

جواد محمدی 1. مراد محمدی 2. اسد اله سلطانیان 3

- 1- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات ایلام، ایران
- 2- معاون فنی دیوان محاسبات استان تهران. دانشجو دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساوه
- 3- کارشناس آموزش و پرورش استان ایلام، ایران

چکیده:

ظهور اینترنت و تجاری شدن آن در دهه های اخیر شیوه های متعارف و کهن تجارت را تا حدود زیادی دگرگون ساخته است و تجارت الکترونیکی به دلیل سرعت، کارائی و کاهش هزینه و بهره برداری بهینه از فرصت ها عصر جدیدی را در رقابت گشوده است. تجارت الکترونیک پدیده جدیدی است و از این رو برای هر کس ممکن است پرسش های متعددی مطرح شود که اساساً تجارت الکترونیک چیست؟ چه لزومی به بهره گیری از آن وجود دارد؟ آیا شرایط و ساختار قراردادهای الکترونیک مطابق با اصول قراردادها است؟ ارکان قرارداد در آن با اصول کلی قراردادها مطابقت دارد؟ ایجاب و قبول که رکن اصلی در قرارداد می باشد چگونه شکل می گیرد؟ از این رو بخش اول این تحقیق به تعریف و مفهوم ایجاب، ویژگی های ایجاب، تمیز ایجاب از پیشنهاد معامله، ماهیت حقوقی آگهی در پایگاه ها و منزلگاه های اینترنتی، تفاوت ایجاب با مذاکرات مقدماتی، اثر ایجاب و رجوع از آن و زوال ایجاب می پردازیم. بخش دوم به تعریف و مفهوم قبول، شرایط شکلی قبول و توالی ایجاب و قبول می پردازیم. بخش سوم به ویژگی های زمان و مکان قرارداد پرداخته می شود. بخش چهارم زمان تشکیل قراردادهای الکترونیکی مورد بررسی قرار می گیرد. بخش پنجم زمان ارسال و دریافت داده پیام مور بررسی قرار می گیرد. بخش ششم مکان تشکیل قراردادهای الکترونیکی بررسی می شود. بخش هفتم مکان ارسال و دریافت داده پیام و در بخش هشتم انعقاد قرارداد از طریق نمایندگی الکترونیکی مورد بررسی قرار می گیرد. و در انتها نتایج و پیشنهادات تحقیق ارائه می شود.

واژگان کلیدی: تجارت الکترونیکی - داده پیام - قراردادهای الکترونیکی - منزلگاه های الکترونیکی - نمایندگی الکترونیکی