

تحلیل فقهی و حقوقی قراردادهای الحاقی در تجارت الکترونیکی: با تأکید بر حمایت از حقوق مصرف کننده

عبدالکبیر مشفق^۱

چکیده

قراردادهای الحاقی، به عنوان یکی از ویژگی های برجسته تجارت الکترونیکی، اغلب به دلیل عدم توازن قدرت بین طرفین، چالش هایی را در زمینه عدالت قراردادی ایجاد می کنند. در این پژوهش، با رویکردی فقهی و حقوقی، به تحلیل این نوع قراردادها پرداخته شده است. دادهای بدست آمده نشان می دهد: از منظر فقه اسلامی، خیاراتی همچون خیار عیب، خیار غبن، خیار تدلیس، و خیار رؤیت ابزارهایی برای حمایت از مصرف کننده در برابر ضررهای احتمالی در قراردادهای الحاقی ارائه می شود. همچنین در قوانین؛ بر علاوه میکانیزهای قانون مدنی، قانون تجارت الکترونیکی ایران، از جمله حق انصراف و مسئولیت تأمین کننده، تدابیری حمایتی برای مصرف کنندگان در چنین قراردادهایی پیش بینی کرده اند. این مقاله با بررسی تطبیقی این دو رویکرد، تلاش دارد چارچوبی عادلانه برای قراردادهای الحاقی در تجارت الکترونیکی ترسیم کند و راهکارهایی برای تقویت حمایت از مصرف کننده ارائه دهد.

کلید واژه ها: قرارداد الحاقی، تجارت الکترونیک، حقوق مصرف کننده.

^۱ دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، جامعه المصطفی العالمیه واحد گرگان.

مقدمه

با گسترش روزافزون تجارت الکترونیکی، قراردادهای الحاقی به عنوان یک ابزار حقوقی رایج، در اغلب معاملات آنالاین مورد استفاده قرار می گیرند. این قراردادها با توجه به ماهیت شان، به مصرف کنندگان امکان می دهند بدون نیاز به مذاکره یا توافق دوطرفه، تنها با پذیرش شرایط از پیش تعیین شده، از خدمات و کالاهای ارائه شده بهره مند شوند. هرچند که این ویژگی ها باعث سهولت و سرعت در انعقاد قراردادها شده اند، اما مسائلی در زمینه حقوق مصرف کننده و مشروعیت این نوع قراردادها از منظر حقوقی و فقهی ایجاد کرده است.

یکی از چالش های اصلی قراردادهای الحاقی، عدم تعادل قدرت میان طرفین است. فروشندگان یا ارائه دهندگان خدمات معمولاً شرایط قرارداد را یک جانبه تدوین می کنند و مصرف کننده به دلیل نیاز یا فقدان جایگزین مناسب، مجبور به پذیرش آن می شود. در این شرایط، ممکن است برخی شروط ناعادلانه، غیرشفاف یا حتی مغایر با حقوق مصرف کننده در این قراردادها گنجانده شود.

از نظر حقوقی، این سوال مطرح می شود که آیا قراردادهای الحاقی تجارت الکترونیکی، با اصول آزادی قراردادها و انصاف سازگارند؟ آیا حقوق مصرف کننده در چارچوب این قراردادها به اندازه کافی حمایت می شود؟ قانون تجارت الکترونیکی ایران (مصوب ۱۳۸۲) و قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان (مصوب ۱۳۸۸)، چه راهکارهایی برای رفع نابرابری ها ارائه داده اند؟

از منظر فقهی نیز تحلیل این قراردادها ضروری است. در فقه اسلامی، اصل بر رضایت طرفین و مشروعیت شروط قراردادها است. حال سوال این است که آیا رضایت مصرف کننده در قراردادهای الحاقی، رضایت واقعی محسوب می شود یا رضایتی تحمیلی است؟ همچنین، شروط ناعادلانه چگونه با اصل عدالت در فقه سازگار هستند؟

با توجه به این چالش ها، این پژوهش در صدد است تا از یک سو، مطابقت قراردادهای الحاقی تجارت الکترونیکی با اصول و قواعد فقهی را بررسی کند و از سوی دیگر، کفایت مقررات حقوقی موجود در حمایت از حقوق مصرف کننده را تحلیل کند. هدف نهایی، ارائه راهکارهایی برای تنظیم بهتر این نوع قراردادها و حفظ توازن میان تسهیل تجارت و حمایت از مصرف کننده است. در این پژوهش از روش تحلیلی- توصیفی استفاده شده، که با مراجعه به کتب فقهی، حقوقی و مقالات در این خصوص بعد از جمع آوری اطلاعات پراکنده به تحلیل آن پرداخته شده است.

تجارت الکترونیکی

تجارت الکترونیکی عبارت از ابزاری است که کسب و کارها، شرکای تجاری و مشتریان را قادر می‌سازد تا کیفیت خدمات و سرعت انجام امور را افزایش داده و هزینه‌ها را کاهش دهند (محمودزاده، ۱۳۹۵، ص ۳). سازمان همکاری اقتصادی و توسعه تجارت الکترونیکی را به‌طور کلی شامل تمامی اشکال معاملات تجاری میان سازمان‌ها و اشخاص می‌داند که بر فرآیندهای الکترونیکی و انتقال داده‌ها، از قبیل متن، صوت و تصویر، مبتنی است (شیروی، ۱۴۰۰، ص ۴۲۱). به بیان دیگر، تجارت الکترونیکی به معنای انجام کلیه فعالیت‌های تجاری با استفاده از شبکه‌های ارتباطی کامپیوتری، به‌ویژه اینترنت، است. از طریق تجارت الکترونیکی، اطلاعات مربوط به خرید و فروش، حمل و نقل کالاها و تبادلات بانکی با سهولت بیشتر و سرعت بالاتر انجام می‌شود.

ماهیت فقهی و حقوقی قراردادهای الحاقی

مفهوم قرارداد الحاقی

قراردادها معمولاً پس از مذاکرات میان طرفین منعقد می‌شوند، اما امروزه نوعی دیگر از قراردادها رایج شده است که در آن، متن قرارداد از پیش توسط یکی از طرفین، که غالباً از قدرت انحصاری یا شبه‌انحصاری در ارائه کالا یا خدمات برخوردار است، تنظیم می‌شود و طرف دیگر تنها پذیرش یا رد آن را دارد. این نوع قراردادها به قراردادهای الحاقی معروف‌اند. در تعریف این قراردادها آمده است: «قرارداد الحاقی، نمونه‌ای است که معمولاً به‌صورت چاپی توسط عرضه‌کننده کالا یا خدمات، که دارای قدرت اقتصادی کاملاً برتر است، تنظیم و به مصرف‌کننده ارائه می‌شود. مصرف‌کننده یا باید قرارداد را با تمامی شروط آن بپذیرد یا کاملاً از آن صرف‌نظر کند» (شیروی، ۱۴۰۰، ص ۱۶۲). در این میان، قراردادهای دیگری نیز وجود دارند که به قراردادهای استاندارد معروف‌اند. اگرچه این قراردادها نیز از پیش تنظیم شده‌اند و طرفین به آن ملحق می‌شوند، اما ویژگی بارز آنها توازن قدرت میان طرفین است، به‌گونه‌ای که هیچ‌یک قادر به تحمیل شرایط خود بر دیگری نیست. در مقابل، در قراردادهای الحاقی چنین توازنی وجود ندارد. به‌عنوان مثال، افرادی که نیازمند تلفن هستند، مجبورند به شرکت مخابرات مراجعه کرده و قرارداد از پیش تنظیم‌شده‌ای را امضا کنند. در این شرایط، مصرف‌کننده که نیازمند خدمات است، چاره‌ای جز پذیرش تمامی شروط قرارداد یا صرف‌نظر از خدمات ندارد.

دیدگاه فقیهان

قراردادهای الحاقی، همان‌گونه که روشن است، در گذشته به این شکل در معاملات وجود نداشته و محصول عصر صنعتی و فناوری هستند. از این‌رو، در کتب فقهی پیشینیان اشاره‌ای مستقیم به این نوع قراردادها یافت

نمی‌شود. با این حال، با توجه به پویایی فقه و ارائه مبانی در حوزه معاملات، امکان استنباط حکم چنین مسائلی وجود دارد. بر این اساس، لازم است ابتدا شرایط عمومی عقود در فقه مورد بررسی قرار گیرد و سپس میزان تطابق قراردادهای الحاقی با این شرایط مشخص شود. همچنین باید مواردی را که در آنها فقدان شرایط مذکور در قراردادهای الحاقی مشاهده می‌شود، مورد تحلیل قرار دهیم. بنابراین، ابتدا شرایط عمومی قراردادها مطرح می‌شود و در ادامه این شرایط با قراردادهای الحاقی تطبیق و ارزیابی خواهد شد.

بررسی شروط صحت معامله

با مراجعه به کتب فقهی اهل سنت و تشیع، برای صحت عقد تحقق شرایطی همچون رضایت، اهلیت، مشروع و معین بودن موضوع عقد و اجرای صیغه عقد ضروری است (زحیلی، ۱۹۸۴م، جلد ۴، ص ۲۲۵). رضایت: یکی از مهم‌ترین ارکان عقد، رضایت طرفین است که به معنای پذیرش آزادانه و آگاهانه تعهدات ناشی از عقد می‌باشد. اهلیت طرفین: طرفین عقد باید از اهلیت شرعی برخوردار باشند. موضوع عقد: لازم است موضوع عقد مشخص و مشروع باشد. اجرای صیغه عقد: ایجاب و قبول باید صورت گیرد؛ هرچند در برخی از عقود، مانند معاطات، جاری کردن صیغه الزامی نیست. با توجه به این شرایط، باید بررسی کرد که آیا چنین الزاماتی در قراردادهای الحاقی تجارت الکترونیکی به‌طور کامل تحقق می‌یابد یا خیر؟ در ادامه، هر یک از این شرایط را با قراردادهای الحاقی تطبیق و ارزیابی خواهیم کرد.

تطبیق قراردادهای الحاقی با قواعد عمومی معاملات در فقه

رضایت طرفین عقد

یکی از مهم‌ترین چالش‌های مطرح در قراردادهای الحاقی، مسأله نبود رضایت یا خلل در آن است. در قراردادهای معمولی، طرفین معمولاً با یکدیگر چانه‌زنی کرده و هرکدام برای منافع خود تلاش می‌کنند، اما در قراردادهای الحاقی این‌گونه نیست و قرارداد از پیش تنظیم شده است و مصرف‌کننده تنها می‌تواند آن را بپذیرد یا رد کند. با توجه به مفهوم رضایت در فقه و نحوه ترتیب و انعقاد این نوع قراردادها، به نظر می‌رسد در قراردادهای الحاقی در تجارت الکترونیکی رضایت واقع می‌شود و نمی‌توان گفت رضایت حاصل نشده یا خللی در آن ایجاد شده است. هرچند طرف مصرف‌کننده نقشی در تنظیم قرارداد ندارد و فروشنده یا ارائه‌دهنده کالا از قدرت بیشتری برخوردار است، اما برای احراز نبود یا اخلاف در رضایت، فقیهان موانعی همچون اکراه، تدلیس، غلط و غبن را مطرح کرده‌اند (زحیلی، ۱۹۸۴م، جلد ۴، ص ۲۱۳-۲۲۴). در این نوع قراردادها نمی‌توان ادعا کرد

که خریدار تحت اکراه قرار گرفته، زیرا هیچ‌گونه الزام به خرید کالا وجود ندارد و مصرف‌کننده اختیار رد قرارداد را داشته است. گرچه ممکن است ایرادی مطرح شود مبنی بر اینکه مصرف‌کننده هیچ‌گزینه‌ای جز پذیرش قرارداد نداشته است، اما این اجباری که در اینجا مطرح می‌شود، به معنای اکراه فقهی نیست. در مورد تدلیس نیز باید بررسی کرد که آیا واقعاً تدلیس صورت گرفته است یا نه. به نظر می‌رسد در قراردادهای الحاقی تدلیس تحقق نمی‌یابد، زیرا تدلیس به معنای پنهان کردن حقیقت یا فریب در معرفی کالا است، در حالی که در این نوع قراردادها چنین روش‌هایی به کار نمی‌رود و فروشنده کالا را به‌طور صادقانه ارائه می‌دهد. همچنین، با فرض تدلیس، فقه برای حمایت از خریدار، خیاراتی مانند خیار تدلیس را در نظر گرفته است که به مصرف‌کننده این حق را می‌دهد که در صورت احراز تدلیس، کالا یا خدمات دیگری را درخواست کند. در خصوص غبن نیز باید گفت که این مسأله زمانی مطرح می‌شود که تعادل بین عوضین برهم خورده و این ناترازی ممکن است فاحش یا غیر فاحش باشد. غبن غیر فاحش در عرف بازار قابل مسامحه است، در حالی که غبن فاحش قابل مسامحه نیست و شارع برای متضرر حق فسخ قرارداد را در نظر گرفته است (الجزیری، ۱۳۹۷، جلد ۳، ص ۲۴۶). اما در قراردادهای الحاقی، بعید به نظر می‌رسد که مشکلی از نظر غبن فاحش وجود داشته باشد. در نهایت، بررسی عیوب رضایت نشان می‌دهد که هیچ‌یک از عیوب مطرح‌شده در قراردادهای الحاقی وارد نیست و نمی‌توان گفت رضایت مصرف‌کننده در هنگام انعقاد عقد صحیح نبوده است. هرچند مصرف‌کننده در موقعیت برابر با ارائه‌دهنده کالا قرار ندارد، اما رضایت به‌طور صحیح ابراز شده است.

اهلیت طرفین عقد

اهلیت طرفین عقد یکی از شروط لازم برای تحقق عقد است. اهلیت به معنای صلاحیت شرعی طرفین برای انجام عمل حقوقی است که شامل عقل و بلوغ می‌شود. در معاملات سنتی، فقها اتفاق نظر دارند که طرفین قرارداد باید عاقل و بالغ باشند؛ به‌طوری‌که معامله‌ای که توسط مجنون دائمی یا صغیر غیرممیز انجام شود، در صورتی که به نفع محض آن نباشد، باطل است. در قراردادهای الحاقی در تجارت الکترونیکی نیز اهلیت طرفین ضروری است، زیرا این قراردادها به‌عنوان اعمال حقوقی تلقی می‌شوند و به تبع آن مستلزم اهلیت هستند. دشواری زمانی پیش می‌آید که در خصوص اهلیت طرفین تردید ایجاد شود، در این صورت، اصل صحت معامله جاری است مگر اینکه خلاف آن ثابت شود، و در صورتی که تردید در ارکان عقد وجود داشته باشد، نمی‌توان اصل صحت را در آنجا اعمال کرد. در کتب فقهی، دو نظر مختلف در این خصوص مطرح شده است. گروه نخست معتقدند که اصل صحت در تمامی موارد شک در صحت و فساد معامله معتبر است، خواه شک در وجود مانع صحت، فقدان شرط، یا اهلیت یکی از طرفین باشد. بنابراین، تنها شرط اجرای اصل صحت، وقوع عرفی معامله است و

هیچ تفاوتی میان شروط عقد و اهلیت طرفین وجود ندارد (نجفی، ۱۴۳۲، جلد ۲۳، ص ۱۹۴؛ انصاری، ۱۴۱۹، ص ۹۶). گروه دوم مخالف اجرای اصل صحت در صورت تردید نسبت به اهلیت طرفین هستند و معتقدند که این اصل تنها در مواردی باید اجرا شود که شک در فساد به ارکان اصلی عقد مربوط نباشد. ریشه این نظر در آثار شیخ طوسی و سایر فقهاست (طوسی، ۱۳۸۶، جلد ۲، ص ۳۳۶). علامه حلی نیز در کتاب قواعد تصریح می‌کند که ضمان کودک از دیگری صحیح نیست، حتی اگر ولی به او اجازه داده باشد، و در مورد جنون نیز همین قاعده صادق است. در نهایت، با توجه به دیدگاه‌های مختلف فقهی، در صورتی که اهلیت طرفین مورد تردید باشد، نمی‌توان به‌طور قطعی عقد را باطل دانست و در قراردادهای الحاقی در تجارت الکترونیکی نیز به‌دلیل عدم احراز هویت طرفین نمی‌توان اشکال وارد کرد.

مشروع و معین بودن موضوع عقد

آخرین شرطی که باید مورد تحلیل قرار دهیم، مشروع و معین بودن موضوع عقد است. فقهای اسلامی، اعم از شیعه و سنی، بر این امر اتفاق دارند که موضوع عقد باید مشروع و معین باشد؛ زیرا در صورت عدم مشروعیت، عقد باطل است. همچنین، معین بودن موضوع عقد برای رفع جهالت ضروری است. در خصوص این شرط در قراردادهای الحاقی در تجارت الکترونیکی، بررسی‌ها نشان می‌دهد که شرط مشروع و معین بودن موضوع عقد در این نوع قراردادها محقق می‌شود، زیرا در فرم‌های از پیش تدوین شده تمامی خصوصیات کالا یا خدمات ارائه شده به‌وضوح درج می‌گردد و هیچ‌گونه جهالتی باقی نمی‌ماند. بنابراین، این شرط در قراردادهای الحاقی تجارت الکترونیکی به‌طور کامل اجرا می‌شود و در این زمینه هیچ ابهامی وجود ندارد.

دیدگاه حقوقی

چنان‌که معمول است، در عقود و قراردادها طرفین پس از گفتگو و چانه‌زنی، حقوق و تعهدات خود را تعیین کرده و سپس با ایجاب و قبول، عقد منعقد می‌شود. اما در برخی پیمان‌ها، صلاحیت گفتگو از یک طرف به‌طور کامل گرفته شده و طرف دیگر پیشاپیش تمام شرایط و آثار آن را تعیین می‌کند. یکی از این قراردادها، قراردادهای الحاقی در تجارت الکترونیکی است (کاتوزیان، ۱۳۸۵، جلد ۱، ص ۱۰۷). در خصوص تحلیل حقوقی این نوع قراردادها باید گفت که چنین قراردادهایی امروزه در حوزه تجارت جا افتاده و برخی دادوستدهای تجاری به این روش انجام می‌شود، به‌طوری که نمی‌توان از آن‌ها اجتناب کرد. با این حال، برخی اشکالات نیز وجود دارد که می‌بایست همچون گذشته (با تطبیق قراردادهای الحاقی با قواعد عمومی معاملات در فقه) مورد تحلیل قرار گیرد تا بررسی کنیم که آیا قراردادهای الحاقی در تجارت الکترونیکی با شرایط عمومی معاملات مندرج در ماده ۱۹۰

قانون مدنی ایران مطابقت دارد یا خیر. ماده ۱۹۰ قانون مدنی ایران که از مواد معروف و پرکاربرد در حقوق مدنی است، شرایط اساسی صحت معامله را چنین بیان می‌کند: «برای صحت هر معامله شرایط ذیل اساسی است: ۱. قصد طرفین و رضایت آن‌ها. ۲. اهلیت طرفین. ۳. موضوع معین که مورد معامله باشد. ۴. مشروعیت جهت معامله.» به نظر می‌رسد که مقنن در تعیین شرایط صحت معامله، از فقه پیروی کرده است و شرایط مذکور در واقع همان شرایطی است که در بحث فقهی آن تحلیل شد. در واقع، همان ایرادات (مانند اشکال در رضایت طرف مصرف‌کننده و تردید در اهلیت طرفین) که پیش‌تر مطرح شد، در اینجا نیز قابل طرح است. در ایراد اول که اخلال در رضایت است، ممکن است گفته شود که در حالی که قانون‌گذار برای صحت قرارداد رضایت طرفین را لازم دانسته است، در این حالت که خریدار تنها اختیار قبول یا رد قرارداد را دارد و از موقعیت پایین‌تری برخوردار است، چگونه می‌توان رضایت او را صحیح تلقی کرد. باید گفت که از نگاه مقنن، این ایراد قابل اغماز است، زیرا قانون‌گذار در جایی دیگر حتی اضطرار را هم مانع انعقاد قرارداد نمی‌داند و اگر قراردادی تحت اثر اضطرار منعقد شود، آن را لازم‌الاجرا می‌شمارد (ماده ۲۰۶ قانون مدنی ایران). مبنای چنین تقنین ممکن است ضرورت‌های اقتصادی، تجاری و اجتماعی باشد. البته نباید نادیده گرفت که در قراردادهای الحاقی، فروشنده یا ارائه‌دهنده کالا و خدمات از قدرت بالاتری برخوردار است، اما در این‌گونه قراردادها، قانون‌گذار به‌عنوان حمایت‌کننده وارد عمل شده است و کمتر کشوری است که در این زمینه اسناد تقنینی نداشته باشد. در ایران، هم در فقه اسلامی که منبع اصلی در قانون‌گذاری است و هم دولت با تصویب اسناد تقنینی، مکانیزم‌های فراوانی برای حمایت از مصرف‌کننده در نظر گرفته است.

حمایت از مصرف‌کننده

در خصوص حمایت از مصرف‌کننده، ابتدا لازم است که مصرف‌کننده تعریف شود و سپس راهکارهای فقهی و حقوقی به‌طور مجزا مورد بررسی قرار گیرد.

مصرف‌کننده

مصرف‌کننده به کسانی گفته می‌شود که برای تأمین نیازهای خود یا خانواده‌شان کالا و خدماتی را تهیه می‌کنند، در حالی که در زمینه‌ی مورد نظر تخصص لازم را ندارند. در مقابل، افرادی که کالا یا خدمات را ارائه می‌دهند، در آن حرفه دارای مهارت کافی هستند. برخی مصرف‌کننده را این‌گونه تعریف کرده‌اند: «مصرف‌کنندگان کسانی هستند که برای استفاده غیرحرفه‌ای، اموال یا خدماتی را برای خود تهیه کرده یا مورد استفاده قرار می‌دهند» (رهنمون و شیخ‌الاسلامی، ۱۳۹۰، ص ۷۷-۹۷). این نوع مصرف‌کننده معمولاً حقوقش تضییع می‌شود و به ویژه

در قراردادهای الحاقی که طرف مقابل از قدرت بالاتری برخوردار است، نیازمند حمایت است. به خصوص که مصرف کننده از یک سو نیاز دارد و از سوی دیگر تخصص کافی در این زمینه ندارد. برای حمایت از مصرف کننده، در فقه اسلامی راهکارهایی ارائه شده است و همچنین در اسناد تقنینی مانند قانون تجارت الکترونیکی و قانون حمایت از مصرف کننده، تدابیری در نظر گرفته شده است. در ادامه، ابتدا رویکرد فقهی آن مورد بررسی قرار خواهد گرفت و سپس به تحلیل و بررسی مکانیسم های قانونی پرداخته خواهد شد.

رویکرد فقهی حمایت از مصرف کننده

در فقه اسلامی برای طرف متضرر از عقد، که معمولاً خریدار است، راهکارهایی در نظر گرفته شده است که در صورت تحقق آنها، می توان از این حمایت بهره مند شد. نخستین راهکار مطرح شده برای رهایی از چنین عقدی، استفاده از حق خیار است که در ادامه، به تفصیل به هر یک از این موارد پرداخته خواهد شد.

اجرای خیارات در قراردادهای الحاقی در تجارت الکترونیکی

یکی از مباحث مهم در فقه اسلامی، خیارات در معاملات است که به ویژه برای حمایت از مصرف کننده یا خریدار وضع شده است؛ البته در برخی موارد فروشنده نیز می تواند از این حقوق بهره برداری کند. گرچه خیارات در معاملات سستی مطرح بوده است، اما استفاده از آنها در قراردادهای الحاقی تجارت الکترونیکی هیچ گونه مانعی ندارد. در خصوص تطابق خیارات فقهی با قراردادهای الحاقی، می توان این گونه بیان کرد که خریدار، که در هنگام ایجاب و قبول فقط صلاحیت پذیرش یا رد قرارداد را دارد، در صورت معیوب بودن کالا یا خدمات پس از انعقاد عقد، می تواند با استناد به خیار عیب، قرارداد را فسخ کرده یا آن را تایید کرده و تفاوت قیمت کالا یا خدمات معیوب با سالم را دریافت کند. (انصاری، ۱۴۱۱، ۲/۲۵۳ و زحیلی، ۱۹۸۴، ۴/۲۶۱). اگر مورد معامله مال کلی باشد، فروشنده موظف است کالا یا خدمات سالم را تحویل دهد، ولی اگر مورد معامله عین معین باشد، حتی در صورت معیوب بودن، مصرف کننده می تواند بین فسخ و اخذ تفاوت قیمت انتخاب کند. ابزار دیگری که مصرف کننده در اختیار دارد، خیار رویت و تخلف از وصف است. بر اساس خیار رویت، اگر خریدار کالا یا خدماتی را به اعتماد توصیف فروشنده خریداری کرده و سپس از فقدان اوصاف مورد نظر مطلع شود، در صورتی که این اوصاف به ذات معامله مربوط باشد، معامله باطل است، ولی اگر وصف تنها مربوط به مرغوبیت کالا باشد، خریدار حق فسخ دارد. (زحیلی، ۱۹۸۴، ۴/۲۶۸ و انصاری، ۱۴۱۱، ۲۲۴۸). همچنین، در میان فقیهان امامیه و حنفی تفاوت هایی وجود دارد؛ فقیهان امامیه برای فسخ قرارداد در صورت تخلف از وصف، حق مشتری را معتبر می دانند، در حالی که فقیهان حنفی حتی در صورتی که کالا و خدمات مطابق اوصاف ارائه شده باشند، مشتری را دارای حق فسخ

می‌دانند. خیار غبن نیز یکی دیگر از حقوق قابل اعمال در قراردادهای الحاقی است که به معنای فروش مال به قیمت بیشتر از بهای واقعی است. خیار غبن «عبارت است از هرنوع تملیکی به زیادت از بهای واقعی انجام شود، در حالی که طرف قرارداد از آن آگاه نیست، غبن تحقق می‌یابد و اگر فاحش باشد به مغبون حق فسخ معامله را می‌دهد.» (محقق، ۱۴۰۸، ۲/۲۷۷). اگر این غبن فاحش باشد، مصرف‌کننده حق فسخ قرارداد را دارد. با این حال، باید توجه داشت که خیار غبن تنها در صورتی معتبر است که بر هم‌زننده تعادل عرفی قیمت‌ها باشد. در نهایت، این اختیارات به‌عنوان ابزارهایی برای حمایت از مصرف‌کننده، به‌ویژه در مواردی که طرف مصرف‌کننده از قدرت کمتری برخوردار است، به کار می‌آیند.

در نهایت، نوع دیگری از اختیارات که در قراردادهای الحاقی قابل بررسی است، خیار تدلیس است. تدلیس به معنای فریب دادن یا پنهان کردن حقیقت است؛ به‌طوریکه فروشنده، وصفی موهومی را به کالا یا خدمات خود نسبت می‌دهد یا عیب موجود در کالا را پنهان می‌کند. این عمل در اصطلاح فقها تدلیس نامیده می‌شود (عاملی، بی‌تا، ۶۴۴/۴). در قراردادهای از پیش تدوین‌شده، اگر فروشنده به گونه‌ای عمل کند که موجب فریب مصرف‌کننده شود، به نحوی که اگر مشتری از واقعیت کالا مطلع می‌شد، قرارداد را منعقد نمی‌کرد و یا در صورت قبول آن، با چنین قیمتی راضی نمی‌شد، مصرف‌کننده حق فسخ قرارداد را خواهد داشت. باید توجه داشت که در تدلیس، وجود عملیاتی فریبنده ضروری است که واقعاً موجب فریب طرف مقابل شود. در مجموع، توضیحات ارائه‌شده در خصوص اختیارات کافی است؛ زیرا شرع مقدس به منظور تحقق عدالت و جلوگیری از ظلم به یکی از طرفین عقد، راهکارهای متعددی را در نظر گرفته است. به طور خلاصه، در قراردادهای الحاقی در تجارت الکترونیک، اگر مصرف‌کننده که غالباً از قدرت کمتری برخوردار است، از قرارداد ضرر ببیند و یا اراده طرف قوی‌تر بر او تحمیل شود، با استناد به اختیارات مطرح‌شده، حق فسخ قرارداد یا اخذ تفاوت قیمت را دارد. این موارد که در فقه اسلامی به منظور حمایت از مصرف‌کننده بیان شده، به تنهایی گزینه‌ای مؤثر برای اطمینان خاطر مشتری است، هرچند که در قوانین وضعی تدابیر بیشتری نیز برای حمایت از مصرف‌کنندگان در نظر گرفته شده است که در ادامه به آن خواهیم پرداخت.

رویکرد حقوقی، حمایت از مصرف‌کننده

رویکرد حقوقی حمایت از مصرف‌کننده معمولاً در قانون مدنی و قانون تجارت الکترونیکی ایران مورد بحث قرار می‌گیرد. قانون مدنی ایران در زمینه حمایت‌های لازم از مصرف‌کننده، انعکاس‌دهنده آرای فقیهان امامیه است.

بر این اساس، به نظر می‌رسد مباحث مربوط به اختیارات که در فقه مطرح شده‌اند، با همان کیفیت و کان، یا با اندکی تغییرات، وارد قانون مدنی شده‌اند که از تکرار آن صرف‌نظر می‌کنیم. اما در اینجا بیشتر بر تحلیل مواد قانون تجارت الکترونیکی تمرکز خواهیم داشت. بنابراین، مباحث به دو عنوان تقسیم می‌شود: نخست حق انصراف و سپس مسئولیت تأمین‌کننده.

حق انصراف

حق انصراف یکی از روش‌های حمایت از حقوق مصرف‌کننده در مقابل ارائه‌دهنده کالا یا خدمات است که در قانون تجارت الکترونیکی پیش‌بینی شده است. اگرچه اصل در عقود لزوم است و به محض انعقاد قرارداد هیچ‌یک از طرفین نمی‌توانند به‌تنهایی از پیامدهای آن شانه خالی کنند، مگر به موجب اقاله، فسخ یا انفساخ، اما با توجه به موقعیت خریدار و امکان تحمیل اراده فروشنده، قانون‌گذار به مصرف‌کننده حق داده است که پس از انعقاد عقد، تا مدت هفت روز کاری، در صورت نارضایتی از کالا، آن را مسترد کرده و از قرارداد انصراف دهد، بدون آنکه ملزم به جبران خسارت یا ارائه توجیه قانونی باشد (ماده ۳۷، قانون تجارت الکترونیکی ایران). به نظر می‌رسد نویسندگان قانون تجارت الکترونیکی با توجه به حمایت‌های پیش‌بینی شده در قانون مدنی، حتی فراتر از آن رفته‌اند و حتی خریداری که قرارداد را به‌طور یک‌جانبه منحل می‌کند، ملزم به ارائه دلایل یا توجیه قانونی نیست و تنها مسئولیت استرداد کالا را به عهده دارد. همچنین، ارائه‌دهنده کالا یا خدمات موظف است مبلغ دریافتی را بدون هیچ‌گونه کاستی و در اسرع وقت به مصرف‌کننده بازپرداخت کند (ماده ۳۸، همان). نکته مهم دیگر در این زمینه این است که «استفاده از شروط قراردادی خلاف مقررات این فصل و همچنین اعمال شروط غیرمنصفانه به ضرر مصرف‌کننده، موثر نیست» (ماده ۴۶، همان). در این ماده، قانون‌گذار به وضوح اراده طرفین را برای جلوگیری از ضرر به مصرف‌کننده محدود کرده است.

مسئولیت تأمین‌کننده

مسئولیت تأمین‌کننده علاوه بر مسئولیت‌هایی که قانون‌گذار در قانون مدنی ایران برای ارائه‌دهندگان کالا و خدمات مقرر کرده است، در قانون تجارت الکترونیکی توجه بیشتری به این موضوع دارد. اولین مسئولیت ارائه‌دهنده کالا یا خدمات این است که قبل از انعقاد قرارداد، تمامی اطلاعاتی که در تصمیم‌گیری مصرف‌کننده تأثیرگذار است را در اختیار وی قرار دهد، از جمله مشخصات فنی و ویژگی‌های کاربردی کالا یا خدمات، هویت تأمین‌کننده، و کلیه هزینه‌هایی که بر عهده خریدار است، مانند قیمت کالا، مالیات، هزینه حمل و غیره (ماده ۳۳،

قانون تجارت الکترونیکی ایران). همچنین، اگر ارائه‌دهنده نتواند به تعهدات خود عمل کند به دلیل عدم موجودی کالا، در صورتی که کالا کلی نباشد، باید مبلغ پرداختی را فوراً به مصرف‌کننده بازگرداند. در صورت مشخص شدن عدم توانایی تأمین‌کننده در انجام تعهدات از ابتدا، وی به مجازات محکوم خواهد شد (ماده ۳۹، همان). اگر تأمین‌کننده غیر از کالا یا خدمات مورد نظر، کالای دیگری ارسال کند، هزینه استرداد آن بر عهده خود تأمین‌کننده است (ماده ۴۱، همان). علاوه بر این، طبق ماده ۵۰، تأمین‌کنندگان نباید در تبلیغات خود به گونه‌ای عمل کنند که سبب اشتباه یا فریب مصرف‌کننده از نظر کمیت یا کیفیت کالا یا خدمات شود. همچنین، ماده ۵۲ می‌گوید تأمین‌کننده باید تبلیغات خود را به گونه‌ای انجام دهد که مصرف‌کننده اطلاعات دقیق، صحیح و واضحی از کالا یا خدمات دریافت کند. موارد مذکور به‌طور کلی برای حمایت از مصرف‌کننده است و قانون‌گذار در مواد ۶۹ و ۷۰ همین قانون ضمانت اجرایی قوی‌تری نیز در نظر گرفته است. باید توجه داشت که چنین معاملاتی معمولاً از طریق قراردادهای الحاقی در تجارت الکترونیکی انجام می‌شود.

نتیجه‌گیری

قراردادهای الحاقی، که اساساً برای تسهیل معاملات و کاهش هزینه‌های زمانی و مالی طراحی شده‌اند، در تجارت الکترونیکی به‌طور گسترده مورد استفاده قرار می‌گیرند. با این حال، به دلیل عدم توازن قدرت بین طرفین، این قراردادها می‌توانند به ابزارهایی برای تحمیل اراده تأمین‌کنندگان بر مصرف‌کنندگان تبدیل شوند. از منظر فقه اسلامی، ابزارهایی نظیر اختیارات عیب، غبن، تدلیس و رؤیت، مکانیزم‌هایی انعطاف‌پذیر و کارآمد برای حمایت از طرف ضعیف‌تر در قرارداد ارائه می‌دهند. این اختیارات، نه تنها امکان فسخ قرارداد را فراهم می‌کنند، بلکه به مصرف‌کننده اجازه می‌دهند در صورت تضییع حقوق، تفاوت قیمت را مطالبه کند. در حقوق تجارت الکترونیکی ایران نیز، حق انصراف به‌عنوان امکانی برای خروج بدون هزینه از قرارداد و الزام تأمین‌کننده به ارائه اطلاعات شفاف و دقیق پیش از انعقاد قرارداد، از تدابیر برجسته حمایتی محسوب می‌شود. همچنین، قوانین ایران با پیش‌بینی مسئولیت تأمین‌کنندگان در مواردی همچون نقض تعهدات، ارسال کالای مغایر با قرارداد، و تبلیغات فریبنده،

تلاش کرده‌اند تا تعادل قراردادی و عدالت را در فضای تجارت الکترونیکی تضمین کنند. با این وجود، به دلیل ماهیت سریع و پیچیده تجارت الکترونیکی، همچنان خلأهایی در زمینه اجرای مؤثر این قوانین وجود دارد. این مقاله پیشنهاد می‌دهد که برای تقویت حقوق مصرف‌کننده، علاوه بر تکیه بر مبانی فقهی و حقوقی، باید از ابزارهای نظارتی پیشرفته و سازوکارهای مدرن جبران خسارت بهره گرفته شود. در نهایت، رویکردی جامع که تلفیقی از آموزه‌های فقهی، اصول حقوقی، و فناوری‌های نوین باشد، می‌تواند بستری مطمئن و عادلانه برای قراردادهای الحاقی در تجارت الکترونیکی فراهم آورد.

منابع

۱. انصاری، مرتضی (۱۴۱۱ه.ق). المکاسب، جلد ۲، ارالذخائر.
۲. انصاری، مرتضی (۱۴۱۹ه.ق). فرائدالاصول، انتشارات مجمع‌الفکرالاسلامی-قم.
۳. الجزیری، عبدالرحمن (۱۳۹۷ه.ق)، الفقه علی المذاهب الاربعه، انتشارات مکتبه الحقیقه-استانبول.
۴. حسینی عاملی، سید محمدجواد (۱۳۹۱ه.ش)، مفتاح الکرامه فی شرح قواعد العلامه، دفتر انتشارات اسلامی-قم.
۵. حلی، حسن بن یوسف (۱۳۷۰ه.ش)، قواعد الاحکام، دفتر انتشارات اسلامی-قم.
۶. رهنمون رئوف و شیخ الاسلامی، اسعد (۱۳۹۰ه.ش)، حمایت از حقوق مصرف‌کننده و قلمرو آن در فقه شافعیان و امامیه، مجله فقه و مبانی حقوق اسلامی، شماره ۱، سال چهل و چهارم، ص ۷۷-۹۷.
۷. زحیلی، وهبه (۱۹۸۴م)، الفقه الاسلامی و ادلته، جلد ۴، دارالفکر-دمشق، چاپ دوم.
۸. شیروی، عبدالحسین (۱۴۰۰ه.ش)، حقوق تجارت بین‌الملل، سازمان مطالعه و تدوین (سمت)-تهران، چاپ سیزدهم.
۹. طوسی، محمد بن حسن (۱۳۸۶ه.ش)، المبسوط فی فقه الامامیه، جلد ۲، دفتر انتشارات اسلامی-قم.
۱۰. عاملی، سید محمدجواد (۱۴۱۹ه.ق)، مفتاح الکرامه، جلد ۴، مؤسسه نشر اسلامی، قم.
۱۱. کاتوزیان، امیر ناصر (۱۳۸۵ه.ش)، قواعد عمومی قراردادها، جلد اول، شرکت سهامی، چاپ هفتم.
۱۲. محقق حلی، جعفر بن حسن (۱۴۰۸ه.ق)، شرائع الإسلام فی مسائل الحلال و الحرام، جلد ۲، مؤسسه اسماعیلیان، چاپ دوم.
۱۳. محمودزاده، فریبا (۱۳۹۵ه.ش)، مفهوم و انواع تجارت الکترونیک، کنگره بین‌المللی علوم اسلامی و علوم انسانی، تهران.

۱۴. نجفی، محمدحسن (۱۴۳۲ه.ق)، جواهر الکلام فی شرح شرائع الإسلام، جلد ۲۳، مؤسسه نشر اسلامی-قم.

قوانین

۱. قانون مدنی ایران مصوب سال ۱۳۰۷ه.ش.
۲. قانون تجارت الکترونیکی ایران، مصوب سال ۱۳۸۲ه.ش.