

Civil liability of Online Stores in Iranian Law and a Comparative Case Study in the European Union

**Seyyed Hasan Hosseini
Moghaddam***

Assistant Professor, Department of Private Law, Faculty of Law and Political Science, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

Setareh Ayoubi

Ph.D Student in Private Law, Faculty of Law and Political Science, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

Mehdi Taleghan Ghaffari

Ph.D Student in Private Law, Faculty of Law and Political Science, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

Abstract

Today, online stores sell goods and services through online contracts, exchanging emails with the other party, or filling out a specific form on the website by one party. Online contracts may be executed by presenting the terms of the contract to one party and then asking the applicant to click on the words "I agree" or something similar. The number of consumers who use online platforms to fulfill their shopping needs has increased, and online stores have responsibilities for the intermediary role and the platform they provide for online buying and selling. From the legal point of view, two types of contractual or non-contractual responsibilities can be considered for these stores. Currently, these types of internet businesses are very popular among users, but in any case, we should look for a space to increase the security of this type of service and secure it, while taking care and protecting consumer rights; Because at present, with the very wide growth of this type of websites and online stores in different fields, we have witnessed the provision of services in the fields of sports, culture and leisure, electronic devices such as audio and visual devices, household, personal and office, real estate and land, vehicles, services and training, supplies and business, and even recruitment and employment or expression of job opportunities, etc. Since online platforms often act as "gateways to control and limit interactions in a system", the first question is whether online platforms and online stores can still be considered simply as intermediaries or should they be suppliers. Consider goods and services. The second question is whether platforms, as dominant

* Corresponding Author: S.h.hoseinimoghadam@umz.ac.ir




How to Cite: Hosseini Moghaddam, S. H., Ayoubi, S., & Taleghan Ghaffari, M. (2023). Civil Liability of Online Stores in Iranian Law and a Comparative Case Study in the European Union. *Private Law Research*, 12(44), 255-284. doi: 10.22054/jplr.2023.68651.2690.

channels in the market, may be held liable to their customers for infringements caused primarily by platform suppliers. Finally, the third question is whether there is a necessary connection between the first and second questions, namely that the platform operator may be held liable to its customers while it may not be regarded as a mere intermediary, but as a supplier. be considered as the supplier of goods and services provided by the platform suppliers. Regarding the activity of online stores and their responsibility for their actions or others, it cannot be assumed that they are not absolutely responsible. The important issue is that since in online shopping, the buyer makes a transaction that the seller has not seen closely, therefore, the necessity of such purchases, due to its nature, requires more support from the buyer. Because in such transactions, the buyer does not have detailed information about the seller of the goods, their credit, and the transaction, and the burden of the purchase risk is on the shoulders of the buyer. For this reason, as well as for the specialization of the subject and its great application and importance, in this research, an attempt will be made to examine the civil liability of online stores in the laws of Iran and the European Union. In relation to the foundations of civil responsibility of online stores, the theory of fault should be accepted as the main basis of civil responsibility in the laws of Iran and the European Union. In fact, where the providers of their Internet services and goods commit harmful acts, their liability is still based on fault. However, regarding the responsibility of internet sellers, you can also refer to other bases. The important thing about online stores is that concluding a sales contract through the internet in this category of stores should not create the doubt that online stores are not subject to the general rules of civil liability. On the contrary, it should be stated that such stores are subject to general rules regarding civil liability rules; Because buying or selling through online stores differs from traditional contracts in only a few specific cases; The most important of which is the method of concluding a contract. In other words, except for a few minor cases, in other cases, buying from an online store is not much different from buying from a real store; Therefore, in relation to the civil liability of online stores, two types of liability can be realized, contractual and non-contractual liability. This type of separation in civil liability has been accepted both in the civil law of Iran and in the civil law of the European Union. On the other hand, in order to realize the civil liability of online stores in two areas of contractual and non-contractual liability, certain conditions are necessary. So that in the field of contractual liability, the existence of a valid contract, breach of contract and the existence of damage caused by the breach of contract are necessary, and in the field of non-contractual liability of the online store, the occurrence of loss, harmful action and the relationship of causation are necessary. It is suggested that cyberspace and internet stores are very suitable for millions of jobs. On the other hand, the Internet is a useful tool for marketing various services. In this regard, the creation of up-to-date and applicable laws as well as the amendment of existing laws are more important than ever. For this reason, it is suggested that, especially in Iranian law, laws in the field of online stores should be formulated in a specific way, and in these laws, the civil liability of this type of stores, inspired by the principles of civil responsibility

and not limited to accepting one of the opinions and principles, should be specifically defined. to be determined Laws that, in addition to preventing the occurrence of computer crimes, should provide the opportunity for legal internet businesses to operate and grow, and this means that the laws are fair. In addition to the definition of platforms, the law that is developed for this purpose should include the providers and users of the internet platform for the purpose of electronic commerce, the law that is formulated for this purpose must state the criteria and criteria accepted in the legal analysis, of course, a mechanism for the purpose of floating the bon and the ability to generalize the criteria. Claims between parties (both platform, supplier and user) should be considered. Also, the cases where the rules related to transactions do not respond to the new needs are written and govern the relations of the parties.

Keywords: Civil Liability, Internet Transactions, Contract, Fault, Damage, Platforms.

مسئولیت مدنی فروشگاه‌های اینترنتی در حقوق ایران و مطالعه تطبیقی موردی در اتحادیه اروپا

- سید حسن حسینی مقدم*  استادیار گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.
- ستاره ایوبی  دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.
- مهدی طالقان غفاری  دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

چکیده

تعداد مصرف‌کنندگانی که از پلتفرم‌های آنلاین برای برآورده کردن نیازهای خرید خود استفاده می‌کنند، افزایش یافته است و فروشگاه‌های اینترنتی به جهت نقش واسطه‌ای و بستری که جهت خرید و فروش آنلاین فراهم می‌کنند، مسئولیت‌هایی دارند. پژوهش حاضر در تلاش جهت پاسخ به این سؤال است که مسئولیت مدنی پلتفرم‌ها و فروشگاه‌های اینترنتی در حقوق ایران و اتحادیه اروپا چیست؟ یافته‌ها حاکی از آن است که مبنای قانونی، چه از لحاظ نظری و چه در رویه قضایی ارائه شده توسط دادگاه‌ها، برای مسئول دانستن بازارهای الکترونیکی در قبال هرگونه خسارت و پرداخت غرامت، به عنوان متخلف ثانویه وجود دارد. در حقوق ایران، حقوق مصرف‌کنندگان الکترونیکی، ذیل قانون تجارت الکترونیکی و قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده ۱۳۸۸ محافظت می‌شود که تا حدی به رفع مشکلات قانونی مربوط به رفتار تجاری از طریق اینترنت کمک کرده است که یک اصل کلی برای مسئول دانستن بازارهای الکترونیکی در قبال هرگونه خسارت است؛ اما در حقوق اتحادیه اروپا مسئله پلتفرم‌ها و فروشگاه‌های اینترنتی با تدقیق بیشتری دنبال شده است، چه اینکه اگرچه مبنای قوانین تجارت الکترونیک سال ۲۰۰۰ است، اما در سال ۲۰۱۹ قوانین در حوزه پلتفرم‌های آنلاین و فروشگاه‌های اینترنتی در حوزه مسئولیت مدنی تجدید شد.

واژگان کلیدی: مسئولیت مدنی، معاملات اینترنتی، قرارداد، تقصیر، خسارت، پلتفرم‌ها.

مقدمه

به‌طور کلی فروشگاه‌های اینترنتی اقدام به فروش کالا و خدمات از طریق قراردادهای آنلاین، مبادله ایمیل با طرف مقابل و یا پر کردن فرم مشخصی در وب‌سایت توسط یک طرف می‌نمایند. ممکن است قراردادهای آنلاین با ارائه مفاد قرارداد به یک طرف و سپس درخواست کلیک بر روی کلمات «من موافقم» یا چیزی شبیه به آن، توسط خواهان انجام گیرد. از نظر قانونی نیز می‌توان برای این فروشگاه‌ها دو نوع مسئولیت قراردادی یا خارج از قرارداد متصور گردید. در حال حاضر این نوع از کسب‌وکارهای اینترنتی مورد توجه و اقبال بسیار زیاد کاربران می‌باشند، اما در هر حال باید به دنبال فضایی جهت بالا بردن امنیت این نوع خدمات و ایمن‌سازی آن ضمن مراقبت و حمایت از حقوق مصرف‌کننده بود؛ زیرا در حال حاضر با رشد بسیار گسترده و وسیع این نوع از وبسایت‌ها و فروشگاه‌های اینترنتی در حوزه‌های متفاوت، شاهد ارائه خدمات در زمینه‌های ورزشی، فرهنگی و اوقات فراغت، لوازم الکترونیکی مانند لوازم صوتی و تصویری، خانگی، شخصی و اداری، املاک و زمین، وسائل نقلیه، خدمات و آموزش، لوازم و کسب‌وکار و حتی استخدام و کاریابی یا بیان فرصت‌های شغلی و غیره هستیم. به خاطر اهمیت همین موضوع است که اتحادیه اروپا حمایت از مصرف‌کنندگان در بازار دیجیتال را به‌عنوان یکی از اولویت‌های اصلی سیاست‌گذاری خود همواره مدنظر قرار داده است و هر شرکتی باید چنانچه با داده‌های شهروندان اروپایی سروکار دارد، از این مقررات تبعیت نماید. به‌نظر می‌رسد نوعی خلأ در حوزه مسئولیت مدنی پلتفرم‌های آنلاین و فروشگاه‌های اینترنتی در حقوق ایران وجود دارد؛ لذا در این مقاله سعی بر این شده است تا با تلاشی تطبیقی با حقوق اتحادیه اروپا، ضعف‌های ساختاری داخلی در این حوزه، به سمع قانون‌گذار داخلی برسد.

در پرتو تغییرات در بازار از شکل سنتی به شکل آنلاین، سؤالات فراوانی پدید آمده است. از آنجایی که پلتفرم‌های آنلاین اغلب به‌عنوان «گلوگاه‌هایی برای کنترل و محدود کردن تعاملات در یک سیستم» عمل می‌کنند،^۱ اولین سؤال این است که آیا پلتفرم‌های

1. Boudreau, K. J. (2010). Open platform strategies and innovation: Granting access vs. devolving control. *Management Science*, 56(10), 1849–1872.

آنلاین و فروشگاه‌های اینترنتی همچنان می‌توانند صرفاً به‌عنوان یک واسطه در نظر گرفته شوند یا باید به‌عنوان تأمین‌کننده‌ای از کالاها و خدمات در نظر گرفته شوند. سؤال دوم این است که آیا پلتفرم‌ها به‌عنوان کانال‌های مسلط در بازار ممکن است در قبال مشتریان خود در قبال تخلفاتی که عمدتاً توسط تأمین‌کنندگان پلتفرم ایجاد می‌شود، مسئول شناخته شوند؟ در نهایت، سؤال سوم این است که آیا ارتباط ضروری بین سؤال اول و دوم وجود دارد، یعنی اینکه اپراتور پلتفرم ممکن است در قبال مشتریان خود مسئول شناخته شود، در حالی که ممکن است به‌عنوان یک واسطه صرف تلقی نشود، بلکه به‌عنوان تأمین‌کننده کالاها و خدمات ارائه‌شده توسط تأمین‌کنندگان پلتفرم تلقی شود.

در مورد فعالیت فروشگاه‌های اینترنتی چه در خصوص مسئولیت آن‌ها در قبال اعمال خود یا دیگران نمی‌توان قائل به عدم مسئولیت مطلق آنان گردید. موضوع مهم آن است که از آنجا که در خریدهای اینترنتی، خریدار اقدام به معامله‌ای می‌کند که مبیع آن را از نزدیک ندیده است؛ بنابراین اقتضای چنین خریدهایی به جهت ماهیت آن، نیازمند حمایت بیشتر از خریدار است؛ زیرا در این گونه معاملات، خریدار اطلاع دقیقی از فروشنده کالا، اعتبار ایشان و همچنین مورد معامله ندارد و بار ریسک خرید بر دوش خریدار است. بدین سبب و نیز به جهت تخصصی بودن موضوع و کاربرد بسیار و اهمیت آن، در این تحقیق سعی بر آن خواهد شد تا مسئولیت مدنی فروشگاه‌های اینترنتی را در حقوق ایران و اتحادیه اروپا مورد بررسی قرار دهیم. در منابع، کتب و مقالات به زبان فارسی به مسئولیت مدنی به‌طور مطلق بسیار پرداخته شده است، اما در حوزه‌های نوین مانند مسئولیت افراد، شرکت‌ها، پلتفرم‌ها در بستر اینترنت سخن کمتری به‌میان آمده است. تا جایی که نویسندگان در کتب، مقالات و منابع فارسی جست‌وجو نموده است، موضوع مسئولیت مدنی فروشگاه‌های اینترنتی و به‌طور خاص پلتفرم‌های آنلاین پرداخت، مورد طرح و بررسی قرار نگرفته و به همین دلیل با استفاده از منابع خارجی به دنبال تحلیل موضوع و ریشه‌یابی در حقوق ایران هستیم.

۱. مسئولیت مدنی فروشگاه‌های اینترنتی

در مفهوم لغوی، مسئول کسی است که فریضه‌ای بر ذمه دارد. چنانچه بدان عمل ننماید، درخصوص آن بازخواست خواهد شد و مسئولیت را نیز به مسئول بودن نسبت به انجام دادن امری نسبت داده‌اند.^۱ در فرهنگ دهخدا، مسئولیت داشتن به معنای متعهد یا موظف بودن است و ضمان را مترادف مسئولیت دانسته‌اند.^۲ در مفهوم اصطلاحی در ترمینولوژی حقوق، مسئولیت را تعهد قانونی شخصی بر رفع ضرری که بر دیگری وارد کرده، تعریف نموده‌اند.^۳ در واقع مسئولیت عبارت از تعهدی است که به موجب ضرر وارده بر غیر، در برابر قضا برای شخص، به نفع فرد متضرر به وجود می‌آید و پیامد آن برای او نتایج مدنی، کیفری و یا تأدیبی به بار می‌آورد.^۴ مسئولیت، التزام شخص به تحمل حکم قهری قانون در رابطه با رفتاری که او سر زده است. عده‌ای از حقوق‌دانان ایرانی بر این باور هستند که با توجه به معنای لغوی مذکور، مسئولیت عبارت است از التزام شخص به پاسخ‌گویی در برابر اعمال و رفتار خویش نسبت به مردم که معیار ظهور آن اعمال و رفتاری است که موجبات خسارت یا جنایت را فراهم می‌سازد.^۵ قانون مدنی ایران علاوه بر استفاده از لفظ مسئول و مسئولیت، بیشتر به پیروی از فقه، کلمه ضمان و ضامن را به کار می‌برد.

مسئولیت مدنی در زبان حقوقی کنونی، نمایان‌گر مجموع قواعدی است که واردکننده زیان را به جبران خسارت زیان‌دیده ملزم می‌سازد. از سوی دیگر، در هر مورد که شخص ناگزیر از جبران خسارت دیگری باشد، می‌گویند در برابر او «مسئولیت مدنی» دارد. لازمه مسئولیت، داشتن اختیار است. انسان آزاد و عاقل از پیامدهای کارهای خویش آگاه و مسئول

۱. معین، محمد، (۱۳۸۲)، فرهنگ فارسی، جلد اول، تهران، انتشارات امیرکبیر، ص ۴۰۷۷.

۲. دهخدا، علی‌اکبر، (۱۳۷۷)، لغت‌نامه، تهران، انتشارات سیروس، ص ۱۳۷۳.

۳. جعفری لنگرودی، محمد جعفر، (۱۳۸۸)، مبسوط در ترمینولوژی حقوق، جلد دوم، تهران، انتشارات گنج دانش، ص ۱۲۱۱.

۴. انصاری، مسعود، طاهری، محمد علی، (۱۳۸۸)، دانشنامه حقوق خصوصی، ج ۳، تهران، انتشارات جنگل، ۱۸۳۹.

۵. دلیری، محمد صالح، (۱۳۷۳)، حقوق جزای عمومی، ج ۳، تهران، انتشارات داد، ص ۲۳.

آن است.^۱ در مسئولیت مدنی بحث بر سر آن است که این نوع مسئولیت در عمل چه نیاز و چه اهدافی را برآورده می‌کند.^۲ هدف عام و کلی مسئولیت مدنی تضمین و تأمین جریان خسارت، اعاده وضع خواهان به حالت قبل از وقوع ضرر و ترمیم زیان وارده به فرد است.^۳ این بدان جهت نیست که حادثه و فعل زیان‌بار، یک خطا یا یک رفتار مجرمانه است، بلکه به این دلیل است که رویداد مزبور، ضرری بوده و موجب ورود زیان شده است. خسارت در حقوق اتحادیه اروپا نیز صرفاً جبران زیان وارده به زیان‌دیده نیست، بلکه خسارت کارکردهای دیگری را به همراه دارد. برای مثال می‌توان به خسارت تنبیهی اشاره کرد که به مفهوم خساراتی است که برای مجازات خواننده در قبال زبانی که به خواهان رسانده، برای جبران به خواهان پرداخت می‌شود.^۴ در بدو امر با توجه به قواعد حاکم بر نظام مسئولیت مدنی در حقوق ایران، خسارات تنبیهی به سختی قابل پذیرش است، اما با تدقیق بیشتر در این امر، روشن می‌گردد که حکم جبران خسارت در بسیاری از موارد نمی‌تواند ناظر به زیان وارده باشد. برای نمونه، ماهیت جبران ضرر وارده به زیان‌دیده در خسارات معنوی از قبیل خسارت وارد به روح، جسم، اعتبار، احساسات، عواطف، اندیشه، هنر و آزادی‌های شخصی به خصوص در مواردی که جبران خسارت به صورت نقدی صورت می‌پذیرد، نمی‌تواند ماهیتاً جبران ضرر وارده در نظر گرفته شود.^۵

مسئولیت مدنی دارای دو شاخه قراردادی و غیرقراردادی است. در مفهوم خاص، مسئولیت مدنی فقط شامل جبران خساراتی می‌شود که منشأ قراردادی نداشته باشند؛ یعنی فقط مسئولیت غیرقراردادی را شامل می‌شود و مسئولیت قراردادی از قلمروی آن خارج

۱. کاتوزیان، ناصر، (۱۳۹۳)، الزام‌های خارج از قرارداد (ضمان قهری)، جلد اول، چاپ دوم، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ص ۳۴.

۲. بادینی، حسن، (۱۳۸۳)، مسئولیت مدنی، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، شماره ۶۶، ص ۷۸.

۳. صالحی ذهابی، جمال، (۱۳۸۱)، مسئولیت مدنی و قانون حاکم بر آن در تعارض قوانین، پژوهش‌نامه بیمه، شماره ۶۷، ص ۶۷.

۴. خسروی فارسانی، علی؛ موسوی پور، میثم؛ (۱۳۹۱)، ماهیت و آثار «خسارت تنبیهی» در حقوق کامن‌لا (با مطالعه تطبیقی)، دوفصلنامه علمی - پژوهشی دانش حقوق مدنی، شماره نخست، ص ۵۰.

۵. پارساپور، محمدباقر؛ اسماعیلی؛ مهدی، (۱۳۹۳)، آثار زمان و مکان در تحول حقوق مسئولیت مدنی در نظام حقوق ایران و فرانسه، پژوهشنامه حقوق اسلامی، سال پانزدهم، شماره دوم (پیاپی ۴۰)، ص ۱۶۷.

است. این معنی بیشتر در حقوق سوئیس رایج است. البته بعضی مؤلفان فرانسوی نیز مسئولیت مدنی را بدین معنی استعمال کرده‌اند. در این معنا مسئولیت مدنی عبارت است از وظیفه حقوقی که شخص در برابر دیگری در خصوص تسلیم مال در عوض استیفای از مال یا عمل دیگری خواهد داشت و این وظیفه از قرارداد حاصل نشده و به علت فعل یا ترک فعل وظیفه جبران خسارت است که منشأ آن به طور مستقیم عمل مادی و قانون است. این بدین معناست که مسئولیت ناشی از واقعه حقوقی و قانون در این مسئولیت مدنی شامل مسئولیت‌های قهری است که بدون قرارداد حاصل گردد و به آن الزامات خارج از قرارداد یا ضمان قهری گفته می‌شود.^۱ به صورت موجز، مسئولیت مدنی (به معنای خاص) از قرارداد ناشی نمی‌گردد، اما چنانچه مسئولیت مدنی به نحو مطلق به کار رود، مسئولیت مدنی غیرقراردادی نیز از آن استنباط می‌گردد.

۲. مسئولیت مدنی سکوها‌های برخط

اینترنت یک رسانه همیشه در حال تغییر برای بازار مصرف آنلاین است. با تحول در تکنولوژی، دامنه مسئولیت مدنی نیز تغییر می‌کند. در خصوص مسئولیت مدنی فروشگاه‌های اینترنتی، باید به مسئله پلتفرم‌های آنلاین^۲ پرداخت که در این مقاله هم‌معنای سایت‌ها و فروشگاه‌های اینترنتی به کار می‌رود.

اصطلاح «پلتفرم آنلاین» نه تنها در ادبیات دانشگاهی، بلکه در گفتار روزمره ما نیز به طور گسترده استفاده می‌شود. در حالی که از دیدگاه فنی، پلتفرم‌ها معمولاً صرفاً به عنوان اتصال‌گر و رابط‌هایی^۳ تعریف می‌شوند که اغلب در محصولات، خدمات یا فن‌آوری‌ها و فروشگاه‌های اینترنتی تجسم می‌یابند،^۴ از منظر اجتماعی-اقتصادی آنها به عنوان سیستم‌هایی حاوی عوامل مستقلی در نظر گرفته می‌شوند که با یکدیگر تعامل دارند.^۵ اصطلاح «پلتفرم

۱. صفایی، سید حسین و رحیمی، حبیب‌الله (۱۳۹۲)، مسئولیت مدنی، چاپ پنجم، تهران، انتشارات سمت. ص ۲۳۶.

2. Online platforms

3. Connector

4. McIntyre, D. P., & Srinivasan, A. (2017). Networks, platforms, and strategy: Emerging views and next steps. *Strategic Management Journal*, 38(1), 141–160.

5. Hein, A., Schreieck, M., Riasanow, T., Setzke, D. S., Wiesche, M., Böhm, M., & Krcmar, H. (2020). Digital platform ecosystems. *Electronic Markets*, 30(1), 87–98.

آنلاین» اغلب به جای شرکت‌هایی که آنها را هماهنگ می‌کنند (صاحبان پلتفرم) استفاده می‌شود.^۱

پلتفرم‌های آنلاین به‌عنوان عوامل اقتصادی بسیار قدرتمندی در نظر گرفته می‌شوند که اغلب تمایل به کسب انحصارطلبی در مقابل شکل سنتی فروش در بازار را دارند. در این راستا، مسئولیت اپراتورهای پلتفرم به‌طور مداوم در بین محققان مورد بحث قرار گرفته است. جدی‌ترین مسئله در این زمینه این است که آیا اپراتور پلتفرم ممکن است در قبال یک مشتری پلتفرم در قبال تخلفات ناشی از تأمین‌کنندگان پلتفرم مسئول شناخته شود. متأسفانه در پژوهش‌های داخلی، هنوز به این موضوع به‌درستی پرداخته نشده است. این در حالی است که پلتفرم‌های آنلاین (دیجیتال) به‌عنوان ابزارهای ارتباطات مدرن، زندگی اجتماعی و خرید و فروش را تغییر داده^۲ و درک جدیدی از قیمت‌گذاری، تولید و تصمیم‌های سرمایه‌گذاری را تعریف کرده‌اند.

به تبع قرارداد واقع‌شده در خرید و فروش اینترنتی، در فروشگاه‌های اینترنتی مسئولیت‌های متعددی ایجاد می‌گردد که برخی از این مسئولیت‌ها قراردادی و برخی نیز غیرقراردادی خواهند بود.^۳ برای مثال، گاه فروشگاه اینترنتی به سبب ارائه کالا یا خدمتی، خود سبب ورود زیان به دیگری می‌شود (مسئولیت قراردادی). همچنان که هر شخص مسئول اعمال خویش است، ارائه‌کنندگان کالا یا خدمات اینترنتی در فروشگاه اینترنتی نیز پاسخ‌گوی خساراتی خواهند بود که خود آن را ایجاد کرده‌اند. در واقع مسئولیت مرتکب در این مورد مبتنی بر تخلف از تعهدی است که پیش‌تر خود شخص آزادانه آن را بر عهده گرفته، اما عملاً بدان

1. Van Hoboken, J., Quintais, J. P., & van Eijk, N. (2019). *Hosting Intermediary Services and Illegal Content Online: An Analysis of the Scope of Article 14 ECD in Light of Developments in the Online Service Landscape* [Report]. Publications Office of the European Union.

2. Busch, C., Dannemann, G., Schulte-Nölke, H., Wiewiórowska-Domagalska, A., & Zoll, F. (2016). Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms. *Journal of European Consumer and Market Law*, 5(4), 164–169.

۳. الماسی، نجاد علی؛ اخلاقی، بهروز؛ (۱۳۹۶)، حقوق و تکالیف متعاملین در ببع الکترونیک، تحقیقات حقوقی تطبیقی ایران و بین‌الملل، سال دهم، شماره سی‌وهفتم، ص ۱۶۰.

وفادار نمانده است. براین اساس در ادامه به مسئولیت مدنی فروشگاه‌های آنلاین در حقوق ایران و اتحادیه اروپا پرداخته می‌شود.

۳. مقایسه رویکرد حقوق ایران و حقوق اروپا در مواجهه با مسئولیت مدنی

فروشگاه‌های آنلاین

موضوع مسئولیت فروشگاه‌های اینترنتی و پلتفرم‌های آنلاین یکی از بحث‌برانگیزترین موضوعات در ادبیات مدرن در بسترهای آنلاین است؛ چرا که هنوز مشخص نیست اپراتورهای پلتفرم بر اساس چه دلایلی ممکن است مسئول شناخته شوند.

برای تجزیه و تحلیل در این بخش، ابتدا متداول‌ترین تخلفاتی که باعث آسیب به مشتریان پلتفرم‌های تراکنش می‌شود، مورد اشاره قرار می‌گیرد. سپس به تحلیل حقوق ایران و اتحادیه اروپا در این گستره پرداخته می‌شود. باید در نظر داشت که برخلاف پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری که در آن استقرار محتوای غیرقانونی، گسترده‌ترین تخلف است، پلتفرم‌های تراکنش، ممکن است با طیف گسترده‌ای از تخلفات انجام شده توسط تأمین‌کنندگان پلتفرم مقابله کنند. پلتفرم‌ها در اشکال و قالب‌های مختلفی به ارائه خدمات به کاربران می‌پردازند، برخی واسطه‌ی میان تأمین‌کننده و مشتری شده و خود نیز در امر تأمین و تحویل کالا یا ارائه خدمات همکاری می‌کنند که در این صورت پلتفرم قواعد و مقررات سنگین‌تری را برای نوع، کیفیت و سایر موارد مربوط به محصول ارائه شده و رفتار تأمین‌کنندگان وضع و اجرا می‌کنند؛ اما برخی دیگر صرفاً محلی برای ارتباط‌گیری فروشندگان و مشتری در بستر اینترنت هستند که در این نوع از پلتفرم‌ها، فروشندگان کالاها یا خدمات خود را اعم از کالای نو، دست‌دوم و با هر شرایطی عرضه می‌کنند و پلتفرم دخالت کمتری در نحوه ارتباط میان فروشندگان و مشتری خواهد داشت. در ذیل به بررسی این مهم در قالب چند گزاره پرداخته می‌شود:

نخست، فروشگاه‌های اینترنتی بزرگی مانند دیجی‌کالا که تخلفات ممکن است به توزیع محصولات معیوب منجر شود و به دارایی خریداران آسیب برساند. ظاهراً در اینجا با مسئولیت حقوقی در قبال محصول سروکار داریم.

دوم، ممکن است نقض قرارداد بین یک تأمین کننده از یک طرف و یک مشتری از طرف دیگر باشد. به عنوان مثال، فروش کالاهایی با کیفیت پایین، تحویل دیر هنگام کالا به مشتریان، اجرای غیرمنصفانه قراردادهای خدمات (مانند تأخیر در قراردادهای).

سوم، هنگامی که تأمین کننده وانمود می کند که کالا یا خدماتی ارائه می کند، تخلف ممکن است به یک فعالیت متقلبانه از طریق یک پلتفرم منتهی شود، با این حال، ادعا می کند که فقط برای دریافت پول از مشتریان بدون هیچ گونه عملکردی در ازای آن، کار می کند. در این دو مورد با مسئولیت قراردادی سروکار داریم. اگر تأمین کننده کالایی را با کیفیت بد تحویل دهد یا خدمات را ب صورت ناروا انجام دهد، تأمین کننده قرارداد منعقد شده با مشتری را نقض می کند. به همین ترتیب، نقض قرارداد تأمین کننده و مشتری وجود دارد که در آن تأمین کننده ادعا می کند که مشتریان را فریب می دهد و به آنها کالاها یا خدماتی را ارائه می دهد که قرار نیست آنها را بفروشد یا انجام دهد.^۱

بنابراین در ذیل به مسائل مربوط به مسئولیت حقوقی در قبال محصول می پردازیم.

۳-۱. مسائل مربوط به مسئولیت حقوقی (اعم از مسئولیت مدنی و قراردادی) در قبال محصول

مسئولیت حقوقی در قبال محصول،^۲ یعنی تولید کننده این مسئولیت را خواهد داشت که محصول تولیدی که به دست مشتری می رسد دچار نقص نبوده و صدمه ای به آن وارد نکند. مسئولیت حقوقی در قبال محصول در سطح اتحادیه اروپا در دستورالعمل مسئولیت،^۳ مورد اشاره قرار گرفته است. ایده اصلی دستورالعمل این است که تولید کننده محصول معیوب باید در قبال خسارت ناشی از محصول مسئول باشد؛ بنابراین این دستورالعمل مسئولیت محصولات معیوب^۴ را برای تولید کنندگان آنها تعیین می کند (ماده ۱). با این حال در مواردی که تولید کننده محصول قابل شناسایی نباشد، با عرضه کننده محصول باید به عنوان

1. Filatova-Bilous, N. (2021). Once again platform liability: on the edge of the 'Uber' and 'Airbnb' cases. *Internet Policy Review*, 10(2).

2. Product liability

3. Directive 85/374/EEC

4. defective products

تولیدکننده آن رفتار شود، مگر اینکه فرد آسیب‌دیده را در خصوص مشکلات محصول، مطلع کند (ماده ۳(۳)).

در قوانین اتحادیه اروپا، دستورالعمل، افراد مسئول در قبال مشتریان را تعیین می‌کند و جایی برای افرادی که به معنای واقعی کلمه «تولیدکننده»^۱ یا «تأمین‌کننده»^۲ یک محصول نیستند، باقی نمی‌گذارد. به همین دلیل است که کمیسیون اروپا در گزارش خود در سال ۲۰۱۸ در مورد اعمال این دستورالعمل تأکید کرده است که «برخی از مفاهیمی که در سال ۱۹۸۵ واضح بود، مانند «محصول»^۳ و «تولیدکننده» یا «نقص»^۴ و «خسارت»^۵ کمتر به چشم می‌خورد؛ بنابراین صنعت به‌طور فزاینده‌ای در زنجیره‌های ارزش، در گستره جهانی با مؤلفه‌های خدمات قوی‌تر ادغام می‌شود»^۶. پلتفرم‌های تراکنش نمونه‌های خوبی در این گستره هستند؛ چراکه با معرفی خود به‌عنوان واسطه‌ای بین فروشندگان و خریداران، معمولاً در قبال مشتریان مسئولیت کمتری را بر عهده می‌گیرند. با این حال، گاهی اوقات این رویکرد سختگیرانه، تعادل عادلانه بین تجارت و حمایت از مصرف‌کننده را برهم می‌زند.^۷ به دلیل ویژگی‌های ساختاری پلتفرم‌ها و همچنین تأثیر شدید اپراتورهای پلتفرم بر ارتباطات بین کاربران سایت‌ها و فروشگاه‌های اینترنتی، گاهی اوقات ممکن است برای مصرف‌کننده بسیار سخت باشد که فروشنده یک محصول را شناسایی کند و مستقیماً با او ارتباط برقرار یا شکایت کند. در این رابطه، رویکردهای اتخاذشده توسط دیوان دادگستری اتحادیه اروپا^۸

-
1. Producers
 2. Suppliers
 3. Product
 4. Defect
 5. Damage
 6. Report, 2018, n.p.
 7. Katz, M. L. (2019). Platform economics and antitrust enforcement: A little knowledge is a dangerous thing. *Journal of Economics & Management Strategy*, 28(1), 138–152.

۸ در راستای پلتفرم‌های آنلاین، دیوان دادگستری اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۷ به این نتیجه رسید که خدمات ارائه‌شده توسط اوبر باید به‌عنوان «خدمات در زمینه حمل‌ونقل» طبقه‌بندی شوند و باید مستثنی از خدمات جامعه اطلاعاتی شوند. در مقابل، در حکم ۱۹ دسامبر ۲۰۱۹ در دادرسی کیفری علیه پرونده «Airbnb» دادگاه در مورد ماهیت خدمات ارائه‌شده توسط پلتفرم مربوطه به نتیجه معکوس رسید و تأیید شد که «Airbnb» یک واسطه خالص ارائه‌دهنده خدمات جامعه اطلاعاتی است.

در پرونده‌های «Uber» و «Airbnb» ممکن است به‌عنوان یک نقشه‌راه عمل کند. اگر برخی از پلتفرم‌های تراکنش، ممکن است تحت معیارهای خاصی به‌عنوان ارائه‌دهنده خدمات مادی واجد شرایط شوند، پلتفرم‌هایی که به‌عنوان بازار آنلاین کالاها خدمت می‌کنند نیز ممکن است به‌عنوان فروشندگان کالا در نظر گرفته شوند که در نتیجه در قبال خسارات ناشی از محصولات معیوب مسئول هستند. در این رابطه معیارهای عینی برای تشخیص واسطه‌ها از ارائه‌دهندگان خدمات مادی نیز ممکن است مفید باشد؛ بنابراین اگر خدمات ارائه‌شده توسط یک پلتفرم فرصت‌های جدیدی را برای فروشندگان ایجاد کرده باشد و اگر اپراتور پلتفرم تأثیر تعیین‌کننده‌ای بر جنبه‌های اقتصادی مهم توزیع کالا توسط کاربران پلتفرم داشته باشد، اپراتور باید به‌عنوان فروشنده کالا در نظر گرفته شود.

دکتر کاتوزیان، مسئولیت ناشی از عیب تولید را به‌عنوان مرز میان مسئولیت مدنی و قراردادی در نظر گرفته است. در واقع به نظر ایشان در نظام حقوقی دیگر نیز به‌طور غالب، به‌منظور حمایت از مصرف‌کنندگان، مسئولیت سازندگان و فروشندگان کالا، فراتر از رابطه قراردادی توصیف شده است.^۱ براین اساس در حقوق ایران، می‌توان مسئولیت حقوقی در قبال محصول را در ذیل شرط ضرر تعریف کرد. لزوم این شرط در قانون مسئولیت مدنی تصریح نشده است، اما ماده ۵۲۰ قانون آیین دادرسی مدنی، در خصوص خسارت بیان می‌نماید که «... خواهان می‌بایست ثابت نماید که زیان وارده بلاواسطه ناشی از عدم انجام تعهد یا تأخیر آن یا عدم تسلیم خواسته بوده است...». مقصود از بی‌واسطه بودن ضرر آن است که بین فعل زیان‌بار و ضرر حادثه دیگری وجود نداشته باشد تا جایی که بتوان گفت ضرر در نظر عرف از همان فعل ناشی شده است. برای نمونه چنانچه شخصی از فروشگاه اینترنتی اقدام به خرید یک یخچال نماید و سپس بدون توجه به دفترچه راهنمای وسیله و بدون تماس با نمایندگی مجاز برای نصب و راه‌اندازی یخچال، خود اقدام به نصب و استفاده از آن نماید و در نتیجه این اقدامات، یخچال خریداری شده از قسمت موتور دچار نقص شود و خسارتی پدید آید، در این صورت اقدام خریدار در عدم توجه به نکات ذکر شده از سوی فروشگاه

۱. کاتوزیان، ناصر (۱۳۸۴)، مسئولیت ناشی از عیب تولید، چاپ دوم، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ص ۸-۲۵.

اینترنتی سبب ایجاد خسارت گردیده و حتی می‌تواند رابطه مستقیم بین زیان (نقص موتور) با خسارت (جان و مال خریدار) را قطع نماید. به عبارت دیگر با اقدام مشتری و تقصیر وی در نصب و راه‌اندازی یخچال، رابطه سببیت میان فروشگاه و حادثه قطع شده و مسئولیتی متوجه وی نخواهد بود. در هر حال در خصوص این شرط قاضی باید با توجه به منطق عرف، مستقیم یا غیرمستقیم بودن ضرر را احراز کند. در این مورد البته در قانون حمایت از مصرف‌کننده ایران، خسارت ناشی از فروش کالایی که معیوب است (ماده ۲ و ماده ۱۸) مورد اشاره قرار گرفته است، اگرچه به‌طور دقیق در خصوص خسارت ناشی از کالای معیوب بر مصرف‌کننده، تعریف ارائه نشده است.

۳-۲. نقض قرارداد بین کاربران فروشگاه‌های اینترنتی و مسئولیت آن

مسائل مربوط به مسئولیت در مورد اپراتورهای پلتفرم و فروشگاه‌های اینترنتی ممکن است ناشی از فروش کالاهایی با کیفیت پایین، عملکرد نامناسب خدمات، پیشنهادات جعلی کالا یا خدمات به مشتریان توسط تأمین‌کننده و غیره باشد.^۱ طبق یک قاعده کلی، یک قرارداد فقط برای طرفین آن الزام‌آور است. از این منظر، یک فروشگاه اینترنتی ممکن است در قبال نقض قرارداد مسئولیتی نداشته باشد؛ زیرا قرارداد اخیر بین کاربران پلتفرم منعقد می‌شود، اما در صورتی که اپراتور پلت‌فرم، به‌عنوان طرف قرارداد منعقدشده با مشتری پلت‌فرم در نظر گرفته شود، نتیجه برعکس خواهد بود که در صورتی امکان‌پذیر است که اپراتور به‌عنوان فروشنده کالا یا ارائه‌دهنده خدمات مربوطه واجد شرایط باشد. در اینجا مسائلی مطرح می‌شود که در ذیل بدان پرداخته شده است:

۳-۲-۱. مسئول بودن اپراتور پلتفرم به‌عنوان طرف قرارداد با مشتری و بحث تعهدات

غیر قراردادی

در خصوص مسئول بودن اپراتور پلتفرم و فروشگاه‌های اینترنتی در قوانین اتحادیه اروپا می‌توان گفت که دستورالعمل ۲۰۱۹/۲۱۶۱ که به تصویب رسیده است، قوانین حمایت از

1. Pretelli, I. (2018). Improving Social Cohesion through Connecting Factors in the Conflict of Laws of the Platform Economy. In I. Pretelli (Ed.), Conflict of Laws in the Maze of Digital Platforms (pp. 17–52).

مصرف‌کننده اتحادیه اروپا را مدرن کرده^۱ و الزامات اطلاعات اضافی را برای بازارهای آنلاین ایجاد می‌کند. به‌ویژه دستورالعمل EU/۸۳/۲۰۱۱ در مورد حمایت از مصرف‌کننده را با ماده ۶ الف تکمیل می‌کند که از جمله، ارائه‌دهندگان بازارهای آنلاین را ملزم می‌کند تا اطلاعات مربوط به چگونگی تعهدات مربوط به قرارداد را به‌طور واضح و قابل فهم در اختیار مصرف‌کننده قرار دهند. اطلاعات بین ارائه‌دهنده کالا، خدمات یا محتوای دیجیتال و ارائه‌دهنده بازار آنلاین به اشتراک گذاشته می‌شود؛ بنا به موارد پیش‌گفته این واقعیت که ارائه‌دهنده بازار آنلاین (یعنی اپراتور پلتفرم) به مشتریان پلتفرم اطلاع می‌دهد که تعهدات قرارداد بین او و تأمین‌کنندگان پلتفرم مشترک است یا آنکه این امر را به اطلاع ایشان نمی‌رساند، موضوعی واجد اهمیت می‌باشد. حتی ممکن است ارائه‌دهنده بازار آنلاین به نحوی رفتار کند که از دیدگاه مصرف‌کنندگان، اپراتور خود را به‌عنوان تأمین‌کننده پلتفرم معرفی می‌کند.

بنابراین از آنجایی که مسئولیت اپراتورهای پلتفرم یک موضوع حقوق خصوصی است، معیارهای ذهنی، مرتبط‌تر به‌نظر می‌رسد؛ بنابراین تمرکز باید روی این باشد که آیا مشتری پلتفرم می‌تواند به‌طور منطقی به‌عنوان طرف قرارداد فروش با مشتری دیگر در نظر گرفته شود. با این حال معنای معیارهای عینی را که ممکن است در این زمینه نشان‌دهنده باشد، کم‌رنگ نمی‌کند. ظاهراً نمی‌توان تعیین کرد که آیا مشتری می‌تواند به‌طور منطقی اپراتور پلتفرم را بدون در نظر گرفتن معماری پلتفرم، به‌عنوان طرف مقابل قرارداد فروش، در نظر بگیرد یا خیر. اپراتور وظایف اطلاعاتی خود را که در بالا ذکر شد، باید با دستورالعمل جدید تصویب‌شده ۲۰۱۹/۲۱۶۱ (که قوانین حمایت از مصرف‌کننده اتحادیه اروپا را مدرن می‌کند) تطبیق دهد. در اکثر کشورهای جهان، قانون تعهدات غیرقراردادی، وظایف محتاطانه‌ای را در رابطه با منافع دیگری که توسط قانون‌حمایت می‌شود، ایجاد می‌کند. این مفهوم مبتنی بر استاندارد مراقبت است که باید تحت شرایط مورد بحث توسط یک فرد

1. Directive, 2019

معقول محتاط اعمال شود.^۱ در نتیجه آن اگر شخصی به نحوی عمل کند که به دیگری آسیب وارد شود، مسئول خسارات وارده است.

با تعمیم این مفهوم به فروشگاه‌هایی اینترنتی و پلتفرم‌ها، ممکن است فرض شود که اگر تأمین‌کننده پلتفرم قرارداد تأمین‌کننده-مشتری را به درستی انجام ندهد، اپراتور پلتفرم ممکن است در قبال مشتری پلتفرم مسئول شناخته شود؛ زیرا اپراتور از انجام وظیفه مراقبتی خود کوتاهی می‌کند. در واقع اپراتور پلتفرم مسئول ترتیب یک بازار آنلاین امن و منظم است که ممکن است فقط برای کاربران آگاه و محتاط (اعم از تأمین‌کنندگان و مشتریان) در دسترس باشد. بر این اساس، هنگامی که اپراتور این وظیفه را نقض می‌کند و پلتفرم را در دسترس افراد سرکش قرار می‌دهد، ممکن است بر اساس مفاد قانون، مسئول خسارات وارده به کاربران خود در اثر این تخلف در نظر گرفته شود.^۲

با این حال این واقعیت که یک تأمین‌کننده پلتفرم، قرارداد منعقدشده با مشتری پلتفرم را نقض کرده است، به خودی‌خود به این معنی نیست که اپراتور پلتفرم وظیفه مراقبت را انجام نداده است. یکی از عناصر کلیدی این وظیفه این است که مسئول دانستن یک شخص در شرایط خاص باید معقول باشد. اگر برخی از تأمین‌کنندگان ثبت‌نام‌شده در پلتفرم به تعهدات قرارداد خود به درستی عمل نکنند، ممکن است دلیلی برای سرزنش اپراتور پلتفرم برای نقض وظیفه مراقبت نباشد؛ زیرا پلتفرم قادر به پیش‌بینی رفتار کاربران، خصوصاً تأمین‌کنندگان نخواهد بود. بنابراین مسئول دانستن ایشان در همه موارد ممکن است قضاوتی ناعادلانه باشد. بر این اساس برطبق ماده ۳۳ قانون تجارت الکترونیک، فروشگاه اینترنتی باید اطلاعاتی را به خریدار ارائه نماید. چنانچه این امر صورت نپذیرد و از این طریق خسارتی به خریدار وارد گردد، بر مبنای نظریه تقصیر با توجه به ارکان مسئولیت مدنی فعل زیان‌بار و عدم اقدام و اطلاع‌رسانی وفق ماده ۳۳ و تحقق ضرر که در واقع همان آسیب مالی به جهت جهت عدم

¹ von Bar, C., Clive., E., & Schulte-Nölke, H. (Eds.). (2008). Principles, definitions and model rules of European private law. Draft Common Frame of Reference (DCFR) interim outline edition. Sellier European Law Publishers.

². Augustin Chapuis-Doppler & Vincent Delhomme, European Forum Insight published 2020 via European Papers (www.europeanpapers.eu), European Papers - A Journal on Law and Integration, 2020 5(1), pp. 411-428.

تطابق محصول سفارش داده شده با محصول دریافتی خواهد بود، باید از عهده زیان وارده برآید. همچنین براساس ماده ۹۵۱ قانون مدنی ایران، «تعدی، تجاوز نمودن از حدود اذن یا حدود متعارف نسبت به مال یا حق دیگری می باشد» و در خصوص تفریط ماده ۹۵۲ این قانون چنین اظهار می دارد «ترک عملی که به موجب قرارداد یا متعارف برای حفظ مال غیر لازم است تفریط می باشد» و تقصیر براساس ماده ۹۵۳ قانون مذکور «اعم از تفریط و تعدی است». بدین ترتیب، تقصیر، تجاوز از رفتاری است که انسان متعارف باید در شرایط و اوضاع و احوال وقوع حادثه از خود نشان دهد. براین اساس، چنانچه عمل شخص با رفتار انسان متعارف در شرایط وقوع حادثه متفاوت باشد، عمل او تقصیر محسوب می شود. این ضابطه نوعی، با تعریفی که از تقصیر ارائه شد، کاملاً منطبق است.

علاوه بر این، اپراتور پلتفرم به طور کلی بر سند تجارت الکترونیک^۱ اتحادیه اروپا تکیه می کند که معافیت های مسئولیت را برای ارائه دهندگان میزبانی فراهم می کند. طبق ماده ۱۴ قوانین تجارت الکترونیک، اپراتور پلتفرم در صورتی که حداقل یکی از شرایط ذکر شده در این ماده را داشته باشد، مسئولیتی ندارد. شرط اول این است که اپراتور پلتفرم اطلاعات واقعی از فعالیت یا اطلاعات غیرقانونی نداشته باشد و در مورد ادعای خسارت، از حقایق یا شرایطی که فعالیت یا اطلاعات غیرقانونی از آن آشکار است (دانش سازنده) آگاه نباشد.^۲ شرط دیگر این است که با به دست آوردن چنین دانش یا آگاهی، اپراتور پلتفرم سریعاً برای حذف یا غیرفعال کردن دسترسی به اطلاعات اقدام کند.^۳

با عنایت به عبارت فعلی ماده ۱۴ و ماهیت بسترهای معاملاتی، می توان نتیجه گرفت که در اکثر موارد اپراتورهای پلتفرم و فروشگاه های اینترنتی از مسئولیت معاف بوده و ثابت می کنند که شرایط مذکور را دارا می باشند.

1. Electronic Commerce Directive

2. Baistrocchi, P. (2002). Liability of Intermediary Service Providers in the EU Directive on Electronic Commerce. Santa Clara High Technology Law Journal, 19(1), 111-130.

3. Electronic Commerce Directive 2000.

اولاً، یک اپراتور پلتفرم در اکثر موارد به راحتی ثابت می‌کند که آن شخص دانش واقعی یا سازنده‌ای در مورد فعالیت غیرقانونی کاربران خود نداشته است. طبق ماده ۱۵ قوانین تجارت الکترونیک هیچ الزام کلی برای نظارت بر اطلاعات یا فعالیت کاربران پلتفرم بر اپراتورهای پلتفرم تحمیل نشده است؛ بنابراین سیستم‌های سنتی ارزیابی فعالیت کاربران که به‌طور گسترده توسط پلتفرم‌های مدرن مورد استفاده قرار می‌گیرند، مانند سیستم‌های رتبه‌بندی و نظرات، به‌خود خود دلیلی بر این ندارند که اپراتور پلتفرم از فعالیت غیرقانونی یا اطلاعاتی که در پلتفرم قرار داده شده است، اطلاع داشته است. این سیستم‌ها عموماً اطلاعات مربوط به کاربران پلتفرم را مستقیماً به اپراتور پلتفرم ارسال نمی‌کنند. برعکس، آنها در وهله اول برای کاربران پلتفرم ایجاد می‌شوند و به دومی، نه اپراتور پلتفرم، اجازه می‌دهند تا فعالیت تأمین‌کنندگان پلتفرم را ارزیابی کنند.

دوم اینکه آیا اجرای ناروای قراردادها توسط تأمین‌کنندگان پلتفرم ممکن است به‌عنوان یک فعالیت غیرقانونی بر اساس ماده ۱۴ قوانین تجارت الکترونیک قابل بررسی باشد یا خیر. به‌طور کلی عملکرد ناروا (یا عدم انجام کار)، به‌عنوان نقض تعهدات ناشی از یک قرارداد، محسوب می‌شود، نه تخلف از شرایط قانونی. به‌عبارت دیگر تنها در صورتی که تأمین‌کننده یک فعالیت متقلبانه را از طریق پلتفرم ارائه دهد (مثلاً پیشنهادهای جعلی کالا یا خدمات را ارائه دهد)، ممکن است این فعالیت غیرقانونی تلقی شود.

با این حال، منصرف از موانع ذکر شده برای مسئول دانستن اپراتورهای پلتفرم در قبال مشتریان فروشگاه‌های اینترنتی و سایت‌ها، در موارد خاص تأمین‌کننده همچنان مسئول است. به‌عنوان مثال، اگر تأمین‌کننده تعهدات قرارداد را دائماً یا موقتاً به‌درستی انجام ندهد (کالا یا خدمات را در زمان مقرر ارائه نمی‌کند، کالاهایی را با کیفیت پایین توزیع می‌کند و غیره) و مشتریان از این حقیقت توسط یک سیستم رتبه‌بندی و نظرات سایرین مطلع می‌شوند، انتخاب آنهاست که با تأمین‌کننده قرارداد ببندند. در این شرایط نمی‌توان گفت که پلتفرم اپراتور^۱ در انجام وظیفه مراقبت کوتاهی کرده است.

1. the platform operator

در حقوق ایران و در قانون مسئولیت مدنی در ای باره حکمی وجود ندارد، اما مستفاد ماده ۵۲۰ قانون آیین دادرسی مدنی در مورد خسارت انجام ندادن تعهد آن است که مدعی خسارت باید اثبات نماید که متضرر شده است. از منطوق عبارت چنین به نظر می‌رسد که ورود ضرر می‌بایست در گذشته مسلم باشد. در نتیجه به صرف آنکه ورود ضرر محتمل است، نمی‌توان فردی را محکوم به جبران خسارت کرد. تردید درباره امکان مطالبه عدم‌النفع نیز ناشی از ضرورت همین قاعده می‌باشد و گرنه درباره خسارت مسلم، تفاوتی میان مال تلف شده و منفعت از دست‌رفته نیست؛ با وجود این چنانچه به نظر دادرس خسارتی که در آینده و به احتمال وارد می‌شود، ادامه و نتیجه مستقیم و قطعی از وضعیت فعلی زیان دیده باشد، باید آن را در حکم خسارت مستقیم و حال برشمرد؛ بنابراین برای مثال چنانچه شخصی از یک فروشگاه اینترنتی اقدام به خرید کالایی نماید و براساس شایعاتی که در خصوص آن کالای خاص وجود دارد، مبنی بر اینکه منجر به وقوع بیماری یا سرطان می‌شود، بدون اینکه هنوز ضرری مسلم پدید آمده باشد، خریدار نمی‌تواند علیه فروشگاه اینترنتی که کالا را از آنجا خریداری نموده است دعوی جبران خسارت اقامه نماید؛ چرا که هنوز ضرر یا خسارت مسلمی بر او وارد نشده است.

با این حال برای ایجاد تعادل بین منافع کاربران پلتفرم و اپراتورهای پلتفرم انجام اقداماتی ضروری به نظر می‌رسد. در همین راستا ماده ۱۴ قوانین تجارت الکترونیک اتحادیه اروپا نیز نیاز به اصلاح دارد. به‌عنوان مثال، عبارت «اطلاعات غیرقانونی» و «فعالیت غیرقانونی» باید با یک عبارت گسترده‌تر مانند «زیان‌آور»، «گمراه‌کننده»، «مشتبه‌سازی» جایگزین شود که به کاربران پلتفرم اجازه می‌دهد تا در مورد اپراتور پلتفرم بتوانند نسبت به دفاع از حقوق اقدامات را انجام دهند. علاوه بر این، مفاد ماده ۱۴ قوانین تجارت الکترونیک باید با مفاد ذکر شده دستورالعمل (EU) 2019/2161 (EU) نوسازی قوانین حمایت از مصرف‌کننده اتحادیه اروپا متعادل شود.^۱ در این میان موضوع مسئولیت کارگزاران آنلاین در صورت فروش تقلبی از طریق پلتفرم‌های آنها، دشواری یافتن ابزار مؤثر برای مبارزه با جعل در شبکه را

1. Directive (EU) 2019/2161

برجسته می‌کند.^۱ تنوع راه‌حل‌های ارائه‌شده توسط مراجع قضایی مختلف اروپایی و آمریکایی نشان‌دهنده این وضعیت است. بررسی آخرین تحولات انجام‌شده، هرچند نافی مفید بودن آنها نیست، اما تغییرات هنوز شکننده به نظر می‌رسند و کارایی مطلوب را ندارد. اما به هر روی این تحولات نمایان‌گر مسیری به سمت حفظ تعادل بین منافع متفاوت کارگزاران آنلاین و صاحبان علائم تجاری می‌باشند.

در این میان بر طبق ماده ۳۷ قانون تجارت الکترونیک ایران، هر خریدار از راه‌دور هفت روز حق انصراف از سفارش خود را دارد. قانون‌گذار به دلیل اینکه خریدار در هنگام خرید اینترنتی کالا را مشاهده نکرده و صرفاً از روی وصف و اطلاعات تصویری و ویدیویی قرارداد منعقد می‌شود و امکان وجود عیب و خرابی در کالا وجود دارد، چنین حقی را برای خریدار در نظر گرفته است که در صورتی که کالا معیوب بوده یا موافق با آنچه مورد نظر خریدار بوده نباشد، کالا را به فروشنده برگرداند؛ رعایت حق قانونی فروشنده و تسهیل اجرای آن برای تأمین‌کننده الزام‌آور است. چنانچه یک فروشگاه اینترنتی بدون توجه به این حق قانونی، هزینه یا جریمه‌ای از باب انصراف به خریدار تحمیل نماید، مطالبه هزینه مذکور خلاف قانون می‌باشد. مضاف بر آن به جهت سلب این حق از شخص و حفظ کرامت انسانی، مسئولیت مدنی بر فروشگاه اینترنتی مترتب خواهد بود و ایشان ملزم به جبران خسارات وارده است. به نظر می‌رسد این نظریه به جهت عدم توجه به عامل زیان و دفاعیات وی و جانبداری یک‌طرفه از زیان‌دیده، نمی‌تواند به تنهایی مبنای مسئولیت مدنی فروشگاه اینترنتی در نظر گرفته شود.

با توجه به مطالب بیان‌شده به نظر می‌رسد، نظریه تقصیر با وجود آن که در کشورهای مختلف دنیا مورد توجه واقع شده، لکن در مواردی که ضرر بدون ظهور عنصر تقصیر وارد می‌گردد، نمی‌تواند راهگشا باشد. از سوی دیگر پذیرش نظریه خطر در مواردی موجبات تضییع حقوق مرتکبین را فراهم می‌آورد و این امر با وجود پیچیدگی‌های زندگی اجتماعی

1. Busch, Christoph, Rethinking Product Liability Rules for Online Marketplaces: A Comparative Perspective (February 10, 2021). 2021 Consumer Law Scholars Conference in Boston (March 4-5, 2021), Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3784466> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3784466>.

تا حد زیادی ترس و دلهره را در افرادی که فعالیت مشروع پرخطر انجام می‌دهند به وجود آورده و از کارکرد آن‌ها خواهد کاست. همچنین بر مبنای نظریه تضمین حق، سالم و ایمن زندگی کردن در جامعه از جمله حقوق مکتسبه هر شخص است و هرگاه به این حق اساسی خللی وارد آید، زیان‌زننده فارغ از آنکه مرتکب تقصیر شده باشد یا خیر، مسئول جبران آن قلمداد می‌شود. پرواضح است برای تحقق عنصر حیاتی عدالت، باید از قید انتخاب انحصاری یک نظریه گذشت و با توجه به شرایط و اوضاع و احوال حاکم در مواقع ورود ضرر برای جبران آن اقدام نمود. در نتیجه آنچه در تطابق دو حقوق اتحادیه اروپا و ایران آمد، می‌توان گفت که خلأ قوانین جدید در حوزه پلتفرم‌ها و فروشگاه‌های اینترنتی وجود دارد تا دقیقاً مشخص شود در صورت وجود خسارت و ضرر، به کاربران و خریداران این فروشگاه‌ها مسئولیت مدنی به عهده کیست! بحثی که در حقوق ایران نه تنها مورد تدقیق قرار نگرفته است، بلکه به نظر می‌رسد که سعی بر این است تا قوانین قدیمی را در حوزه بیع، تجارت الکترونیکی و مسئولیت مدنی فروشگاه‌های سنتی در زمینه مسئولیت مدنی فروشگاه‌های اینترنتی و پلتفرم‌ها به کار گرفته شود که نمی‌تواند چندان پاسخگوی نیازهای جدید جامعه باشد. حقوق مصرف‌کنندگان الکترونیکی در ایران توسط قانون تجارت الکترونیکی و قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده ۱۳۸۸ محافظت می‌شود که تا حدی به رفع مشکلات قانونی مربوط به رفتار تجاری از طریق اینترنت کمک کرده است. با این حال خاطر نشان می‌کند که ایران باید ساختار فیزیکی و ماهیت صنایع خود و فرآیندهای بازاریابی، بیمه و خدمات پشتیبانی پس از فروش را برای رشد بیشتر تجارت الکترونیک اصلاح کند و این شامل حفاظت از حریم خصوصی داده‌ها می‌شود. در این بین، مسائل مربوط به حریم خصوصی که رکن اصلی تجارت الکترونیکی است، به اندازه کافی در ایران پرداخته نشده است. با توضیحات ارائه شده روشن می‌شود که ممکن است پلتفرم و تأمین‌کننده به نسبت قصور و تقصیری که داشته‌اند در برابر مشتریان مسئول شناخته شوند. البته باید به نتیجه و آثاری که از این اقدام پلتفرم یا تأمین‌کننده حاصل می‌شود نیز توجه داشت، برای مثال در صورتی که تأمین‌کننده در ارائه اطلاعات نسبت به کالا، قصور داشته باشد و به‌طور کامل نحوه راه‌اندازی یا استفاده از آن را توضیح ندهد و خسارتی وارد شود، می‌توان با توجه به اوضاع و احوال،

میزان خسارت وارد شده، ریسک پذیری فعالیت تأمین کننده یا پلتفرم، درجه قصور یا تقصیر و سایر عوامل مرتبط، مسئولیت پلتفرم یا تأمین کننده را مورد شناسایی قرار داد؛ بنابراین با توجه به نوظهور بودن حوزه تجارت الکترونیک و تفاوت های آن با دنیای تجارت سنتی، باید از قواعد و اصول حقوقی متناسب با شرایط این حوزه استفاده نمود و نمی توان خط کش و ملاکی را ارائه داد که در همه موارد نتیجه یکسانی را به ارمغان بیاورد.

امروزه میان پلتفرم ها و استفاده کنندگان از خدمات ارائه شده آنها قراردادهایی به صورت الکترونیکی منعقد می شود. معمولاً نحوه تنظیم این قراردادها به این گونه است که اوپراتور پلتفرم متن قراردادی و شروط را آماده کرده و اشخاص برای استفاده از خدمات پلتفرم ملزم به پذیرش قرارداد، بدون هیچ گونه مذاکره خواهند بود، در غیر این صورت امکان استفاده و بهره مندی از پلتفرم را نخواهند داشت. مفاد چنین قراردادهایی معمولاً تحدید مسئولیت پلتفرم ها و اخذ اقرارها و تأییدیه ها از استفاده کنندگان است. هر چند عموم مردم بدون مطالعه دقیق مفاد این توافق ها با یک کلیک مفاد قرارداد را قبول می کنند، اما اعتبار این قراردادها در صورتی که به هر طریقی تأیید شخص استفاده کننده اخذ شده باشد، پذیرفته شده است. اخذ تأیید و قبول کاربر می تواند اشکال مختلفی داشته باشد؛ یا قبول کل قرارداد اخذ شود یا بند بند قرارداد باید مورد تأیید کاربر قرار گیرد؛ بنابراین در صورتی که انعقاد قرارداد الکترونیک به گونه ای باشد که شخص استفاده کننده از پلتفرم می تواند آن را مشاهده نموده، خواننده و مورد تأیید قرار دهد، پلتفرم می تواند برای رهایی از مسئولیت های بعدی به آن قرارداد استناد کند، لکن اگر اشخاص متقاضی استفاده از پلتفرم امکان مشاهده، خواندن و تأیید کردن مفاد و شرایط قرارداد را نداشته باشند، مانند اینکه بیان شود استفاده از پلتفرم به منزله پذیرش قرارداد و شرایط میان پلتفرم یا کاربر است، بدون اینکه تأییدیه و قبول مفاد از اشخاص گرفته شود، کافی نخواهد بود و پلتفرم ها نمی توانند به چنین قراردادی استناد کرده و خود را مبرا سازند.

نتیجه

بر اساس قواعد مسئولیت مدنی، هرکس به شخصی ضرر برساند، باید آن را جبران کند. شناخت و اجرای قوانین مربوط به «قانون تعهدات» همیشه کار ساده‌ای نیست. در واقع مشکلات در درک ماهیت یک تعهد گاهی اوقات مانعی برای فهمیدن اینکه آیا مسئولیت قراردادی-مدنی فرض شده است یا خیر، است.

با توجه به مسئولیت محصول، رویکردهای اتحادیه اروپا برای تعیین اینکه چه زمانی ممکن است اپراتور پلتفرم مسئول خسارات ناشی از محصول معیوب توزیع شده از طریق پلتفرم باشد، تعیین کننده است. بر اساس این رویکردها، اپراتور در قبال مشتریانی که ممکن است به عنوان فروشنده محصول معیوب در نظر گرفته شود، مسئولیت دارد. اپراتور پلتفرم ممکن است به نوبه خود به عنوان فروشنده‌ای در نظر گرفته شود که خود، تأثیر تعیین کننده‌ای بر شرایط مذاکرات و ارتباط بین کاربران پلتفرم دارد. در این رابطه، این واقعیت که اپراتور پلتفرم تنها عضو زنجیره توزیع است، منطقی به نظر نمی‌رسد. با این حال این تنها شرط برای مسئول دانستن اپراتور پلتفرم برای نقض قرارداد تأمین کننده و مشتری نیست. حتی اگر اپراتور پلتفرم به عنوان طرف این قرارداد واجد شرایط نباشد، همچنان ممکن است در قبال مشتریان به دلیل عدم انجام وظیفه مراقبت مسئول شناخته شود. شرایط اصلی در این زمینه عبارتند از: الف) اپراتور از تخلفات یا فعالیت‌های متقلبانه انجام شده توسط تأمین کننده پلتفرم مطلع شده است، اما اطلاعات مربوطه در مورد خدمات (کالاها) یا حساب تأمین کننده را به طور کامل حذف نمی‌کند. ب) اپراتور در نظرات مشتریان دخالت می‌کند و آنها را اصلاح می‌کند تا تصور نادرستی ایجاد کند که تأمین کننده یک کاربر محتاط و صادق است، اما در این خصوص، برای آنکه این مهم محقق شود، پیاده‌سازی اصلاحات ماده ۱۴ قوانین تجارت الکترونیک پیشنهاد شده در این مقاله مورد نیاز است.

در رابطه با مبانی مسئولیت مدنی فروشگاه‌های اینترنتی باید تا حد زیادی نظریه تقصیر را به عنوان مبنای اصلی مسئولیت مدنی در حقوق ایران و اتحادیه اروپا پذیرفت. در واقع در جایی که ارائه کنندگان خدمات و کالاهای اینترنتی خود اعمال زیان‌بار را انجام می‌دهند،

همچنان مسئولیت آنها مبتنی بر تفصیر است. هرچند در خصوص مسئولیت فروشندگان اینترنتی می توان به مبانی دیگری نیز مراجعه نمود.

نکته قابل توجه در خصوص فروشگاه‌های اینترنتی این است که انعقاد قرارداد فروش از طریق اینترنت در این دسته از فروشگاه‌ها نباید این شبهه را ایجاد نماید که فروشگاه اینترنتی تابع قواعد کلی مسئولیت مدنی نیستند. برعکس باید بیان کرد که اینگونه فروشگاه‌ها در رابطه با قواعد مسئولیت مدنی تابع قواعد کلی هستند؛ زیرا خرید یا فروش از طریق فروشگاه‌های اینترنتی تنها در چند مورد خاص با قراردادهای سنتی تفاوت دارد که مهمترین آن روش انعقاد قرارداد است. به عبارت بهتر به جز در چند مورد جزئی، در سایر موارد خرید از یک فروشگاه اینترنتی تفاوت چندانی با خرید از یک فروشگاه حقیقی ندارد. از این رو در رابطه با مسئولیت مدنی فروشگاه‌های اینترنتی دو نوع مسئولیت قابل تحقق است؛ مسئولیت قراردادی و غیرقراردادی. این نوع از تفکیک در مسئولیت مدنی، هم در قانون مدنی ایران و هم در قانون مدنی اتحادیه اروپا مورد پذیرش قرار گرفته است. از سوی دیگر جهت تحقق مسئولیت مدنی فروشگاه‌های اینترنتی در دو حوزه مسئولیت قراردادی و غیرقراردادی شرایط خاصی ضروری است. به طوری که در حوزه مسئولیت قراردادی، وجود قرارداد نافذ، نقض قرارداد و وجود خسارت ناشی از نقض قرارداد لازم است و در حوزه مسئولیت غیرقراردادی فروشگاه اینترنتی، وقوع ضرر، فعل زیان‌بار و رابطه سببیت ضروری است.

در پایان باید اشاره کرد که فضای مجازی و فروشگاه‌های اینترنتی، بستری بسیار مناسب برای میلیون‌ها شغل است. از سویی شبکه جهانی اینترنت، ابزاری مفید برای بازاریابی خدمات مختلف است. در این راستا ایجاد قوانین به‌روز و کاربردی و نیز اصلاح قوانین موجود، بیش از هر زمان دیگری مهم جلوه می‌کند. بدین جهت پیشنهاد می‌گردد به خصوص در حقوق ایران قوانینی در حوزه فروشگاه‌های اینترنتی به‌صورت خاص تدوین گردد و در این قوانین مسئولیت مدنی این نوع از فروشگاه‌ها با الهام از مبانی مسئولیت مدنی و محصورنشدن در پذیرش یکی از نظرات و مبانی مورد نظر، به صورت مشخص تعیین گردد. قوانینی که افزون بر جنبه بازدارندگی از وقوع جرایم رایانه‌ای، باید فرصت فعالیت و رشد را برای کسب و کارهای اینترنتی قانون‌مند فراهم سازند و این به معنای عادلانه بودن قوانین است.

قانونی که به این منظور تدوین می‌شود باید علاوه بر تعریف پلتفرم‌ها، تأمین‌کننده‌ها و استفاده‌کنندگان بستر اینترنت به منظور تجارت الکترونیکی، باید ملاک و معیارهای مورد پذیرش در تحلیل حقوقی بیان شود. البته سازگاری به منظور شناور بون و قابلیت تعمیم ملاک بر دعاوی میان طرفین (اعم از پلتفرم، تأمین‌کننده و استفاده‌کننده) باید در نظر گرفته شود. همچنین مواردی که قوانین مربوط به معاملات پاسخ‌گوی نیازهای جدید نیست نوشته شده و حاکم بر روابط طرفین گردد.

منابع

فارسی

- الماسی، نجاد علی؛ اخلاقی، بهروز، «حقوق و تکالیف متعاملین در بیع الکترونیک»، تحقیقات حقوقی تطبیقی ایران و بین‌الملل، سال دهم، شماره سی و هفتم، (۱۳۹۶).
- ابهری؛ حمید، میری؛ حمید، پژوهشی تطبیقی پیرامون مسئولیت مدنی ارائه‌کنندگان خدمات اینترنتی با تأکید بر حقوق آمریکا و اتحادیه اروپا، فصلنامه پژوهش حقوق خصوصی، سال اول، شماره یک، (۱۳۹۱).
- انصاری، مسعود؛ طاهری، محمدعلی، دانشنامه حقوق خصوصی، ج ۳، (تهران: انتشارات جنگل، ۱۳۸۸).
- بادینی، حسن؛ «مسئولیت مدنی»، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، شماره ۶۶، (۱۳۸۳).
- پارساپور، محمدباقر؛ اسماعیلی؛ مهدی، «آثار زمان و مکان در تحول حقوق مسئولیت مدنی در نظام حقوق ایران و فرانسه»، پژوهشنامه حقوق اسلامی، سال پانزدهم، شماره دوم، پیاپی چهلیم، (۱۳۹۳).
- خسروی فارسانی، علی؛ موسوی‌پور، میثم، «ماهیت و آثار خسارت تنبیهی در حقوق کامن‌لا با مطالعه تطبیقی»، دوفصلنامه علمی - پژوهشی دانش حقوق مدنی، شماره نخست، (۱۳۹۱).
- صفایی، سید حسین و رحیمی، حبیب‌الله مسئولیت مدنی، چاپ پنجم، (تهران: انتشارات سمت، ۱۳۹۲).
- صالحی ذهابی، جمال، «مسئولیت مدنی و قانون حاکم بر آن در تعارض قوانین»، پژوهش‌نامه بیمه، شماره ۶۷، (۱۳۸۱).
- دهخدا، علی اکبر، لغت‌نامه، (تهران: انتشارات سیروس، ۱۳۷۷).
- دلیری، محمد صالح، حقوق جزای عمومی، ج ۳، (تهران: انتشارات داد، ۱۳۷۳).

- جعفری لنگرودی، محمدجعفر، مبسوط در ترمینولوژی حقوق، جلد دوم، (تهران: انتشارات گنج دانش، ۱۳۸۸)
- کاتوزیان، ناصر، الزام‌های خارج از قرارداد (ضمان قهری)، جلد اول، چاپ دوم، (تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۳).
- کاتوزیان، ناصر مسئولیت ناشی از عیب تولید، چاپ دوم، (تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۴).
- معین، محمد، فرهنگ فارسی، جلد اول، (تهران: انتشارات امیرکبیر، ۱۳۸۲).

References

- Augustin Chapuis-Doppler & Vincent Delhomme (2020), *European Forum Insight published via European Papers* (www.europeanpapers.eu), *European Papers - A Journal on Law and Integration*, 5(1).
- Baistrocchi, P. (2002). *Liability of Intermediary Service Providers in the EU Directive on Electronic Commerce*. *Santa Clara High Technology Law Journal*, 19(1).
- Busch, Christoph, (2021) *Rethinking Product Liability Rules for Online Marketplaces: A Comparative Perspective*. *Consumer Law Scholars Conference in Boston*, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3784466>
- Busch, C., Dannemann, G., Schulte-Nölke, H., Wiewiórowska-Domagalska, A., & Zoll, F. (2016). *Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms*. *Journal of European Consumer and Market Law*, 5(4), pp 164–169.
- Boudreau, K. J. (2010). *Open platform strategies and innovation: Granting access vs. devolving control*. *Management Science*, 56(10), pp 1849–1872
- Busch, C., Schulte-Nölke, H., Wiewiórowska-Domagalska, A., & Zoll, F. (2016), *The Rise of the Platform Economy: A New Challenge for EU Consumer Law?* *Journal of European Consumer and Market Law*, 5(1), pp 3–10.
- Filatova-Bilous, N. (2021). *Once again platform liability: on the edge of the 'Uber' and 'Airbnb' cases*. *Internet Policy Review*, 10(2).

- Filatova-Bilous, N. (2021). *Once again platform liability: on the edge of the 'Uber' and 'Airbnb' cases*. *Internet Policy Review*, 10(2).
- Hein, A., Schreieck, M., Riasanow, T., Setzke, D. S., Wiesche, M., Böhm, M., & Krcmar, H. (2020). *Digital platform ecosystems*. *Electronic Markets*, 30(1).
- McIntyre, D. P., & Srinivasan, A. (2017). *Networks, platforms, and strategy: Emerging views and next steps*. *Strategic Management Journal*, 38(1), pp 141–160.
- Katz, M. L. (2019). *Platform economics and antitrust enforcement: A little knowledge is a dangerous thing*. *Journal of Economics & Management Strategy*, 28(1), pp 138–152.
- Pretelli, I. (2018). *Improving Social Cohesion through Connecting Factors in the Conflict of Laws of the Platform Economy*. In I. Pretelli (Ed.), *Conflict of Laws in the Maze of Digital Platforms*.
- Von Bar, C., Clive. E., & Schulte-Nölke, H. (Eds.). (2008). *Principles, definitions and model rules of European private law. Draft Common Frame of Reference (DCFR) interim outline edition*. Sellier European Law Publishers.
- Van Hoboken, J., Quintais, J. P., & van Eijk, N. (2019). *Hosting Intermediary Services and Illegal Content Online: An Analysis of the Scope of Article 14 ECD in Light of Developments in the Online Service Landscape [Report]*. Publications Office of the European Union.

Translated References into English

- Almasi, Nejad Ali; Ekhri, Behrouz, "Rights and Duties of Customers in Electronic Sales", *Iranian and International Comparative Legal Research*, 10th Year, 37th Number (2016). [In Persian]
- Hamid, Miri; Hamid, "A comparative study on the civil liability of Internet service providers with an emphasis on American and European Union laws", *Private Law Research Quarterly*, first year, number one (2011). [In Persian]
- Ansari, Massoud; Taheri, Mohammad Ali, *Encyclopaedia of Private Law*, Volume 3, (Tehran: Jangal Publications, 2018). [In Persian]
- Badini, Hassan; "Civil Responsibility", *Journal of Faculty of Law and Political Sciences*, University of Tehran, No. 66 (2008). [In Persian]

- Parsapour, Mohammad Bagher; Esmaeili; Mehdi, "Effects of time and place in the evolution of civil responsibility rights in the legal system of Iran and France", *Research Journal of Islamic Law*, 15th year, 2nd issue, 40th consecutive year (2013). [In Persian]
- Khosravi Farsani, Ali; Mousavipour, Maitham, "The nature and effects of "punitive damages" in common law with a comparative study", *scientific-research journal of civil law*, first issue (2011). [In Persian]
- Safai, Seyyed Hossein and Rahimi, Habibullah *Civil Liability*, fifth edition, (Tehran: Samit Publications, 2012). [In Persian]
- Salehi Zahabi, Jamal, "Civil liability and the law governing it in conflict of laws", *Insurance Research Journal*, No. 67 (2009) [In Persian]
- Dehkhoda, Ali Akbar, *Dictionary*, (Tehran: Siros Publications, 1997). . [In Persian]
- Deliri, Mohammad Saleh, *General Criminal Law*, Volume 3, (Tehran: Dad Publications: 2013). [In Persian]
- Jafari Langroudi, Mohammad Jafar, *Expanded on Legal Terminology*, second volume, (Tehran: Ganj Danesh Publications, 2008). [In Persian]
- Katouzian, Nasser, *obligations outside the contract*, first volume, second edition, (Tehran: Tehran University Press, 2013). . [In Persian]
- Katouzian, Nasser, *Liability due to production defect*, second edition, (Tehran: Tehran University Press, 2014). [In Persian]
- Moin, Mohammad, *Farhang Farsi*, first volume, (Tehran: Amirkabir Publications, 2012). [In Persian]

استناد به این مقاله: حسینی مقدم، سیدحسن؛ ایوبی، ستاره؛ طالقان غفاری، مهدی. (۱۴۰۲). مسئولیت

مدنی فروشگاه‌های اینترنتی در حقوق ایران و مطالعه تطبیقی موردی در اتحادیه اروپا، پژوهش حقوق

خصوصی، ۱۲(۴۴)، ۲۸۴-۲۵۵. doi: 10.22054/jplr.2023.68651.2690



Private Law Research is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.