

## حل و فصل اختلافات ناشی از صدور و بهره‌برداری از نماد اعتماد الکترونیکی

رسول ملکوتی،<sup>۱</sup> طلعت حلاج<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱/۲۲

### چکیده

سازگاری و مطابقت مفاهیم لفظی و عرفی قواعد حقوق قراردادها با مفاهیم فنی محیط الکترونیکی از جمله عللی است که انعقاد قرارداد الکترونیکی و تبعاً شیوع کسب‌وکار در این حوزه را امکان‌پذیر ساخته است. با تصویب قانون تجارت الکترونیکی، قراردادهای الکترونیکی، هم به لحاظ فرایند تشکیل و هم از حیث ماهیت، مانند تجارت غیرالکترونیکی از پشتوانه قانونی لازم برخوردار شده و در چارچوب نظام حقوقی کشور دارای اعتبارند. به عبارت بهتر، ماهیت دیجیتال یا مجازی توافق طرفین از نظر تحلیل حقوقی صحیح است و منع قانونی ندارد. با گسترش فضای سایبری و لزوم وجود قوانین حاکم بر تجارت در آن و در نتیجه اختلافات حاصل از این تعاملات و معاملات، یافتن راه‌حل برای حل و فصل این اختلافات اجتناب‌ناپذیر و ضروری است. با استنباط از قوانین حل و فصل اختلافات در فضای غیرالکترونیکی می‌توان راه‌حلی برای حل و فصل اختلافات در فضای سایبری یافت. این راهکارها، با انطباق بر قوانین تجارت و مدنی و قوانین داوری داخلی بین‌المللی، ابهامات و خلأهای موجود برای استفاده از روش‌های غیرقضایی در حل و فصل اختلافات را برطرف خواهد کرد. در این مقاله با روش کتابخانه‌ای و مطالعه نظریات و کتب مرتبط کوشش شده، ضمن معرفی مفهوم و ماهیت نماد اعتماد الکترونیکی به‌منزله عامل محقق و تقویت‌کننده کسب‌وکار اینترنتی، درخصوص راه‌های بالقوه و بالفعل حل و فصل اختلافات ناشی از بهره‌برداری آن در حقوق کشور سخن گفته شود. **واژگان کلیدی:** قرارداد الکترونیکی، نماد اعتماد الکترونیکی، داده پیام، حل و فصل اختلافات

۱ دکتری حقوق خصوصی، استادیار دانشگاه آزاد پردیس (نویسنده مسئول): rasoolmalakooti@yahoo.com

۲ دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق تجارت بین‌الملل دانشگاه آزاد پردیس؛ talathalaj@gmail.com

### مقدمه

تجارت الکترونیکی، به‌منزله شیوه جدید مبادلات بازرگانی، روزبه‌روز جایگاه مهم‌تری در معاملات تجاری پیدا می‌کند و به همین مناسبت قراردادهای بسیاری در فضای اینترنت منعقد می‌شود (یعقوبی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۲۶-۲۹). در این تعداد بی‌شمار قراردادها، ممکن است اختلافاتی نیز بروز نماید. بی‌تردید یکی از عمده‌ترین مسائل در افزایش اعتماد عمومی به این‌گونه قراردادها، شناخت یا ایجاد راه‌های مطمئن حل و فصل اختلافات در تجارت الکترونیکی است. با وجود یکسانی قراردادهای الکترونیکی و قراردادهای سنتی در اکثر قواعد حاکم، ظهور و گسترش تجارت الکترونیکی موجب چالشی نوین در حقوق کنونی قراردادها شده است (عباس‌نژاد ورزی، رمضان و یوسف عباس‌نژاد ورزی، ۱۳۸۹، ص ۱۲). «گرچه قانون تجارت الکترونیکی با محتوای خاص خود ظاهراً تعارضی با قواعد و مقررات عمومی قوانین مدنی و تجاری ندارد، ولی با وجود این، انسجام چندانی نیز با مفاهیم و مقررات شکلی و فنی منابع قانونی مانند قوانین مدنی و تجاری ندارد و منفذی بس محدود در تطبیق این قواعد بر مسائل حقوقی قراردادها در تجارت الکترونیکی تلقی می‌گردد. اگرچه روش انجام معامله در تجارت الکترونیکی با تجارت غیرالکترونیکی متفاوت می‌باشد، ولی با توجه به تعاریف ارائه‌شده در قانون تجارت الکترونیکی، اصول اولیه انجام کلیه معاملات اعم از الکترونیکی و غیرالکترونیکی به یک صورت ولی با الفاظ متفاوت در نظر گرفته شده است.

بنابراین ایجاب و قبول الکترونیکی به‌عنوان رکن اصلی و اولیه یک معامله الکترونیکی می‌تواند از طریق داده‌پیام‌ها اعلام شود و از اعتبار حقوقی لازم برخوردار باشد. به عبارت بهتر، ماهیت دیجیتال یا مجازی توافق طرفین از نظر تحلیل حقوقی صحیح بوده و منع قانونی ندارد. بنابراین آثار ثانویه اعلام این ایجاب و قبول نیز در قانون محترم و قابل استناد بوده و در زمان بروز اختلاف در معاملات الکترونیکی می‌تواند مورد استناد و تفسیر قرار گیرد.» (موحدی‌فر، ۱۳۹۶).

نماد اعتماد الکترونیکی، به‌منزله یک قرارداد الکترونیکی، با تبعیت از مقررات جاری و قواعد اینترنت و فضای مجازی، جزو قراردادهای تابع اصول و قواعد عمومی شناخته می‌شود. بر این اساس، حل و فصل اختلافات ناشی از صدور سند نماد اعتماد الکترونیکی

نیز می‌بایست تابع قواعد امری حاکم در جامعه باشد. لذا در این مقاله ابتدا تعاریف و مفاهیم کلیدی تجارت الکترونیک بررسی شده است و ضمن معرفی مفهوم و ماهیت نماد اعتماد الکترونیکی، روش‌های حل اختلاف ناشی از استفاده از آن با توجه به ظرفیت‌های قانونی فعلی مورد بحث قرار گرفته است.

### مفهوم نماد اعتماد الکترونیکی

نماد اعتماد الکترونیکی نشانی دولتی است که صرفاً از سوی مرکز توسعه تجارت الکترونیکی (وزارت صنعت، معدن و تجارت) صادر شده و به کسب‌وکارهای اینترنتی با هدف سامان‌دهی، احراز هویت و صلاحیت آن‌ها اعطا می‌شود. در راستای ارائه چارچوب و ضوابط حمایت از مصرف‌کنندگان در فضای تجارت الکترونیکی، بر اساس فصل اول از باب سوم قانون تجارت الکترونیک (نماد اعتماد الکترونیکی یک مجوز دولتی است) که بر اساس ماده ۳-۱۱ اساسنامه مصوب مرکز توسعه تجارت الکترونیکی وزارت صنعت، معدن و تجارت اعطا می‌شود و صرفاً به فعالیت‌های تجاری قانونمند در فضای مجازی که صاحب‌امتیاز آن احراز صلاحیت شده است اعطا می‌شود. این نماد داده الکترونیکی پویایی است که حاوی اطلاعاتی درباره یک کسب‌وکار الکترونیکی مشخص است، به گونه‌ای که هر شخصی می‌تواند به‌واسطه این نماد و اطلاعات مندرج در آن و مقایسه با فضای الکترونیکی کسب‌وکار به هویت و چارچوب فعالیت آن کسب‌وکار الکترونیکی اعتماد کند. این امر از نظام‌های دولت برای تسهیل و سامان‌دهی کسب‌وکارهای الکترونیکی است (اسفیدانی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۸۴).

این نماد، پس از بررسی درگاه (وب‌سایت) و احراز هویت و صلاحیت مالک (حقیقی یا حقوقی) آن، برای مدت یک سال صادر می‌شود.<sup>۱</sup> با اعلام شرایط اخذ نماد اعتماد الکترونیکی (enamad)<sup>۲</sup> برای فروشگاه‌های اینترنتی از سوی مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و زیر نظر وزارت صنعت، معدن و تجارت، این طور می‌توان نتیجه گرفت که در جهت اعتمادسازی، افزایش ضریب امنیت، سامان‌دهی و رسمیت‌بخشی به فعالیت این فروشگاه‌ها و ایجاد رقابت سالم در کاهش قیمت‌ها و ارتقای سطح کیفیت فروش

۱. تعریف نماد اعتماد الکترونیک

2. www.enamad.ir

کالا و ارائه خدمات مناسب به مصرف‌کنندگان خریدار از فروشگاه‌های اینترنتی، اخذ نماد اعتماد الکترونیکی نه تنها لازم بلکه ضروری است. با توجه به اهمیت موضوع اعتماد در کسب و کار الکترونیکی، تحقیقات متعددی در زمینه‌های اعتماد در تجارت الکترونیکی، اعتماد در بانکداری الکترونیکی و اعتماد در دولت الکترونیکی صورت گرفته است (یکه‌خانی، ۱۳۹۲، ص ۳۰؛ توربان و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۵۳-۵۴).

با اخذ نماد اعتماد الکترونیکی که لازمه صدور پروانه کسب برای فروشگاه‌های الکترونیکی است، اعتماد خریداران برای خرید از این فروشگاه‌ها افزایش می‌یابد. همچنین، با توجه به رعایت ضوابط قانونی و ثبت اطلاعات فروشگاه‌ها در مراجع رسمی و در نهایت نظارت بر آن‌ها، مصرف‌کنندگان با اطمینان بیشتری به خرید کالا یا استفاده از خدمات اینترنتی اقدام خواهند کرد و با افزایش اطلاعات مصرف‌کننده برای استفاده از کالا و خدمات امکان ایجاد بازار کاذب قیمت‌ها کاهش خواهد یافت. به همراه نظام‌مند شدن فروشگاه‌های اینترنتی، تخلفات احتمالی در زمینه‌های کیفیت کالاها، امنیت در فروش، تحویل به موقع کالا، ضوابط بازپس‌گیری کالا و... کاهش خواهد یافت و از بروز این موارد جلوگیری خواهد شد و حتی بخشی از فعالیت‌های خرده‌فروشی کشور در مبادلات داخلی به اجرا در خواهد آمد (برگرفته از پایگاه آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی جرائم اقتصادی در فضای مجازی).<sup>۱</sup>

هدف از تدوین این سند، ترویج جزئیات کلیه فرایندهای مربوط به ارزیابی کسب و کارهای الکترونیکی، شاخص‌های ارزیابی و اعطای نماد اعتماد الکترونیکی بر اساس شاخص‌های مذکور، به‌علاوه نحوه نظارت بر عملکرد و فعالیت‌های کسب و کارهای الکترونیکی و رسیدگی به تخلفات آن است. ذی‌نفعان این سند عبارت‌اند از مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، کسب و کار الکترونیکی، مصرف‌کننده، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تنظیم مقررات رادیویی، وزارت جهاد کشاورزی، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، نیروی انتظامی و سایر دستگاه‌های اجرایی.<sup>۲</sup>

۱. <https://www.iranhoshdar.ir/Default.aspx?PageName=News&ID=271&Language=1>

۲. ر.ک: سامانه مرکز تجارت الکترونیکی

سامانه مدیریت خدمات مربوط به نماد اعتماد الکترونیکی با آدرس [enamad.ir](http://enamad.ir) به‌عنوان سامانه مرجع کسب‌وکارهای الکترونیکی به ثبت رسیده است و تمامی ارتباطات بین متقاضیان دریافت نماد اعتماد الکترونیکی با مرکز توسعه تجارت الکترونیکی در این سامانه تعریف شده است. در این سامانه متقاضیان می‌توانند به‌صورت آنلاین درخواست‌های خود را ثبت کنند و از نتیجه آن اطلاع یابند (سایت مرکز تجارت الکترونیکی).

### ماهیت، قلمرو و فرایند شکل‌گیری نماد اعتماد الکترونیکی

یکی از عوامل مهم توسعه تجارت الکترونیکی، ایجاد اعتماد و اطمینان در میان کاربران خدمات الکترونیکی است. با توجه به بررسی‌های انجام‌گرفته، مهم‌ترین عوامل مراجعه و اعتماد خریداران به کسب‌وکارهای اینترنتی به شرح ذیل است:

- شناسایی مالک کسب‌وکار و امکان مراجعه در صورت بروز اشکال.
- کامل و صحیح بودن اطلاعات کالا یا خدمات ارائه‌شده.
- گارانتی محصولات و ارائه خدمات پس از فروش.
- واضح بودن روند برگرداندن کالا و بازپس‌گیری پول.
- محفوظ ماندن اطلاعات شخصی و مالی خریداران.
- تأیید امنیت سایت از سوی یک مؤسسه و مرکز ملی اعتماد.

طبق مطالعات انجام‌شده، تأیید کسب‌وکار اینترنتی از سوی یک مؤسسه و مرکز ثالث بیشترین تأثیر را در مراجعه و اعتماد خریداران به کسب‌وکار اینترنتی دارد.<sup>۱</sup> در این حالت خریدار از محفوظ ماندن اطلاعات خود احساس امنیت بیشتری دارد و اگر از اطلاعات شخصی وی سوءاستفاده شود، می‌تواند برای شکایت از کسب‌وکار اینترنتی متخلف به مراجع قانونی مراجعه کند. در ایران مرکز توسعه تجارت الکترونیکی مسئولیت ایجاد زیرساخت‌های امنیت و اعطای نماد اعتماد الکترونیکی به کسب‌وکارهای اینترنتی را برعهده دارد.<sup>۲</sup>

علامت نماد اعتماد الکترونیکی در بالای سایت‌هایی که فعالیت قانونی دارند به نمایش درمی‌آید. سامان‌دهی سایت‌های تجاری در کشور مؤثرترین گام برای ایجاد فضای

۱. <https://enamad.ir/About>

۲. ibid

تجارت الکترونیک به خصوص B2C<sup>۱</sup> خواهد بود، به نحوی که مردم با اطمینان از این که سایت‌ها به تعهدات خود در قبال آنان عمل می‌کنند و حقوق مصرف‌کنندگان را به رسمیت می‌شناسند اقدام به خرید اینترنتی می‌کنند (منصوری فر، ۱۳۹۸). خریداران می‌باید با جست‌وجو در فهرست وب‌سایت‌های تأییدشده از صحت نماد اعتماد الکترونیکی به نمایش درآمده در وب‌سایت‌ها اطمینان یابند.

صدور، تعلیق، تمدید یا ابطال مجوز هرگونه فعالیت اقتصادی و تجاری در بستر مبادلات الکترونیکی و فضای مجازی از جمله اینترنت، شبکه ملی اطلاعات، شبکه‌های ارتباطی و اجتماعی یا سایر شبکه‌ها و ابزارهای نوظهور، از سوی کلیه اشخاص حقیقی یا حقوقی، اعم از دولتی یا غیردولتی، منحصراً توسط مرکز توسعه تجارت الکترونیکی وزارت صنعت، معدن، تجارت با صدور نماد اعتماد الکترونیکی انجام می‌پذیرد. بسترهای معاملات الکترونیکی با مشخصات ذیل در حوزه کاری نماد اعتماد الکترونیکی قرار نمی‌گیرند:

- بسترهایی که در قبال خدمات ارائه‌شده عوضی دریافت نمی‌کنند.

- بسترهایی که به خریداران امکان سفارش را نمی‌دهد.

البته در مورد آن دسته از بسترهای معاملات الکترونیکی که بخشی با عنوان «فروشگاه» دارند، نماد اعتماد صرفاً به فروشگاه تعلق خواهد گرفت.<sup>۲</sup>

بنابراین می‌توان گفت که نماد الکترونیکی نشان دولتی است که اگرچه به تقاضای صاحب کسب‌وکار خصوصی، اما با احراز شرایط قانونی اعطا می‌شود و این تقاضا موجب قلب ماهیت یک‌طرفه دولتی آن نخواهد شد. پس نماد اعتماد الکترونیکی نوعی تضمین اعتماد اصالت کسب‌وکار خصوصی عرضه‌شده از سوی دولت است که به مشتری و مصرف‌کننده در انتخاب اصالت شخص خصوصی عرضه‌کننده یا فروشنده اطمینان می‌دهد.

۱. بازاریابی B2C (business to customer) نوعی بازاریابی است که به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا به‌طور مؤثر و متقاعدکننده‌تر با مصرف‌کنندگان ارتباط برقرار کنند. به جای فروش نرم‌افزار حسابداری، شما محصولات خود را مستقیم برای مصرف‌کنندگان فردی بازاریابی می‌کنید.

۲. دستورالعمل اعطای نماد اعتماد الکترونیکی و نظارت بر کسب‌وکارهای اینترنتی مصوب اسفند ۱۳۹۶

### فرایند شکل‌گیری قرارداد از طریق نماد الکترونیکی

انعقاد قرارداد، نخستین بحث ماهوی مطرح در تجارت الکترونیکی است. باید دید که قواعد عمومی حاکم بر قراردادها تا چه حد در این سنخ از قرارداد اعمال‌شدنی است و وضع قانون تجارت الکترونیکی تا چه حدی این قواعد را تحت تأثیر دارد (آهنی، ۱۳۸۳، ص ۳۵). اگرچه تجارت الکترونیکی فقط از طریق شبکه گسترده جهانی (اینترنت) انجام نمی‌شود، اینترنت شایع‌ترین وسیله انعقاد قرارداد الکترونیکی است (بصیری، مهدی و حسین بصیری، ۱۳۹۶، ص ۸۱). در اینترنت این قراردادها با تبادل داده‌پیام از طریق نامه الکترونیکی، رودررویی اینترنتی و سرویس گپ‌زنی قابل انعقادند. با این حال، تشکیل قرارداد با استفاده از تلفن، فاکس، تلکس و سایر وسایل ارتباطی مشابه منتفی نیست (السان، ۱۳۸۴، ص ۱۴۷). قانون تجارت الکترونیکی ایران، «نصی در خصوص قابلیت ایجاب الکترونیکی ندارد. علاوه بر این فاقد بیان قاعده کلی مشابه قوانین «آنستیرال» است. هرچند از نظر رعایت ضوابط قانون‌نویسی اعلام این اصل کلی در آغاز قانون مطلوب به نظر می‌رسد، این نقیصه در شناسایی ایجاب الکترونیکی مشکل‌آفرین نخواهد بود. زیرا از یک طرف با توسل به اصل رضایی بودن عقود و آزادی طرفین در گزینش شیوه اعلام اراده می‌توان آن را توجیه کرد و از طرف دیگر اصل اعتبار و نفوذ داده‌پیام از مواد پراکنده قانون در زمینه شناسایی اعتبار نوشته الکترونیکی، امضای الکترونیکی و دلیل الکترونیک قابل استنباط است» (آهنی، ۱۳۸۳).

به‌طور کلی، ایجاد رابطه حقوقی در محیط اینترنت، به‌ویژه انعقاد قراردادها، در راستای اصل حاکمیت اراده و آزادی قراردادها، مادام که برخلاف آن در قانون و اراده طرفین تصریحی نباشد، تابع شکل یا تشریفات خاصی نیست (Rawls, 2009). یعنی قراردادها اصولاً رضایی است و اشخاص می‌توانند صرفاً با اراده خود و در چارچوب قانون، هر نوع قراردادی را منعقد کنند.<sup>۱</sup> انعقاد قراردادهایی که قانوناً تابع شکل، کتبی یا رسمی‌اند در محیط الکترونیکی، به علت فراهم‌نبودن یا عدم امکان اجرای تشریفاتمانند امضای رسمی مراجع ذیصلاح یا توثیق و تسجیل آن در سجلات رسمی، مانند قراردادهای خرید و فروش اموال غیرمنقول، با موانع ساختاری یا ایمنی مواجه‌اند. ولی رفع

۱. Ec Commerce Directive (Art.1 para. 2, 9 para.1) OJ L 178, 17.7.200.

این امر و قابلیت انعقاد قراردادهای تابع تشریفات خاص قانونی بسته به ایجاد زمینه ساختاری وضع مقررات خاص حقوقی راجع به آن است که مستلزم نقش فعال دولت در این امر است. ایجاد دفاتر ارائه گواهی صحت امضا یا تشریفات تصدیق معامله از طرف مرجع قانونی مستلزم فراهم شدن سازوکار فنی و تنظیم حقوقی راجع به آن است.<sup>۱</sup>

آنچه در زمینه ایجاب مشکل آفرین است، تمیز ایجاب یعنی پیشنهادی که با قبولی آن مجال انصراف برای گوینده باقی نمی‌ماند از سایر اموری است که شبیه ایجاب‌اند، اما احساس حقوقی از آن‌ها ایجاب و پایبندی را استنباط نمی‌کند. این موضوع در قراردادهای الکترونیکی اهمیت اساسی دارد. به‌ویژه که بررسی اوضاع و احوال در این نسخ از قراردادها کمتر از قراردادهای سنتی راهگشا است. به‌طور خاص این مسئله مطرح می‌شود که آیا اعلام‌های یک سایت که کالا یا خدمات معینی را عرضه می‌دارد، «ایجاب» است یا «دعوت به ایجاب». این تمیز اهمیت اساسی دارد. چنانچه عرضه کالا و خدمات در سایت ایجاب تلقی شود، در صورت قبول مخاطب یا مخاطبان امکان انصراف برای گوینده باقی نمی‌ماند. برعکس اگر این اراده فقط «دعوت به ایجاب» باشد، فروشنده امکان رد و قبول پیشنهادها را دریافتی را خواهد داشت. اکثر قوانین راجع به مبادلات الکترونیکی و نیز قانون تجارت الکترونیکی کشور ما نصی در این خصوص ندارند. توجه به عرف مجازی که شکل‌گیری آن مستلزم گسترش روزافزون استفاده از اینترنت است در این خصوص لازم به نظر می‌رسد (ملکوتی، ۱۳۹۵، ص ۱۸۰) و تشخیص این موضوع بر عهده این عرف خواهد بود (آهنی، ۱۳۸۳، ص ۳۰؛ عزیزی، ۱۳۹۸، ص ۱۲۳-۱۲۴).

### اختلافات ناشی از استفاده از نماد اعتماد الکترونیکی

عمده تخلفاتی که در استفاده از نماد اعتماد الکترونیکی صورت می‌گیرد عبارت است از:

- استفاده از تصویر نماد در سایت بدون دریافت نماد.
- واگذاری کسب‌وکار به اشخاص غیر و دریافت نکردن نماد جدید برای آن.
- مغایرت فعالیت اعلام‌شده برای دریافت نماد با فعالیت اصلی.<sup>۲</sup>

۱. Official Journal of The European Communities 17/7/2000.

۲. www.enamad.ir



سازوکار نظارت بر عملکرد کسب‌وکارهای الکترونیکی که به کشف تخلفات مزبور و در نتیجه ایجاد اختلاف منجر می‌شود به گونه‌های متمرکز طراحی شده است. در این سیستم، نظارت بر کسب‌وکارهای الکترونیکی از طریق دو رکن دستگاه‌های نظارتی و مرکز صدور نماد اعتماد الکترونیکی تحقق می‌پذیرد. بر اساس نتایج نظارت بر کسب‌وکارهای الکترونیکی و بنا به نوع تخلف صورت گرفته، با کسب‌وکار الکترونیکی متخلف برخورد خواهد شد. بر این اساس، اولاً ارزیابی عملکرد واحدهای کسب‌وکار الکترونیکی بر عهده تمامی دستگاه‌های نظارتی خواهد بود. دوم، هدف از نظارت و ارزیابی عملکرد و فعالیت‌های کسب‌وکار الکترونیکی نحوه عمل و اقدامات کسب‌وکار به منظور کشف تخلفات و سپس رفع نواقص و برخورد با آنهاست. سوم، کلیه کسب‌وکارهای الکترونیکی موظف‌اند فعالیت‌های خود را با قوانین و مقررات و ضوابط در عرضه کالا و خدمات در بستر معاملات الکترونیکی منطبق کنند. چهارم، کلیه دستگاه‌های نظارتی موظف‌اند حداکثر هر سه ماه یک‌بار گزارش اقدام‌ها و پیشنهادها در حوزه این دستورالعمل را به کمیته نظارتی اعلام کنند و کمیته، با بررسی و جمع‌بندی گزارش‌ها و پیشنهادهای رسیده به دبیرخانه، حسب مورد تصمیمات لازم را اتخاذ می‌نماید. پنجم، کمیته موظف است بر حسن اجرای این دستورالعمل نظارت کند و گزارش‌های سالیانه جامعی را از ارزیابی عملکرد و بازرسی واحدها تهیه و در صورت لزوم به شورای امنیت کشور ارائه دهد. ششم، ارائه گزارش‌های شش‌ماهه از اقدامات انجام‌شده از طرف دبیرخانه به کمیته است که در این فرایند بر مدل کسب‌وکار، انواع کالا و خدمات عرضه‌شده و نحوه توزیع آن با فرایند پرداخت وجه و شاخص‌های اعطای نماد اعتماد نظارت صورت می‌گیرد.

حوزه نظارت بر کسب‌وکارهای الکترونیکی به صورت زیر است:

الف) نظارت بر مدل کسب‌وکار: از سوی وزارت اطلاعات و نیروی انتظامی.  
 ب) نظارت بر قانونمندی و رعایت الزامات ارائه کالا و خدمات: از سوی کلیه دستگاه‌های نظارتی.

ج) نظارت بر بستر و شیوه توزیع: از سوی وزارت اطلاعات.

د) نظارت بر رویه پرداخت‌ها: توسط شاپرک.

هـ) نظارت بر شاخص‌های اعطای نماد اعتماد: از سوی مرکز صدور نماد اعتماد الکترونیکی.

تخلفات مورد تأیید در دستورالعمل اعطای نماد اعتماد الکترونیکی و نظارت بر کسب و کارهای الکترونیکی به شرح جدول زیر است. مرکز صدور نماد اعتماد الکترونیکی و هریک از دستگاه‌های نظارتی باید در حوزه اختیارات و مسئولیت‌های قانونی خود، تخلفات کسب و کارهای الکترونیکی را برحسب میزان اهمیت به چهار سطح طبقه‌بندی کنند که سطح چهار شامل تخلفات مجرمانه می‌شود. هریک از دستگاه‌های نظارتی در صورت مشاهده هرگونه تخلف از سوی کسب و کارهای الکترونیکی، ضمن ارسال مستندات مزبور، باید مورد تخلف را همراه با سطح تخلف آن به مرکز گزارش دهند.

جدول طبقه‌بندی تخلفات

سطح تخلف	شرح سطح تخلف صورت گرفته	واحد امتیاز منفی (PU)
۴	عمل مجرمانه مشاهده شده است	۱۰
۳	تخلف با اهمیت زیاد مشاهده شده است	۵
۲	تخلف با اهمیت متوسط مشاهده شده است	۳
۱	تخلف با اهمیت کم مشاهده شده است	۱

در صورتی که در طی سه ماه مجموع تخلف به واحد امتیاز منفی ۱۰ برسد، نحوه برخورد با متخلف مطابق با سطح چهار خواهد بود. در صورتی که مدت زمان رفع تخلف از حد متناسب زمان اعطایی با سطح تخلف تجاوز کند و صاحب امتیاز نماد در این مدت به رفع تخلف اقدام نکند، اخطار ابطال نماد ارسال می‌شود. پس از گذشت دو روز کاری از زمان ارسال اخطار، در صورت برطرف نشدن تخلف، نماد اعتماد ابطال خواهد شد. این حد مشخص بر مبنای حاصل تقسیم عدد ۴۵ بر سطح تخلف محاسبه می‌شود و واحد آن روز کاری است. چنانچه نوع تخلف نداشتن مجوز برای کالا یا خدمت عرضه شده یا

اتمام اعتبار مجوز باشد، تخلف بر مبنای حاصل تقسیم عدد ۱۲۰ بر سطح تخلف محاسبه می‌شود و واحد آن روز کاری است.<sup>۱</sup>

### سازوکار حل و فصل اختلاف ناشی از تولید و بهره‌مندی از نماد اعتماد الکترونیکی

ماده ۳ از مصوبه برنامه جامع توسعه تجارت الکترونیکی مورخ ۱۳۸۴/۵/۵ که در اجرای ماده ۷۹ قانون تجارت الکترونیکی به تصویب هیئت وزیران رسیده چنین مقرر داشته است: «وزارت دادگستری مکلف است با همکاری قوه قضائیه، نسبت به تدوین قواعد رفع تعارض قوانین جدید به عنوان بخشی از قانون عام آیین دادرسی مدنی فضای تبادل اطلاعات و قانون آیین دادرسی خاص تجارت الکترونیکی از جمله قواعد داوری و واسطه‌گری برخط برای تسهیل در حل و فصل اختلافات ناشی از تجارت الکترونیکی حداکثر تا پایان سال ۱۳۸۴ اقدام کند.» همچنین، به موجب ماده ۹ مقرر فوق، «وزارت بازرگانی مکلف است با همکاری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وزارت دادگستری و قوه قضائیه اقدامات زیر را انجام دهد:

۱. تدوین الگوی داوری در دعاوی تجارت الکترونیکی برای کاهش دعاوی حقوقی با اعمال حداقل استانداردهای حقوقی در عرصه تجارت الکترونیکی حداکثر تا پایان شهریورماه سال ۱۳۸۵.

۲. تدوین الگوی قراردادی حل اختلاف برای دعاوی در الگوهای بنگاه به بنگاه (B2B) و بنگاه به مشتری (B2C) به منظور ساده و شفاف‌سازی روند حل و فصل اختلافات حداکثر تا پایان اسفندماه سال ۱۳۸۵.»

بنابراین دولت به استناد مقررات فوق مکلف به تعبیه سازوکار قانونی برای حل و فصل اختلافات ناشی از مبادلات الکترونیکی از جمله اختلافات ناشی از استفاده از نماد اعتماد الکترونیکی با رویکرد توجه به شیوه‌های غیرقضایی شده است، اما این احکام تاکنون جامه عمل نپوشیده است (جلالی، ۱۳۸۸). بنابراین باید گفت با وجود تکالیف مزبور در خصوص این اختلافات دو راه حل متصور است: راه حل نظارتی و راه حل قضایی.

۱. دستورالعمل اعطای نماد اعتماد الکترونیکی و نحوه نظارت بر فعالیت کسب‌وکارهای الکترونیکی؛ رسیدگی به تخلفات، ص ۲۶.

ترتیبات شیوه اول در دستورالعمل اعطای نماد اعتماد الکترونیکی و نظارت بر کسب‌وکارهای اینترنتی مصوب اسفند ۹۶ آمده است که مقرر می‌دارد: واحدهای نظارتی دستگاه‌های اجرایی در حیطه وظایف و مسئولیت‌های خود در زمان بازرسی‌های موردی و دوره‌ای از کسب‌وکارهای الکترونیکی، در صورت مشاهده تخلف، مراتب را به‌همراه مشاهدات به دبیرخانه گزارش می‌دهند. دبیرخانه، پس از دریافت گزارش وقوع تخلف، باید مراتب را برای پاسخ‌گویی و جمع‌آوری مدارک و مستندات لازم به دارنده کسب‌وکار الکترونیکی اعلام کند و وی موظف است، حداکثر ظرف مدت یک روز کاری از تاریخ دریافت نامه الکترونیکی دبیرخانه، پاسخ لازم را به‌همراه مستندات لازم تهیه و ارسال و به رفع تخلف اقدام کند. در موارد خاص که امکان احراز تخلف به‌سادگی امکان‌پذیر نباشد، دبیرخانه مورد را به کمیته نظارتی ارجاع می‌دهد. پس از بررسی مستندات، تصمیم نهایی برای ابلاغ به دبیرخانه اعلام می‌شود و تا صدور حکم قطعی از سوی مرجع مذکور، فعالیت واحد کسب‌وکار الکترونیکی به حالت تعلیق درمی‌آید. در مواردی که تخلف واجد وصف مجرمانه شناخته شود، پرونده برای رسیدگی به مراجع قضایی ذیصلاح ارسال می‌شود.<sup>۱</sup> البته در صورتی که دارنده نماد اعتماد الکترونیکی به اقدامات مراجع مذکور معترض باشد، وفق قاعده کلی، باید مرجع صالح را دادگاه دانست.

### نتیجه‌گیری

در موفقیت تجارت الکترونیکی سه عامل اساسی سرعت، اعتماد و امنیت باید تأمین شود. تحقق این امور وابسته به قوانین و قواعد حقوقی است. بنابراین زیرساخت‌های حقوقی یکی از پایه‌های اساسی توسعه تجارت در هر مرحله‌ای است. اگرچه قوانین در حوزه تجارت غیرالکترونیکی با قواعد تجارت در حوزه تجارت الکترونیکی انطباق‌پذیر ماست، هنوز اشکالاتی در مرحله اجرایی باعث می‌شود که نحوه حل و فصل اختلافات در حوزه سایبری مورد تحلیل و بررسی قرار گیرد. با تکیه بر این اصل که تحولات حقوقی باید در چارچوب اصول مهم حقوقی باشد، می‌توان قدم‌های مؤثر و بزرگی در رفع ابهامات و خلأهای موجود برداشت؛ مانند وضع و تصویب قوانینی همچون قانون حمایت از پدیدآورندگان نرم‌افزارهای رایانه‌ای، قانون جرایم رایانه‌ای، قانون اختراعات، علائم

صنعتی و نام‌های تجاری و آیین‌نامه‌های اجرایی این قوانین. با وجود تصویب قوانین متعدد در این زمینه در ایران، هنوز خلأهای فراوانی به چشم می‌خورد، همچون حمایت از داده‌ها، حریم خصوصی، کمبود قوانین داخلی سازگار با قوانین متحدالشکل بین‌المللی در این حوزه و فقدان آیین دادرسی خاص. اگرچه مصوبه برنامه جامع توسعه تجارت الکترونیکی مورخ ۱۳۸۴/۵/۵ احکام شایسته‌ای برای جبران این خلأ مقرر کرده است، اما عمل نکردن به آن از سوی مراجع مخاطب حکم، همچنان وضعیت سابق را تداوم بخشیده است. در خصوص اختلافات ناشی از استفاده از نماد اعتماد الکترونیکی باید گفت، اگرچه وزارت صنعت، معدن و تجارت راه‌حل نظارتی برای جلوگیری از این اختلافات تعبیه کرده است، اما کافی نیست و رعایت اصل تدافع و شفافیت قضایی در آن مسلم نیست و وفق اصول کلی، صلاحیت عام دادگاه‌ها نیز برای مراجعه دارنده یا متخلف معترض باز است. بنابراین به نظر می‌رسد ایجاد سازوکار غیرقضایی متقن و شفاف در این خصوص اقتضای ترویج و تقویت کسب‌وکار مجازی است و عمل به احکام معطل‌مانده قانونی در این باره الزامی است.

## منابع

- السان، مصطفی (۱۳۸۴). «تشکیل قراردادهای الکترونیکی». *پژوهشنامه بازرگانی*، دوره ۹، شماره ۳۶، ص ۱۴۱-۱۸۴.
- جلالی، سعید (۱۳۸۸). *فناوری اطلاعات و ارتباطات در نظم نوین قانونی*، جلد ۱، دبیرخانه شورای عالی اطلاع رسانی.
- اسفیدانی، محمدرحیم، نوری، روح‌الله، دارمی، هادی و ابوی‌یاردکانی، محمد (۱۳۸۹). *استانداردهای تجارت الکترونیکی*. مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- آهنی، بتول (۱۳۸۳). «انعقاد قراردادهای الکترونیکی». *فقه و حقوق خانواده (ندای صادق)*، شماره ۳۴ و ۳۵.
- بصیری، مهدی و بصیری، حسین (پاییز ۱۳۹۶). *خدمات فناوری اطلاعات*. تهران: انتشارات پشتیبان.
- توربان، افرم و لونینو، لیندا (۱۳۹۶). *کسب‌وکار الکترونیکی و تجارت الکترونیکی*. ترجمه زهیر حیاتی و غلامعلی تمهید. تهران: کتابدار.

عباس‌نژاد ورزی، رمضان و عباس‌نژاد ورزی، یوسف (۱۳۸۹). تجارت الکترونیکی. فن‌آوری نوین.

عزیزی، آریا (۱۳۹۸). چالش‌های حقوقی و موانع اجرایی تجارت الکترونیکی، تهران: فرزنانگان دانشگاه.

ملکوتی، رسول (۱۳۹۵). مسئولیت مدنی در فضای سایبر. تهران: مجد. منصورفر، مهرا (۱۳۹۸). بازاریابی B2C و راهنمای کامل پیاده‌سازی آن. قابل دسترسی در:

<http://ketabesabz.com/book/78994>

موحدی‌فر، محمدصادق (۱۳۹۶). مسائل حقوقی تجارت الکترونیکی و جرائم رایانه‌ای در ایران. تهران: آکادمیک.

یعقوبی منظری، پریسا، نوری، روح‌الله و محمودزاده، محمود (۱۳۸۹). اقتصاد در تجارت الکترونیکی. مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.

یکه‌خانی، راضیه (۱۳۹۲). الگوهای کسب‌وکار الکترونیکی رویکرد تحلیلی-مقایسه‌ای. مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.

<http://www.ecommerce.gov.ir> (2020-12-20)

<http://ecommerce.gov.ir/index.aspx?pageid=198&p=1> (2020-12-15)

<https://enamad.ir/About> (2021-2-1-)

<https://www.iranhoshdar.ir/Default.aspx?PageName=News&ID=271&Lang>

<https://www.nerdoma.com/blog/b2c-marketing>

(2021-2-3)

Rawls, A. (2009). "Contract Formation in Internet Age". The Columbia Science and Technology Law Review, 10, 200.

## Resolve Disputes Arising from the Issuance and Use of Electronic Trust Symbol

Rasool Malakooti,<sup>1</sup> Talaat Halaj<sup>2</sup>

### Abstract

Compatibility and conformity of verbal and customary concepts of contract law rule with technical concepts of the electronic environment are one reason that has made it possible to conclude an electronic contract and consequently the spread of business in this field. With the enactment of the Electronic Commerce Law, electronic contracts, both in terms of the formation process and nature, such as non-electronic commerce, have the necessary legal support and are valid within the country's framework's legal system. In other words, the digital or virtual nature of the agreement between the parties is correct in terms of legal analysis and is not prohibited by law. With the expansion of cyberspace and the need for the rules governing trade in cyberspace and as a result of disputes arising from these interactions and transactions, finding a solution to resolve these disputes is inevitable and necessary. By inferring the rules for resolving disputes in non-electronic space, solutions can be found for resolving disputes in cyberspace. These solutions can resolve existing ambiguities and gaps in non-judicial methods in resolving disputes by complying with commercial and civil law and domestic and international arbitration laws. In this article, while introducing the concept and nature of the symbol of electronic trust as a researcher and strengthener of Internet business, an attempt has been made to talk about potential and actual ways of resolving disputes arising from its use in national law.

**Keywords:** Electronic Contract, Electronic Trust Symbol, Message Data, Dispute Resolution

---

۱. Assistant Professor in Private Law, Islamic Azad University, Branch of Pardis, Iran

rasoolmalakooti@yahoo.com

۲. Master's Student in International Trade Law, Islamic Azad University, Branch of Pardis, Iran,

talathalaj@gmail.com