

چگونگی ایجاب و قبول در معاملات الکترونیک از منظر فقهی حقوقی

زهرا قاسمی^۱

چکیده

در عرصه حقوق، ظهور رایانه و روابط مبتنی بر کاربردهای مختلف اینترنت، نیاز شناخت و بررسی ابعاد مختلف استفاده از ابزارهای ارتباطات الکترونیکی جدید در روابط حقوقی جهت ایجاد تعادل بین منافع اشخاص و حمایت از حقوق آنان را دو چندان نموده است. هر عقدی مرکب از دو عنصر ایجاب و قبول است. یعنی طرفی که می‌خواهد عقد را منعقد کند ایجاب عقد را انجام می‌دهد و طرف دیگر آن را قبول می‌کند که هر کدام مشتمل بر الفاظی است که دلالت بر ایجاب و قبول می‌کند. ممکن است، قصد طرفین کتبی یا شفاهی، لفظی یا عملی و یا به طریق الکترونیکی ابراز گردد. ایجاب و قبول الکترونیکی باعث به‌وجود آمدن قراردادهای آنلاین در عرصه این فن‌آوری گردیده است. مانند ماده ۱۱ قانون آنیسترال «در بستر و روند انعقاد قرارداد، ایجاب و قبول را می‌توان از طریق پیام دادهای ابراز کرد مگر این‌که طرفین خلاف آن را مقرر کرده باشند» پژوهش حاضر از نوع نظری است و با هدف مطالعه ایجاب و قبول در معاملات الکترونیک، از طریق کتابخانه‌ای و به روش توصیفی - تحلیلی انجام شده است.

کلید واژه‌ها: ایجاب، قبول، معاملات الکترونیک، فقه، حقوق

^۱. مقطع تحصیلی سطح ۲ مدرسه علمیه حضرت عبدالعظیم حسنی ((علیه السلام))

مقدمه

رایانه و شبکه ارتباط الکترونیکی جهانی تحولات عظیم فناوری ارتباطات الکترونیکی معاصر محسوب می‌شود. ظهور این تحول در کلیه عرصه‌های زندگی انسان اعم از اقتصادی، تجاری، حقوقی موجب ضرورت بازشناسی و ایجاد معیارهای جدید در مفاهیم مختلف حقوق ارتباطات در نتیجه عرصه ظهور نوع جدیدی از معاملات الکترونیکی را فراهم ساخته است. قوانین مدون در این عرصه بیشتر با مد نظر گرفتن جنبه تجاری این روابط و ایجاد زمینه‌ای برای تسهیل مبادلات تجارت الکترونیکی پیش‌بینی شده است.

در عرصه حقوق، ظهور مفاهیم متعدد و روابط مبتنی بر کاربردهای مختلف اینترنت، نیاز شناخت و بررسی ابعاد مختلف استفاده از ابزارهای ارتباطات الکترونیکی جدید در روابط حقوقی جهت ایجاد تعادل بین منافع اشخاص و حمایت از حقوق آنان را دو چندان نموده است. حقوق تجارت الکترونیکی امروزه با تجربه و منابع بسی اندک بقدر کافی در کشورمان شناخته نشده است لذا انتشار آراء و افکار حقوقدانان در نحوه‌های متعدد توصیفی، مروری، تحلیلی و پژوهشی بالطبع در گسترش تجارت الکترونیکی و ایجاد قوانین و اجرای مناسب آن نقش مهمی را ایفا خواهد نمود.

یکی از آثار معاملات الکترونیک حذف مرزها، گمرک‌ها و واسطه‌ها و تبدیل شدن به یک دهکده جهانی می‌باشد. در معاملات الکترونیک مرزی وجود ندارد و هیچ فرقی نمی‌کند که افراد اجناس خود را از یک مغازه در نزدیکی محل سکونت و یا از مغازه‌ای در قاره‌ای دیگر خریداری کنند. تجارت الکترونیکی باعث افزایش سرعت و حجم مبادلات بازرگانی گردیده و به شکل محسوسی سبب کاهش هزینه خریدار و تولید کننده، صرفه‌جویی زمان، جذب بیشتر، حذف واسطه‌ها و در نهایت سود بیشتر می‌شود. در این تجارت فضای طبیعی به فضایی مجازی تبدیل گشته و انسان‌ها بدون قرار گرفتن در محدودیت‌های زمان و مکان می‌توانند با امکانات پیشرفته امروز معاملات خود را بصورت الکترونیکی انجام دهند.

حقوق تجارت الکترونیکی دارای جوانب مختلفی بود که هر کدام مستلزم پژوهش‌های متعدد حقوقی می‌باشد در باره بعضی از جنبه‌های توصیفی و تحلیلی آن برغم ندرت منابع داخلی مقالاتی ارزشمند منتشر گردیده است که جای تقدیر می‌باشد. لذا با تاکید بر این اهمیت، بررسی ارکان، عناصر، شرایط و آثار معاملات الکترونیکی با توجه به قواعد و مقررات عمومی و سازگاری تطبیق قوانین موجود بر این نوع از معاملات، از جمله عمده اهداف این پژوهش را

تشکیل خواهد داد.

مفهوم ایجاب و قبول

قانون مدنی ایران ایجاب را تعریف نکرده است. قانون تجارت الکترونیک ما که با تکیه بر قانون نمونه آنسیترا ل وضع گردیده نیز اشاره‌ای به مفهوم ایجاب و قبول ننموده است. البته در ماده ۱۹ پیش نویس قانون تجارت الکترونیک ایران به تبعیت از ماده ۱۱ قانون نمونه آنسیترا ل بدون تعریف از ایجاب، قید شده بود که: «ایجاب، قبول و اعلام اراده در ارتباط بین اصل ساز و مخاطب به وسیله داده پیام بیان می‌شود...»^۱ این ماده در شور دوم مجلس حذف گردید. برخی از نویسندگان حقوق مدنی گفته‌اند. ایجاب «در اصطلاح حقوق مدنی رضای عاقد است که حالت فعلی (تاثیری) دارد، در برابر رضای طرف که جنبه انفعالی دارد و آنرا قبول گویند...» در حقوق برخی کشورهای اروپایی ایجاب عبارت است از ارسال پیام مشخص، دقیق و قطعی به وسیله ایجاب کننده برای مخاطب مبنی بر انعقاد عقد با وی به نحوی که فقط قبولی مخاطب برای تحقق قرارداد کافی باشد. مفاد ایجاب باید بر روی نکات اساسی قرارداد و عناصری که در هر مورد خاص مورد توافق قطعی طرفین است متمرکز باشد.^۱ بند ۱ ماده ۱۴ کنوانسیون وین (۱۹۸۰) که ناظر به فروش‌های بین‌المللی کالا است.

در این زمینه مقرر نموده است که: «پیشنهاد انعقاد قرارداد خطاب به یک یا چند شخص معین در صورتی ایجاب محسوب می‌شود که به اندازه کافی مشخص بوده و دال بر قصد التزام ایجاب کننده در صورت قبول باشد. پیشنهاد در صورتی به اندازه کافی مشخص است که کالا را معین نموده و به نحو صریح یا ضمنی مقدار و ثمن را نیز معین یا ضوابطی جهت تعیین آن دو مقرر نماید.» مطابق قواعد حاکم بر تجارت الکترونیک چنانچه یک ایجاب با رعایت شرائط لازم در شبکه‌های اینترنتی و فضای الکترونیک و در گالری‌های مجازی ارائه شود از نظر حقوقی می‌تواند اثر ایجاب در فضای واقعی و معمولی را دارا باشد. همین حکم در ذیل ماده ۱۱ قانون نمونه آنسیترا ل به این نحو بیان شده است. «...» هنگامی که برای انعقاد قرارداد از داده پیام استفاده می‌شود، اعتبار یا قدرت اجرائی قرارداد صرفاً^۲ به این دلیل که از داده پیام استفاده شده از بین نمی‌رود.» هر چند که مضمون این ماده در ماده ۱۹ پیش نویس قانون تجارت الکترونیک ایران درج شده بود.

^۱. فیضی چکاب، زمان وقوع عقد از طریق واسطه‌های الکترونی، ص ۴۷.

و بعداً^۱ حذف گردیده است. اما از آنجا که اساس قانون تجارت الکترونیک مبتنی بر تبادل داده پیام است و با توجه به سایر مواد قانون مزبور بدیهی است که این حکم مورد قبول قانون تجارت الکترونیک ایران نیز می‌باشد.^۱ در حدود و ثغور وصف غیر مشروط بودن قبول، بین دیدگاه سنتی و نوین اختلاف وجود دارد.

بر اساس دکترین سنتی که در کشور ما و برخی دیگر کشورها مجری است^۲ قبول باید انطباق تام با مفاد ایجاب داشته هیچ گونه جرح و تعدیلی در آن ننماید که در این صورت آنچه ابراز می‌شود، قبول نیست بلکه ایجاب متقابل می‌باشد. اما دیدگاه‌های نوین، عدم مغایرت اساسی قبول با مفاد ایجاب را کافی دانسته‌اند؛ به این معنا که اگر شروط اضافی یا اصلاحی گنجانده شده در قبول، مفاد ایجاب را به طور اساسی تغییر ندهد، قرارداد با اصلاحات انجام یافته منعقد می‌شود، مگر آنکه گوینده ایجاب بدون تأخیر غیر موجه به آن اعتراض کند^۳ از آنجا که گوینده ایجاب زمینه قبول را برای مخاطب فراهم می‌کند، تعیین شیوه خاص برای ابراز اراده نیز در اختیار اوست. عرف و عادت و رویه تجاری نیز می‌توانند طرق اعلام اراده را محدود نمایند؛ اما در خارج از این حیطه اختیار مخاطب در انتخاب شکل اظهار اراده باقی است. قبول ممکن است صریح یا ضمنی باشد. به طور معمول، مخاطب ایجاب، رضایت خود را لفظاً بیان می‌کند؛ ولی احتمال دارد قبولی از افعال و حرکات شخص نیز فهمیده شود. این افعال به طور معمول مربوط به اجرای تعهدات از قبیل پیش پرداخت ارسال کالا، آغاز کار و ... می‌باشند. سکوت، به تنهایی، حاکی از قبول نیست؛ مگر طرفین خود بر این امر توافق نموده باشند یا رویه معاملاتی و عرف تجارتی بر آن دلالت کند. گوینده ایجاب نیز، نمی‌تواند به طور یک طرفه سکوت مخاطب را دلیل رضایت او قلمداد کند. اینکه گوینده در ایجاب خود تذکر دهد که عدم وصول پاسخ منفی از سوی مخاطب به منزله قبول است، مطلقاً مخاطب را پایبند نمی‌کند.^۴

تفکیک بین ایجاب و دعوت به ایجاب

مطلب قابل توجه این است که مفهوم ایجاب در نظام حقوقی کشورهای مختلف یکسان

^۱. فیضی چکاب، ۱۳۸۹، ص ۲۵

^۲. کویت ماده ۱۱۱ قانون تجارت، لبنان ماده ۱۸۲ قانون عقود

^۳. اصول قراردادهای تجاری ماده ۲-۱۱، کنوانسیون بیع بین المللی، اصل ۱۹

^۴. آهنی، انعقاد قراردادهای الکترونیک، ص ۱۷

نیست، گاه پیشنهاد فروش ارائه شده به شکل معینی در برخی از کشورها ایجاب تلقی می‌شود. در نتیجه به محض قبول مخاطب قرارداد منعقد شده تلقی می‌گردد. همان پیشنهاد مطابق حقوق کشور دیگر ممکن است ایجاب تلقی نگردد. بلکه نوعی دعوت از دیگران برای ارائه پیشنهاد (ایجاب) باشد. در این صورت پس از اینکه مخاطب به دعوت مزبور پاسخ بدهد و پیشنهاد خود را عرضه کند، نوبت به فروشنده می‌رسد که تصمیم بگیرد آیا پاسخ مثبت بدهد یا خیر؟ وی حق دارد ایجاب واصله را قبول کند یا آنرا رد نماید. معمولاً چنانچه مخاطب شخص یا اشخاص معینی باشند پیشنهاد را ایجاب می‌دانند ولی هنگامی که پیشنهاد عموم مردم و اشخاص نامعین را مخاطب قرار داده باشد، در اینکه موضوع آن ایجاب است یا دعوت به ایجاب پاسخ واحدی وجود ندارد.^۱

انعقاد قرارداد از راه دور

هنگامی که طرفین قرارداد در یک جلسه حضور ندارند و از راه دور با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند، معمولاً ایجاب و قبول به طور همزمان و مقارن انجام نمی‌شود و هر یک از ایجاب و قبول در مکان و زمان متفاوتی از سوی طرفین قرارداد صادر می‌شود. قراردادهای منعقد شده از طریق واسطه‌های الکترونیک غالباً مشمول چنین وضعیتی هستند. در این حالت مسئله مهمی که مورد توجه قرار می‌گیرد مسئله زمان و مکان وقوع عقد است. وقتی که فروشنده مقیم تهران با اعلام مشخصات قیمت کالا بر روی سایت اختصاصی خود، عملاً و صریحاً برای فروش کالا یا خدمات به مخاطبین خود ایجاب می‌نماید و مخاطبین وی که مقیم آسیا، اروپا، آمریکا یا هر قاره دیگری هستند قبولی می‌دهند. با توجه به تفاوت زمانی و مکانی اقدامات آن لاین طرفین قرارداد باید زمان و مکان ارسال و دریافت داده پیام معلوم گردد و همچنین معلوم گردد که قرارداد در چه زمانی و در کدام کشور منعقد شده است در غیر این صورت و عدم تعیین زمان مکان انعقاد قرارداد ابهامات و مسائل حقوقی زیادی در روابط فی مابین طرفین لاینحل باقی می‌ماند.^۲

اهلیت طرفین قرارداد

اشخاصی که دارای اهلیت برای اقدامات حقوقی و انعقاد قرارداد هستند ممکن است در زمانی محجور و فاقد اهلیت گردند. به عنوان مثال تاجری که دیروز در وضعیت بسیار مطلوب و خوبی

^۱ فیضی چکاب، زمان وقوع عقد از طریق واسطه‌های الکترونی، ص ۲۶

منافع بشری جایز است، البته مشروط به عدم مغایرت با قرآن کریم، سنت و سایر منابع فقه اسلام - وضع کند. به علاوه، عرف و عادات معتبر و پسندیده، به موجب فقه اسلام نیز قابل اجرا هستند. به طور خاص، فرقه حنفی و مالکی «عرف صحیح» را در صورت عدم مغایرت با قرآن کریم، سنت و سایر منابع فقه اسلام به عنوان منبعی از منابع حقوق اسلام، معتبر می دانند؛ البته تا حدی که چنین عرفی، قواعد مسلم فقه اسلامی و تکالیف شرع را تحریم نکند.^۱ درباره حمایت از مصرف کننده، باید متذکر شد که فقه اسلام حق فسخ - یعنی حق ابطال یکجانبه قرارداد لازمالاجرا در یک مدت معلوم - را به رسمیت می شناسد؛ در صورت عدم اجرای چنین حقی، قرارداد لازم است.^۲ همچنین باید افزود که قرآن ریم ک چندین بار به ضرورت حمایت از اشخاص در جامعه اسلامی اشاره می کند. اسلام احترام فوق العاده زیادی برای حق و حقوق کل اعضای جامعه جهت حمایت از زندگی خصوصی آنها در مقابل هرگونه مداخله غیرمجاز قائل است.^۳ در مورد حقوق قراردادهای، فقه اسلام بیع از راه دور را مجاز می داند؛ مشروط به این که ایجاب ارسال شده، به دست طرف مقابل برسد و در زمان مقرر به صورت قطعی پاسخ دهد. از طرف دیگر، بیعی که در آن ایجاب با قبول مطابقت ندارد و بیعی که موضوع و زمان اجرای آن مجهول است، به موجب فقه اسلام نهی شده است. بعضی کشورها (مانند امارات متحده عربی) که هنوز قانون خاصی راجع به معاملات تجارت الکترونیک ندارند، در هر صورت در قوانین کیفری خود موادی در خصوص کلاهبرداری الکترونیکی، سوء استفاده از هویت و در اختیار گذاشتن اطلاعات غلط گنجانده اند. سایر کشورها (مانند ایران و تونس) قوانینی خاص راجع به تجارت الکترونیک تصویب کرده اند یا قصد تصویب دارند.^۴

قانون، در خصوص شروط قراردادی غیرمنصفانه، نه به تفصیل، که تنها در مادهای کلی می گوید: «استفاده از شروط قراردادی خلاف مقررات این فصل [فصل اول از باب سوم در حمایت از مصرف کننده] و همچنین اعمال شروط غیرمنصفانه به ضرر مصرف کننده، مؤثر نیست» (ماده ۴۶ قانون تجارت الکترونیکی). باید متذکر شد که اگر این ماده قابل انطباق با دعاوی مطروحه باشد، باز هم اختیار وسیعی به صلاحدید قاضی اعطا می کند تا احراز کند که

۱. ایزدی فرد، حمایت از مصرف کننده در قراردادهای تجارت الکترونیک؛ مقایسه ای بین حقوق

اتحادیه اروپا و حقوق اسلام ص ۱۶۸

۲. باقری اصل، مجله مطالعات فقه و حقوق اسلامی

۳. النحل: ۹۰.

۴. ایزدی فرد، حمایت از مصرف کننده در قراردادهای تجارت الکترونیک، ص ۵۶

آیا شرط مندرج در قراردادی خاص غیرمنصفانه است یا خیر؟^۱ مدت متعارف و معقول مدتی است که در تجارت مربوط بر اساس عرف، مذاکرات قبلی یا رویه موجود لازم باشد. این مدت شامل زمان لازم برای ارسال ایجاب، زمان لازم برای اتخاذ تصمیم و واکنش مخاطب و در سیستمهایی که عقد یا وصول قبول محقق می‌شود، زمان لازم برای وصول و دریافت قبول می‌باشد. البته از آنجا که در قراردادهای الکترونیکی مرحله اول و سوم به سرعت انجام می‌گیرد، مدت متعارف و معقول کوتاه است، مضافاً اینکه در قراردادهای الکترونیکی انتظار می‌رود که مخاطب باکس خود را در روز حداقل یک بار باز کند. لذا به طور معمول ایجاب باید طی همان روز قبل شود.^۲ در قراردادهای الکترونیکی ایجاب با همان ماهیت و ساختار انشاء و اعلام می‌شود با این حال ویژگی‌های قراردادهای الکترونیکی موجب گشته است تا ایجاب و قبول این گونه عقود دارای ویژگی متمایزی باشند. اولاً: ایجاب‌های الکترونیکی برای افراد مختلف در مکان‌های متعدد ارسال می‌گردد با عنوان ایجاب از راه دور شناخته می‌شوند و به همین دلیل می‌باشد که قوانین کشورهای مختلف مقررات خاصی را برای حمایت از مصرف کننده در نظر گرفته و موجب را ملزم نموده اند که در ایجاب خود شرایط خاصی را رعایت نماید در غیر این صورت ایجاب وی اثر قانونی نخواهد داشت (م ۳۳ قانون تجارت الکترونیک) ثانیاً: با توجه به ماهیت قراردادهای الکترونیکی ایجابی برای انعقاد این قراردادها موثر تلقی می‌شود که از طریق تبادل داده‌ها صورت پذیرد و هر گونه اعلام اراده از طریق به غیر این مورد نمی‌تواند به عقد واقع شده وصف الکترونیکی دهد. نهایتاً این که ایجاب‌های اعلام شده از طریق الکترونیکی دارای محدودیت مکانی نمی‌باشند.^۳

^۱ ایزدی فرد، کاویار، حمایت از مصرف کننده در قراردادهای تجارت الکترونیک؛ مقایسه ای بین حقوق

اتحادیه اروپا و حقوق اسام، ص ۱۵۴

^۲ آهنی، انعقاد قراردادهای الکترون

^۳ کاتوزیان، تفسیر قرارداد، ص ۱۲

نتیجه گیری

ظهور اینترنت و تجاری شدن آن در دهه های اخیر شیوه های متعارف و کهن تجارت را تا حدود زیادی دگرگون ساخته است و تجارت الکترونیکی به دلیل سرعت، کارایی و کاهش هزینه و بهره برداری بهینه از فرصت ها عصر جدیدی را در رقابت گشوده است.

تجارت الکترونیک پدیده جدیدی است و از این رو برای هر کس ممکن است پرسش های متعددی مطرح شود که اساساً معاملات الکترونیک چیست؟ چه لزومی به بهره گیری از آن وجود دارد؟ آیا شرایط و ساختار قراردادهای الکترونیک مطابق با اصول قراردادهای است؟ ارکان قرارداد در آن با اصول کلی قراردادهای مطابقت دارد؟ ایجاب و قبول که رکن اصلی در قرارداد می باشد چگونه شکل می گیرد؟

ایجاب اعلام اراده کسی است که دیگری را بر مبنای معینی به عقد بستن فرا می خواند، اعلام قصدی برای وارد شدن به یک قرارداد با درک این مطلب که با قبول طرف دیگر یک توافق الزام آور به وجود خواهد آمد. ایجاب شکل ویژه ای ندارد؛ ممکن است به طور حضوری بیان شود یا از طریق فاکس، پست، تلفن، شبکه جهانی یا پست الکترونیکی اظهار گردد.

وجه مشترک تعاریفی که از قبول می شود، رضایت به مفاد ایجاب است، بند ۱ اصل ۱۸ کنوانسیون بیع بین المللی، اصول قراردادهای تجاری ماده ۲ برای تحقق قبولی، مخاطب ایجاب باید رضایت خود را در مورد ایجاب در مدتی که ایجاب هنوز به قوت خود باقی است به طریقی ابراز نماید، بی آنکه این رضایت مشروط به امری دیگر گردد.

ایجاب هیچ گونه تعهدی برای مخاطب آن به وجود نمی آورد؛ حتی اگر در ایجاب چنین قیدی شرط شده باشد. بنابراین مخاطب برای اجتناب از انعقاد قرارداد نیازی به رد آن ندارد؛ اما هرگاه مایل به پذیرش ایجاب باشد باید قبولی خود را طی مدت مقرر شده در ایجاب ارسال دارد. چنانچه در ایجاب مدتی برای قبولی معین نشده باشد. مطابق حقوق بسیاری از کشورها قبولی باید در طی مدت متعارف و معقول صورت گیرد.

منابع

۱. قرآن
۲. آقای بجستانی، مریم؛ روحانی مقدم، محمد؛ «قانون تجارت الکترونیک تا معاملات الکترونیک»، روزنامه مزایده و مناقصه، ۱۳۹۲.
۳. انصاری، مرتضی، المکاسب، قم: دار الکتب، ۱۳۶۸.
۴. آهنی، بتول، «انعقاد قراردادهای الکترونیک»، فقه و حقوق خانواده (ندای صادق)، شماره ۷۹، ۱۳۸۳ ش.
۵. ایزدی فرد، کامیار، حسین، «حمایت از مصرف کننده در قراردادهای تجارت الکترونیک؛ مقایسه‌ای بین حقوق اتحادیه اروپا و حقوق اسلام»، مجله کانون، شماره ۱۰۰، ۱۳۸۸ ش.
۶. بهرامی احمدی، حمید، کلیات عقود و قراردادها. حقوق مدنی ۳. تهران: نشر میزان، ۱۳۸۱.
۷. تقی زاده، ابراهیم؛ ذوالفقار آرانی، مژگان؛ «جایگاه خیار در قراردادهای الکترونیکی»، فصلنامه دیدگاه‌های حقوقی، ۱۳۹۰ ش، صص ۲۷-۴۶.
۸. خویی، ابوالقاسم، مصباح الفقاهه، قم: دار الکتب، ۱۳۸۶ ش.
۹. رضایی نسب، جبرئیل، طرح اصلاح قانون جمهوری اسلامی ایران، قانون و کشاورزی، ۱۳۸۱ ش.
۱۰. زرگر، محمود، مدل‌های راهبردی و راهکارهای تجارت در اینترنت، تهران: بهینه، ۱۳۸۰ ش.
۱۱. سبزواری، محمد باقر، رساله‌ای در فقه، قم: اشراق، ۱۳۸۷ ش.
۱۲. سعیدی، سهیل؛ میرابی، وحیدرضا، تجارت الکترونیک، اندیشه‌های گهربار، تهران: پرسمان، ۱۳۹۴.
۱۳. سوار، وحید الدین، التعبير عن الإرادة فی الفقه الاسلامی، دار الثقافه النشر، والتوزیع، چاپ الاول، ۱۹۹۸ م.
۱۴. شهید ثانی، زید الدین، شرح لمعه، قم: دار الکتب الاسلامیه، ق ۱۴۱۰.
۱۵. صفایی، حسین، حقوق مدنی، تهران: نشر میزان، ۱۳۸۴ ش.
۱۶. فیض کاشانی، ملاحسن، آرای فقهی ملا محسن فیض کاشانی، قم: دار العلم، ۱۴۰۹ ق.

۱۷. فیضی چکاب، «لحظه انعقاد قرارداد از طریق واسطه‌های الکترونیک»، فصلنامه حقوقی، شماره ۱۴، ۱۳۸۹ ش.
۱۸. کاتوزیان، ناصر، قواعد عمومی قراردادها، تهران: شرکت سهامی انتشار، ۱۳۸۸ ش.
۱۹. _____ «تفسیر قرارداد»، مجله دانشکده حقوق دانشگاه تهران، شماره ۷۰، ۱۳۸۴ ش، ص ۲۷۷-۳۰۸.
۲۰. مانی، همایون، «دادگاه صالح برای رسیدگی به دعاوی ناشی از قراردادهای الکترونیکی»، حقوق دگستری، شماره ۷۴، ۱۳۹۰ ش، ۱۶۱-۱۹۰.
۲۱. مفید، محمدبن نعمان، المقنعه، قم: النشر الاسلامی، ۱۴۱۷ ق.
۲۲. موسوی خمینی، روح الله، کتاب البیع، موسسه تنظیم و نشر آثار خمینی (ره)، ۱۳۷۹.
۲۳. نجفی، حمدحسن، جواهر الکلام، چاپ هفتم، بیروت: داراحیاء التراث العربی، ۱۴۱۰ ه.ق.
۲۴. وصالی ناصح، مرتضی، قراردادهای الکترونیک و مبانی اعتبار آن، نشریه کانون، شماره ۶۶، ۱۳۸۵ ش، صص ۱۱۴-۱۵۴.