



Lorestan University



Legal Analysis of the Impact of the Right of Withdrawal on Electronic Contracts and Consumer Trust with Emphasis on Islamic Foundations

Parviz Bagheri 

Associate Professor, Department of Private Law, Faculty of Literature and Humanities, University of Ilam, Ilam, Iran.
Email: pb0873@yahoo.com

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received 24 August 2025
Received in revised form 24 October 2025
Accepted 02 December 2025
Available online 22 December 2025

Keywords:
Right of Withdrawal,
Binding Contracts,
Electronic Contracts, E-
Commerce,
Consumer Rights,
Return of Goods

ABSTRACT

Objective: This study aims to examine the relationship between the right of withdrawal in electronic contracts and the principle of the binding force of contracts, and to clarify the possibility of establishing a balance between consumer protection and the parties' commitment to contractual obligations, with reference to legal foundations and perspectives of Islamic jurisprudence. It also seeks to explore the position of this right within contemporary legal systems and the jurisprudential capacities that may justify its recognition.

Method: The research adopts a descriptive analytical approach and is based on the study of legal sources, a comparative examination of viewpoints within Islamic jurisprudence and Sunni legal thought, and an analysis of current practices on electronic commerce platforms. The data were collected and analyzed through the review of statutory texts, jurisprudential sources, and relevant scholarly articles.

Results: The findings indicate that through certain exceptions and predetermined conditions, it is possible to establish a balance between the principle of the binding force of contracts and the consumer's right to withdraw. Furthermore, the examination of jurisprudential perspectives reveals that institutions similar to the right of withdrawal have precedents and roots within the Islamic legal tradition, which can be used to provide legal justification for this institution.

Conclusion: Despite the existing challenges in implementing the right of withdrawal in electronic contracts, the development of coherent legal frameworks and the utilization of jurisprudential foundations can help create a balance between consumer rights and contractual stability, thereby protecting the interests of both parties. Strengthening protective regulations and clarifying the conditions for exercising this right can also enhance its effectiveness within the legal system.

Cite this article: Bagheri, P. (2026). Legal Analysis of the Impact of the Right of Withdrawal on Electronic Contracts and Consumer Trust with Emphasis on Islamic Foundations. *New Research in Islamic Humanities Studies*, 4 (8), 1-23. <https://doi.org/10.22034/api.2026.2072453.1486>



© Author(s) retain the copyright and full publishing rights.

DOI: <https://doi.org/10.22034/api.2026.2072453.1486>

Publisher: Lorestan University.

Introduction

In the contemporary era, the expansion of digital technologies and developments in electronic commerce have led to transformations in the patterns of interaction between sellers and consumers. Electronic contracts, as the backbone of online transactions, have characteristics such as the absence of physical presence of the parties, rapid contract formation, and wide geographical reach. These features require appropriate and updated legal frameworks. In this context, the right of withdrawal is considered one of the most important mechanisms for consumer protection, playing an important role in increasing trust, reducing purchasing risk, and protecting the rights of the weaker party to the contract.

The right of withdrawal allows the consumer, within a specified period after the conclusion of the contract, to withdraw from it without providing a specific reason. From a theoretical perspective, this right creates a challenge for one of the fundamental principles of contract law, namely the principle of the binding force of contracts. This principle, which has deep roots in Islamic jurisprudence, emphasizes the commitment of the parties to the terms of the contract. According to this principle, once the essential elements of a contract are fulfilled, the parties must perform it, and unilateral termination is accepted only in exceptional cases and with justified reasons. Islamic jurisprudence provides mechanisms such as *khiyar al-shart* (option by stipulation), *khiyar al-majlis* (option of the session), *khiyar al-ru'yah* (option upon inspection), and *khiyar al-ghabn* (option due to inequity), which in certain circumstances allow one of the parties to terminate the contract. Some jurists therefore argue that if the right of withdrawal is included as a contractual condition or based on common rational practice, it can be reconciled with the principle of binding force in Imami jurisprudence. In Sunni jurisprudence, although the binding nature of contracts is accepted, several types of options have been recognized to protect the weaker party, which may provide a basis for accepting modern forms of the right of withdrawal. Despite the advantages of the right of withdrawal for consumers, its implementation in practice faces several challenges. These include increased refund and logistics costs for sellers, effects on business liquidity and financial structure, and legal disputes in multi-vendor platforms and cross-border transactions. The extent of these challenges varies in different countries depending on their legal systems, and in some cases leads to legal and regulatory gaps in protecting the interests of the parties to the contract. Considering these issues, the present study examines the impact of the right of withdrawal on electronic contracts from legal, jurisprudential, and practical perspectives. Using a descriptive–analytical method, the study analyzes the position of this institution in the Iranian legal system and compares it with approaches in Imami and Sunni jurisprudence. It also identifies the challenges and opportunities related to its application in electronic commerce and proposes solutions for developing effective regulations in this field. The results of this research may assist legislators, digital commerce actors, and online sales platforms in designing policies that protect the interests of consumers and sellers in a balanced manner.

Method

The research adopts a descriptive analytical approach and is based on the study of legal sources, a comparative examination of viewpoints within Islamic jurisprudence and Sunni legal thought, and an analysis of current practices on electronic commerce platforms. The data were collected and analyzed through the review of statutory texts, jurisprudential sources, and relevant scholarly articles.

Results

The findings indicate that through certain exceptions and predetermined conditions, it is possible to establish a balance between the principle of the binding force of contracts and the consumer's right to withdraw. Furthermore, the examination of jurisprudential perspectives reveals that institutions similar to the right of withdrawal have precedents and roots within the Islamic legal tradition, which can be used to provide legal justification for this institution.

Conclusion

The right of withdrawal in electronic contracts has gained a prominent position in modern legal systems as one of the most significant mechanisms for protecting consumer rights. This legal institution not only contributes to strengthening public trust in electronic commerce but also enhances transparency, reduces transactional risks, and improves the overall consumer experience. However, as examined in this study, the practical implementation of this right is accompanied by various legal, operational, and economic challenges, which necessitate the development of balanced and realistic regulatory policies. Among the most important challenges associated with the right of withdrawal are the potential reduction in contractual stability in electronic transactions, an increase in product return rates, pressure on the liquidity of sellers, and higher logistical costs. These consequences may create instability in the market and uncertainty among sellers and digital platforms. Furthermore, within multi-vendor marketplaces and cross-border transactions, legal differences and operational complexities have made the effective enforcement of this right more difficult, highlighting the need for legal coordination at both national and international levels.

From a jurisprudential perspective, although the principle of the binding force of contracts constitutes a fundamental rule in Islamic law, the existence of various forms of *khiyar* (options) and the recognition of contractual stipulations (*shart* within the contract) in both Imami and Sunni jurisprudence provide a basis for analyzing and accepting the right of withdrawal within traditional legal concepts. Accordingly, this right may be considered legitimate and defensible within the framework of Islamic jurisprudence, particularly through mechanisms such as *khiyar al-shart* or prevailing rational custom, provided that it is clearly defined and regulated within contractual terms. This study sought to analyze the effects of the right of withdrawal on electronic contracts from multiple perspectives and to propose approaches for mitigating its negative consequences. The findings suggest that revising existing laws, developing clearer regulations for multi-vendor platforms, and addressing the specific requirements of cross-

border transactions can simultaneously protect consumer rights and prevent economic harm to sellers. Finally, it is recommended that legislators design a flexible and balanced framework for the right of withdrawal by drawing upon Islamic jurisprudential principles and international experiences. Such a framework should ensure contractual justice, effective consumer protection, and the stability of digital markets at the same time.

Author Contributions

The author contributed equally to the conceptualization of the article and writing of the original and subsequent drafts.

Data Availability Statement

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

Thanks and appreciation have not been expressed.

Ethical Considerations

The author strictly adhered to the highest standards of research integrity. The authors avoided data fabrication, falsification, plagiarism, and any other form of scientific misconduct.

Funding

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Conflict of Interest

The author declare no conflict of interest.



واکاوی حقوقی تأثیر حق انصراف بر قراردادهای الکترونیکی و اعتماد مصرف‌کننده با تأکید بر مبانی اسلامی

پرویز باقری

دانشیار گروه حقوق خصوصی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران. رایانامه: pb0873@yahoo.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی،	هدف: بررسی رابطه میان حق انصراف در قراردادهای الکترونیکی و اصل لزوم قراردادها و تبیین امکان ایجاد تعادل میان حمایت از مصرف‌کننده و پایبندی طرفین به تعهدات قراردادی با توجه به مبانی حقوقی و دیدگاه‌های فقه اسلامی. همچنین تلاش شده است جایگاه این حق در نظام حقوقی معاصر و ظرفیت‌های فقهی برای توجیه آن مورد توجه قرار گیرد.
تاریخچه مقاله: تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۶/۰۲ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۹/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۱۱ تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۱۰/۰۱	روش پژوهش: این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی انجام شده و بر پایه مطالعه منابع حقوقی، بررسی تطبیقی دیدگاه‌های فقه اسلامی و اهل سنت، و تحلیل رویه‌های جاری در پلتفرم‌های تجارت الکترونیک استوار است. داده‌های پژوهش از طریق بررسی متون قانونی، منابع فقهی و مقالات علمی مرتبط گردآوری و تحلیل شده‌اند.
کلیدواژه‌ها: حق انصراف، اصل لزوم، قراردادهای الکترونیکی، تجارت الکترونیک، حقوق مصرف‌کننده، بازگرداندن کالا	یافته‌ها: نتایج نشان می‌دهد که با استفاده از برخی استثناها و شرایط از پیش تعیین شده می‌توان میان اصل لزوم قراردادها و اختیار مصرف‌کننده در انصراف تعادل ایجاد کرد. همچنین بررسی دیدگاه‌های فقهی نشان می‌دهد نهادهایی مشابه با حق انصراف، در سنت حقوقی و فقه اسلامی نیز سابقه و ریشه دارند و می‌توان از آن‌ها برای توجیه حقوقی این نهاد بهره برد.
	نتیجه‌گیری: با وجود چالش‌های موجود در اجرای حق انصراف در قراردادهای الکترونیکی، طراحی چارچوب‌های حقوقی منسجم و بهره‌گیری از مبانی فقهی می‌تواند به ایجاد توازن میان حقوق مصرف‌کننده و ثبات قراردادها و در نهایت حفظ منافع هر دو طرف قرارداد کمک کند. تقویت مقررات حمایتی و شفاف‌سازی شرایط اعمال این حق نیز می‌تواند کارآمدی آن را در نظام حقوقی افزایش دهد.

استناد: باقری، پرویز. (۱۴۰۴). واکاوی حقوقی تأثیر حق انصراف بر قراردادهای الکترونیکی و اعتماد مصرف‌کننده با تأکید بر مبانی اسلامی. *پژوهش‌های نوین در*

مطالعات علوم انسانی اسلامی، (۸) ۴، ۲۳-۰۱. <https://doi.org/10.22034/api.2026.2072453.1486>



DOI: <https://doi.org/10.22034/api.2026.2072453.1486>

© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه لرستان.

مقدمه

در عصر حاضر، گسترش روزافزون فناوری‌های دیجیتال و تحولات چشمگیر در عرصه‌ی تجارت الکترونیک، منجر به دگرگونی‌های اساسی در الگوهای تعامل میان فروشندگان و مصرف‌کنندگان شده است. قراردادهای الکترونیکی به‌عنوان ستون فقرات معاملات در بستر آنلاین، با ویژگی‌هایی چون عدم حضور فیزیکی طرفین، سرعت در انعقاد قرارداد و گستردگی جغرافیایی، نیازمند چارچوب‌های حقوقی خاص و به‌روز هستند. در این میان، «حق انصراف» به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای حمایتی برای مصرف‌کنندگان، نقشی کلیدی در تضمین اعتماد، کاهش ریسک خرید و صیانت از حقوق طرف ضعیف قرارداد ایفا می‌کند. حق انصراف به مصرف‌کننده این امکان را می‌دهد که در مدت زمانی معین پس از انعقاد قرارداد، بدون ارائه دلیل خاصی از آن منصرف شود. با این حال، این حق از حیث نظری، چالشی جدی برای یکی از اصول بنیادین حقوق قراردادهای، یعنی اصل لزوم محسوب می‌شود؛ اصلی که در فقه اسلامی ریشه‌ای عمیق دارد و بر پایبندی طرفین به مفاد قرارداد تأکید می‌ورزد. مطابق اصل لزوم، طرفین پس از تحقق ارکان عقد، ملزم به اجرای آن هستند و خروج یک‌جانبه از قرارداد تنها در موارد استثنایی و با دلایل موجه پذیرفته می‌شود. در فقه اسلامی، ابزارهایی چون خیار شرط، خیار مجلس، خیار رؤیت، خیار غبن و... پیش‌بینی شده‌اند که در برخی شرایط، امکان فسخ قرارداد را برای یکی از طرفین فراهم می‌کنند. از این رو، برخی فقها معتقدند که اگر حق انصراف به‌عنوان شرط ضمن عقد یا بر مبنای بنای عقلایی عرفی لحاظ شود، می‌توان آن را با اصل لزوم در فقه امامیه جمع کرد. در فقه اهل سنت نیز، با وجود پذیرش اصل لزوم، خیارهای متعددی برای حمایت از طرف ضعیف قرارداد به رسمیت شناخته شده‌اند که می‌توانند زمینه‌ای برای پذیرش حق انصراف در قالب‌های نوین فراهم آورند. از سوی دیگر، علیرغم مزایای قابل توجه حق انصراف برای مصرف‌کنندگان، اجرای آن در عمل با چالش‌هایی همراه است. برخی از این چالش‌ها شامل افزایش هزینه‌های بازپرداخت و لجستیک برای فروشندگان، تأثیر بر نقدینگی و ساختار مالی کسب‌وکارها، و همچنین بروز اختلافات حقوقی در پلتفرم‌های چندفروشنده و معاملات فرامرزی است. این مشکلات در کشورهای مختلف، بسته به نظام حقوقی حاکم، شدت و ضعف متفاوتی دارند و در برخی موارد موجب بروز خلأهای قانونی و اجرایی در حفاظت متوازن از منافع طرفین قرارداد شده‌اند. با توجه به آنچه گفته شد، پژوهش حاضر با هدف بررسی جامع تأثیر حق انصراف بر قراردادهای الکترونیکی، از جنبه‌های حقوقی، فقهی و عملی انجام شده است. در این مطالعه تلاش می‌شود با بهره‌گیری از روش تحقیق توصیفی-تحلیلی، ضمن تحلیل جایگاه این نهاد در نظام حقوقی ایران و مقایسه آن با رویکردهای فقه امامیه و اهل سنت، چالش‌ها و فرصت‌های پیش روی آن در بستر تجارت الکترونیک شناسایی شده و راهکارهایی برای تدوین مقررات کارآمد در این حوزه ارائه شود. این پژوهش می‌تواند راهگشای قانون‌گذاران، فعالان حوزه تجارت دیجیتال و پلتفرم‌های فروش آنلاین در جهت طراحی سیاست‌هایی باشد که منافع مصرف‌کننده و فروشنده را به شکلی متوازن و عدالت‌محور تأمین نماید.

تأثیر حق انصراف بر ثبات قراردادهای الکترونیکی و اصل استحکام معاملات

حق انصراف در قراردادهای الکترونیکی یکی از ابزارهای کلیدی برای حمایت از مصرف‌کنندگان به شمار می‌رود، اما در عین حال، این نهاد حقوقی می‌تواند بر ثبات و استحکام معاملات الکترونیکی تأثیر دوگانه‌ای برجای بگذارد. از یک سو، هدف اصلی قانون‌گذار از پیش‌بینی چنین حقی، تضمین عدالت قراردادی و رفع نگرانی‌های ناشی از عدم تقارن اطلاعاتی میان مصرف‌کننده و عرضه‌کننده در بستر دیجیتال است. مصرف‌کننده در فضای مجازی معمولاً امکان مشاهده، لمس و بررسی کالا را پیش از خرید ندارد و همین امر می‌تواند به تصمیم‌گیری شتاب‌زده یا ناآگاهانه منجر شود. به همین دلیل، قانون‌گذار در ماده ۳۷ قانون تجارت الکترونیک ایران به مصرف‌کننده این فرصت را داده است که ظرف هفت روز کاری، بدون تحمل خسارت یا ارائه دلیل، از قرارداد منصرف شود (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۷۸). چنین امکانی بی‌تردید از منظر حمایت مصرف‌کننده ضروری و منطقی است (الشریف و اسعدی، ۱۳۹۱، ۱۳۶). از سوی دیگر، باید توجه داشت که اصل بنیادین در

حقوق قراردادهای اصل لزوم و استحکام معاملات است. این اصل اقتضا می‌کند که قرارداد منعقدشده، تا زمانی که به صورت قانونی منحل نگردد، لازم‌الاجرا باقی بماند (علی‌مرادی، ۱۴۰۳، ۵۰). در این چارچوب، پیش‌بینی حق انصراف، با ایجاد نوعی امکان عدول یک‌جانبه، ثبات قراردادی را تا حدی تضعیف می‌کند. در واقع، با اعطای این حق به مصرف‌کننده، عرضه‌کننده در یک وضعیت نامطمئن قرار می‌گیرد و باید احتمال بازگشت کالا یا فسخ قرارداد را در محاسبات اقتصادی خود لحاظ کند. این موضوع به‌ویژه در معاملات مبتنی بر خدمات یا کالاهای فیزیکی که هزینه حمل‌ونقل یا بسته‌بندی بالایی دارند، می‌تواند بر اعتماد فروشندگان به انعقاد قراردادهای الکترونیکی اثرگذار باشد. با وجود این نگرانی‌ها، قانون‌گذار برای ایجاد تعادل میان دو ارزش «حمایت از مصرف‌کننده» و «استحکام معاملات» محدودیت‌هایی مقرر کرده است. مهم‌ترین محدودیت، مهلت کوتاه اعمال حق انصراف است که صرفاً هفت روز کاری تعیین شده است. در این بازه زمانی، مصرف‌کننده تنها هزینه بازگرداندن کالا را پرداخت می‌کند و هیچ تعهد مالی سنگین دیگری بر او تحمیل نمی‌شود (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۷۸). این طراحی باعث می‌شود که از یک طرف، مصرف‌کننده فرصت بازنگری داشته باشد و از طرف دیگر، عرضه‌کننده پس از گذشت این مدت از ثبات قرارداد اطمینان پیدا کند. هم‌چنین، حق انصراف برخلاف نهادهای سنتی همچون «خیار شرط»، حاصل توافق ارادی طرفین نیست بلکه به موجب قانون پیش‌بینی شده و جنبه آمره دارد. این ویژگی سبب می‌شود که طرفین حتی با توافق خصوصی نیز نتوانند آن را حذف کنند، و در نتیجه از سوءاستفاده احتمالی عرضه‌کنندگان برای محروم کردن مصرف‌کنندگان جلوگیری می‌شود (الشریف و اسعدی، ۱۳۹۱، ۱۳۹). این الزام قانونی در نهایت، نوعی ثبات حقوقی ایجاد می‌کند زیرا قواعد آمره غیرقابل نقض بوده و امنیت حقوقی را برای هر دو طرف فراهم می‌آورد.

افزون بر این، برای تضمین اجرای مؤثر این حق، قانون تجارت الکترونیکی ضمانت‌اجراهای مشخصی در نظر گرفته است. فروشندگانی که از پذیرش انصراف مصرف‌کننده امتناع کنند یا از بازپرداخت وجوه خودداری ورزند، مشمول مجازات‌های مالی و حتی کیفری می‌شوند. این ضمانت‌اجراها نه تنها پشتوانه عملی برای حق انصراف هستند، بلکه مانع از بروز بی‌نظمی و بی‌اعتمادی در بازار الکترونیکی نیز می‌شوند. در نتیجه می‌توان گفت که حق انصراف، در عین حال که اصل لزوم قراردادهای را به چالش می‌کشد، با محدودیت زمانی، الزام قانونی و ضمانت‌اجراهای مؤثر توانسته است نوعی تعادل میان حمایت از مصرف‌کننده و استحکام معاملات برقرار کند. بنابراین، این نهاد نه تنها مانعی برای ثبات قراردادهای الکترونیکی محسوب نمی‌شود، بلکه با ایجاد چارچوبی مشخص و پیش‌بینی‌پذیر، خود عاملی برای تقویت اعتماد و اطمینان در بازار دیجیتال است.

نقش حق انصراف در اعتمادسازی برای مصرف‌کنندگان در محیط‌های دیجیتال

حق انصراف در قراردادهای الکترونیکی یکی از مهم‌ترین ابزارهای حمایتی در راستای تقویت اعتماد میان مصرف‌کنندگان و عرضه‌کنندگان به شمار می‌رود. بر اساس ماده ۳۷ قانون تجارت الکترونیکی ایران، مصرف‌کننده می‌تواند ظرف هفت روز کاری بدون ارائه هیچ‌گونه دلیل و بدون پرداخت وجهی از قرارداد منصرف شود (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۴۰۰). این حق، اطمینان خاطر لازم را برای خریداران فراهم می‌کند تا با آرامش بیشتری اقدام به معامله کنند؛ زیرا در صورت عدم انطباق کالا یا خدمات با انتظارات، امکان بازگرداندن آن وجود دارد (هاشمی، ۱۴۰۲، ص. ۵۵۹). بی‌نیازی از ارائه دلیل و معافیت از پرداخت خسارت، ریسک مصرف‌کننده را به طور چشمگیری کاهش داده و به تبع آن اعتماد عمومی به معاملات دیجیتال را افزایش می‌دهد (نجات‌زادگان، ۱۴۰۴، ص. ۷۸). این اعتماد نه تنها به نفع خریداران است، بلکه فروشندگان را نیز به رعایت استانداردهای کیفی، شفافیت اطلاعات و پاسخگویی مؤثرتر در برابر مشتریان ترغیب می‌کند (صالحی‌مقدم، ۱۳۹۱، ص. ۳۴). در سطح تطبیقی، تجربه اتحادیه اروپا نیز مؤید همین نکته است. پیش‌بینی «حق انصراف» در مقررات این اتحادیه موجب افزایش مشارکت مصرف‌کنندگان در بازار دیجیتال شده، زیرا آنان اطمینان دارند که در صورت پشیمانی یا دریافت کالای معیوب، می‌توانند بدون متحمل شدن هزینه سنگین، از قرارداد خارج شوند (Howells & Weatherill, 2018). (۱۴۲) به اعتقاد برخی پژوهشگران، وجود این حق یکی از عوامل اصلی ایجاد اعتماد در تجارت الکترونیکی است، چرا که عدم توازن اطلاعاتی میان خریدار و فروشنده را جبران می‌کند. (Twigg-Flesner, 2012, 219) با گسترش فناوری‌های

نوین، اعمال حق انصراف از طریق ابزارهای دیجیتال هوشمند مانند بلاک چین و سامانه های خودکار مدیریت قرارداد، بیش از پیش تسهیل خواهد شد. این فناوری ها باعث افزایش شفافیت، سرعت و امنیت فرآیندهای تجاری شده و به تبع آن اعتماد عمومی به فضای دیجیتال را تقویت می کنند. از سوی دیگر، ضمانت های اجرایی مانند الزام فروشندگان متخلف به بازپرداخت وجه یا پرداخت جریمه، نقش مهمی در جلوگیری از تضییع حقوق مصرف کننده دارند. (Nguyen, 2020, 67) در مجموع، حق انصراف صرفاً ابزاری برای حمایت فردی از مصرف کننده نیست، بلکه نهادی حقوقی - اقتصادی محسوب می شود که با کاهش نااطمینانی و افزایش شفافیت، زمینه ساز توسعه پایدار و اعتمادمحور بازارهای دیجیتال است (Howells & Weatherill, 2018, 146).

ارتباط میان آزادی اراده و تحدید یا تقویت حق انصراف

اصل آزادی اراده، یکی از ارکان اساسی حقوق قراردادها در نظام های حقوقی گوناگون است و مبنای مشروعیت بسیاری از توافق ها به شمار می رود. این اصل اقتضا دارد که اشخاص بتوانند آزادانه و با اختیار کامل درباره حقوق و تعهدات خود تصمیم بگیرند. با این حال، آزادی اراده در هیچ نظام حقوقی مطلق نیست؛ زیرا حفظ منافع عمومی، حمایت از طرف ضعیف تر و پیشگیری از سوءاستفاده های احتمالی، قانون گذار را ناگزیر به وضع محدودیتهایی کرده است. (Hesselink, 2021, p 54-73) در این میان، حق انصراف جایگاهی دوگانه دارد. از یک سو، اعطای این حق به ویژه در قراردادهای الکترونیکی و معاملات غیرحضوری، نشانه ای از تقویت آزادی اراده است؛ زیرا فرد حتی پس از انعقاد قرارداد می تواند تصمیم خود را بازنگری کرده و با اراده یک جانبه از تعهد قراردادی منصرف شود. چنین امکانی، انعطاف پذیری روابط قراردادی را افزایش داده و به تحقق عدالت معاوضی و تصمیم گیری آگاهانه کمک می کند (Posner, 2010, 9)؛ سرخه و حسینی، ۱۴۰۲، ص. ۲۵۶. (اما از سوی دیگر، اعمال بی قید و شرط این حق می تواند ثبات و امنیت حقوقی قراردادها را تهدید کند. از این رو، قانون گذار با تعیین شرایط شکلی و ماهوی، همچون مهلت مشخص برای اعلام انصراف یا الزام به جبران خسارت احتمالی، تلاش کرده است میان آزادی اراده و استحکام قراردادها تعادل برقرار کند (هاشمی، ۱۴۰۲، ص. ۵۵۹) در نظام های حقوقی مدرن مانند اتحادیه اروپا نیز این موازنه به روشنی مشاهده می شود. بر اساس «دستورالعمل حقوق مصرف کننده ۲۰۱۱/۸۳/UE»، مصرف کننده از حق انصراف ۱۴ روزه برخوردار است، اما برای جلوگیری از سوءاستفاده، برخی قراردادها - مانند قراردادهای خدماتی که به طور کامل اجرا شده اند یا کالاهایی که به سرعت ارزش خود را از دست می دهند - از شمول این حق خارج شده اند (Weatherill, 2017, 145). در نتیجه، می توان گفت رابطه میان آزادی اراده و حق انصراف، ترکیبی از دو جنبه متعارض اما مکمل است: تقویت این حق موجب گسترش آزادی انتخاب و انعطاف پذیری در قراردادها می شود، در حالی که تحدید آن ثبات، عدالت و اطمینان اقتصادی را تضمین می کند. بنابراین، حق انصراف را می توان پلی دانست میان اراده فردی و نظم حقوقی بازار قراردادها.

معایب حق انصراف در قراردادهای آنلاین

حق انصراف در قراردادهای آنلاین، به ویژه در حوزه تجارت الکترونیکی، به طور مستقیم موجب افزایش هزینه های خدمات پس از فروش برای کسب و کارها می شود. هنگامی که مشتریان از حق انصراف خود استفاده می کنند، شرکت ها موظف اند کالا یا خدمات بازگردانده شده را بررسی، بسته بندی مجدد، و در بسیاری از موارد به انبار بازگردانند یا دوباره وارد چرخه فروش کنند. این فرآیند نه تنها هزینه های لجستیکی و عملیاتی را افزایش می دهد، بلکه فشار مضاعفی بر نیروی انسانی و زیرساخت های لجستیکی شرکت ها تحمیل می کند. (ECR Loss Research, 2022, 5)

افزایش هزینه های خدمات پس از فروش

در کسب و کارهای آنلاین، پیچیدگی این موضوع دوچندان است؛ زیرا مشتریان در مناطق جغرافیایی گسترده ای پراکنده اند و بازگرداندن کالاها نیازمند شبکه حمل و نقل معکوس است. این نوع لجستیک بر خلاف فرآیند توزیع عادی کالا، اغلب

ناکارآمدتر و پرهزینه‌تر است، چرا که کالاها در مقادیر پراکنده از نقاط مختلف جمع‌آوری می‌شوند و سپس باید در مراکز پردازش یا انبار مرکزی بررسی گردند. در واقع، هرچه دامنه فعالیت فروشگاه آنلاین گسترده‌تر باشد، هزینه‌های ناشی از بازگرداندن کالاها بیشتر خواهد بود. افزون بر هزینه‌های مستقیم، باید هزینه‌های غیرمستقیم ناشی از بازگشت کالاها نیز مدنظر قرار گیرد. برای نمونه، برخی کالاهای بازگشتی به دلیل آسیب فیزیکی، باز شدن بسته‌بندی، یا تغییر وضعیت ظاهری، دیگر قابلیت فروش به عنوان کالای نو را ندارند و یا تنها با تخفیف قابل عرضه خواهند بود. این مسئله ارزش اقتصادی کالا را کاهش داده و در نتیجه سود خالص شرکت‌ها را متأثر می‌سازد. (Collins, 2020, 213) هم چنین، فرآیند بازپرداخت وجه مشتریان، خود مستلزم صرف منابع مالی و اداری است که در نهایت به افزایش هزینه‌های خدمات پس از فروش می‌انجامد. در اتحادیه اروپا، پژوهش‌های متعددی نشان داده‌اند که اجرای گسترده حق انصراف و بازگشت کالا، به طور میانگین ۴ تا ۷ درصد هزینه‌های عملیاتی سالانه کسب‌وکارهای آنلاین را افزایش می‌دهد. (Hesselink, 2021, 77) در برخی صنایع مانند پوشاک و لوازم الکترونیکی، این هزینه‌ها به مراتب بیشتر است؛ زیرا نرخ بازگشت در این حوزه‌ها بالاتر بوده و بازگرداندن کالاهای مستعمل یا دارای نقص ظاهری زیان مالی قابل توجهی برای فروشندگان ایجاد می‌کند. در ایران نیز هرچند مقررات مربوط به حق انصراف (مانند ماده ۳۷ قانون تجارت الکترونیکی) به صورت کلی حمایت از مصرف‌کننده را مدنظر دارد، اما از منظر اقتصادی، فروشگاه‌های آنلاین داخلی با مشکلات مشابهی مواجه‌اند. افزایش هزینه‌های پردازش کالاهای بازگشتی، کمبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل معکوس، و هم چنین عدم وجود بازار ثانویه برای کالاهای مرجوعی از جمله چالش‌هایی هستند که هزینه خدمات پس از فروش را به شدت افزایش می‌دهند (هاشمی، ۱۴۰۲، ۴۱۲).

بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که حق انصراف هرچند از دیدگاه حمایت از مصرف‌کننده ارزشمند است، اما برای کسب‌وکارهای آنلاین به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، منجر به افزایش محسوس هزینه‌های خدمات پس از فروش می‌شود. در نتیجه، شرکت‌ها ناچارند راهکارهایی مانند ایجاد مراکز پردازش بازگشت، همکاری با شرکت‌های لجستیک تخصصی و توسعه سیستم‌های مدیریت بازگشت کالا را به کار گیرند تا بتوانند آثار مالی این حق را کاهش دهند و تعادل میان حقوق مصرف‌کننده و پایداری اقتصادی خود را حفظ نمایند.

تأثیر بر نرخ بازگشت کالا

یکی از مهم‌ترین آثار اقتصادی حق انصراف در کسب‌وکارهای آنلاین، افزایش نرخ بازگشت کالا است. در واقع، اعطای حق انصراف به مصرف‌کنندگان به‌ویژه در بسترهای دیجیتال، این امکان را برای آن‌ها فراهم می‌آورد که بدون نیاز به ارائه دلیل موجه، کالا یا خدمات خریداری شده را در مهلت قانونی بازگردانند. این موضوع هرچند از منظر حمایت از مصرف‌کننده حائز اهمیت است، اما از منظر اقتصادی، چالش‌های جدی برای فروشندگان ایجاد می‌کند. (Weatherill, 2017, 148) بر اساس تحقیقات جدید، نرخ بازگشت کالا در حوزه تجارت الکترونیک بسیار بالاتر از فروشگاه‌های فیزیکی است. برای مثال، پژوهشی در سال ۲۰۲۴ نشان می‌دهد که میانگین نرخ بازگشت در فروشگاه‌های آنلاین حدود ۹ تا ۱۲ درصد از کل معاملات است، در حالی که این رقم در فروشگاه‌های سنتی حدود ۵ درصد گزارش شده است. (Newberry, 2024, 8) این آمار به‌خوبی نشان می‌دهد که حق انصراف، به دلیل سهولت اعمال در فضای دیجیتال، زمینه‌ساز افزایش بازگشت کالاها می‌شود. افزایش نرخ بازگشت نه تنها منجر به کاهش فروش خالص شرکت‌ها می‌شود، بلکه هزینه‌های انبارداری، بررسی مجدد کالاها و حتی زیان ناشی از کاهش ارزش کالاهای بازگشتی را به دنبال دارد. بسیاری از کالاها پس از بازگشت به دلیل باز شدن بسته‌بندی یا آسیب‌های جزئی، دیگر قابلیت فروش به عنوان کالای نو را ندارند و تنها با تخفیف‌های چشم‌گیر یا در بازارهای ثانویه عرضه می‌شوند. (Collins, 2020, 219) این مسئله به‌ویژه در صنایع حساس مانند پوشاک و لوازم الکترونیک، که احتمال آسیب یا استهلاک کالا در کوتاه‌مدت بیشتر است، نمود پررنگ‌تری دارد. از سوی دیگر، حق انصراف با ایجاد نوعی "مصرف آزمایشی" برای مشتریان، نرخ بازگشت کالاها را افزایش می‌دهد. بسیاری از خریداران به دلیل نبود

امکان مشاهده حضوری کالا، آن را سفارش می دهند و پس از دریافت، به مقایسه یا بررسی کیفیت پرداخته و در صورت عدم انطباق با انتظارشان، کالا را بازمی گردانند. این امر به ویژه در بازارهای آنلاین پوشاک و کفش که اندازه و تناسب اهمیت بالایی دارد، بسیار شایع است. (ECR Loss Research, 2022, 10) در ایران نیز مطابق ماده ۳۷ قانون تجارت الکترونیکی، مصرف کنندگان حق دارند ظرف هفت روز کالا را بازگردانند. این حق قانونی در عمل باعث شده است که بسیاری از فروشگاه های اینترنتی داخلی، به ویژه کسب و کارهای نوپا، با نرخ بالای بازگشت کالا مواجه شوند که فشار مالی مضاعفی بر آنان تحمیل می کند. بررسی های داخلی نشان داده اند که نرخ بازگشت در برخی فروشگاه های آنلاین ایرانی حتی تا ۱۵ درصد از سفارش ها را شامل می شود (هاشمی، ۱۴۰۲، ۴۲۵). این مسئله به دلیل ضعف در سیستم های توصیف دقیق کالا، مشکلات لجستیکی و نیز نبود استانداردهای یکنواخت در کیفیت کالاها بیش از پیش نمایان است. در نتیجه، می توان گفت که تأثیر حق انصراف بر نرخ بازگشت کالا دوگانه است: از یک سو، این حق تضمین کننده انتخاب آزاد و رضایت مصرف کننده است، اما از سوی دیگر، موجب افزایش بار مالی و مدیریتی بر کسب و کارهای آنلاین می شود. راهکارهایی همچون بهبود کیفیت توضیحات کالا، استفاده از فناوری های واقعیت افزوده برای نمایش بهتر محصولات، و ایجاد سیاست های بازگشت منعطف اما کنترل شده، می تواند به کاهش نرخ بازگشت و مدیریت بهتر آثار اقتصادی آن کمک کند (Hesselink, 2021, 81)

فشار بر نقدینگی و ساختار مالی شرکتها

یکی از پیامدهای مهم اقتصادی حق انصراف در کسب و کارهای آنلاین، فشار مستقیم و غیرمستقیم بر نقدینگی و ساختار مالی شرکتهاست. هنگامی که مصرف کنندگان از حق انصراف خود استفاده می کنند، فروشندگان ملزمند وجوه دریافتی را در کوتاه ترین زمان ممکن به مشتریان بازگردانند. این الزام قانونی به معنای خروج سریع نقدینگی از چرخه مالی شرکت است، در حالی که بازگرداندن کالا و پردازش آن زمان بر بوده و منابع مالی شرکت را در فاصله ای حساس تحت فشار قرار می دهد. (Posner, 2010, 12) در واقع، حق انصراف جریان نقدی شرکتها را مختل می سازد؛ زیرا سرمایه ای که می بایست در فرآیندهای توسعه، خرید مواد اولیه یا سرمایه گذاری مجدد به کار گرفته شود، ناگزیر به بازپرداخت مشتریان اختصاص می یابد. این موضوع به ویژه در کسب و کارهای کوچک و متوسط که ذخایر نقدی محدودی دارند، می تواند منجر به بحران های مالی شود. (Weatherill, 2017, 152) حتی شرکت های بزرگ نیز در صورت مواجهه با حجم بالای بازگشت ها، برای حفظ نقدینگی خود ناچار به استفاده از خطوط اعتباری یا استقراض بانکی می شوند که این امر هزینه های مالی آن ها را افزایش می دهد. (Collins, 2020, 228) علاوه بر نقدینگی، ساختار مالی شرکتها نیز تحت تأثیر سیاست های بازگشت ناشی از حق انصراف قرار می گیرد. افزایش بدهی های جاری ناشی از بازپرداخت وجوه و کاهش دارایی های جاری به علت ورود کالاهای مرجوعی، نسبت های مالی کلیدی شرکتها مانند نسبت جاری و نسبت نقدینگی سریع را تضعیف می کند. این موضوع نه تنها توان شرکتها را برای انجام تعهدات کوتاه مدت کاهش می دهد، بلکه بر اعتبار آن ها نزد بان کها و سرمایه گذاران نیز اثر منفی دارد. (ECR Loss Research, 2022, 14) از منظر اقتصاد کلان، گسترش اعمال حق انصراف در فضای تجارت الکترونیکی می تواند بر ثبات بازار نیز اثرگذار باشد. به عنوان نمونه، در کشورهایی که قوانین بازگشت کالا بسیار گسترده هستند، برخی کسب و کارها به ویژه استارت آپ های نوپا با شکست مالی مواجه شده اند، چرا که توان تأمین نقدینگی لازم برای بازپرداخت وجوه مشتریان را نداشته اند این موضوع نشان می دهد که سیاست های حمایتی در عین حال که به نفع مصرف کنندگان است، باید با در نظر گرفتن ظرفیت مالی و اقتصادی کسب و کارها تدوین شوند تا موجب اخلال در ساختار مالی آن ها نشوند. در ایران نیز مشکلات مشابهی وجود دارد. بسیاری از فروشگاه های اینترنتی داخلی به دلیل الزام قانونی در بازپرداخت سریع وجوه مشتریان، در مدیریت نقدینگی با دشواری روبه رو هستند. نبود سیستم های مالی کارآمد و اتکای بیش از حد به جریان نقدی فروش روزانه، موجب شده است که در مواردی حتی فروشگاه های معتبر دچار کسری نقدینگی و کاهش توان رقابتی شوند (هاشمی، ۱۴۰۲، ۴۳۸). این فشار مالی در بلندمدت ممکن است کسب و کارها را مجبور به تغییر سیاست های بازگشت یا افزایش قیمت کالاها کند تا زیان ناشی از بازپرداخت های مکرر جبران شود. به طور کلی، حق انصراف همان طور

که تضمین‌کننده آزادی انتخاب مصرف‌کننده است، برای فروشندگان پیامدهای مالی سنگینی در پی دارد. فشار بر نقدینگی و تغییر در ساختار مالی شرکت‌ها نشان می‌دهد که این حق اگرچه در جهت حمایت از مصرف‌کننده طراحی شده، اما بدون طراحی سیاست‌های جبرانی و ایجاد توازن، می‌تواند پایداری مالی کسب‌وکارهای آنلاین را به خطر اندازد. از این رو، راهکارهایی نظیر بازپرداخت تدریجی وجوه، استفاده از کیف پول‌های دیجیتال برای ذخیره اعتبار مشتریان، و هم‌چنین اعمال محدودیت‌های معقول بر حق انصراف، می‌تواند تعادلی میان حقوق مصرف‌کننده و ثبات مالی شرکت‌ها ایجاد کند (Hesselink, 2021, 83).

مسئولیت‌های فروشنده در بازگرداندن وجه و انجام تعهدات پس از انصراف

مسئولیت‌های فروشنده در قراردادهای الکترونیکی پس از اعمال حق انصراف خریدار، یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که در حقوق تجارت الکترونیکی مورد توجه حقوق دانان و قانون‌گذاران قرار گرفته است. بر اساس ماده ۳۷ و ۳۹ قانون تجارت الکترونیکی ایران، فروشنده مکلف است در صورت انصراف مشتری، وجوه دریافتی را بدون هیچ‌گونه کسر یا تأخیر به خریدار بازگرداند. این تکلیف باید ظرف حداکثر هفت روز کاری انجام شود و فروشنده حق ندارد هزینه‌های اضافی مانند هزینه حمل‌ونقل یا بسته‌بندی را از وجه مشتری کسر کند، مگر در صورتی که خسارت مستقیم ناشی از استفاده یا خرابی کالا باشد (رضایی، ۱۳۹۳، ۱۵۲). علاوه بر بازپرداخت وجه، فروشنده موظف به پذیرش کالاهای مرجوعی در وضعیت سالم و مطابق شرایط مقرر است. در صورتی که کالا دچار آسیب یا کاهش ارزش شده باشد، فروشنده می‌تواند به میزان کاهش ارزش، مبلغی از وجه را کسر نماید. این قاعده به منظور جلوگیری از سوءاستفاده مصرف‌کنندگان وضع شده است تا تعادل میان حمایت از حقوق مشتری و جلوگیری از تحمیل زیان غیرموجه به فروشنده برقرار گردد (صادقی نشاط، ۱۴۰۳، ۱۸۹).

مسئولیت‌های فروشنده تنها محدود به بازگرداندن وجه نیست، بلکه شامل انجام سایر تعهدات قراردادی نیز می‌شود. فروشنده مکلف است در فرآیند انصراف، به تعهدات فرعی و جانبی قرارداد همچون پاسخگویی به درخواست‌های مشتری، ارائه اطلاعات لازم در خصوص فرآیند بازگشت، و رعایت شرایط ضمانت‌نامه‌ها عمل نماید. در غیر این صورت، خریدار می‌تواند از طریق مراجع قضایی یا نهادهای حمایت از مصرف‌کننده، مطالبه خسارت نماید (حسنی، ۱۴۰۰، ۱۷۵). در سطح بین‌المللی نیز همین اصول مشاهده می‌شود. برای مثال، در دستورالعمل ۸۳/۲۰۱۱ اتحادیه اروپا، فروشندگان ملزم‌اند ظرف ۱۴ روز وجه مشتری را بدون تأخیر مسترد کنند و تنها در صورتی مجاز به کسر مبلغ هستند که کاهش ارزش کالا ناشی از استفاده غیرضروری توسط مشتری باشد (Weatherill, 2017, 145). این مقررات با هدف ایجاد توازن میان منافع فروشندگان و مصرف‌کنندگان و جلوگیری از سوءاستفاده‌های احتمالی تدوین شده است. بنابراین، مسئولیت‌های فروشنده پس از انصراف نه تنها شامل بازگرداندن وجه، بلکه اجرای کلیه تعهدات قراردادی و تبعی است. انجام دقیق این مسئولیت‌ها موجب افزایش اعتماد مصرف‌کنندگان، ارتقای شفافیت در معاملات، و تقویت امنیت حقوقی در فضای تجارت الکترونیک می‌شود. به بیان دیگر، پایبندی فروشنده به این تعهدات، عامل مهمی در توسعه پایداری تجارت الکترونیکی و حمایت هم‌زمان از هر دو طرف قرارداد محسوب می‌شود.

تکالیف مصرف‌کننده در بازگرداندن کالا و حفظ وضعیت آن

حق انصراف در قراردادهای الکترونیکی به‌عنوان یکی از ابزارهای حمایتی از مصرف‌کننده، با تکالیفی همراه است که رعایت آن‌ها برای ایجاد تعادل در روابط قراردادی ضروری است. بر اساس ماده ۳۷ قانون تجارت الکترونیکی ایران، مصرف‌کننده می‌تواند ظرف هفت روز کاری از خرید خود منصرف شود، مشروط بر این که کالا را در شرایط سالم و مطابق وضعیت اولیه آن بازگرداند. این شرایط شامل حفظ بسته‌بندی اولیه، اجتناب از استفاده غیرمجاز از کالا و جلوگیری از وارد آوردن هرگونه آسیب فیزیکی است. در صورتی که کالا دچار خرابی یا کاهش ارزش ناشی از استفاده بیش از حد شود، فروشنده مجاز است متناسب با میزان کاهش ارزش، از مبلغ بازپرداخت کسر کند (قنبری، ۱۳۹۳، ۹۹). علاوه بر این، مصرف‌کننده

موظف است هزینه بازگشت کالا را در صورتی که فروشنده برخلاف آن شرط نکرده باشد، پرداخت نماید. رعایت این موارد موجب تسهیل فرآیند بازگشت، کاهش اختلافات حقوقی و تضمین حقوق متقابل طرفین می شود (سعیدی، ۱۴۰۴، ۴۱). در حقوق اتحادیه اروپا، دستورالعمل ۸۳/۲۰۱۱/EU مقرر کرده است که مصرف کننده باید کالا را ظرف ۱۴ روز از تاریخ اعلام انصراف بازگرداند و کالا باید در وضعیتی باشد که ارزش آن به شکل غیرمتعارف کاهش نیافته باشد. در صورتی که کالا بیش از حد متعارف استفاده شده یا آسیب دیده باشد، فروشنده حق دارد بخشی از مبلغ بازپرداخت را کسر کند (Weatherill, 2017, 146). این مقررات با هدف ایجاد توازن میان حمایت از مصرف کننده و جلوگیری از زیان ناموجه فروشنده تدوین شده اند. (Howells & Wilhelmsson, 2019, 214) پلتفرم های فروش آنلاین نیز به تبع این مقررات، سیاست های شفاف برای بازگرداندن کالا تدوین کرده اند. این سیاست ها شامل الزام به بازگرداندن کالا در بسته بندی اولیه، تعیین مسئولیت مصرف کننده در پرداخت هزینه ارسال مجدد، و محدود کردن بازپرداخت در صورت کاهش ارزش کالا است. مطالعات نشان می دهد که این سیاست ها توانسته اند اختلافات حقوقی را کاهش داده و فرآیند مرجوعی کالا را شفاف تر سازند (ECR Loss Research, 2022, 9). بنابراین، تکالیف مصرف کننده در بازگرداندن کالا و حفظ وضعیت آن، نقش اساسی در تضمین اجرای صحیح حق انصراف دارد و رعایت این الزامات شرطی ضروری برای تحقق عدالت قراردادی در معاملات الکترونیکی محسوب می شود.

حق انصراف در حوزه خدمات دیجیتال غیرقابل بازگشت

حقوق تجارت الکترونیکی به عنوان شاخه ای نوین و پویا در نظام حقوقی، توجه ویژه ای به حق انصراف در حوزه خدمات دیجیتال دارد. اهمیت این موضوع از ویژگی های خاص خدمات دیجیتال، به ویژه «غیرقابل بازگشت بودن» و «دسترسی فوری» آن ها ناشی می شود. در حالی که حق انصراف معمولاً برای کالاها و خدماتی که امکان بازگرداندن فیزیکی یا توقف استفاده دارند پیش بینی می شود، در مورد خدمات دیجیتال به دلیل ماهیت خاص شان، محدودیت هایی جدی اعمال شده است (رضایی، ۱۳۸۷، ص. ۱۰۲). یکی از مهم ترین مصادیق این خدمات، خدمات استریم مانند تماشای فیلم یا گوش دادن به موسیقی به صورت آنلاین است. در این نوع خدمات، مصرف کننده بلافاصله پس از پرداخت هزینه به محتوای مورد نظر دسترسی پیدا می کند؛ بنابراین امکان بازگشت یا لغو استفاده عملاً وجود ندارد. ارائه مجدد این نوع محتوا برای عرضه کننده نیز با چالش های فنی، اقتصادی و حقوقی همراه است و به همین دلیل، حق انصراف در چنین مواردی معمولاً اعمال پذیر نیست. (Linant de Bellefonds, 2005, 98) دسته دوم، محتواهای دیجیتال قابل دانلود هستند. این محتواها - مانند کتاب های الکترونیکی یا نرم افزارها - تا زمانی که فرآیند دانلود آغاز نشده باشد، مشمول حق انصراف می شوند؛ اما به محض شروع دانلود، این حق از بین می رود. تنها در صورتی که مصرف کننده پیش از آغاز دانلود اعلام انصراف کند، امکان استفاده از این حق وجود دارد (السان، ۱۳۹۷، ۱۴۲).

دسته سوم، نرم افزارهای فعال شده یا دارای مجوز رجیستر هستند. این نرم افزارها پس از فعال سازی، معمولاً از شمول حق انصراف خارج می شوند، مگر آنکه مصرف کننده بتواند وجود نقص فنی یا ایراد قانونی در محصول را اثبات کند. این قاعده در واقع برای حمایت از حقوق توسعه دهندگان نرم افزار و جلوگیری از سوءاستفاده احتمالی مصرف کنندگان وضع شده است (Katz, 2019, 251). محدودیت های پیش بینی شده در زمینه خدمات دیجیتال غیرقابل بازگشت، تلاشی است برای ایجاد تعادل میان حمایت از حقوق مصرف کننده و حفظ منافع عرضه کننده. از یک سو، مصرف کننده به دلیل ماهیت غیرقابل بازگشت این خدمات نمی تواند همیشه از حق انصراف برخوردار باشد، و از سوی دیگر، فروشنده می تواند با اطمینان خاطر بیشتری خدمات خود را ارائه دهد، بی آنکه در معرض سوءاستفاده قرار گیرد (دبلفون، ۱۳۸۸، ۱۲۵).

با این حال، اعمال این محدودیت ها تنها زمانی مشروع و منصفانه است که مصرف کننده پیش از انعقاد قرارداد، به طور شفاف از شرایط استفاده و موارد سلب حق انصراف آگاه شده باشد. اطلاع رسانی شفاف و قراردادهای روشن، از بروز اختلافات و دعاوی قضایی جلوگیری کرده و در عین حال، اعتماد عمومی به بازار دیجیتال را تقویت می کند. چنین شفافی، تجربه

کاربری بهتری ایجاد کرده و موجب ارتقای امنیت حقوقی و پایداری معاملات الکترونیکی می‌شود (Laudon & Traver, 2020, 325).

ضمانت اجرای قانونی در برابر خودداری فروشنده از پذیرش انصراف

ضمانت اجرای قانونی در مقابل خودداری فروشنده از پذیرش انصراف، یکی از مهم‌ترین ابزارهای حمایت از حقوق مصرف‌کننده و خریدار در حقوق ایران و نظام‌های حقوقی دیگر است. در حقوق مدنی ایران، فروشنده موظف به رعایت تعهدات قراردادی خود است و عدم پذیرش درخواست انصراف خریدار بدون دلیل قانونی و موجه، می‌تواند موجبات مسئولیت مدنی و جبران خسارت را فراهم آورد (صفایی، ۱۳۹۴، ۱۲۲). به عبارتی، فروشنده نمی‌تواند به سادگی از پذیرش انصراف خودداری کند و هرگونه مقاومت در برابر این حق، مستلزم ضمانت اجرای قانونی است. مطابق ماده‌های مرتبط قانون مدنی ایران، خریدار در صورت خودداری فروشنده از پذیرش انصراف، می‌تواند با استناد به مقررات مربوطه، اقدام به فسخ قرارداد یا مطالبه خسارت نماید. رویه قضایی نیز در این خصوص روشن است و دادگاه‌ها در بسیاری از موارد، فروشنده را ملزم به پذیرش انصراف یا پرداخت خسارت کرده‌اند (کاتوزیان، ۱۳۸۴، ۲۹۴). این رویه نه تنها تضمین‌کننده حقوق خریدار است، بلکه به ایجاد امنیت و اعتماد در معاملات تجاری کمک می‌کند. در حقوق تطبیقی، نظام‌های حقوقی اروپایی نیز ضمانت اجرای مشابهی برای جلوگیری از خودداری فروشنده پیش‌بینی کرده‌اند. به عنوان مثال، دیوان عالی کشور فرانسه در سال ۱۹۸۵ اعلام کرد که فروشنده نمی‌تواند بدون دلیل موجه از پذیرش انصراف خریدار امتناع ورزد و در صورت عدم پذیرش، مسئول جبران خسارت ناشی از تخلف است (French Supreme Court, 1985, 85). این رویه، تأکید بر اصل حسن نیت در اجرای قراردادها و حفاظت از حقوق مصرف‌کننده دارد. با گسترش تجارت الکترونیکی و قراردادهای آنلاین، ضمانت اجرای قانونی خاصی برای پذیرش انصراف خریدار پیش‌بینی شده است. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که در قراردادهای الکترونیکی، فروشنده موظف است به فوریت و با رعایت الزامات قانونی درخواست انصراف خریدار را بررسی و در صورت احراز شرایط قانونی، آن را بپذیرد؛ در غیر این صورت، مسئول جبران خسارت است (فیضی چکاب و نوربخش، ۱۳۹۵، ۷۹). این مقررات ضمن حفظ بستر اعتماد در معاملات آنلاین، محدودیت‌های قانونی روشنی برای فروشنده ایجاد می‌کند و مانع سوءاستفاده از موقعیت غالب می‌شود. تحقیقات جدید نیز بر نقش ضمانت اجرای قانونی در تقویت اعتماد مصرف‌کنندگان تأکید دارند و نشان می‌دهند که وجود سازوکارهای الزام‌آور برای فروشنده، علاوه بر کاهش دعاوی قضایی، به افزایش رضایت و اعتماد کاربران در فضای دیجیتال کمک می‌کند. این ضمانت اجراها، شامل الزام فروشنده به پذیرش انصراف، پرداخت خسارت تأخیر، و حتی جبران ضررهای مستقیم ناشی از عدم همکاری می‌شوند. در نتیجه، ضمانت اجرای قانونی در برابر خودداری فروشنده از پذیرش انصراف، ترکیبی از مقررات مدنی، رویه قضایی، و الزامات خاص قراردادهای الکترونیکی است که هم در ایران و هم در نظام‌های حقوقی تطبیقی، به عنوان ابزار مهم حمایت از مصرف‌کننده مورد توجه قرار گرفته است. اجرای دقیق این ضمانت‌ها، نقش اساسی در حفظ ثبات و عدالت در معاملات، کاهش دعاوی قضایی، و تقویت اعتماد در بازارهای سنتی و دیجیتال دارد (قاسمی و احمدی، ۱۳۹۰، ۳۵).

ضمانت اجرای قانونی در برابر خودداری فروشنده از پذیرش انصراف

ضمانت اجرای قانونی در برابر خودداری فروشنده از پذیرش انصراف، یکی از ارکان مهم حمایت از حقوق مصرف‌کننده در معاملات سنتی و الکترونیکی است. در حقوق مدنی ایران، فروشنده ملزم است به تعهدات قراردادی خود عمل کند و نمی‌تواند بدون دلیل قانونی از پذیرش انصراف خریدار امتناع ورزد. در غیر این صورت، فروشنده مشمول ضمانت‌های قانونی و مکلف به جبران خسارت خواهد بود (صفایی، ۱۳۹۴، ۱۲۲). به عبارتی، حق انصراف، نه تنها ابزار حفاظت از حقوق خریدار است، بلکه به ایجاد امنیت و اعتماد در معاملات تجاری کمک می‌کند.

حمایت قانونی در ایران

مطابق ماده ۳۷ قانون تجارت الکترونیکی، خریدار حق دارد ظرف مدت حداقل هفت روز کاری از زمان تحویل کالا یا خدمات، بدون نیاز به پرداخت جریمه یا ارائه دلیل، از قرارداد انصراف دهد و فروشنده موظف به پذیرش این درخواست است (مجمع تشخیص مصلحت نظام، ۱۴۰۴، ماده ۳۷). این مقرر ضمن حمایت از خریدار، فروشنده را ملزم به رعایت اصول شفافیت و اطلاع رسانی می کند و از سوءاستفاده احتمالی جلوگیری می نماید. هم چنین، رویه قضایی ایران نیز نشان داده است که در صورت امتناع فروشنده، خریدار می تواند با اقامه دعوی، الزام فروشنده به پذیرش انصراف یا پرداخت خسارت را مطالبه کند

تطبیق با رویه حقوقی خارجی

در حقوق تطبیقی، دیوان عالی کشور فرانسه نیز تأکید کرده است که فروشنده نمی تواند بدون دلیل موجه از پذیرش انصراف خودداری کند و در صورت تخلف، مسئول جبران خسارت است. (French Supreme Court, 1985, 85) این قاعده، نشان دهنده اهمیت اصل حسن نیت در اجرای قراردادها و حمایت از مصرف کننده است و همانند رویه ایران، مکانیسم الزام آور برای فروشنده ایجاد می کند. مطالعات تطبیقی نیز نشان داده است که اعمال این قاعده، باعث کاهش اختلافات و دعاوی قضایی و افزایش اعتماد در بازار می شود. (Smith, 2021, 47)

الزامات قراردادهای الکترونیکی

در معاملات آنلاین، نحوه اعلام رضایت و انصراف اهمیت ویژه ای دارد و فروشنده موظف به رعایت الزامات اطلاع رسانی و پذیرش انصراف در چارچوب قوانین است. این الزامات باعث می شوند که قراردادهای الکترونیکی شفافیت بیشتری داشته باشند و حقوق طرفین به ویژه مصرف کننده محفوظ بماند. اطلاع رسانی پیش قراردادی نقش مؤثری در کاهش اختلافات ناشی از انصراف دارد و فروشنده نمی تواند بدون رعایت این اصول، درخواست انصراف خریدار را رد کند. این موضوع در قراردادهای الکترونیکی اهمیت بیشتری دارد، زیرا بستر دیجیتال امکان سوءاستفاده یا ابهام در قراردادها را افزایش می دهد.

اهمیت ضمانت اجرای قانونی

وجود ضمانت اجرای قانونی، شامل الزام فروشنده به پذیرش انصراف، جبران خسارت مستقیم و حتی پرداخت جریمه در صورت تخلف، به ایجاد تعادل میان حقوق خریدار و فروشنده کمک می کند و در فضای تجارت الکترونیک باعث افزایش اعتماد کاربران می شود. به عبارت دیگر، این ضمانت ها نه تنها حق انصراف را تضمین می کنند، بلکه موجب کاهش دعاوی و اختلافات قانونی، تسهیل اجرای قراردادها و حفظ ثبات بازار می گردند. بنابراین، ترکیب مقررات قانونی، رویه قضایی و الزامات قراردادهای الکترونیکی، چارچوبی کامل برای ضمانت اجرای قانونی در برابر خودداری فروشنده از پذیرش انصراف ایجاد می کند و فروشنده را ملزم به رعایت حقوق مصرف کننده و اجرای تعهدات قراردادی می نماید. حق انصراف در قراردادهای الکترونیکی یکی از نهادهای انحصاری قانون تجارت الکترونیکی ایران است که به منظور تقویت حمایت از حقوق مصرف کننده و تضمین شفافیت در معاملات آنلاین تصویب شده است. بر اساس ماده ۳۷ قانون تجارت الکترونیکی ایران، مصرف کننده در هر معامله از راه دور حداقل ۷ روز کاری فرصت دارد تا بدون ارائه دلیل و بدون پرداخت جریمه از قرارداد انصراف دهد و تنها هزینه ای که بر عهده وی است، هزینه بازگرداندن کالا می باشد (نجات زادگان، ۱۴۰۲، ۵). این مقرر برگرفته از دستورالعمل های بین المللی و کنوانسیون های مربوط به حمایت از مصرف کننده در قراردادهای الکترونیکی است، از جمله دستورالعمل EC ۸۳/۲۰۱۱/اتحادیه اروپا که حق انصراف ۱۴ روزه را برای مصرف کنندگان تعیین می کند.

ویژگی کلیدی حق انصراف این است که مختص مصرف‌کننده است و فروشنده یا تأمین‌کننده حق استفاده از آن را ندارد. علاوه بر این، این حق صرفاً در معاملات از راه دور و بدون حضور فیزیکی طرفین اعمال می‌شود و مدت زمان آن محدود و مشخص است (هاشمی، ۱۴۰۲، ۱۲). از سوی دیگر، اعمال این حق نیازی به ارائه دلیل یا پرداخت جریمه ندارد و جزء قواعد امره محسوب می‌شود؛ به این معنا که طرفین نمی‌توانند آن را با توافق نادیده بگیرند (نجات زادگان، ۱۴۰۲، ۹). از منظر مدیریت زنجیره تأمین و چرخه فروش آنلاین، حق انصراف تأثیرات قابل توجهی دارد. این حق باعث افزایش اعتماد مصرف‌کننده به فروشگاه‌های آنلاین می‌شود و در عین حال فروشندگان را ملزم می‌کند تا سازوکارهای مؤثری برای مدیریت کالاهای مرجوعی و هماهنگی زنجیره تأمین طراحی کنند. به عنوان مثال، شرکت‌ها نیازمند بهینه‌سازی فرایندهای لجستیک، مدیریت موجودی، و برنامه‌ریزی هزینه‌های مرتبط با مرجوعی هستند (هاشمی، ۱۴۰۲، ۲۵). پژوهش‌ها نشان می‌دهند که اعمال حق انصراف، در صورت مدیریت صحیح، می‌تواند به ارتقای رضایت مشتری، کاهش ریسک فروش، و افزایش شفافیت بازار منجر شود. (Smith & Anderson, 2020, 112) بنابراین، حق انصراف در معاملات الکترونیکی نه تنها نقش کلیدی در حمایت از مصرف‌کننده و افزایش شفافیت بازار دارد، بلکه چالش‌هایی عملی در مدیریت لجستیک و زنجیره تأمین ایجاد می‌کند که نیازمند سیاست‌گذاری دقیق و طراحی سیستم‌های کارآمد برای مدیریت بازگشت کالا و هزینه‌ها است (نجات زادگان، ۱۴۰۲، ۲۲).

توازن میان منافع تجاری فروشندگان و حقوق حمایتی مصرف‌کنندگان در قراردادهای الکترونیکی

توازن میان منافع تجاری فروشندگان و حقوق حمایتی مصرف‌کنندگان در قراردادهای الکترونیکی یکی از موضوعات اساسی در حقوق تجارت و حقوق مصرف‌کننده محسوب می‌شود و اهمیت آن با گسترش روزافزون معاملات آنلاین و تجارت الکترونیکی افزایش یافته است. مصرف‌کنندگان معمولاً در مقابل قدرت اقتصادی و فنی عرضه‌کنندگان در موقعیت آسیب‌پذیری قرار دارند و بدون حمایت قانونی، ممکن است در معرض سوءاستفاده یا قراردادهای ناعادلانه قرار بگیرند (غفاری فارسانی، ۱۴۰۳، ۳۴). به همین دلیل، حمایت از مصرف‌کننده نه تنها یک ضرورت قانونی است، بلکه جزئی از حقوق بنیادین بشر به شمار می‌رود که باید در طراحی نظام حقوقی مدرن لحاظ شود (غفاری فارسانی، ۱۴۰۳، ۳۷). توازن میان حقوق مصرف‌کننده و منافع تجاری فروشنده باید مبتنی بر اصول عدالت، شفافیت و پاسخگویی باشد و حقوق مصرف‌کننده شامل حق اطلاع، حق انتخاب و برخورداری از محصولات ایمن و با کیفیت است؛ این حقوق نباید به گونه‌ای محدود شوند که منافع تجاری فروشندگان به خطر افتد، بلکه باید بستری فراهم شود که عرضه‌کنندگان بتوانند با رعایت استانداردها و مقررات، به صورت پایدار در بازار فعالیت کنند (بقائی نظرلو، ۱۴۰۰، ۵۸). از این منظر، قوانین حمایت از مصرف‌کننده نه تنها به نفع خریدار بلکه به نفع فروشنده و پایداری بازار نیز طراحی شده‌اند، زیرا اعتماد عمومی و رضایت مشتریان زمینه حضور بلندمدت فروشندگان را در فضای رقابت سالم فراهم می‌کند. در حقوق ایران، قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲ و قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ به طور مشخص به حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در معاملات الکترونیکی پرداخته‌اند. برای مثال، ماده ۳۷ قانون تجارت الکترونیکی به مصرف‌کننده این امکان را می‌دهد که ظرف مدت هفت روز کاری پس از عقد قرارداد، بدون ارائه دلیل و بدون پرداخت جریمه از قرارداد انصراف دهد و تنها هزینه بازگرداندن کالا را متقبل می‌شود. این ماده نه تنها حقوق مصرف‌کننده را تضمین می‌کند، بلکه فروشندگان را نیز ملزم می‌سازد تا سازوکارهای مناسب برای مدیریت کالاهای مرجوعی و هماهنگی در زنجیره تأمین ایجاد کنند، که خود موجب بهینه‌سازی فرایندهای لجستیک و کاهش ریسک اقتصادی می‌شود. (رضایی، ۱۳۹۳: ۵۰-۴۶)

بررسی تطبیقی قوانین ایران و اتحادیه اروپا نشان می‌دهد که ایجاد تعادل میان حقوق مصرف‌کننده و منافع تجاری فروشنده مستلزم تدوین مقررات منعطف و در عین حال قاطع همراه با سازوکارهای نظارتی موثق است. (آزادی، ۱۳۹۹، ۴۲) دستورالعمل‌های اتحادیه اروپا مانند Directive 2011/83/EU حقوق مصرف‌کننده را در قراردادهای از راه دور تضمین کرده و فروشندگان را ملزم به ارائه اطلاعات شفاف و امکان انصراف برای خریداران نموده‌اند. این سازوکارها باعث افزایش اعتماد عمومی، ارتقای کیفیت

محصولات و رشد اقتصادی پایدار می‌شوند و نشان می‌دهند که توازن میان حقوق مصرف‌کننده و منافع تجاری، عامل کلیدی پایداری بازار است. در نتیجه، توازن میان حقوق حمایتی مصرف‌کننده و منافع تجاری فروشنده باید در قالب یک نظام حقوقی کارآمد و مبتنی بر عدالت اجتماعی و توسعه اقتصادی پایدار حفظ شود تا هر دو طرف بتوانند در فضای رقابت سالم به حقوق و منافع خود دست یابند (بقائی نظری، ۱۴۰۰، ۶۲۹). این تعادل علاوه بر ارتقای اعتماد عمومی و پایداری بازار، بستری فراهم می‌آورد که عرضه‌کنندگان با رعایت قوانین و استانداردها، در فضای رقابتی سالم و پایدار به فعالیت خود ادامه دهند و مصرف‌کنندگان نیز از حقوق و مزایای خود به‌طور کامل بهره‌مند شوند. (UNCTAD, 2025, 12)

چالش‌های اجرایی و حقوقی پلتفرم‌های چندفروشنده در تجارت الکترونیک

چالش‌های اجرایی در پلتفرم‌های چندفروشنده یا مارکت‌پلیس‌ها یکی از مسائل پیچیده و کلیدی در حوزه تجارت الکترونیکی محسوب می‌شود. این پلتفرم‌ها که امکان ارائه محصولات و خدمات توسط چند فروشنده مستقل را فراهم می‌کنند، با مشکلات متعددی از جمله هماهنگی میان فروشندگان، مدیریت سفارشات متعدد، تضمین کیفیت کالا و خدمات، و حفظ امنیت داده‌های مشتریان روبرو هستند (السان، ۱۴۰۳، ۷۵). موفقیت یک مارکت پلیس وابسته به توانایی آن در ایجاد تعادل میان الزامات قانونی، حقوق مصرف‌کننده و نیازهای تجاری فروشندگان است (زرکلام، ۱۳۹۳، ۶۲). کارکرد صحیح این نوع پلتفرم‌ها مستلزم چارچوب حقوقی دقیق و سازوکارهای نظارتی مؤثر است تا حقوق مصرف‌کنندگان در معاملات از راه دور تضمین شود و در عین حال توسعه کسب‌وکارهای چندفروشنده ممکن گردد (حسنی، ۱۴۰۰، ۸۰). مدیریت لجستیک، فرایند بازگشت کالا، هماهنگی بین فروشندگان و تسهیل فرایند پرداخت و پشتیبانی مشتری نیز باید در بستر قانونی مشخص و با سازوکارهای فناوری اطلاعات پیشرفته انجام شود (السان، ۱۴۰۳، ۷۸). این امر باعث افزایش اعتماد مصرف‌کننده، کاهش ریسک‌های تجاری و ارتقای کیفیت خدمات ارائه شده می‌شود (زرکلام، ۱۳۹۳، ۶۵). با توجه به پیچیدگی‌های ناشی از حضور چند فروشنده در یک پلتفرم، تدوین مقررات انعطاف‌پذیر در عین رعایت قاطعیت قانونی ضروری است (حسنی، ۱۴۰۰، ۸۵). سیستم‌های اطلاعاتی پیشرفته و پایش مستمر تراکنش‌ها، تعاملات و عملکرد فروشندگان باعث می‌شود که فرایندها به صورت مؤثر مدیریت شده و حقوق کاربران به شکل کامل حفظ شود (السان، ۱۴۰۳، ۸۰). به این ترتیب، موفقیت و پایداری مارکت پلیس‌ها نیازمند همزمانی قوانین کارآمد، فناوری اطلاعات پیشرفته و فرآیندهای عملیاتی منسجم است تا هم حقوق مصرف‌کنندگان تضمین شود و هم رشد و توسعه کسب‌وکارها در محیط رقابتی امکان‌پذیر گردد (زرکلام، ۱۳۹۳، ۶۸).

حق انصراف در معاملات فرامرزی تجارت الکترونیک

حق انصراف در معاملات فرامرزی تجارت الکترونیک یکی از مهم‌ترین ابزارهای حمایت از مصرف‌کننده است که به خریداران امکان می‌دهد در مدت زمان مشخص پس از خرید، بدون الزام به ارائه دلیل، از قرارداد یا معامله خود انصراف دهند. اهمیت این حق در معاملات فرامرزی به دلیل پیچیدگی‌های ناشی از تفاوت قوانین ملی، چالش‌های لجستیکی و الزامات اجرایی مضاعف است، زیرا اعمال این حق مستلزم هماهنگی بین حقوق ملی و استانداردهای بین‌المللی است (صادقی نشاط، ۱۳۹۴: ۳۲-۴۵). در این زمینه، مطالعات متعدد نشان می‌دهد که تفاوت قوانین کشورها در تعیین مدت زمان انصراف، شرایط بازگشت کالا و نحوه پرداخت هزینه‌های مرتبط، می‌تواند مشکلات حقوقی و عملی قابل توجهی ایجاد کند و اجرای صحیح این حق را با چالش مواجه سازد (رضایی، ۱۳۹۳: ۲۷-۳۶). هم‌چنین، هزینه‌های بازگشت کالا و مسائل لجستیکی ناشی از فاصله جغرافیایی و محدودیت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی از دیگر عواملی است که می‌تواند مانع اعمال کامل حق انصراف شود و نیازمند طراحی سازوکارهای اجرایی کارآمد است (حسنی، ۱۴۰۰: ۹۳-۸۴).

بررسی چارچوب‌های بین‌المللی نشان می‌دهد که توافق‌نامه‌ها و کنوانسیون‌های مرتبط با تجارت الکترونیک، به‌ویژه اسناد آنسیترال، می‌توانند در هماهنگ‌سازی قوانین ملی مؤثر باشند و زمینه را برای اعمال منسجم و استاندارد حق انصراف در معاملات فرامرزی فراهم کنند. این چارچوب‌ها امکان ایجاد معیارهای مشترک برای مدت زمان انصراف، مسئولیت فروشنده

و تضمین بازگشت کالا را فراهم می‌کنند و از بروز اختلافات و دعاوی حقوقی جلوگیری می‌نمایند (رضایی، ۱۳۹۳: ۳۵-۳۰). از بعد اقتصادی، اعمال حق انصراف مستلزم مدیریت هزینه‌های بازگشت کالا، هماهنگی لجستیکی و کاهش ریسک‌های ناشی از تفاوت‌های قانونی است؛ بنابراین، تدوین مقررات هماهنگ و سیاست‌های حمایتی کارآمد در سطح ملی و بین‌المللی ضروری به نظر می‌رسد (حسنی، ۱۴۰۰: ۹۲-۹۰). در مجموع، ترکیب چارچوب‌های قانونی ملی و بین‌المللی، همراه با سازوکارهای اجرایی مؤثر، می‌تواند به افزایش امنیت و کارایی معاملات فرامرزی کمک کرده و حقوق مصرف‌کننده را تضمین نماید. ایجاد هماهنگی‌های بین‌المللی و تدوین قوانین منسجم، علاوه بر کاهش اختلافات و سردرگمی‌ها، موجب افزایش اعتماد خریداران به محیط تجارت الکترونیک و تسهیل جریان تجارت بین کشورها خواهد شد (صادقی نشاط، ۱۳۹۴: ۴۲-۴۴).

بررسی رابطه حق انصراف و اصل لزوم در فقه اسلامی

در فقه اسلامی، یکی از اصول اساسی در خصوص معاملات و قراردادهای، اصل لزوم قراردادهای است که به معنای الزام به اجرای تعهدات قراردادهای صحیح و معتبر است. این اصل نه تنها در قوانین فقهی بلکه در آیات قرآن و روایات نیز بر آن تأکید شده است. اصل لزوم به طور کلی بر این مبنا استوار است که پس از انعقاد یک قرارداد معتبر، هیچ‌یک از طرفین حق ندارد به طور یک‌جانبه آن را فسخ کند، مگر آن که دلایل شرعی خاصی برای این کار وجود داشته باشد. این قاعده در قرآن کریم نیز به وضوح بیان شده است: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ» (مانده، آیه ۱)، به معنای آن که مومنان باید به قراردادهایی که منعقد می‌کنند وفادار باشند و این امر نشان‌دهنده لزوم اجرای تعهدات است. این حکم، که به عنوان «أصل اللزوم» یا اصل لزوم شناخته می‌شود، به طور غیرقابل‌انعطاف بر تعهدات در معاملات و قراردادهای تأکید می‌کند، مگر آن که به طور خاص شارع مقدس (یعنی خداوند) اجازه فسخ یا انصراف از قرارداد را به یکی از طرفین داده باشد (حائری، ۱۴۰۰: ۱۵۵).

این اصل به طور بنیادین تأکید می‌کند که هرگاه قرارداد به طور صحیح و در چارچوب قوانین شرعی منعقد شود، باید به طور کامل اجرا گردد. در فقه اسلامی، قانون «لزوم» جایگاهی ویژه دارد و به این ترتیب به عنوان یک قاعده اساسی در کنار دیگر قواعد فقهی و شرعی قرار می‌گیرد. در این راستا، برخی از فقها اصل لزوم را به طور مستمر و قوی‌تر تقویت کرده‌اند تا از تضییع حقوق طرفین جلوگیری شود. به‌ویژه در معاملات تجاری، تأکید بر لزوم موجب می‌شود که هیچ‌یک از طرفین نتوانند به طور سلیقه‌ای یا به دلایل شخصی قرارداد را لغو کنند (نائینی، ۱۳۴۷، ۴۲). اما در عین حال، فقه اسلامی برای تحقق عدالت و جلوگیری از سوءاستفاده در قراردادهای، استثنائاتی را برای اصل لزوم در نظر گرفته است. این استثنائات عمدتاً در قالب حقوق خاصی چون «خيارات» شناخته می‌شوند. خيارات به طور خاص به یکی از طرفین این امکان را می‌دهند که در صورت وقوع شرایط خاص و استثنایی (مانند تخلف از وصف، غبن، یا نقض یکی از ارکان قرارداد)، از حق فسخ یا انصراف از قرارداد بهره‌برداری کنند. به عبارت دیگر، خيارات نوعی تعدیل‌کننده اصل لزوم به‌شمار می‌روند که از سوی فقه اسلامی برای حفظ انصاف و عدالت در روابط قراردادی به رسمیت شناخته شده‌اند.

یکی از مهم‌ترین خيارات که در فقه اسلامی مطرح است، «خيار غبن» است که به معنی حق فسخ برای طرفی است که در نتیجه تخلف یا فریب از دیگری ضرر دیده است. در این حالت، طرف زیان‌دیده می‌تواند قرارداد را فسخ کند تا از آسیب‌های مالی یا جبران‌ناپذیر در آینده جلوگیری کند. هم‌چنین «خيار شرط» به این معنی است که اگر یکی از طرفین قرارداد متعهد به انجام شرطی شود و آن شرط محقق نشود، طرف مقابل می‌تواند قرارداد را فسخ کند. این خيارات در حقیقت، به عنوان راه‌حلی برای حفظ عدالت و جلوگیری از ضررهای نامشروع در نظر گرفته شده‌اند و بدین ترتیب امکان انصراف یا فسخ قراردادهای را در موارد خاص فراهم می‌آورند (نائینی، ۱۳۴۷، ۵۷). در این زمینه، «خيار تخلف از وصف» نیز از اهمیت خاصی برخوردار است. این خيار به معنای فسخ قرارداد در صورتی است که یکی از طرفین در انجام شرایط قرارداد یا توصیف موردنظر برای کالا یا خدمات کوتاهی کند. به طور مثال، اگر فروشنده کالایی را به عنوان کالای خاصی معرفی کند و در نهایت این

کالا ویژگی‌های ذکر شده را نداشته باشد، طرف دیگر حق دارد قرارداد را فسخ کند. این شرایط و اختیارات نشان‌دهنده اصولی هستند که در فقه اسلامی برای تعدیل اصل لزوم در نظر گرفته شده‌اند تا در شرایطی خاص، به طرفین فرصت داده شود تا از ضرر جلوگیری کنند و حقوق آنان محفوظ بماند (ربانی موسویان، ۱۴۰۰، ۱۹۳). در مجموع، حق انصراف و اختیارات در فقه اسلامی نوعی تعدیل‌کننده و استثنا بر اصل لزوم در قراردادها به‌شمار می‌روند. در صورتی که یکی از طرفین قرارداد در موقعیتی قرار گیرد که به‌طور معقول و بر اساس دلیل شرعی (مانند غبن، تخلف از وصف، تخلف از شرط و غیره) بتواند قرارداد را فسخ کند، این اقدام در راستای حفظ انصاف و عدالت در روابط قراردادی مجاز است. بنابراین، فقه اسلامی نه تنها اصل لزوم قراردادها را به‌عنوان یک اصل اساسی به رسمیت می‌شناسد، بلکه برای تحقق عدالت و انصاف در معاملات، حق انصراف را به‌عنوان یک استثناى موجه و معقول می‌پذیرد (خورسندیان و ذاکری نیا، ۱۳۸۸، ۹۲). این تعامل میان اصل لزوم و حق انصراف در فقه اسلامی موجب ایجاد تعادل در قراردادها می‌شود و باعث می‌شود که طرفین قرارداد در صورت تخلف یا ایجاد شرایط غیرعادلانه، امکان جبران و اصلاح وضعیت را داشته باشند.

امکان فسخ یا انصراف در عقود معین از منظر فقه

فقه امامیه، همان‌طور که در منابع مختلف فقهی آمده است، به مسأله فسخ یا انصراف در عقود معین توجه ویژه‌ای دارد. در فقه، فسخ به‌عنوان حق برای طرفین قرارداد پذیرفته شده است و می‌تواند در شرایط خاصی مانند وجود ضرر یا عیب در قرارداد مورد استفاده قرار گیرد. طبق اصول فقه امامیه، اصل «لاضرر» یکی از مبانی اساسی است که به‌طور خاص به جلوگیری از ضرر برای طرفین تأکید دارد (رحیمی، ۱۳۹۹، ۸۳). بنابراین، فسخ یا حق انصراف در عقود معین زمانی مشروع است که هدف آن جلوگیری از ضرر یا حفظ عدالت بین طرفین باشد. فقه امامیه علاوه بر تأکید بر اصل لاضرر، مفهوم «خیار» را نیز در این زمینه معرفی می‌کند. «خیار» به معنای حق فسخ یا اختیار برای طرفین قرارداد است که می‌تواند تحت شرایط خاص به آن‌ها اعطا شود. برخی از فقهای امامیه مانند آیت‌الله خویی و آیت‌الله سیستانی بر این باورند که فسخ قرارداد می‌تواند به‌عنوان یک حق انصراف در عقود لازم به طرفین واگذار شود. در این راستا، فسخ یا انصراف از قرارداد به‌طور مستقیم با مصلحت طرفین ارتباط دارد و به‌عنوان ابزاری برای حفظ حقوق طرفین قرارداد و جلوگیری از تضییع حق آن‌ها شناخته می‌شود (السَّان و نجفی زاده، ۱۳۹۵، ۷۵). از منظر فقه امامیه، در صورتی که یکی از طرفین عقد نتواند به تعهدات خود عمل کند یا عقد به‌طور کلی عیبی داشته باشد، طرف مقابل می‌تواند از حق فسخ یا انصراف استفاده کند. این حقوق به‌طور خاص در عقود معین نظیر بیع، اجاره و مانند آن قابل اعمال است و به‌عنوان ابزارهایی برای جلوگیری از زیان‌های احتمالی در معاملات شناخته می‌شوند. (السَّان و نجفی زاده، ۱۳۹۵، ۸۴).

رویکرد فقه اهل سنت به اختیار مصرف‌کننده در بازگرداندن کالا

در فقه اهل سنت، اختیار مصرف‌کننده برای بازگرداندن کالا یا انصراف از قرارداد به‌طور ضمنی در قالب اختیارات مختلف مطرح می‌شود. یکی از مفاهیم کلیدی در این فقه، «خیار» است که به معنای اختیار برای فسخ یا انصراف از قرارداد در شرایط خاص به‌کار می‌رود. این مفهوم در فقه اهل سنت از نظر محتوای حقوقی با فقه امامیه متفاوت است و معمولاً در قالب خیاراتی مانند «خیار شرط» و «خیار تفلیس» ظهور پیدا می‌کند (ابن قدامه، ۱۴۰۱، ۱۱۲).

در صورتی که در عقد خاصی شرط یا توافقی بین طرفین وجود داشته باشد که یکی از طرفین حق انصراف یا فسخ قرارداد را داشته باشد، مصرف‌کننده می‌تواند از این اختیار استفاده کند. به‌ویژه در شرایطی که کالا معیوب باشد یا طرفین قرارداد نتوانند به تعهدات خود عمل کنند، این اختیار به مصرف‌کننده داده می‌شود. این اختیار معمولاً تحت شرایط خاص و توافق دو طرف قرارداد مشروعیت می‌یابد و نمی‌تواند به‌صورت یک حق ذاتی برای مصرف‌کننده در نظر گرفته شود (حنفی، ۱۳۹۹، ۹۸). در فقه اهل سنت، بیشترین تأکید بر آن است که این اختیار نباید به‌صورت عمومی و بدون قید و شرط به مصرف‌کننده داده شود، بلکه باید در قالب توافقات ضمن عقد و بر اساس دلایل موجه و مصلحت شرعی قرار گیرد. از این رو، حقوق

مصرف‌کننده در این زمینه بیشتر به صورت شرایط خاص در قراردادها تنظیم می‌شود تا از سوءاستفاده و ایجاد تزلزل در قراردادها جلوگیری شود. بنابراین، مصرف‌کننده می‌تواند در صورت وجود شرایط خاص و مشروع از حق انصراف یا بازگرداندن کالا استفاده کند، اما این حق به طور کلی به عنوان یک حق ذاتی یا قانونی شناخته نمی‌شود (ابن قدامه، ۱۴۰۱، ۱۱۵).

مقایسه رویکرد فقه امامیه و اهل سنت در خصوص حق انصراف

در مقایسه بین فقه امامیه و اهل سنت در خصوص حق انصراف از قرارداد، می‌توان گفت که هر کدام از این دو مکتب فقهی رویکرد متفاوتی دارند که تحت تأثیر مبانی فقهی، اصول عدالت و مصلحت عمومی قرار دارد. فقه امامیه به طور مشخص بر اساس اصول لاضرر و عدالت اجتماعی به حق انصراف از قرارداد تأکید می‌کند، در حالی که در فقه اهل سنت، این حق بیشتر به صورت اختیار ضمن عقد و توافق طرفین قرارداد پذیرفته می‌شود. در فقه امامیه، حق انصراف از قرارداد بیشتر بر مبنای نیاز به جلوگیری از ضرر و حفظ عدالت میان طرفین قرارداد است. فسخ یا انصراف از قرارداد در عقود معین، به ویژه در مواردی که یکی از طرفین نتواند به تعهدات خود عمل کند، مشروع است. به عبارت دیگر، در فقه امامیه این حق به عنوان ابزاری برای حفظ حقوق طرفین و جلوگیری از ظلم و ضرر در نظر گرفته می‌شود (رحیمی، ۱۳۹۹، ۸۵). از طرف دیگر، فقه اهل سنت در این زمینه بیشتر به شروط ضمن عقد تأکید دارد. بر اساس این رویکرد، در صورتی که یکی از طرفین قرارداد دچار عیوبی مانند عدم توانایی در ایفای تعهدات شود، مصرف‌کننده می‌تواند از اختیار انصراف استفاده کند، اما این اختیار باید بر اساس توافقات صریح و روشن بین طرفین باشد (ابن قدامه، ۱۴۰۱، ۱۱۸). از این منظر، فقه امامیه به طور مستقیم و بدون نیاز به توافق طرفین قرارداد، حق انصراف را پذیرفته است، در حالی که فقه اهل سنت این حق را به عنوان شرطی ضمن عقد و توافق میان طرفین می‌داند که باید به طور خاص و با دلیل موجه اعمال شود (حنفی، ۱۳۹۹، ۱۰۲). در نهایت، در حالی که فقه امامیه به دلیل رعایت عدالت و جلوگیری از ضرر، حق انصراف را در مواردی خاص به صورت عمومی پذیرفته است، فقه اهل سنت این اختیار را بیشتر در قالب شرایط و توافقات ضمن عقد لحاظ کرده و آن را به عنوان یک حق ذاتی برای مصرف‌کننده در نظر نمی‌گیرد.

شباهت‌ها و تمایزها میان حق خیار و حق انصراف

حق خیار و حق انصراف هر دو از حقوق متعاملین در حوزه قراردادها هستند که به منظور محافظت از طرفین معامله در شرایط خاص پیش‌بینی شده‌اند. با این حال، این دو حق تفاوت‌ها و شباهت‌های مهمی دارند که در ادامه بررسی می‌شود. از حیث شباهت‌ها، هر دو حق به طرفین قرارداد اجازه می‌دهند که بدون نیاز به رضایت طرف دیگر از قرارداد خارج شوند. این حقوق به ویژه زمانی کاربرد دارند که طرفین بخواهند قبل از نهایی شدن قرارداد یا پس از عقد، مشکلات یا اشتباهات احتمالی را اصلاح کنند. به عنوان مثال، حق خیار و حق انصراف معمولاً به طور مشروط و در مدت زمانی معین قابل اعمال هستند و به محض اعلام اراده یکی از طرفین، اجرایی می‌شوند (باقری اصل، ۱۳۹۸، ۷۸). اما از حیث تمایزها، چند نکته اساسی وجود دارد. اولاً، حق انصراف بیشتر در قراردادهای معین و به ویژه در خریدهای از راه دور و قراردادهای الکترونیکی کاربرد دارد و به عنوان یک حق حمایتی ویژه برای مصرف‌کننده شناخته می‌شود، در حالی که حق خیار در انواع مختلفی از عقود و بسته به شرایط قانونی یا قراردادی مختلف قابل اعمال است. به عبارت دیگر، حق انصراف معمولاً به صورت یک حق ذاتی و قانونی برای مصرف‌کننده است، در حالی که حق خیار به طور معمول باید بر اساس شرایط خاص قراردادی یا قانونی ایجاد شود. دوم، در هنگام اعمال حق انصراف، نیازی به ارائه دلیل وجود ندارد و تنها اعلام اراده مصرف‌کننده برای خروج از قرارداد کافی است. اما در مقابل، اعمال حق خیار معمولاً به وجود شرایط خاصی مانند وقوع یک امر خاص یا نقض مفاد قرارداد وابسته است. به همین دلیل، حق خیار عموماً نیازمند دلیل یا شرایط خاص است که باید اثبات شود. در نهایت، ماهیت این دو حق نیز تفاوت‌هایی دارد. حق خیار بیشتر بر اساس اصل انعقاد قرارداد است و به عنوان یک ابزار اصلاحی برای رفع نواقص

یا مشکلات احتمالی در عقد به کار می‌رود. در حالی که حق انصراف می‌تواند آثار قهقرایی بر قرارداد بگذارد، مانند بطلان یا انفساخ از ابتدا، که این امر از نظر ماهیت و آثار حقوقی تفاوت‌های اساسی با حق خیار دارد (باقری اصل، ۱۳۹۸، ص ۸۲).

نتیجه‌گیری

حق انصراف در قراردادهای الکترونیکی، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، جایگاه ویژه‌ای در نظام‌های حقوقی نوین یافته است. این نهاد حقوقی نه تنها در ارتقای اعتماد عمومی به تجارت الکترونیک نقش مؤثری دارد، بلکه در افزایش شفافیت، کاهش ریسک‌های معاملاتی و بهبود تجربه مصرف‌کننده نیز مؤثر است. با این حال، همان‌گونه که در این تحقیق بررسی شد، اجرای این حق در عمل با چالش‌های متعدد حقوقی، اجرایی و اقتصادی مواجه است که طراحی سیاست‌های متوازن و واقع‌بینانه را ضروری می‌سازد. از مهم‌ترین چالش‌های پیش‌روی حق انصراف می‌توان به کاهش ثبات قراردادهای الکترونیکی، افزایش نرخ بازگشت کالا، فشار بر نقدینگی فروشندگان و هزینه‌های لجستیکی اشاره کرد. این آثار می‌توانند موجب تزلزل در بازار و تردید در میان فروشندگان و پلتفرم‌های دیجیتال شوند. علاوه بر این، در فضای معاملات چندفروشنده و تجارت فرامرزی، تفاوت‌های قانونی و پیچیدگی‌های اجرایی، اعمال مؤثر این حق را با مشکلاتی همراه کرده‌اند که نیازمند هماهنگی‌های قانونی در سطح ملی و بین‌المللی است. از منظر فقهی، هرچند اصل لزومدر فقه اسلامی یکی از اصول مستحکم در قراردادها محسوب می‌شود، اما وجود خیارهای متعدد و پذیرش شرط ضمن عقددر فقه امامیه و اهل سنت، امکان تحلیل و پذیرش حق انصراف را در قالب مفاهیم سنتی فقهی فراهم می‌سازد. بنابراین، این حق را می‌توان با استناد به ظرفیت‌های موجود در فقه اسلامی، به‌ویژه از طریق خیار شرط یا بنای عقلایی، مشروع و قابل دفاع دانست؛ مشروط بر آن‌که به‌طور شفاف در قالب شروط قراردادی تعریف و تنظیم شود. این تحقیق تلاش کرد تا با رویکردی تحلیلی، تأثیرات حق انصراف بر قراردادهای الکترونیکی را از ابعاد مختلف بررسی کرده و راهکارهایی برای کاهش تبعات منفی آن ارائه دهد. نتایج نشان می‌دهد که بازنگری در قوانین فعلی، تدوین مقررات صریح‌تر برای پلتفرم‌های چندفروشنده، و توجه به مقتضیات معاملات فرامرزی می‌تواند هم حقوق مصرف‌کنندگان را حفظ کند و هم مانع آسیب‌های اقتصادی به فروشندگان شود. در نهایت، پیشنهاد می‌شود که قانون‌گذاران با بهره‌گیری از آموزه‌های فقهی و تجربیات بین‌المللی، چارچوبی انعطاف‌پذیر و متعادل برای حق انصراف طراحی کنند که به‌طور هم‌زمان عدالت قراردادی، حمایت از مصرف‌کننده و ثبات بازارهای دیجیتال را تضمین نماید.

ملاحظات اخلاقی

مشارکت نویسندگان

مشارکت نویسنده در این مقاله به شکل زیر است:

نویسنده به تنهایی مسئول مفهوم‌پردازی، نگارش و بازبینی مقاله است.

تعارض منافع

بر اساس اظهارات نویسنده، این مقاله تعارض منافی ندارد.

حامی مالی

بنابر اظهارات نویسنده این پژوهش هیچگونه حامی مالی ندارد.

سپاسگزاری

از تمامی مشارکت‌کنندگان در این پژوهش سپاسگزاری می‌شود.

منابع

- ابن قدامه، عبدالغنی. (۱۴۰۱). المغنی (چاپ پنجم). دارالفکر.
- آزادی، محمدرضا. (۱۳۹۹). مقررات حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در ایران و اتحادیه اروپا. تهران: انتشارات نگاه دانش.
- آیین‌نامه ماده ۳۸ قانون تجارت الکترونیکی (۱۴۰۰)
- باقری اصل، س.، باقری اصل، ح.، مسعودی، ن و شعاریان ستاری، ا. (۱۳۹۶). ماهیت حق انصراف در قراردادهای الکترونیکی. *مطالعات فقه و حقوق اسلامی*، ۹(۱۷)، ۷-۲.
- بقائی نظری، فرید. (۱۴۰۰). حمایت از مصرف‌کننده در نظام حقوقی ایران. تهران: انتشارات آداک.
- حائری، محمدتقی. (۱۴۰۰). قواعد فقهی در معاملات. قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی.
- حسنی، علیرضا. (۱۴۰۰). مجموعه قوانین کاربردی حاکم بر حقوق تجارت الکترونیکی. تهران: نشر مجد.
- دبلفون، زویه لینان (ترجمه ستار زرکلام). (۱۳۸۸). حقوق تجارت الکترونیک: همراه با تحلیل قانون تجارت الکترونیکی ایران. تهران: موسسه مطالعات و پژوهش‌های حقوقی شهر دانش، ۱۲۵.
- ربانی موسویان، سید علی. (۱۴۰۰). قواعد حاکم بر قراردادهای هوشمند در فقه امامیه و حقوق موضوعه. *فصلنامه پژوهش‌های فقه و حقوق اسلامی*، سال هفدهم، شماره ۶۶ صفحات ۲۰۱-۱۷۸.
- رحیمی، مرتضی. (۱۳۹۹). "بررسی مبانی فقهی امکان انصراف از نظارت در وقف از نگاه فقه امامیه"، *مجله پژوهش‌های فقه و حقوق اسلامی*، دوره ۱۶، شماره ۶۰ صفحات ۷۷-۹۸.
- رضایی حسین‌آبادی، ابوالفضل. (۱۴۰۲). *مبانی و ماهیت حق انصراف در قراردادهای الکترونیکی در قراردادهای بین‌المللی*. هشتمین همایش بین‌المللی فقه و حقوق، وکالت و علوم اجتماعی، ص. ۵۲
- رضایی، علی. (۱۳۸۷). حقوق تجارت الکترونیکی. تهران: انتشارات میزان، ص. ۱۰۲.
- زرکلام، س.، طاهرزاده کاکلکی، س. م. (۱۴۰۲). تبیین ویژگی‌ها و آثار حق انصراف مصرف‌کننده مقرر در مواد ۳۷ و ۳۸ قانون تجارت الکترونیکی. *مجله علوم انسانی و اسلامی در هزاره سوم*، بهار.
- السان، مصطفی و نجفی زاده، لیلیا. (۱۳۹۵). "مبانی فسخ قرارداد در فقه امامیه و حقوق ایران"، *نشریه قضاوت*، دوره ۱۶، شماره ۸۸، صفحات ۷۳-۸۹.
- السان، مصطفی. (۱۳۹۷). حقوق تجارت الکترونیکی. تهران: سمت، ص. ۱۴۲.
- سرخه، ع.، حسینی، س. ح. (۱۴۰۲). *واکاوی اصل آزادی اراده در نهاد داور: آثار و احکام آن*. مجموعه مقالات دهمین کنفرانس بین‌المللی مطالعات مدیریت، حسابداری و حقوق، ۲۶۳-۲۵۱.
- الشریف، محمدمهدی و اسعدی، سیدحسین. (۱۳۹۹). تأملی بر ماهیت حق انصراف در قراردادهای الکترونیکی. *فصلنامه حقوق تطبیقی*، دوره ۵، شماره ۱، شماره پیاپی ۱، بهار و تابستان، صفحه ۱۳۸.
- الشریف، محمدمهدی، و اسعدی، حسین. (۱۳۹۳). تأملی بر ماهیت حق انصراف در قراردادهای الکترونیکی. *فصلنامه حقوقی*، دوره ۵، شماره ۱، صفحات ۱۵۳-۱۳۳.
- صادقی نشاط، امیر. (۱۴۰۳). حقوق تجارت الکترونیک. تهران: انتشارات جنگل.
- غفاری فارسانی، بهنام. (۱۴۰۳). مصرف‌کننده و حقوق بنیادین او. تهران: انتشارات چاپ و نشر بازرگانی.
- فیضی چکاب، غلام نبی، و نوربخش، نعیم. (۱۳۹۵). کشف عنصر «رضا» در قراردادهای «کلیک رپ». *پژوهش حقوق خصوصی*، ۵(۱۷)، ۷۹.
- نائینی، محمد کاظم. (۱۳۴۷). مکاسب محرمة (چاپ سوم). تهران: انتشارات اسوه.
- نجات زادگان، سعید. (۱۴۰۲). حق انصراف مصرف‌کننده در معاملات الکترونیکی. تهران: انتشارات عدالت.

References

- Al-San, M. (2018). *Electronic Commerce Law*. Samt Publication.
- Al-San, M., & Najafizadeh, L. (2016). The foundations of contract termination in Imami jurisprudence and Iranian law. *Judgment Journal*, 16(88), 73–89.
- Al-Sharif, M. M., & Asadi, S. H. (2014). A reflection on the nature of the right of withdrawal in electronic contracts. *Legal Quarterly*, 5(1), 133–153.
- Al-Sharif, M. M., & Asadi, S. H. (2020). A reflection on the nature of the right of withdrawal in electronic contracts. *Comparative Law Quarterly*, 5(1), 138.
- Azadi, M. R. (2020). *Consumer rights protection regulations in Iran and the European Union*. Negah-e Danesh Publications.
- Bagheri Asl, S., Bagheri Asl, H., Masoudi, N., & Shoarian Sattari, A. (2017). The nature of the right of withdrawal in electronic contracts. *Studies in Jurisprudence and Islamic Law*, 9(17), 2–7.
- Baghayi Nazarloo, F. (2021). *Consumer protection in the Iranian legal system*. Adak Publications.
- Ben-Shahar, O., & Posner, E. A. (2010). *The right to withdraw in contract law*. Chicago Unbound. https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1566&context=law_and_economics
- Collins, H. (2020). *The law of contract*. Cambridge University Press.
- ECR Loss Research. (2022). *The problems & opportunities of e-commerce returns*. ECR Community.
- European Parliament. (2011). *Directive 2011/83/EU on consumer rights*.
- Faizi Chakab, G. N., & Nourbakhsh, N. (2016). Discovering the element of "consent" in "click-wrap" contracts. *Private Law Research*, 5(17), 79.
- Ghafari Farsani, B. (2024). *The consumer and their fundamental rights*. Printing and Publishing of Trade.
- Haeri, M. T. (2021). *Jurisprudential rules in transactions*. Islamic Research Center.
- Hasani, A. (2021). *A collection of applied laws governing electronic commerce law*. Majd Publishing.
- Hesselink, M. (2021). *Justice in European private law*. Oxford University Press.
- Howells, G., & Weatherill, S. (2018). *Consumer protection law*. Routledge.
- Howells, G., & Wilhelmsson, T. (2019). *Consumer law in the European Union*. Routledge.
- Ibn Qudamah, A. (2022). *Al-Mughni* (5th ed.). Dar al-Fikr.
- Katz, M. L. (2019). Digital goods and consumer protection in electronic commerce. *Journal of Consumer Policy*, 42(2), 245–267. <https://doi.org/10.1007/s10603-019-09415-z>
- Linant de Bellefonds, X. (2005). *Le droit du commerce électronique*. L.G.D.J.
- Linant de Bellefonds, X. (2009). *Electronic commerce law: With an analysis of Iran's electronic commerce law* (S. Zarkalam, Trans.). Shah-e Danesh Legal Studies and Research Institute. (Original work published 2005).
- Naeini, M. K. (1968). *Makasib Muharrama* (3rd ed.). Osveh Publications.
- Najatzadegan, S. (2023). *Consumer's right of withdrawal in electronic transactions*. Edalat Publications.
- Nguyen, T. (2020). The right of withdrawal in e-commerce contracts: A comparative perspective. *Journal of Consumer Policy*, 43(1), 61–79. <https://doi.org/10.1007/s10603-019-09440-z>
- Rabbani Mousavian, S. A. (2021). Rules governing smart contracts in Imami jurisprudence and positive law. *Quarterly Journal of Islamic Jurisprudence and Law Research*, 17(66), 178–201.

- Rahimi, M. (2020). Investigating the jurisprudential foundations of the possibility of withdrawal from supervision in endowment from the perspective of Imami jurisprudence. *Journal of Islamic Jurisprudence and Law Research*, 16(60), 77–98.
- Razaei, A. (2008). *Electronic commerce law*. Mizan Publishing.
- Razaei Hosseinabadi, A. (2023). Principles and nature of the right of withdrawal in electronic contracts in international contracts. The 8th International Conference on Jurisprudence and Law, Advocacy and Social Sciences, 52.
- Regulation of Article 38 of the Electronic Commerce Law. (2021).
- Sadeghi Neshat, A. (2024). *Electronic commerce law*. Jangal Publications.
- Sorkheh, A., & Hosseini, S. H. (2023). Analyzing the principle of freedom of will in the arbitration institution: Its effects and rulings. Proceedings of the 10th International Conference on Management, Accounting and Law Studies, 251–263.
- Twigg-Flesner, C. (2012). The EU consumer rights directive: A new foundation for consumer contracts? *European Review of Contract Law*, 8(2), 219–243. <https://doi.org/10.1515/ercl-2012-0219>
- Weatherill, S. (2017). *EU consumer law and policy*. Edward Elgar Publishing.
- Zarkalam, S., & Taherzadeh Kaklaki, S. M. (2023). Explaining the features and effects of the consumer's right of withdrawal stipulated in Articles 37 and 38 of the Electronic Commerce Law. *Journal of Humanities and Islamic Studies in the Third Millennium*.