمان و مکان وصول در آن مناط اعتبار خواهد بود؟

بعضاً این دو (پست کاغذی و الکترونیک) را یکسان تلقی کرده و گفته‌اند موقعی که داده پیام فروشگاه وارد «سرور» ایجاب کننده شود، قبول محقق می‌شود. ظاهراً مقصود از سرور، رایانه خدمت رسان اینترنتی ایجاب کننده است. به نظر می‌رسد توجیه مزبور مبتنی به شباهت لفظی بین دو وسیله باشد. به طوری که اگر نام این وسیله که ماهیتی الکترونیک دارد چیز دیگری مانند تلفن و نمابر بود نه پست الکترونیک قاعده پست را قابل اعمال بر آن نمی‌دانستند.

علاوه بر این، از آنجا که قاعده پست نامه بر خلاف قاعده و متفاوت با تمام موارد دیگر است، باید در تفسیر موارد جدید این دایره استثنا را گسترش نداد و به قدر متعین آن اکتفا نمود.^۱

توجیه دیگر نویسندگان انگلیسی مبنی بر اینکه چون تسلیم به نماینده در حکم تسلیم به اصیل است بنابراین ورود به سرور خدمت رسان اینترنتی مخاطب در حکم تسلیم به خود اوست، نیز صحیح به نظر نمی‌رسد. زیرا خدمت رسانه‌ای اینترنتی تنها بستر فنی تراکنش‌ها را فراهم می‌آورند که مشابه تأمین تأسیسات مخابراتی در تلفن و تلگراف یا جاده و ریل برای حمل کالا و مرسولات پستی است. در هیچ یک از موارد اخیر نه شرکت مخابرات و نه شرکت راه آهن تحمل مسئولیت اداره پست را در امر خاص نامه رسانی قصد نمی‌کنند و مردم نیز آن‌ها را بدین سمت در نظر نمی‌گیرند. لذا کسی نیز تاکنون آن‌ها را در این ارتباط مسئول شناخته است. این در حالی است که اداره پست به عنوان یک شخص حقوقی، به طور مشخص مسئولیت نامه رسانی را می‌پذیرد و به همین دلیل، در توجیه قاعده پست، می‌توان تسلیم نامه به آن را تسلیم

^۱. قابل توجه اینکه قاعده پست در کامن لو، در اسناد بین المللی حقوق تجارت مانند کنوانسیون بیع ۱۹۸۰ و قواعد قراردادهای تجاری بین المللی مؤسسه رم نیز پذیرفته نشده است.

به اصلیلی محسوب کرد که مکاتبه پستی را پذیرفته است. جالب اینکه در آمریکا که آن هم دارای نظام حقوقی عرفی است، مقررات یوتا «وصول» سوابق الکترونیک را، آن هم در محل تجاری مخاطب ملاک اعتبار شناخته است ولو آنکه محل واقعی دریافت قبول جای دیگری محل استقرار (رایانه) باشد (مواد ۸ و ۱۵).

نکته‌ای دیگر اینکه گفته شده اگر سیستم دریافت کننده خراب باشد و او این مطلب را نه به ارسال کننده اطلاع داده و نه از وی خواسته باشد که پیامش را مجدداً ارسال کند، باید پیام را دریافت شده و قرارداد را منعقد محسوب کرد. این نظر با مقررات انسیترال و یوتا هماهنگ است. آنچه گفتیم مانع از آن نیست که همواره طرفین بتوانند بر روش خاصی از جمله وصول واقعی و «دریافت تأییدیه» آن توافق کنند «مواد ۲۵ - ۲۲ ق.ت.ا».

مطلب دیگر در این مبحث، طول مدت اعتبار ایجاب است. گرچه این مسأله ذاتاً با آنچه در محیط سنتی جاری است تفاوتی نمی‌کند ولی از این نظر قابل عنایت است که گاه با وجود آنکه فروشنده ایجابی را از سایت خود حذف کرده یا تغییراتی را در آن داده است، باز ممکن است در حافظه سرورهای ارائه کنندگان خدمات اینترنتی یا مرورگرها باقی مانده باشد و مشتریان همان ایجاب گذشته را قبول کنند بدیهی است معامله در این صورت معتبر نخواهد بود زیرا ایجاب مزبور دیگر قابل انتساب به فروشنده نیست.

۴-۲. مقررات ایجاب و قبول از طریق داده پیامها

در مورد وضعیت و مقررات ایجاب و قبول در قراردادهای منعقد از طریق واسطه‌های الکترونیک قانون نمونه انسیترال و به تبع آن قانون تجارت الکترونیک ایران احکام خاصی پیش بینی نکرده‌اند. لیکن مقررات مربوط به داده پیامها به تفصیل بیان شده است. مضافاً اینکه در صورت لزوم قواعد عمومی قراردادها نیز در این خصوص قابلیت ارجاع دارند مقررات مربوط به انتساب و تصدیق دریافت داده پیامها با توجه به قانون تجارت الکترونیک ایران مورد بررسی قرار می‌گیرند

۴-۲-۱. انتساب اعلان اراده بوسیله داده پیام

در قراردادهای عادی طرفین اراده خود را از طریق الفاظ اشارات و یا به صورت کتبی به هم اعلان می‌کنند و مشکل خاصی در مورد انتساب اظهارات انشاء شده به آن‌ها وجود ندارد به ویژه در عقود بین حاضرین که طرفین با یکدیگر صحبت می‌کنند و معمولاً نسبت به هم شناخت دارند. در عقود مکاتبه‌ای نیز اسناد بین متعاقدين از طریق امضای ایشان قابل انتساب است. ولی در بستر تجارت الکترونیک موضوع کمی پیچیده می‌شود زیرا طرفین یک تبادل حضور فیزیکی ندارند و حتی ممکن است برای همدیگر نیز کاملاً ناشناخته باشند. قانون تجارت الکترونیک ایران از ماده ۱۸ الی ۲۱ خود به تبعیت از ماده ۱۳ قانون نمونه انسیترال در خصوص انتساب داده پیامها مقرراتی را به شرح ذیل وضع کرده است: ۱- مواردی که داده پیام به اصل ساز منسوب است اصل ساز منشأ اصلی داده پیام است که داده پیام به وسیله او یا از طرف او تولید با ارسال می‌شود اما شامل شخصی که در خصوص داده پیام به عنوان واسطه عمل می‌کند نخواهد شد ماده ۲ قانون تجارت الکترونیک (الف) هنگامی که داده پیام توسط اصل ساز و یا بوسیله شخصی ارسال شده باشد که از جانب اصل ساز مجاز به این کار بوده است. (بند الف ماده ۱۸ قانون تجارت الکترونیک) ب) اگر داده پیام به وسیله سیستم اطلاعاتی برنامه ریزی شده با تصدی خودکار از جانب اصل ساز ارسال شود. (بند ب ماده ۱۸ قانون تجارت الکترونیک) «سیستم اطلاعاتی عبارت است از سیستمی برای تولید (اصل سازی)، ارسال، دریافت، ذخیره یا پردازش داده پیامها (ماده ۲ قانون تجارت الکترونیک، بند (ز)». «بنابراین تمام داده پیامهایی که توسط خود اصل ساز و شخص مأذون از ناحیه وی یا از طریق سیستمهای رایانه‌ای تحت کنترل ایشان ارسال شده باشد منتسب به اصل ساز بوده و او را متعهد می‌سازد» (فیضی

چکاب، ۱۳۸۳: ۱۷۸). ۲- «مواردی که داده پیام از سوی اصل ساز ارسال شده تلقی می‌گردد در دو صورت مخاطب داده پیام حق دارد داده پیام‌هایی که دریافت کرده است منسوب به اصل ساز دانسته و آن‌ها را از سوی وی ارسال شده تلقی کند و در نتیجه طبق محتوای آن‌ها عمل کند: مخاطب شخصی است که اصل ساز قصد دارد وی داده پیام را دریافت کند اما شامل شخصی که در ارتباط با داده پیام به عنوان واسطه عمل می‌کند نخواهد شد» (ماده ۲ قانون تجارت الکترونیک، بند (ج): الف) «قبلاً به وسیله اصل ساز روشی معرفی و یا توافق شده باشد که معلوم کند آیا داده پیام همان است که اصل ساز ارسال کرده است. بند الف ماده ۱۹ قانون تجارت الکترونیک ممکن است اصل ساز و مخاطب در مورد روش خاصی برای انتساب داده پیام‌ها توافق کرده باشند در این حالت توافق مذکور معتبر و قابل استناد است و به طور کلی هرگونه تغییر در تولید ارسال دریافت ذخیره و یا پردازش داده پیام با توافق و قرارداد خاص طرفین معتبر است» (ماده ۵ قانون تجارت الکترونیک). ب) «داده پیام دریافت شده توسط مخاطب از اقدامات شخصی ناشی شده که رابطه‌اش با اصل ساز یا نمایندگان وی باعث شده تا شخص مذکور به روش مورد استفاده اصل ساز دسترسی یافته و داده پیام را به مثابه داده پیام خود بشناسد (بند ب ماده ۱۹ قانون تجارت الکترونیک) هنگامی که مخاطب به طور معمول و متعارف داده پیام را خطاب به خویش تلقی کند و عرفاً حق با او باشد یعنی هر کس دیگری نیز جای وی بود چنین برداشتی می‌کرد آنگاه داده پیام را باید به اصل ساز منسوب بدانیم» (Vesali Naseh, 2006).

«ارسال داده پیام از سوی غیر اصل ساز گاهی ممکن است داده پیام‌ها از سوی اصل ساز ارسال نشده باشد و نیز نتوان طبق مقررات فوق الذکر آن‌ها را به وی منسوب کرد در این حالت چنانچه مخاطب نتواند انتساب داده پیام‌ها را به اصل ساز ثابت کند داده پیام‌های دریافتی به اصل ساز منسوب نخواهد شد و وی هیچ مسئولیتی در قبال آن‌ها ندارد گاهی مواقع نیز ممکن است داده پیام به طور اشتباهی ارسال شده باشد. در این حالت نیز مخاطب نمی‌تواند داده پیام‌ها را به منسوب به اصل ساز تلقی کند. طبق اصول کلی حقوقی مدعی اشتباه باید ارسال نادرست داده پیام را اثبات کند و الا باید به آثار حقوقی احتمالی داده پیام‌ها ملتزم باشد. ماده ۲۰ قانون تجارت الکترونیک در این خصوص مقرر می‌دارد ماده ۱۹ این قانون شامل مواردی نیست که داده پیام از اصل ساز صادر نشده و با به طور اشتباه ارسال شده است. استقلال داده پیام ارسال شده در انتساب به مخاطب مطابق ماده ۲۱ قانون تجارت الکترونیک اهر داده پیام یک داده پیام مجزا و مستقل محسوب می‌گردد مگر آنکه معلوم باشد که آن داده پیام نسخه مجددی از داده پیام اولیه است هنگامی که مخاطب داده پیامی را از سوی اصل ساز دریافت می‌کند حق دارد آن را مستقل و مجزا فرض کرده و طبق آن عمل نماید مگر اینکه به نحو متعارفی بدانند یا باید بدانند که آن داده پیام نسخه مجددی (کپی) از داده پیام اصلی و اولیه است» (Maleki & Ghazanfari, 2021).

۴-۲-۲. تصدیق دریافت اعلان اراده از طریق داده پیام

«با توجه به طبع خاص فضای مجازی مبادلات الکترونیک که بحث امنیت مبادلات را مطرح می‌سازد لذا برای قطعیت یافتن آگاهی طرفین از اعلان اراده یکدیگر انتساب داده پیام به اصل ساز کافی تلقی نشده است بلکه مخاطب مورد نظر اصل ساز نیز باید دریافت داده پیام‌ها را تصدیق کند در این خصوص نیز مواد ۲۲ الی ۲۵ قانون تجارت الکترونیک ایران به تبعیت از ماده ۱۴ قانون نمونه انسیترا ل مقرراتی به شرح ذیل وضع کرده است» (Jahani, 2017). «تصدیق دریافت شرط شده است هنگامی که اصل ساز به طور صریح هرگونه اثر حقوقی مترتب به داده پیام‌ها را مشروط به تصدیق دریافت داده پیام‌ها از سوی مخاطب کرده باشد آنگاه تا زمانی که مخاطب دریافت داده پیام‌ها را تصدیق نکند داده پیام‌ها ارسال نشده تلقی می‌گردند و هیچ اثر حقوقی بر آن‌ها مترتب نمی‌شود مستفاد از ماده ۲۳ قانون تجارت الکترونیک بنابراین ممکن است اصل ساز قبل یا به هنگام ارسال داده پیام‌ها از مخاطب بخواهد یا با وی توافق کند که دریافت داده پیام‌ها تصدیق شود و ماده ۲۲ قانون تجارت الکترونیک بنابراین اگر تصدیق دریافت شرط شده باشد اثر آن مترتب شدن آثار حقوقی بر داده پیام‌ها است و عدم تصدیق از سوی مخاطب به منزله عدم تحقق ارسال از سوی اصل ساز محسوب می‌شود» (Ahani, 2004). «تصدیق دریافت شرط نشده است قانون تجارت الکترونیک ایران در خصوص حالتی که تصدیق دریافت شرط نشده باشد ساکت است البته این حالت در بند ۴ ماده ۱۵ قانون نمونه انسیترا ل پیش بینی شده است و به تبع آن در پیش نویس قانون تجارت الکترونیک ایران در ماده ۳۲ نیز آمده بود که قبل از تصویب نهایی در شورای محترم نگهبان و بر اساس ایرادات این شورا حذف گردیده است. این ماده مقرر می‌داشت. اگر اصل ساز از مخاطب درخواست و یا با وی توافق کرده باشد که دریافت داده تصدیق شود و اصل ساز به طور صریح هرگونه اثر حقوقی داده پیام را مشروط به تصدیق دریافت آن نکرده باشد اصل ساز باید اقدامات زیر را انجام دهد: ۱) به مخاطب اعلان کند که تصدیقی دریافت نشده و با دادن یک وقت معقول که بیش از ۲۴ ساعت نباشد از مخاطب بخواهد که دریافت داده را تصدیق کند. ۲) اگر در مدت زمان فوق تصدیقی نرسد اصل ساز با ارسال یک پیام تکمیلی اعلان کند که داده هرگز دریافت نشده و آثار حقوقی بر آن مترتب نیست» (Feizi Chekab, 2004).

در حال حاضر که ماده فوق حذف شده است تکلیف حالتی که تصدیق دریافت شرط نشده معلوم نیست ولی به نظر می‌رسد زمانی که ارسال محقق می‌گردد باید بتوان اثر حقوقی بر آن بار کرد و طبق ماده ۲۶ قانون مذکور ارسال داده پیام زمانی تحقق می‌یابد که به یک سیستم اطلاعاتی خارج از کنترل اصل ساز یا قائم مقام وی وارد شود.

۴-۲-۳. روش تصدیق اعلان اراده

«روش تصدیق اختیاری است و طرفین می‌توانند در مورد روش خاصی که مورد قبول آن‌ها باشد توافق کنند اگر روش تصدیق توسط طرفین تعیین گردد در این صورت آن‌ها باید مطابق آن رفتار کنند و الا ارسال محقق نمی‌گردد اما چنانچه در مورد شکل یا روش خاصی توافق نشده باشد در این حالت طبق قسمت اخیر ماده ۲۲ قانون تجارت الکترونیک به هر نوع ارتباط خودکار یا مکاتبه با اتخاذ هر نوع تدبیر مناسب از سوی مخاطب که اصل ساز را به نحو معقول از دریافت داده پیام مطمئن کند تصدیق دریافت داده پیام محسوب می‌گردد بنابراین در حالتی که بر شکل یا روش تصدیق توافقی صورت نگرفته است تصدیق به دو صورت انجام می‌شود. الف) به وسیله هر نوع ارتباط و مکاتبه به وسیله مخاطب. ۲) اتخاذ هر نوع تدبیر مناسبی که اصل ساز را به نحو معقول از دریافت داده پیام‌ها مطمئن کرده باشد» (Vesali Naseh, 2006).

۵. زمان و مکان اعلان اراده و وصول آن

۵-۱. زمان اعلان اراده و وصول آن

ماده ۱۵ قانون نمونه انسیترال در تجارت الکترونیک در بند ۱ در خصوص ارسال مقرر می‌دارد: «اگر طور دیگری بین ارسال کننده و دریافت کننده توافق نشده باشد ارسال یک داده پیام زمانی اتفاق می‌افتد که وارد سامانه اطلاعاتی خارج از پایش اصل ساز یا شخصی شود که داده پیام را از طرف او ارسال می‌کند. یوتا نیز ضمن آنکه در بند الف ماده ۱۵ مشابه همین ترتیب را مقرر کرده دو شرط دیگر را نیز قبل از آن ذکر نموده است: ۱- به نحو مناسبی به سامانه پردازش اطلاعاتی که دریافت کننده برای دریافت یا استفاده از اطلاعات از نوع ارسالی تعیین کرده و می‌تواند آن را باز یافت کند، ارسال شده باشد، ۲- به صورتی باشد که بتواند توسط سامانه مزبور پردازش شود. ۳-.....» البته شرط اول نیاز به ذکر نداشت زیرا مفروغ عنه است. بدیهی است که اگر داده پیام با نشانی نادرست ارسال شود، ارسال به مخاطب محسوب نمی‌شود و این امر اختصاص به داده پیام ندارد. گرچه در تفسیر آن گفته‌اند که بیان مزبور این خاصیت را دارد که مثلاً «انتشار» را شامل نمی‌شود. کنوانسیون ۲۰۰۵ به جای زمان ورود داده پیام به سامانه‌ای خارج از پایش ارسال کننده، خارج شدن داده پیام از پایش او را ملاک قرار داده و در بند ۱ ماده ۱۰ ادامه داده است:.... اگر ارتباط الکترونیک از سامانه تحت کنترل اصل ساز یا نماینده او خارج نشود، زمان ارسال زمان وصول آن خواهد بود. این ترتیب برای پوشش دادن به وضعیتی پیش بینی شده است که سامانه یا شبکه ارسال کننده و دریافت کننده یکی باشد و زمان‌های ارسال و دریافت بر هم منطبق شود.^۱

ماده ۲۶ ق. ت. ۱ ایران نیز مشابه ماده ۱۵ قانون نمونه است: «ارسال داده پیام زمانی تحقق می‌یابد که به یک سیستم اطلاعاتی خارج از کنترل اصل ساز یا قائم مقام وی وارد شود». یعنی هرگاه مثلاً در رایانامه روی دکمه «ارسال» کلیک شد مادام که عمل ارسال در رایانه یا سامانه تحت پایش ارسال کننده در حال انجام است و می‌تواند آن را متوقف کند «ارسال» صورت نگرفته است ولی پس از خاتمه آن و ورود در سامانه دیگری که در اختیار ارائه کننده خدمات شبکه است شده باشد، ارسال تحقق یافته است. بدین ترتیب اگر پیام از رایانه ارسال کننده خارج شود ولی به هر سببی وارد رایانه بعدی که مثلاً متعلق به ارائه کننده خدمات اینترنتی یا هر شبکه مستقل دیگر است نشده باشد باز عمل ارسال تحقق نیافته است. مثلاً هرگاه در شبکه اختصاصی مبادلات بین مؤسسات مالی یعنی سوئیفت پیامی از بانک الف ارسال شود ولی تماماً یا بعضاً وارد سامانه بعدی نشود، پیام کاملاً ارسال نشده است و اگر مقداری که عملاً ارسال شده است قابلیت آن را نداشته باشد که آثار حقوقی بر آن بار شود، کل پیام ارسال نشده محسوب می‌شود.

همچنین اگر کارمند یک سازمان روی دکمه ارسال کلیک کند و پیام از رایانه او خارج شود ولی هنوز در سرور شبکه داخل سازمان مانده و به سامانه مستقل دیگر وارد نشده باشد، عمل ارسال صورت نگرفته است. در حالت اخیر اگر مخاطب نیز در همان شبکه باشد حکم مسأله مبهم خواهد بود ولی پاسخ آن در کنوانسیون ۲۰۰۵ به شرح فوق داده شده است.

مقررات ق. ت. ۱ (م ۲۷) و قانون نمونه (م ۱۵) در این زمینه مشابه است. یوتا نیز مشابه آنچه را در خصوص زمان ارسال گفته در این مورد تکرار کرده است (بند ب ماده ۱۵) در این مورد دو فرض متفاوت وجود دارد:

اول) مخاطب، سامانه معینی را برای دریافت داده پیام معین کرده است. مثلاً یک نشانی الکترونیکی مشخصی را به ارسال کننده داده و از او خواسته است به همان نشانی پیام بفرستد. در این صورت از دو حال خارج نیست. با پیام ارسالی با نشانی مزبور وارد رایانه مورد نظر می‌شود، که در آن صورت دریافت شده محسوب خواهد شد اعم از آنکه مخاطب از آن مطلع شده یا نشده باشد. حالت دوم این است که داده پیام

^۱ Explanatory note by the UNCITRAL secretariat on the United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contracts, para. 178.

ابتدا به سامانه دیگری وارد و سپس در سامانه مورد نظر بازیافت شود. در این صورت زمان بازیافت زمان وصول خواهد بود (Feizi, 2004).

دوم) صورت دیگر آن است که اصلاً نشانی خاصی توسط مخاطب معین نشده و وی دارای چند نشانی الکترونیک باشد. در این صورت طبق بند ب ماده ۲۷ ق تا داده پیام به هر کدام از آن سامانه‌ها ارسال شده باشد، زمان وصول آن زمانی خواهد بود که وارد یکی از آن‌ها بشود. ماده ۱۰ کنوانسیون ۲۰۰۵ نیز مشابه ترتیب فوق است منتهی با اضافه کردن این نکته مهم که اگر داده پیام به نشانی دیگری غیر از آنچه مخاطب تعیین کرده است ارسال شود زمانی که او از چنین ارسالی آگاه گردد زمان وصول خواهد بود. بدین ترتیب چنین ارسالی گرچه برخلاف تعیین قبلی اوست، ولی بی اعتبار نخواهد بود. ضمناً چه پیام به نشانی معین شده و چه به نشانی دیگر ارسال شده باشد، باید همراه با قابلیت برای بازیافت شدن باشد و گرنه صرف ورود به سامانه او یا مطلع شدن وی از آن کفایت نمی‌کند.

دستورالعمل اروپا زمان دریافت سفارش ایجاب و تأییدیه وصول را زمان قابلیت دسترسی مخاطب به آن دانسته است (م ۱۱).

۲-۵. مکان اعلان اراده و وصول آن

بند ۴ ماده ۱۵ قانون نمونه و نیز بند د ماده ۱۵ یوتا تصریح کرده‌اند که اگر توافق دیگری فی مابین طرفین وجود نداشته باشد محل ارسال داده پیام جایی محسوب می‌شود که محل تجارت ارسال کننده اصل ساز است نه محل استقرار فیزیکی سامانه او و اگر چند محل تجاری داشته باشد، محلی که نزدیکترین ارتباط را با تراکنش داشته باشد مکان ارسال محسوب خواهد شد (Maleki & Ghazanfari, 2021). بند ۳ ماده ۱۰ کنوانسیون ۲۰۰۵ نیز مشابه مقرر فوق را آورده ولی احتمال توافق دیگر را ذکر نکرده است. ضمن آنکه محل تجاری اعلان شده توسط خود طرفها را محل تجاری آنان فرض می‌کند مادامی که قرائن یا ادله طرف مقابل، خلاف آن را نشان نداده باشد (مواد ۱ و ۶). ماده ۲۹ قانون تجارت الکترونیک در این زمینه مشابه قانون نمونه است. اگر ارسال کننده فاقد محل تجاری باشد، اقامتگاه قانونی او مکان ارسال محسوب شده است. حکم مورد اخیر مشابه کنوانسیون ۲۰۰۵ یوتا و قانون نمونه در این زمینه است (قربانوند، ۱۳۸۹: ۳۰۰). مقررات در مورد مکان وصول داده پیام همانند مقررات در مورد مکان ارسال، یعنی ناظر به محل تجارت دریافت کننده است. مثال زیر در توضیح بهتر مطالب گفته شده می‌تواند مفید واقع شود. فرض کنید شرکتی که مرکز اصلی آن در تهران است شعبه‌ای در کرمان دارد و آن شعبه مشغول مذاکره برای انعقاد یک قرارداد داخلی یا بین المللی با طرف تجاری خود است. رئیس شعبه به همراه لپ تاپ خود داخل هواپیما بر فراز آسمان هندوستان در حال پرواز است و از همانجا ایجاب یا قبول را مبادله می‌کند. در این حالت محل ارسال و وصول داده پیامها نسبت به او محل شعبه شرکت یعنی کرمان محسوب می‌شود. از نظر زمان روشن است که ارسال همان موقعی صورت گرفته که پیام از رایانه او خارج و در یک سامانه دیگری وارد شده است.

نتیجه‌گیری

رضایی بودن عقود و آزادی در گزینش شیوه بیان اراده موجب می‌شود که مانعی در پذیرش اعتبار اعلان اراده از طریق الکترونیکی و نفوذ قرارداد الکترونیکی وجود نداشته باشد؛ قوانین راجع به تجارت الکترونیکی بر این امر صحه تهاده اند. از آنجا که داده پیام نوشته یا امضاء نیست، به منظور تأمین شرایط تشریفاتی در برخی از عقود، قوانین تجارت الکترونیکی، داده پیام را در حکم نوشته و امضاء دستی دانسته‌اند. توافق دو اراده در قراردادهای الکترونیکی از طریق ارسال پیام الکترونیکی در قالب ایجاب و قبول صورت می‌گیرد. ماهیت قراردادهای الکترونیکی اقتضاء دارد که اعلانات مندرج در وب سایت فروشنده یا تهیه کننده خدمات دعوت به ایجاب و نه ایجاب باشد. اصولاً برای

تشکیل یک قرارداد وجود حداقل دو طرف متعامل الزامی است. در انعقاد قراردادهای الکترونیکی معمولاً معاملات بواسطه ابزارهای الکترونیکی انجام می‌گیرد که در بعضی از این روش‌های انعقاد، نیروی انسانی مستقیماً در آن دخالت ندارد و رایانه به نیابت از اراده آن‌ها بطور خودکار عمل می‌کند. لذا بطور عموم صرفنظر از تشریفات انجام معاملات الکترونیکی، فرض بر وجود اراده طرفین در هر جزء از معاملات می‌شود. طبق ماده ۱۹۰ قانون مدنی قصد طرفین اساسی‌ترین شرط صحت اعتبار قرارداد می‌باشد که طرفین باید حائز آن باشد. در کنار این شرط صحت قرارداد مستلزم فراهم بودن شرایط دیگری مانند اهلیت طرفین، تعیین موضوع قرارداد و مشروعیت جهت آن نیز می‌باشد. اصل در حقوق قراردادهای رضایی بودن اعلان اراده‌ها و استفاده از وسائل مناسب و متعارف برای اعلان خواسته‌ها که شایع‌ترین آن همانا الفاظ و اشارات متعارف و یا اعمال دال بر اراده طرفین می‌باشد. اعلان اراده با نوشته بیان اراده نیز ممکن است زیرا نوشته نیز در حکم الفاظ محسوب می‌شود. بدین جهت قراردادهای منعقد بواسطه ابزارهای الکترونیکی در ذات ساختاری خود از جمله قراردادهای شکلی است که طرفین می‌توانند با توافق قبلی قراردادهای خود را بدان شکل منعقد سازند. ولی این امر به هیچ وجه الزام قانونی ندارد ولی بدین نکته باید اشاره کرد که طبق ماده ۶ قانون تجارت الکترونیکی هر گاه وجود یک نوشته از نظر قانون لازم باشد داده پیام (که همانا حسب شرایط قانونی بیان اراده ارسال و یا دریافت شده بواسطه ابزار الکترونیکی می‌باشد) در حکم نوشته است. بنابراین از لحاظ قانونگذار قراردادهای الکترونیکی بجز در موارد یاد شده در قانون بطور عموم بعنوان قراردادهای کتبی محسوب می‌شود و هرگاه بموجب قانون قراردادی تابع شکل کتبی گردد انعقاد آن بواسطه داده‌های الکترونیکی کافی خواهد بود البته نکته مهمی که در قراردادهای کتبی بعنوان اراده نهایی طرفین حائز اهمیت است امضاء است. در قراردادهای الکترونیکی با فراهم شدن زمینه ایجاد امضای الکترونیکی و اعتبار قانونی آن نقص مهمی از اعتبار قراردادهای الکترونیکی رفع شده است. به هر لحاظ، وجود ماهیت عناصر فنی واسطه‌گری در ارتباطات الکترونیکی بعلاوه آنکه مانع از توالی و تقارب اراده‌ها می‌شود از طرفی دیگر عدم حضور فیزیکی حتی رابطه صوتی و به نتیجه آن فقدان رابطه ذهنی و روانی بین طرفین را می‌توان از عوامل تلقی قراردادهای الکترونیکی بواسطه اینترنت در کلیه روشهای معمول را بین طرفین غیر حاضر در یک جلسه پذیرفت. در محیط الکترونیکی اراده طرفین بواسطه داده پیام که نمادی از واقعه اطلاعات یا مفهوم که با وسایل الکترونیکی نوری و یا فناوریهای جدید اطلاعات تولید ارسال دریافت ذخیره یا پردازش می‌شود، صورت می‌گیرد. بنابراین اگر طبق داده پیام بخواهیم اعتبار اعلان بیان اراده طرفین قرارداد را بررسی نماییم، برخلاف نظریه اعلان قبول بعنوان زمان انعقاد قراردادهای سنتی، می‌بینیم که در قراردادهای الکترونیکی این نظریه حسب ساختار فنی و صراحت ماده ۲۶ قانون تجارت ایران ارسال داده پیام متضمن اراده قبول همانا زمان انعقاد قرارداد الکترونیکی محسوب می‌شود.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منفعی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

EXTENDED SUMMARY

The concept of “declaration of will” in the context of electronic commerce contracts under Iranian law requires a comprehensive understanding of the intersection between classical contract principles and the evolving digital environment in which these agreements now take place. In Iranian civil law,

will and its components are fundamental elements of contractual validity, with the absence or defect of will leading to nullity or unenforceability of transactions (Shahidi, 2003). As electronic commerce—defined as the exchange of goods and services over digital networks—has become an essential feature of the modern global economy, the legal framework governing such transactions in Iran has had to adapt, despite the novelty of this field and the lack of explicit regulation in the Civil Code or other special laws. The Iranian Electronic Commerce Act of 2003, influenced by the UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce (1996), introduced significant changes to contract law, particularly in recognizing “data messages” as functional equivalents of writing and signature (Elsan, 2005). This adaptation reflects the need to reconcile technological realities—where offers, acceptances, and contractual terms may be transmitted instantaneously across borders in text, graphic, audio, or video formats—with legal doctrines rooted in physical presence and tangible documents. The act’s treatment of data messages is essential because it overcomes the formal requirement that certain contracts be “in writing,” ensuring that electronic contracts can achieve equivalent legal status to their paper-based counterparts. However, this transition also raises interpretive challenges in defining the point of offer and acceptance, determining the time and place of contract formation, and ensuring that the expression of intent remains clear and verifiable despite the absence of face-to-face interaction or physical documentation (Katouzian, 2009; Usamah, 2003; Vesali Naseh, 2006).

In legal theory, will manifests in two forms: the internal, psychological will (*erada batini*) and the external, declared will (*erada ensha’i*). The former reflects the mental state of intending to create legal relations, while the latter is the outward expression of that intent through words, writing, gestures, or conduct (Shahidi, 2003). In traditional contract law, these manifestations occur within established frameworks of offer and acceptance, often governed by formalities in specific contract types. Electronic commerce challenges these conventions by enabling parties to contract remotely, often without synchronous communication or physical presence. The principle of consensualism—the idea that mutual consent suffices for contract formation without formalities—is particularly significant in this context, as it supports the validity of electronic contracts absent prescribed formalities (Rezaei, 2008). Yet, in certain formal contracts, statutory or agreed requirements for specific formats or signatures must still be met (Arabi, 2010). The Iranian Electronic Commerce Act addresses these issues by treating data messages as equivalent to writing and signature under articles 6 and 7, thereby allowing both consensual and formal contracts to be concluded electronically. This legislative recognition is consistent with international trends, such as the European Union Directive on Electronic Commerce, which calls on member states to ensure that electronic contracts are not denied validity solely because of their form (Elsan, 2005). As such, Iranian law now accommodates various electronic contracting methods—ranging from e-mail negotiations to web-based click-wrap agreements—so long as they meet the general requirements of capacity, subject matter, and lawful purpose, in addition to the mutual consent of the parties (Maghami Nia, 2011; Sajedi, 2008; Sanayeei, 2002).

The mechanics of expressing will through data messages require careful legal treatment to ensure attribution, authenticity, and reliability. In physical settings, the identity of the contracting party and the authenticity of their signature or oral statements are often straightforward to establish. In the digital environment, however, where interactions occur through intermediaries such as Internet Service Providers or automated systems, these elements require additional safeguards (Vesali Naseh, 2006). The Iranian Electronic Commerce Act, following the UNCITRAL Model Law, provides detailed rules on the attribution of data messages (articles 18–21) and the circumstances in which a

message is considered to originate from the purported sender, whether transmitted directly, through an authorized agent, or via an automated information system (Maleki & Ghazanfari, 2021). Similarly, the Act addresses acknowledgment of receipt (articles 22–25), recognizing that in the virtual environment, the mere transmission of a message may not suffice to establish that it has been received, read, or understood by the intended recipient (Ahani, 2004; Jahani, 2017). The methods of acknowledgment can be pre-agreed by the parties or inferred from conduct that reasonably assures the sender of receipt (Feizi Chekab, 2004). These provisions not only enhance transactional certainty but also protect against disputes arising from failed or delayed communications, which are more likely in complex, multi-jurisdictional e-commerce settings. They also align with the principle that the expression of will must be clear, intentional, and directed to a specific party to have legal effect (Darabpour, 1995).

Determining the time and place of dispatch and receipt of an electronic declaration of will is critical for resolving issues of jurisdiction, applicable law, and the moment of contract formation. Under article 26 of the Iranian Electronic Commerce Act, dispatch occurs when the data message enters an information system outside the control of the sender or their agent, while receipt occurs when it reaches the designated information system of the addressee or, if none is designated, when it enters an information system accessible to them (Feizi Chekab, 2004). This approach parallels the UNCITRAL Model Law (article 15) and ensures that the determination of contractual timelines is not dependent on the physical location of servers or the technical infrastructure of intermediaries (Maleki & Ghazanfari, 2021). It also prevents the “postal rule” of traditional contract law—under which acceptance is effective upon posting—from being automatically extended to electronic communications, unless the parties expressly agree. Moreover, the legal fiction that the place of dispatch and receipt corresponds to the sender’s and recipient’s place of business, respectively, facilitates the application of conflict-of-laws rules and avoids the uncertainties of locating the physical hardware involved in message transmission. These rules are particularly relevant in scenarios where automated systems exchange offers and acceptances without human intervention, as is increasingly common in high-speed trading, online marketplaces, and other digital platforms (Vesali Naseh, 2006).

In the structure of offer and acceptance, electronic commerce introduces nuanced distinctions between “invitation to treat” and “offer.” For instance, goods and services displayed on a website are generally regarded as invitations to submit an offer rather than binding offers themselves (Katouzian, 2009; Vesali Naseh, 2006). The buyer’s submission of an order constitutes the offer, which the seller may accept by confirming the order, shipping the goods, or otherwise performing according to the stated terms. This framework preserves the seller’s flexibility in managing inventory and avoids binding them to outdated or erroneous listings. However, complexities arise when cached or archived versions of web content lead to offers being accepted after they have been withdrawn, raising questions about attribution and the validity of consent. The law must therefore balance the need for transactional efficiency with protections against unintended contractual obligations. Furthermore, Iranian law’s lack of explicit provisions on electronic offer and acceptance in the enacted version of the Electronic Commerce Act—despite their inclusion in earlier drafts—means that these issues are resolved primarily through analogy to general contract principles, supported by the Act’s recognition of data messages as valid expressions of will (Alinezhadi & Alinezhadi, 2017; Elsan, 2005). This interpretive approach underscores the adaptability of traditional doctrines to the electronic environment while acknowledging the potential benefits of more explicit statutory guidance.

Ultimately, the evolution of Iranian law in recognizing the validity of declarations of will in electronic commerce reflects a broader global trend toward legal equivalence between electronic and traditional contracts. By adopting functional equivalents for writing and signature, setting clear rules for attribution and acknowledgment, and defining the time and place of message dispatch and receipt, the Electronic Commerce Act creates a framework that supports the enforceability of digital agreements without undermining the core principles of contract law. This framework facilitates both domestic and international transactions, enabling Iranian businesses and consumers to participate fully in the global digital economy. However, continued attention is needed to ensure that the law keeps pace with technological developments, addresses emerging risks such as cybersecurity threats and identity fraud, and maintains an appropriate balance between facilitating commerce and protecting contractual fairness.

References

- Ahani, B. (2004). Formation of Electronic Contracts. *Journal of Science and Law*, 15(34-35), 51-67.
- Alinezhadi, M., & Alinezhadi, Z. (2017). The Validity of Data Messages in Domestic and International Contracts in Electronic Commerce. *Lawyer Journal*, 1(3), 201-220.
- Arabi, S. (2010). *Electronic Contracts: Formation and Analysis*. Fekrsazan Publications.
- Darabpour, S. (1995). *International Sales Law* (Vol. 1). Ganj-e Danesh Publications.
- Elsan, M. (2005). Formation of Electronic Contracts. *Commercial Research Journal*, 16(36), 141-148.
- Feizi Chekab, G. N. (2004). The Moment of Contract Formation via Electronic Intermediaries. Tehran.
- Jahani, N. (2017). Principles Governing Electronic Contracts in Iranian Law. *Journal of National Research*, 2(17), 137-148.
- Katouzian, N. (2009). *Civil Law (General Rules of Contracts)* (Vol. 2). Sahami Publications.
- Maghami Nia, M. (2011). The Method of Forming Electronic Contracts and Their Characteristics. *Biannual Journal of Civil Law Studies*, 1(1), 22-75.
- Maleki, Z., & Ghazanfari, H. (2021). The Place of Contract in Electronic Contracts and Its Legal Effects. *Journal of Political Science, Law, and Jurisprudence Studies*, 7(2), 314-329.
- Rezaei, A. (2008). *Electronic Commerce Law*. Mizan Publications.
- Sajedi, V. (2008). *Collection of Laws and Regulations on Electronic Commerce*. Palk Publications.
- Sanayeei, A. (2002). *Marketing and Electronic Commerce* (Vol. 3). Jihad Daneshgahi Publications.
- Shahidi, M. (2003). *Formation of Contracts and Obligations*. Majd Publications.
- Shahidi, M. (2005). *Civil Law (Specific Contracts)* (Vol. 1). Majd Publications.
- Usamah, A. a.-H. M. (2003). *The Specificity of Contracting via the Internet*. Dar al-Nahda al-Arabiyya.
- Vesali Naseh, M. (2006). Electronic Signatures and Their Place in Evidence Law. *Kanoun Journal*, 12(59), 54-69.