

## Enforcement of the Results of Online Alternative Dispute Resolution Methods An Analytical Study on Voluntary Enforcement Strategies

Reza Maboudi Neishabouri<sup>1</sup>, Seyed Alireza Rezaee<sup>2</sup>

### Abstract

**Field and Aims:** One of the most important developments in dispute resolution law has been the emergence of online methods. There are ambiguities and legal issues regarding online dispute resolution methods due to their specific characteristics and their occurrence in cyberspace. One of the challenges with these methods is how they enforce, because conventional or traditional methods of enforcing final dispute resolution documents are not the answer. In addition to insufficient enforcement support about the results of online dispute resolution in said methods, it should be noted that ODR is often used in e-commerce lawsuits and the main feature of these lawsuits is their high number and low value. Therefore, the use of traditional enforcement methods, which requires resorting to court, is not logical in such cases, and the final documents of ODR should be enforced in accordance with their characteristics and without the need to courts.

**Method:** In compiling the contents of the present article, a descriptive-analytical method has been used and the method of collecting resources has been library.

**Findings and Conclusions:** In this regard, solutions have been adopted in the field of e-commerce that with emphasis to the desire of the parties to maintain their reputation and market share, the results of online dispute resolution enforced by them voluntarily. The mentioned strategies, "Trustmark Scheme", "Rating System", "Blacklisting System" and "Punitive Measures", have been studied and analyzed in this article. Finally the present study has concluded that to develop ODR, support for strategies to encourage voluntary enforcement of the results of these methods is very important, but this goal can not be achieved without ratifying suitable regulations, because trust is the most important factor in the impact of these methods and to increase the trust of individuals and business actors, appropriate laws should be enacted.

**Keywords:** Online Dispute Resolution, E-Commerce, Voluntary Enforcement of Results of Dispute Resolution, Trustmark Scheme, Rating System.

\*Citation (APA): Maboudi Neishabouri, R., & Rezaee, S. (2023). Enforcement of the Results of Online Alternative Dispute Resolution Methods An Analytical Study on Voluntary Enforcement Strategies. *International Legal Research*, 16 (59), 133- 163.

[https://alr.ctb.iau.ir/article\\_700710.html](https://alr.ctb.iau.ir/article_700710.html)

1. Assistant Professor of Private Law Department, Faculty of Law and Political Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. (Author). Email: maboudi@um.ac.ir

2. PhD Student of Private Law, Faculty of Law and Political Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. Email: alirezarezaee4771@mail.um.ac.ir



## Introduction

Today, with the reduction of communication in the traditional space and the increasing development of electronic commerce, many transactions and communications of individuals are carried out in the virtual space. In this regard, policymakers and lawyers have tried to formulate and propose rules according to the characteristics of the online space. One of the most important issues in this regard is the settlement of claims in online business transactions. Like other aspects of virtual space, the resolution of online disputes also requires special rules due to its special characteristics, and relying only on existing traditional regulations in this field will not be a solution. In this sense, one of the most fundamental issues related to dispute resolution is how to implement the results of dispute resolution methods. The importance of the mentioned issue is such that it can be claimed that the implementation of the final dispute resolution document has a direct impact on the validity and acceptability of the proposed dispute resolution method. For example, one of the reasons for the development of international commercial arbitration is the existence of the successful New York Convention, because according to the mentioned treaty, the award of international commercial arbitration is enforceable in most countries. Existing traditional mechanisms for the implementation of dispute resolution documents are not suitable for the virtual space because in all cases, the execution order is issued by the court or public authorities, which is not a favorable situation for the litigants in online communication. For this reason, e-commerce activists have designed and implemented new solutions that, through the desire of individuals to preserve their reputation, market share and not lose economic benefits, the parties to the dispute voluntarily implement the results of online dispute resolution methods until necessary. There is no need to go to the courts and public authorities to implement the final documents for online dispute resolution. In the following, the above-mentioned contents will be analyzed in the following topics: "The necessity of adopting voluntary implementation of final online dispute settlement documents", "Trust symbol solution", "Rating solution", "Black list announcement method" and "Punishment solutions".

## Conclusion

The settlement of online claims, like other matters related to cyberspace, requires the establishment of regulations that are appropriate to its specific characteristics. The validity and acceptability of any dispute resolution method is dependent on the enforceability of the result of the mentioned method, and in this respect, one of the special issues of dispute resolution rights is the way of implementing the final documents issued in the online methods of the dispute chapter. In this regard, the development and validity of online dispute resolution methods depends on the effective implementation of the results of the aforementioned dispute resolution methods. Mandatory implementation of the final documents of online dispute resolution is not possible or appropriate in two ways: firstly, the two main international treaties related to the implementation of the results of alternative methods of dispute resolution have not fully supported the aforementioned final documents. To explain that the New York Treaty does not have any specification regarding the protection of online arbitration decisions, and the Singapore Convention has also excluded the most important issue of online claims, i.e. disputes between consumers and sellers, from its scope of protection; Secondly, due to the low value of the lawsuit and the high number of consumer lawsuits (as the main issue of online lawsuits), in practice, the parties do not want to use forced enforcement methods because they require going to court. According to the above, the traditional implementation methods are not suitable for the characteristics and requirements of the online dispute resolution methods, and for this reason, new methods have been designed for the parties to the dispute to voluntarily implement the results of the aforementioned methods. As a result, the need to implement the final

documents of online dispute resolution on the one hand and the impossibility of using traditional methods for the mandatory implementation of the mentioned final documents on the other hand, has led to the adoption of automatic implementation methods. In these solutions, by using the desire of individuals to preserve their reputation and economic interests, measures have been devised so that the litigants voluntarily implement the results of online dispute resolution methods without the need to go to courts and public authorities. The four main examples of the aforementioned solutions are: "Trust symbol solution", "Rating solution", "Black list announcement method" and "Punishment solutions". By examining the above methods, it was determined that the most important advantage of voluntary implementation solutions is compatibility with the characteristics of online dispute resolution methods. By using the mentioned solutions, there is no need for the litigants to refer to public institutions or courts to implement the outcome of the litigants. Also, the amount of online dispute resolution documents is significantly increased by using the mentioned solutions. On the other hand, the most important problem of the aforementioned solutions is that due to the lack of integrated rules, there is a possibility of abuse such as forging ratings or trust symbols. In order to solve the mentioned problem, it seems that legal rules and minimum standards should be established regarding incentive methods and for validation and ranking.

Iran's law regulations are very contradictory and vague and sometimes silent in this regard, so it seems that the strengthening of e-commerce requires the establishment of standard rules and regulations in this regard. Therefore, it is strongly recommended to the Iranian legislature, by approving the corresponding rules, to take an important step in facilitating the implementation of online dispute resolution documents, so that individuals, business operators and the country's dispute resolution system can benefit from the many benefits of the development of online dispute resolution methods and the high volume of claims be reduced under consideration or in the implementation stage before the courts and public institutions.

### References

- Anderson, E., & Simester, D. (2014). Reviews Without a Purchase Low Ratings, Loyal Customers and Deception. *Journal of Marketing Research*, 51(3):249-269.  
<https://www.researchgate.net/publication/276034551>
- Abu Torabi Zarchi, Mohammad Hassan. (2007). Online arbitration and its legal issues. Master's thesis of Shahid Beheshti University, Tehran.
- Akerlof, G. (1995). The market for "lemons": quality uncertainty and the market mechanism. In S. Estrin, & A. Marin, *Essential Readings in Economics*. London: Macmillan Publishers Limited.
- Arbel, Y. (2019). Reputation Failure: The Limits of Market Discipline in Consumer Markets. *Wake Forest Law Review*, 54(5), 1239-1304.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3239995](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3239995)
- Bagherzadeh, Ahad. (2004), the necessity of the theoretical approach of consumer rights to human rights. *Judiciary Legal Journal*, (46), 144-172.
- Badrizadeh, Sima; Tavasoli Naeni, Manouchehr. (2011). Identification and implementation of international commercial arbitration awards issued in cyber space. *Two Quarterly Journals of Comparative Law*, 7(2), 146-123.
- Centeno, R., Hermoso, R., & Fasli, M. (2015). On the inaccuracy of numerical ratings: dealing with biased opinions in social networks. *Information Systems Frontiers*, 17(4), 809-825.  
[https://ideas.repec.org/a/spr/infosf/v17y2015i4d10.1007\\_s10796-014-9526-1.html](https://ideas.repec.org/a/spr/infosf/v17y2015i4d10.1007_s10796-014-9526-1.html)
- Cortes, P. (2010). *Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union*. New York: Routledge.



- Cortés, P. (2015). A New Regulatory Framework for Extra-Judicial Consumer Redress: Where We Are and How to Move Forward. *Legal Studies*, 35(1), 114-141.  
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/lest.12048>
- Cortés, P. (2016). *The New Regulatory Framework for Consumer Dispute Resolution*. London: Oxford University Press.
- Cortés, P. (2017). *The Law of Consumer Redress in An Evolving Digital Market: Upgrading from Alternative to Online Dispute Resolution*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cortes, P., & de la Rosa, F. (2013). Building a Global Redress System for Low-Value Cross-Border Disputes. *International and Comparative Law Quarterly*, 62(2), 407-440.  
<https://www.jstor.org/stable/43301567>
- Cortes, P., & Lodder, A. R. (2014). Consumer Dispute Resolution Goes Online: Reflections On The Evolution Of European Law For Out-Of-Court Redress. *Maastricht Journal Of European And Comparative Law*, 21, 14-38.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2414098](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2414098)
- Dellarocas, C., & Wood, C. A. (2008). Sound Of Silence In Online Feedback: Estimating Trading Risks In The Presence Of Reporting Bias. *Manage Sci*, 54(3), 460-476.  
<https://psycnet.apa.org/record/2008-18985-003>
- Duca, D., Louis, F., Rule, C., & Cressman, B. (2015). Lessons And Best Practices For Designers Of Fast Track, Low Value, High Volume Global E-Commerce Odr Systems. *Penn State Journal of Law & International Affairs*, 4(1), 242-289.  
<https://elibrary.law.psu.edu/jlia/vol4/iss1/13/>
- Duca, D., Louis, F., Rule, C., & Loebel, Z. (2012). Facilitating Expansion Of Cross-Border E-Commerce Developing A Global Online Dispute Resolution Systems (Lessons Derived From Existing Odr Systems-Work Of The United Nations Commission On International Trade Law). *Penn State Law Legal Studies Research Paper*, 1(1), 59-85.  
<https://elibrary.law.psu.edu/jlia/vol1/iss1/4/>
- Tavakoli, Zahra; Tabai, Mahshidsadat. (2015). Legal validity of internet arbitration in international business. *Azad Legal Research Quarterly*, 8(28), 87-122.
- Darabpur, Mehrab. (2008), examining the substance of consumers' rights in English law and the necessity of correcting the shortcomings of their protection in Iranian law. *Legal Research Quarterly*, 11(48), 9-63.
- Elsan, Mustafa. (2006). Legal aspects of online arbitration. *Two Scientific Quarterly Journals of Comparative Law*, 11(58), 106-79.
- Rahnamon, Rauf; Sheikh al-Islami Asad. (2011). Protection of consumer rights and its territory in Shafi'i and Imami jurisprudence. *Fiqh and Basics of Islamic Law Journal*, 44(1), 77-97.
- Maboudi Nishabouri, Reza; Rezaei, Seyyed Alireza. (2020). Analysis of claims excluded from the scope of the 2019 Singapore Convention with a comparative study in Iranian law and Imami jurisprudence. *Studies in Contemporary Comparative Law*, 11(20), 169-194.
- eBay. (2022). eBay Sales Reports. Retrieved February 17, 2022, <https://pages.ebay.com/sellerinformation/sellingresources/salesreports.html>
- Hanriot, M. (2015). Online Dispute Resolution (Odr) as a Solution to Cross Border Consumer Disputes: The Enforcement of Outcomes. *McGill Journal of Dispute Resolution*, 2, 1-22.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2811195](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2811195)
- Josang, A., Ismail, R., & Boyd, C. (2007). A Survey Of Trust And Reputation Systems For Online Service Provision. *Decision Support Systems*, 43(2), 618-644.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167923605000849>
- Kaufmann-Kohler, G. (2005). *Online Dispute Resolution And Its Significance For International*. Paris: International Chamber of Commerce.

- Koulu, R. (2016). Blockchains And Online Dispute Resolution: Smart Contracts As An Alternative To Enforcement. *SCRIPTed-A J Law Technol Soc*, 13(1), 40-69. <https://script-ed.org/?p=2669>
- Kuwabara, K. O. (2015). Do reputation systems undermine trust? Divergent Effects Of Enforcement Type On Generalized Trust And Trustworthiness. *American Journal of Sociology*, 12(5), 1390-1428. <https://www.jstor.org/stable/10.1086/681231>
- Mayzlin, D., Dover, Y., & Chevalier, J. (2014). Promotional Reviews: An Empirical Investigation of Online Review Manipulation. *Am Econ Rev*, 104(8), 2421-2455. <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.104.8.2421>
- Nicuesa, A. (2018). Reputational Feedback Systems and Consumer Rights: Improving the European Online Redress System. *International Journal of Online Dispute Resolution*, 5(1-2), 122-145. <https://www.researchgate.net/publication/332146789>
- Nosko, C., & Tadelis, S. (2015). The Limits of Reputation in Platform Markets: An Empirical Analysis and Field Experiment. National Bureau of Economic Research. <http://www.nber.org/papers/w20830>.
- Resnick, P., Zeckhauser, R., Swanson, J., & Lockwood, K. (2006). The Value Of Reputation On Ebay: A Controlled Experiment. *Perimental Economics*, (9), 79 – 101. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10683-006-4309-2>
- Rietjens, B. (2006). Trust and reputation on eBay: towards a legal framework for feedback intermediaries. *Inf Commun Technol Law*, 15(1), 55-78. <https://www.researchgate.net/publication/233289151>
- Rule, C., & Singh, H. (2011). *ODR and Online Reputation System: Maintaining Trust and Accuracy Through Effective Redress*. Hague: Eleven International Publishing.
- Scultz, A. (2018). Building On Oarb Attributes In Pursuit Of Justice. In M. Piers, & C. Aschauer, *Arbitration in the Digital Age: The Brave New World Of Arbitration*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Solovay, N., & Reed, C. K. (2003). *The Internet And Dispute Resolution: Untangling the Web*. New York: Law Journal Press.
- Thornburg, E. G. (2000). Going Private: Technology, Due Process, And Internet Dispute Resolution. *University of California at Davis Law Review*, (34), 151-220. <https://www.researchgate.net/publication/228221287>
- Uncitral. (2013). *Online Dispute Resolution For Cross-Border Electronic Commerce Transactions: Overview Of Private Enforcement Mechanisms*. United Nations. Vienna: Uncitral Working Group III. <https://undocs.org/en/A/CN.9/WG.III/WP.124>
- Wang, F. F. (2009). *Online Dispute Resolution Technology, Management And Legal Practice From An International Perspective*. Oxford: Chandos Publishing.
- Yusufzadeh, Ahmad; Bariklo, Alireza. (2017), The role of class actions in consumer protection. *Two Quarterly Journals of Economic Law Encyclopedia*, 24(11), 1-24.
- Zheng, J. (2020). *Online Resolution of E-commerce Disputes Perspectives from the European Union, the UK, and China*. Shanghai: Springer.



## اجرای نتایج روش‌های برخط جایگزین حل اختلاف مطالعه‌ای تحلیلی در راهکارهای اجرای داوطلبانه

رضا معبودی نیشابوری<sup>۱</sup>✉، سید علیرضا رضائی<sup>۲</sup>

### چکیده

**زمینه و هدف:** یکی از مهمترین تحولات حقوق حل و فصل اختلافات، ظهور روش‌های برخط بوده است. درباره روش‌های برخط حل اختلاف، با توجه به اوصاف خاص آن‌ها به دلیل وقوع در فضای مجازی، ابهامات و مسائل حقوقی مطرح است. یکی از چالش‌های موجود درباره روش‌های مذکور، نحوه اجرای نتیجه آن‌ها می‌باشد زیرا روش‌های عادی یا سنتی اجرای اسناد نهایی حل اختلاف در این زمینه راهگشا نیستند. بدین توضیح که علاوه بر عدم حمایت اجرایی کافی اسناد نهایی بین‌المللی از نتایج حل اختلاف برخط، باید توجه داشت که روش‌های مذکور، اکثراً در دعاوی مربوط به تجارت الکترونیکی استفاده می‌شوند و ویژگی اصلی دعاوی مزبور، تعداد بالا و ارزش پایین آن‌ها است. لذا استفاده از روش‌های سنتی حل اختلاف که مستلزم مراجعه به دادگاه می‌باشد، در اینگونه دعاوی منطقی نیست و باید اجرای اسناد نهایی حل اختلاف برخط متناسب با اوصاف آنها و بدون نیاز به مراجعه به دادگاه، صورت گیرد.

**روش:** در تدوین مطالب مقاله حاضر از روش توصیفی تحلیلی استفاده شده و روش گردآوری منابع، کتابخانه‌ای بوده است.

**یافته‌ها و نتایج:** یافته اصلی این مقاله ارائه راهکارهایی است که در عرصه تجارت الکترونیکی با تأکید بر تمایل طرفین به حفظ شهرت و سهم بازاری خود، جهت اجرای داوطلبانه نتایج حل اختلاف برخط استفاده شده‌اند. راهکارهای مذکور مشتمل بر «طرح نماد اعتماد»، «راهکار رتبه‌بندی»، «روش اعلام فهرست سیاه» و «راهکارهای تنبیهی»، در این مقاله مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌اند. نهایتاً پژوهش حاضر به این نتیجه نائل آمده است که جهت توسعه روش‌های برخط حل اختلاف، حمایت از راهکارهای تشویق اجرای داوطلبانه نتایج روش‌های مذکور از اهمیت بالایی برخوردار است اما این هدف، بدون تنظیم مقررات قانونی لازم حاصل نمی‌شود زیرا اعتماد مهمترین عامل تأثیر روش‌های مذکور بوده و جهت افزایش اعتماد اشخاص و فعالان تجاری، باید قوانین متناسبی وضع گردد. **کلیدواژه‌ها:** حل و فصل اختلافات برخط، تجارت الکترونیکی، اجرای داوطلبانه نتیجه دعوا، نماد اعتماد، رتبه‌بندی.

\*استاددهی (APA): معبودی نیشابوری، رضا، رضائی، سیدعلیرضا. (۱۴۰۲). اجرای نتایج روش‌های برخط جایگزین حل اختلاف مطالعه‌ای تحلیلی در راهکارهای اجرای داوطلبانه. تحقیقات حقوقی بین‌المللی، ۱۶(۵۹)، ۱۶۳-۱۳۳.

[https://alr.ctb.iau.ir/article\\_700710.html](https://alr.ctb.iau.ir/article_700710.html)

۱. استادیار گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. (نویسنده مسئول).  
رایانامه: maboudi@um.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

رایانامه: alirezarezaee4771@mail.um.ac.ir



## مقدمه

امروزه با کاهش ارتباطات در فضای سنتی و توسعه روزافزون تجارت الکترونیکی، بسیاری از مراودات و ارتباطات اشخاص در فضای مجازی انجام می‌شود. در همین راستا، سیاست‌گذاران و حقوقدانان تلاش نموده‌اند قواعدی را متناسب با اوصاف و ویژگی‌های فضای برخط، تدوین و پیشنهاد نمایند. یکی از مهمترین موضوعات در این خصوص، حل و فصل دعاوی در معاملات تجاری برخط است. همانند سایر جنبه‌های فضای مجازی، حل و فصل اختلافات برخط نیز به دلیل اوصاف خاص آن، نیازمند قواعدی ویژه بوده و صرف اتکا بر مقررات سنتی موجود در این زمینه، راهگشا نخواهد بود. از این حیث، یکی از اساسی‌ترین مسائل مربوط به حل و فصل اختلافات، نحوه و چگونگی اجرای نتیجه‌روشن‌های حل اختلاف است. اهمیت موضوع مذکور به حدی است که می‌توان ادعا نمود که اجرای سند نهایی حل اختلاف تأثیر مستقیمی در اعتبار و مقبولیت روش حل اختلاف موردنظر دارد. به عنوان مثال، یکی از دلایل توسعه داوری تجاری بین‌المللی، وجود کنوانسیون موفق نیویورک است زیرا حسب معاهده مذکور، رأی داوری تجاری بین‌المللی در اکثر کشورها قابلیت اجرایی دارد. مکانیزم‌های سنتی موجود جهت اجرای اسناد حل اختلاف، متناسب فضای مجازی نیست زیرا در همه موارد، دستور اجرا توسط دادگاه یا مراجع عمومی صادر می‌گردد که در ارتباطات برخط چنین وضعیتی مطلوب طرفین دعوا نمی‌باشد. به همین دلیل، فعالان عرصه تجارت الکترونیک، راهکارهای نوینی را طراحی و اجرا نموده‌اند که از طریق تمایل اشخاص به حفظ شهرت، سهم بازاری و از دست ندادن منافع اقتصادی، طرفین دعوا به صورت داوطلبانه، نتیجه‌روشن‌های حل اختلاف برخط را اجرا نموده تا نیازی به مراجعه به دادگاه‌ها و مراجع عمومی جهت اجرای اسناد نهایی حل اختلاف برخط وجود نداشته باشد. در ادامه، مطالب فوق‌الذکر، در مباحث ذیل مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرند: «ضرورت اتخاذ راهکارهای اجرای داوطلبانه اسناد نهایی حل اختلاف برخط»، «راهکار نماد اعتماد»، «راهکار رتبه‌بندی»، «روش اعلام فهرست سیاه» و «راهکارهای تنبیهی».

## ضرورت اتخاذ راهکارهای اجرای داوطلبانه اسناد نهایی حل اختلاف برخط

قاعدتاً هر روش برخط حل اختلافی می‌تواند از تضمینات اجرایی موجود در خصوص روش سنتی حل اختلاف مشابه بهره‌مند باشد؛ به عنوان مثال آراء داوری برخط اصولاً باید همانند آراء داوری سنتی، وفق کنوانسیون نیویورک اجرا شوند اما به چند دلیل امکان استفاده از تضمینات مذکور درباره اجرای نتایج حل اختلاف برخط وجود ندارد:

۱- به طور سنتی، اجرای اسناد نهایی حل اختلاف، براساس مقررات قانونی موجود در اسناد بین‌المللی و قوانین ملی و از طریق دادگاه‌ها صورت می‌گیرد و استفاده از روش‌های اجرای اجباری مذکور، در نتایج حل اختلاف برخط چندان مؤثر نیستند زیرا علاوه بر زمان‌بر بودن و هزینه زیاد،



هنوز قابلیت اجرایی نتایج حل اختلاف بر خط از طریق دادگاه‌ها امری قطعی نبوده و یافتن دادگاه صالح نیز در برخی موارد دشوار است (کولو<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶: ۱۸۲؛ تورنبرگ<sup>۲</sup>، ۲۰۰۰: ۲۱۲-۲۱۳). در واقع دو معاهده بین‌المللی مشهور در خصوص اجرای نتیجه روش‌های جایگزین حل اختلاف، حمایت اجرایی کاملی از اسناد نهایی حل اختلاف برخوردارند: کنوانسیون نیویورک هیچ تصریحی بر حمایت از آراء داوری برخوردار و کنوانسیون سنگاپور نیز سازش‌نامه‌های مربوط به حقوق مصرف‌کننده را به عنوان مهمترین موضوع اسناد نهایی حل اختلاف برخط، از حمایت اجرایی خود استثناء کرده است (معبودی، رضائی، ۱۳۹۹: ۱۷۵؛ دوکا<sup>۳</sup>، لوئیز<sup>۴</sup>، رول<sup>۵</sup> و لوبل<sup>۶</sup>، ۲۰۱۲: ۶۲). به عنوان مثال، اجرای رای داوری برخط تا حد زیادی وابسته به آن است که آیا حسب قانون حاکم بر دعوا، تنظیم و صدور موافقتنامه و رای داوری به صورت برخط معتبر است یا خیر؟ (توکلی؛ طبائی، ۱۳۹۴: ۱۰۸؛ السان، ۱۳۹۱: ۲۶۹-۲۷۰).

۲- در برخی موارد، سند نهایی حل اختلاف برخط، الزام‌آور تلقی نمی‌شود و متعاقباً طرفین امکان مراجعه به دادگاه جهت شناسایی و اجرای سند مذکور را ندارند (بدری زاده؛ توسلی نائینی، ۱۳۹۰: ۱۴۳؛ ابوترابی، ۱۳۸۶: ۴۵). به عنوان مثال در داوری برخط، اکثر دیوان‌های داوری مجازی<sup>۷</sup>، آراء داوری غیرالزام‌آور صادر می‌نمایند. همچنین صدور آراء داوری برخط الزام‌آور تنها توسط برخی دیوان‌های داوری<sup>۸</sup> صورت می‌گیرد و وضعیت آراء برخی سازمان‌های داوری<sup>۹</sup> به گونه‌ای است که رأی تنها نسبت به یکی از طرفین دعوی (معمولاً طرف قوی‌تر در دعوای تاجر و مصرف‌کننده) الزام‌آور است. علت اتخاذ رویه مذکور، حمایت از حقوق مصرف‌کننده بوده و به همین دلیل در بند ۴ ماده ۷ پیش‌نویس قواعد رویه‌ای آنسیترال در خصوص حل و فصل اختلافات برخط<sup>۱۰</sup> و ماده ۱۱ دستورالعمل روش‌های جایگزین حل و فصل اختلافات اتحادیه اروپا<sup>۱۱</sup>، بر وصف غیرالزام‌آور نتایج روش‌های حل اختلاف مذکور تاکید شده است. علاوه بر این در ماده ۹

1. Koulu
2. Thornburg
3. Duca
4. Louis
5. Rule
6. Loebel
7. The Virtual Magistrate, WIPO, ICANN, the Asian Domain Name Dispute Resolution Center; the CPR Institute for Dispute Resolution.
8. Cyber Tribunal, Word&Bond, AAA Webfile and Chartered Institute of Arbitrators in London, Hong Kong International Arbitration Centre (HKIAC).
9. Square Trade, Icourthouse.
10. UNCITRAL, Working Group III, Online Dispute Resolution for Cross-Border Electronic Commerce Transactions: Draft Procedural Rules, Note by the Secretariat, UNCITRAL, 29th Sess, UN Doc A/CN.9/WG.III/WP.127 (2014).
11. EC, Directive 2013/11EU of the European Parliament and of the Council of 2] May 2013 on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC, [2013] OJ, L165/63 [ADR Directive].

مقررره اخيرالذکر، امکان اجرای یک طرفه اسناد نهایی حل اختلاف برخط پیش‌بینی شده است که حسب رویکرد مذکور، به دلیل عدم توازن قدرت میان طرفین، اسناد مزبور تنها علیه فروشنده لازم‌الاجرا بوده و علیه مصرف‌کننده اجرا نمی‌شوند. در اکثر نظام‌های حقوقی، فراتر از قواعد عمومی قراردادها، قواعدی ویژه به نفع مصرف‌کننده در نظر گرفته می‌شود زیرا وی برای دسترسی به کالا و خدمت مورد نیاز خود مجبور به مراجعه رجوع به تولیدکننده یا فروشنده است و همچنین اطلاعات بیشتر و توانایی مالی افزون‌تر، تولیدکننده یا فروشنده وی را در وضعیتی برتر قرار می‌دهد. از جهت حل اختلاف نیز باید راهکارهای مناسب مصرف‌کننده که در اکثر موارد خواهان دعوا است، پیش‌بینی گردد زیرا به دلیل ارزش پایین اینگونه دعاوی، اقامه دعوا در قالب‌های سنتی، به دلیل لزوم طی شدن تشریفات متعدد و فقدان صرفه اقتصادی، میسر نیست (باقرزاده، ۱۳۸۳: ۱۵۱؛ داراب پور، ۱۳۸۷: ۵۵؛ رهنمون؛ شیخ‌الاسلامی، ۱۳۹۰: ۹۴؛ یوسف زاده؛ باریکلو، ۱۳۹۶: ۵).

۳- حتی در صورتی که قوانین ملی و مقررات بین‌المللی، عیناً حمایت اجرایی نتایج روش‌های سنتی حل اختلاف را بر اسناد نهایی حل اختلاف برخط نیز اعمال کنند، با توجه به اوصاف خاص روش‌های اخیرالذکر، چنین وضعیتی نمی‌تواند راهگشا باشد. در این راستا باید توجه داشت که قطعاً امکان استفاده از روش‌های حل اختلاف برخط در خصوص دعاوی مرتبط با موضوعات شکل‌نگرفته در فضای برخط، وجود دارد اما موضوع اصلی حل و فصل اختلاف آنلاین، دعاوی مصرف‌کننده در خریدهای اینترنتی بوده و خصیصه اصلی دعاوی مذکور، تعداد بالای آن‌ها و ارزش اندک دعوا است. به همین دلیل عملاً امکان استفاده از روش‌های سنتی اجرای نتیجه حل اختلاف که مستلزم مراجعه به دادگاه است، در روش‌های برخط حل اختلاف وجود ندارد (آنستیرال<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳: ۲). به عنوان مثال، سالیانه بیش از ۸۵ میلیارد دلار کالا در ای‌بی<sup>۲</sup> به فروش می‌رسد و بازار مذکور دارای ۱۹ میلیون فروشنده و ۱۵۲ میلیون خریدار فعال از سرتاسر کشورهای جهان است. ای‌بی از حدود ۱۳ سال قبل فرایند حل اختلاف آنلاین مختص خود را در خصوص عدم تحویل یا عدم تطابق کالا با سفارش اجرایی نمود و حسب آخرین گزارش در سال ۲۰۲۰، سالیانه بیش از ۱۰۰ میلیون دعوا با ارزش میانگین هر دعوا بین ۷۰ تا ۱۰۰ دلار در این سایت حل و فصل می‌شود (ای‌بی، ۲۰۲۲).

بدیهی است که نمی‌توان این تعداد رأی را از طریق ساختارهای سنتی حل اختلاف و با مراجعه به دادگاه اجرا نمود. لذا حتی در صورت حمایت قانونی لازم از اسناد نهایی حل اختلاف برخط، بسیار بعید است که در دعاوی مصرف‌کننده، تمایلی برای مراجعه به دادگاه وجود داشته باشد. به عنوان مثال در نظام حقوقی فرانسه، اجرای رای داوری خارجی وفق ماده ۱۵۱۶ قانون آیین

1. Uncitral  
2. eBay

دادرسی مدنی فرانسه<sup>۱</sup>، تنها باید نزد دادگاه بدوی پاریس<sup>۲</sup> درخواست شود و همچنین وفق ماده ۷۵۱ قانون مذکور حتماً خواهان اجرا باید وکیل داشته باشد. در این صورت، دسترسی به عدالت برای مصرف‌کننده، غیر مقرون به صرفه خواهد بود زیرا علی‌رغم وجود اسناد نهایی حل اختلاف به نفع او، امکان اجرای اسناد مذکور بسیار دشوار است (هانریوت<sup>۳</sup>، ۲۰۱۵: ۱۲).

باید توجه داشت که ارزش موضوع دعوا در نحوه اجرای آن تاثیر مستقیم دارد و در دعاوی برخط که عموماً از نوع دعاوی مصرف‌کننده و با ارزش پایین هستند، حتی در صورت ایجاد امکان قابلیت اجرایی سریع و اختصاری سند نهایی حل اختلاف، باز هم چنین روشی مطلوب طرفین دعوا نیست زیرا هرگونه مراجعه به دادگاه برای ایشان به صرفه نخواهد بود (هانریوت، ۲۰۱۵: ۱۴). لذا حتی در صورت وجود ساختار اجرای اجباری مختص اسناد نهایی حل اختلاف برخط، باز هم مشکل اجرایی اسناد نهایی مذکور حل نمی‌شود زیرا روش‌های اجرای اجباری با ویژگی‌های روش‌های حل اختلاف مذکور مغایرت آشکار دارند. بدین توضیح که برای اجرای اجباری نتیجه حل اختلاف چاره‌ای جز مراجعه به مراجع عمومی نیست (هانریوت، ۲۰۱۵: ۵؛ کورتز<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰: ۸۲).

با توجه به مراتب فوق، جهت اجرای نتیجه روش‌های برخط حل اختلاف، باید از روش‌های نوین و متناسب با اوصاف روش‌های مذکور استفاده نمود. در واقع لزوم اجرای اسناد نهایی حل اختلاف برخط از یک طرف و عدم امکان استفاده از روش‌های سنتی جهت اجرای اسناد نهایی مذکور از طرف دیگر، موجب اتخاذ روش‌های اجرای داوطلبانه شده است. تمامی فعالان مطرح و موفق حوزه تجارت الکترونیکی مثل ای‌بی، پی‌پال<sup>۵</sup> و آیکان<sup>۶</sup> چنین رویکردی را اتخاذ نموده‌اند. در روش‌های مذکور، برخلاف روش‌های عمومی یا اجباری، مقامات عمومی مثل دادگاه، دستور اجرای اسناد نهایی حل اختلاف را صادر نمی‌کنند بلکه از راهکارهایی استفاده می‌شود که خود طرفین دعوا داوطلبانه سند حل اختلاف را اجرا کنند (آنستیرال، ۲۰۱۳: ۲) زیرا وجود وابستگی اقتصادی میان طرفین، باعث افزایش احتمال اجرای ارادی رأی از سوی محکوم علیه می‌گردد (السان، ۱۳۸۵: ۱۰۲-۱۰۳).

در این روش‌ها، مشوقاتی مثل ارائه گزارش عمومی، حذف از بازار یا اعمال جریمه، برای محکوم علیه در نظر گرفته می‌شود تا سند حل اختلاف را اجرا کند. در این صورت، محکوم علیه به صورت داوطلبانه نتیجه حل اختلاف را اجرا می‌کند تا اعتبار و شهرت خود را (به عنوان یک مسئله

1. Codul de procedură civilă din
2. Paris Court of First Instance
3. Hanriot
4. Cortes
5. PayPal
6. ICANN

مهم جهت رقابت در بازار) حفظ کند (کافمن کلهر<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵: ۲۲۵-۲۲۷؛ ونگ<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹: ۸۳). اعتماد و رضایت مشتری مهمترین دلیل موفقیت در تمامی بازارها از جمله بازار تجارت الکترونیکی بوده و از این حیث حفظ شهرت و سهم بازاری بسیار مهم است (هانریوت، ۲۰۱۵: ۱۵). در واقع در این روش‌ها، از طریق تمایل تجار به حفظ شهرت و اعتبار خود، اجرای نتیجه روش‌های برخط حل اختلاف تضمین می‌شود.

با استفاده از این روش‌ها، نظر مصرف‌کنندگان در تغییر رفتار فروشندگان تاثیرگذار خواهد گردید و از این حیث، از ایجاد اختلاف و دعوا در فضای تجارت الکترونیکی جلوگیری به عمل می‌آید زیرا انگیزه و مشوقی برای عملکرد مناسب و حفظ حقوق مصرف‌کننده برای تجار و فروشندگان ایجاد می‌شود. فعالان عرصه تجارت الکترونیکی نسبت به تجار عادی، در حفظ شهرت خود و تامین رضایت مشتری حساس‌تر هستند زیرا نظرات منفی نسبت به یک خریدار در فضای مجازی برای سایرین در دسترس است. به همین دلیل است که تجار مذکور برای حفظ جایگاه رقابتی و جلوگیری از کاهش میزان فروش محصولات خود مجبور هستند که همیشه مشتریان را راضی نگاه دارند (نیکوئسا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸: ۱۲۴-۱۲۵).

از طریق روش‌های انگیزه محور، تجار مجبور می‌شوند که نتیجه حل اختلاف را به صورت داوطلبانه اجرا کنند و دیگر نیازی به مراجعه مصرف‌کننده به دادگاه‌ها وجود ندارد. البته باید توجه داشت که روش‌های انگیزه محور، به تنهایی نمی‌توانند باعث جبران خسارت گردند. در واقع استفاده از این روش‌ها دو نقش اصلی دارد: ۱. جلوگیری از ایجاد دعوا: بدین منظور که فروشنده تا حد ممکن تلاش می‌کند رضایت مشتری را کسب کند؛ ۲. ایجاد انگیزه برای فروشنده در جهت اجرای نتیجه فرآیند حل اختلاف. لذا صرف اینکه خریدار نظر منفی خود را ثبت کند یا فروشنده جزو فهرست سیاه قرار گیرد، باعث جبران خسارت خریدار نمی‌شود. به همین دلیل این روش‌ها، تنها می‌توانند باعث تشویق فروشنده به اجرای سند حل اختلاف گردند و ضروری است که ابتدائاً سند نهایی حل اختلافی وجود داشته باشد (کووابارا<sup>۴</sup>، ۲۰۱۵: ۱۳۹۷).

در ادامه طرح‌ها و روش‌های موجود در این زمینه، مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرند.

1. Kaufmann-Kohler
2. Wang
3. Nicuesa
4. Kuwabara

## راهکار نماد اعتماد

نماد اعتماد<sup>۱</sup>، برچسب الکترونیکی یا علامت بصری است که نشان می‌دهد تجارت الکترونیکی مورد نظر با استانداردهای خاصی در خصوص رعایت امنیت، حریم خصوصی و ساختارهای جبران خسارت تطابق دارد. کسب اطلاعات درباره تجار برخط برای مصرف‌کنندگان با توجه به فقدان ارتباط حضوری و شخصی، دشوار است و برای حل مشکل مذکور، نهادی ثالث اطلاعات لازم را درباره فروشندگان جمع‌آوری کرده و از طریق اعطای نماد اعتماد، به خریداران اطمینان می‌دهد که فروشنده مدنظر از جنبه‌های مختلف عملکرد مناسبی داشته است (نیکوئسا، ۲۰۱۸: ۱۲۶؛ کورتز<sup>۲</sup>؛ دلاروسا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳: ۴۳۴). نماد اعتماد نوعی برند یا نام تجاری بوده و برای بازیگران اصلی تجارت الکترونیکی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است زیرا از این طریق مصرف‌کنندگان، در مورد وجود کیفیت و رعایت استانداردهای لازم در خصوص کالا و خدمات، اطمینان حاصل می‌کنند (ژنگ<sup>۴</sup>، ۲۰۲۰: ۳۲۸). به عنوان مثال اسکویئر ترید<sup>۵</sup> به عنوان یکی از مطرح‌ترین سازمان‌های ارائه‌دهنده نماد اعتماد، مدعی گردید که پس از اعطای نماد اعتماد به تجار، فروش آن‌ها ۱۵ درصد رشد داشته است (هانریوت، ۲۰۱۵: ۱۶).

طرح نماد اعتماد می‌تواند مشوقی جهت اجرای نتیجه‌روشن‌های حل اختلاف برخط قلمداد شود. بدین توضیح که در صورت عدم اجرای نتیجه‌حل اختلاف برخط توسط فروشنده، چنین موضوعی در اعطای نماد اعتماد وی مؤثر باشد. چنین نماد اعتمادی می‌تواند توسط نهاد حل اختلاف برخط یا نهادی ثالث اعطا شود. در عمل نیز بسیاری از نهادهای اعطاکننده نماد اعتماد، تبعیت تاجر را از نتیجه‌حل اختلاف در اعطای علامت مذکور مدنظر قرار می‌دهند به عنوان مثال سازمان‌های تراستی<sup>۶</sup>، بی بی بی اکردیتد<sup>۷</sup> و نورتون سکیورد<sup>۸</sup>، و در عرصه بین‌المللی، علاوه بر اینکه نهاد حل و فصل اختلاف محسوب می‌شوند، نماد اعتماد نیز به فروشنده‌گانی اعطا می‌نمایند که اسناد نهایی حل اختلاف را به صورت داوطلبانه اجرا می‌کنند. در اروپا، سازمان نمادالکترونیکی اروپایی در تجارت الکترونیک<sup>۹</sup> نیز چنین رویکردی دارد (نیکوئسا، ۲۰۱۸: ۱۲۶). در خصوص مرجع صدور نماد اعتماد باید بیان داشت که علامت مذکور توسط ارائه‌کنندگان خدمات نماد اعتماد یا سازمان‌های حل اختلاف آنلاین، قابل صدور است (آنسیترا، ۲۰۱۳: ۶). نماد اعتماد این تضمین را به خریداران اعطا می‌کند که فروشنده دارای فرآیند حل اختلاف بوده و

1. Trustmark Scheme
2. Cortes
3. De La Rosa
4. Zheng
5. SquareTrade
6. TRUSTE
7. BBB Accredited
8. Norton Secured
9. Ecommerce Europe Trustmark

دعاوی خود را از این طریق حل و فصل نموده و نتایج آن را اجرا می‌کند. در بند ۴ ماده ۱۴ دستورالعمل اتحادیه اروپا در خصوص حل و فصل برخط دعاوی مصرف‌کنندگان<sup>۱</sup> و بند ۴ ماده ۲۰ دستورالعمل اتحادیه اروپا در خصوص روش‌های جایگزین حل و فصل دعاوی مصرف‌کنندگان<sup>۲</sup>، نهاد ثالثی پیش‌بینی شده است که فهرست سازمان‌های دارای فرآیند حل اختلاف مطابق با مقررات اتحادیه اروپا را منتشر می‌کند و از این طریق کیفیت ارائه خدمات سازمان‌های مذکور تأیید می‌شود (کورتز، ۲۰۱۵: ۱۱۴-۱۱۸؛ اسکالتز<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸: ۲۰۳).

مهمترین مشکل طرح نماد اعتماد آن است که هیچ استاندارد یکنواخت یا قانون مشخصی در این خصوص وجود ندارد و لذا ابهامات مهمی در خصوص مرجع صدور، معیار ارزیابی و بی‌طرفی سازمان ارائه‌کننده نماد اعتماد مطرح است. به عنوان مثال معیار مؤسسه ایموتا<sup>۴</sup> جهت صدور نماد اعتماد آن است که تجار، اطلاعات مربوط به دعاوی خریداران را ارائه کنند و اجباری برای حضور فروشندگان در فرایند رسیدگی دعوا یا تبعیت از نتیجه دعوا وجود ندارد. وضعیت مذکور باعث می‌شود که نماد اعتماد، تأثیری در ترغیب فروشندگان به اجرای نتیجه حل اختلاف نداشته باشد. جهت حل مشکل مذکور، به اعتقاد برخی نویسندگان (ژنگ، ۲۰۲۰: ۳۳۱؛ کورتز؛ لودر<sup>۵</sup>، ۲۰۱۴: ۱۴-۱۷). اعطای نماد اعتماد نباید تنها مستلزم افشای اطلاعات باشد بلکه باید میزان اجرای داوطلبانه نتایج حل اختلاف نیز در اعطای نماد مزبور، مورد لحاظ واقع شود. به همین جهت تجار باید ملزم باشند که علاوه بر افشای نوع و شرایط فرآیند حل اختلاف، نتایج روش‌های حل اختلاف مذکور را اجرا کنند و در صورتی که ایشان نتایج دعوا را اجرا نمایند یا با تاخیر این اقدام را انجام دهند، نماد اعتماد آن‌ها باطل شده و جریمه‌های مالی نیز برای آن‌ها در نظر گرفته شود.

فقدان وجود مقررات، باعث ایجاد سازمان‌های متعدد فعال در حوزه نماد اعتماد شده و این وضعیت، تأثیر نماد اعتماد را کاهش داده است زیرا در صورت لغو نماد اعتماد توسط یک مؤسسه، تاجر می‌تواند سریعاً علامت مذکور را از سازمان دیگری با شرایط سهل‌تر دریافت نماید. علاوه بر این، هر نهاد ارائه‌کننده نماد اعتماد، هر یک از منظر خاص مدنظر خود (مثل حفظ حریم خصوصی مشتری، پاسخگویی به شکایات، امنیت تکنولوژی مورد استفاده و میزان رضایت‌مندی عمومی مشتریان) اعتبار فروشنده را مورد ارزیابی قرار می‌دهند، این در حالی است که خریداران در اکثر موارد مطلع نیستند که هر نماد اعتماد از چه جهتی فروشنده را تأیید نموده است (نیکوئسا، ۲۰۱۸: ۱۲۶).

1. EU Regulation on Consumer ODR

2. EU Directive on Consumer ADR

3. Scultz

4. EMOTA : European Trustmark Accreditation Criteria for National Trustmark Providers

5. Lodder

در این وضعیت که هر سازمانی قواعد خاص خود را جهت اعطای نماد اعتماد دارد و یک نماد اعتماد فراگیر تعریف نشده است، مصرف‌کنندگان نیز چندان به علامت‌های اعتماد موجود اعتنا نمی‌کنند و لذا مؤلفه اصلی نماد اعتماد که همان اطمینان مشتریان است، تا حدود زیادی مخدوش می‌گردد. با این حال، در سال ۲۰۱۰، علی‌رغم پیشنهادهای موجود، طرح ایجاد نماد اعتماد واحد در خرید و فروش‌های اینترنتی اتحادیه اروپا به تصویب نرسید. البته تجار وفق ماده ۱۳ دستورالعمل روش‌های جایگزین حل اختلاف اتحادیه اروپا، موظف شدند که لینکی را جهت مراجعه کاربران به پایگاه اطلاعات حل و فصل اختلافات برخط تعریف کنند. با مراجعه کاربران به پایگاه مذکور، نهاد حل اختلاف دعوی تاجر مذکور و نحوه اقدامات وی در این حوزه مشخص می‌شود. البته تعهد و الزامی برای انتشار آرای صادره توسط مرجع حل اختلاف در نظر گرفته نشده است. این پایگاه، به راحتی توسط اشخاص قابل استفاده بوده و دارای چندین زبان کاربری است. مشکل ساختار مذکور، فقدان تمرکز بوده و نمی‌تواند جایگزین نماد اعتماد واحد شود (هانریوت، ۲۰۱۵: ۱۶-۱۷؛ کورتز؛ دلاروسا، ۲۰۱۳: ۴۳۴).

ابهام دیگر، بی‌طرفی سازمان ارائه‌کننده نماد اعتماد است زیرا با توجه به اینکه تجار مبالغی را به سازمان مذکور می‌پردازند، در خصوص بی‌طرفی آن سازمان تردیدهایی وجود دارد زیرا هزینه خدمات حل اختلاف و دریافت نماد اعتماد را فروشنده یا تاجر پرداخت می‌کند. جهت بیان نمونه، مشخص شد که سازمان مکان تجاری بهتر<sup>۱</sup> (یکی از معروفترین سازمان‌های ارائه‌کننده خدمات نماد اعتماد در ایالات متحده آمریکا و کانادا که به حل و فصل برخط دعوی میان فروشندگان و مصرف‌کنندگان می‌پردازد و جهت مشخص شدن فروشندگان معتبر به آن‌ها نماد اعتماد اعطا می‌کند)، به تجاری که مبالغی را سالیانه پرداخت کنند، رتبه الف را اهدا نموده و در صورت عدم پرداخت مبالغ مذکور، رتبه‌های پایین‌تر به تجار داده می‌شود حتی اگر تجار مذکور اعتراضات زیادی از طرف خریداران دریافت نکرده باشند. ارائه نماد اعتماد توسط سازمان حل اختلاف برخط نمی‌تواند مشکل مذکور را حل کند زیرا به دلیل وجود منافع مالی سازمان‌های مذکور در طرح دعوی، ممکن است تجار تنها در صورتی دعوی را به این سازمان‌ها ارجاع دهند که نماد اعتماد از ایشان دریافت نمایند. جهت حل این مشکل، سازمان ارائه‌کننده خدمات نماد اعتماد باید تحت نظارت باشد تا این اطمینان ایجاد شود که خدمات وی با بی‌طرفی و صداقت صورت می‌گیرد (دوکا، لوئیز، رول و لوبل، ۲۰۱۲: ۶۹؛ کورتز، ۲۰۱۷: ۲۶۱).

در حقوق ایران، وفق بند ۱۰ ماده ۱ «آیین‌نامه اجرایی چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت بر فعالیت افراد صنفی در فضای مجازی» مصوب ۱۳۹۶، نماد اعتماد الکترونیکی، نشانه‌ای است که توسط مرکز توسعه تجارت الکترونیکی برابر مقررات به کسب و کارهای مجازی با هدف

1. Better Business Bureau

ساماندهی، احراز هویت و صلاحیت آن‌ها بطور همزمان با صدور پروانه کسب اعطا می‌گردد. وفق بند ۱ ماده ۹ «دستورالعمل اعطای نماد اعتماد الکترونیکی و نظارت بر فعالیت کسب و کارهای الکترونیکی»، نماد اعتماد الکترونیکی، به کسب و کارهای اینترنتی اعطا می‌شود. در بند ۱ ماده ۴ «سند تعهدنامه اشخاص حقیقی و حقوقی متقاضی نماد اعتماد الکترونیکی»، تصریح شده است که: «صاحب امتیاز نماد اعتماد الکترونیکی با تعهد به این سند، نقش مرکز را به عنوان میانجیگر در جهت حل اختلافات مسالمت آمیز بین کسب و کار الکترونیکی دارای نماد اعتماد و مصرف کننده آن می‌پذیرد». در ایران، مرکز توسعه تجارت الکترونیکی مسئولیت ایجاد زیر ساخت‌های امنیت و اعطای نماد اعتماد الکترونیکی به کسب و کارهای اینترنتی را برعهده دارد. مطابق ماده ۲۳ «آیین‌نامه اجرایی چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت بر فعالیت افراد صنفی در فضای مجازی»، ابطال نماد اعتماد الکترونیکی مساوی با از دست دادن پروانه کسب است.

در نظام حقوقی ایران، صرفنظر از تعارضاتی که محتویات برخی از اسناد از قبیل «آیین‌نامه اجرایی چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت بر فعالیت افراد صنفی در فضای مجازی»، «دستورالعمل اعطای نماد اعتماد الکترونیکی و نظارت بر فعالیت کسب و کارهای الکترونیکی» و برخی دیگر از اسناد مصوب دارند؛ نقدی که بر کلیه مقررات مذکور وارد می‌شود آن است که در هیچ یک از این مقررات، بهره‌برداری از روش حل اختلاف متناسب توسط فروشنده جهت فصل دعاوی خود با مصرف کننده و نیز اجرای داوطلبانه نتایج نهایی طرق حل اختلاف، نه به عنوان لازمه اعطای نماد اعتماد الکترونیکی و نه به عنوان شرط بقاء و تمدید اعتبار نماد مزبور، مطرح نشده است.

«آیین‌نامه اجرایی چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت بر فعالیت افراد صنفی در فضای مجازی» و «دستورالعمل اعطای نماد اعتماد الکترونیکی و نظارت بر فعالیت کسب و کارهای الکترونیکی» تعارضاتی در زمینه فهرست تخلفات و ضمانت اجرای آن‌ها دارند. همچنین صلاحیت قانونی مرجع تصویب کننده دستورالعمل مذکور محل تردید است. به علاوه، در هر دو سند فوق الذکر، طریق حل اختلاف متناسب با کسب و کار الکترونیکی پیش‌بینی نشده و حتی وفق ماده ۱۲ دستورالعمل فوق، پس از پیش‌بینی میانجیگری به صورت مطلق (نه میانجیگری برخط) مقرر گردیده است که در صورت عدم حصول نتیجه، طرفین به مراجع صالح رجوع خواهند کرد. نکته قابل توجه در این زمینه آن است که میانجیگری (مخصوصاً شکل سنتی آن) طریق مناسب حل دعاوی تجارت الکترونیکی و اختلافات برخط فروشنده و مصرف کننده نیست هر چند دستورالعمل مذکور و مواد ۲۰ و ۲۱ آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از مصرف کنندگان مصوب ۱۳۹۰، به آن تصریح نموده‌اند. همچنین کنوانسیون سنگاپور<sup>۱</sup> به عنوان مهمترین سند بین‌المللی

1. United Nations Convention on International Settlement Agreements Resulting from Mediation 2019



مربوط به شناسایی و اجرای سازش‌نامه‌های حاصل از میانجیگری در پاراگراف الف از بند ۲ ماده ۱، سازش‌نامه‌های مربوط به دعاوی مصرف‌کننده را از حمایت اجرایی خود مستثنی کرده است. بر فرض که اختلاف فروشنده و مصرف‌کننده از طریق میانجیگری و نزد مرکز توسعه تجارت الکترونیکی حل و فصل شود، سازش‌نامه‌های حاصله در حقوق ایران از حمایت اجرایی برخوردار نیست و نمی‌توان در محاکم قضایی و اجرای ثبت، تقاضای اجرای آن را نمود. در حالی که سازش‌نامه تنظیمی نزد سردفتر، داور و قاضی (وفق مواد ۱۸۱، ۱۸۴، ۴۸۳ و ۴۸۸ قانون آئین دادرسی مدنی، ماده ۱۶۹ و ۱۷۷ قانون اجرای احکام مدنی، ماده ۱۲۹۵ قانون مدنی و مفاد ماده ۲۸ قانون داوری تجاری بین‌المللی)، لازم‌الاجرا تلقی می‌شود.

در مقررات آئین‌نامه و دستورالعمل فوق‌الذکر، مقرراتی برای تشویق کسب و کارهای الکترونیکی به اجرای داوطلبانه نتایج حل و فصل اختلافات نیز ذکر نشده است. به عبارت دیگر، مقررات مذکور، طرفین حل اختلاف را به مراجع قضایی از جمله دادگاه‌ها و شوراهای حل اختلاف، ارجاع می‌دهند تا طی یک رسیدگی ترافیکی دودرجه‌ای و با صرف وقت و هزینه فراوان (که نسبت به ارزش کالاها و خدمات موضوع تجارت الکترونیکی غالباً غیر مقرون به صرفه است) به رأیی قضایی دست یابند که حتی عدم اجرای داوطلبانه رأی مذکور نیز هیچ تأثیر منفی بر دارنده نماد اعتماد الکترونیکی نخواهد گذاشت.

بر واضح است که مصرف‌کننده برای کالاها و خدمات غالباً کم ارزش موضوع تجارت الکترونیکی، علی‌القاعده وارد فرایند حل اختلاف مذکور نشده و در چنین شرایطی اصلاً مسئله اجرای اجباری یا داوطلبانه نتیجه حل اختلاف برخط و تأثیر آن بر نماد اعتبار الکترونیکی فروشنده مطرح نمی‌گردد.

نکته جالب توجه دیگر آن است که دستورالعمل مذکور توسط کمیته نظارت بر کسب و کارهای «اینترنتی» (اخص) وضع شده است اما شامل تمامی کسب و کارهای «الکترونیکی» (اعم) می‌شود. در این مقرر، ۳۹ شاخص برای رصد فعالیت دارنده نماد اعتماد پیش‌بینی شده و با وجود تعدد شاخص‌های مذکور، هیچ اشاره‌ای به پیش‌بینی روش حل اختلاف فوری و ارزان (متناسب با مقتضیات ذاتی تجارت الکترونیکی) و نیز مکانیسم اجرای داوطلبانه و فوری آن نشده است. در ماده ۱۲ این دستورالعمل، عنوان شده که در صورت محرز بودن تخلف یا قصور از سوی صاحب امتیاز نماد اعتماد، علاوه بر برخورد متناسب با نوع و سطح تخلف، به ازای هر ۱۰ هزار تومان ضرر و زیان خریدار، یک امتیاز منفی به امتیاز منفی کل تخلف وی اضافه می‌شود. از سوی دیگر، علی‌القاعده حسب ماده مذکور، چنین محرومیتی پس از صدور رأی قطعی حسب مورد توسط دادگاه‌های عمومی حقوقی یا دادگاه‌های تجدیدنظر استان، امکان اعمال دارد زیرا مقرر مذکور، بیان می‌دارد که در صورت «محرز بودن تخلف یا قصور» این ضمانت‌اجرای اعمال می‌گردد و از

آنجا که صدر این ماده، مرکز را مرجع تشخیص تخلف یا قصور قرار نداده و نهاد مذکور صرفاً مرجع میانجیگری است و همچنین عدم حل مسالمت آمیز اختلاف را باعث مراجعه به مراجع ذیصلاح قلمداد نموده، لذا قاعدتاً زمانی می توان قائل به محرز بودن تخلف یا قصور شد که مرجع قضاوتی مذکور، حکم قطعی علیه صاحب کسب و کار اینترنتی صادر نموده باشد. این امر نشان می دهد که اساساً ضمانت اجرای امتیاز منفی مذکور در ذیل ماده ۱۲ در بسیاری از دعاوی مصرف کننده قابل اعمال نیست زیرا اساساً مصرف کننده از طرح دعوا در مورد کالاها و خدمات کم ارزش اجتناب می کند و صرفه تعقیب در دعاوی مذکور منتفی است.

مطلب دیگری که در مورد دستورالعمل مذکور شایسته توجه می باشد، آن است که مرجع تنظیم کننده این مقرره، بین تعلیق نماد و ابطال آن قائل به تفکیک شده و ابطال نماد توسط کمیته نظارت، مراجع قضایی یا سایر مراجع ذیصلاح امکان پذیر است. این امر، بیانگر تردید و ابهام در تعیین مرجع ابطال نماد اعتماد می باشد. اصولاً پیش بینی چند مرجع در عرض یکدیگر، بدون مشخص نمودن مبنای قانونی صلاحیت ایشان، خود نوعی سردرگمی برای مصرف کننده جهت اقامه دعوی ایجاد خواهد نمود. این نکته آن گاه نمایان تر می شود که به قید «سایر مراجع ذی صلاح» در بند ۱۷-۳ دستورالعمل مذکور توجه شود که تنظیم کنندگان دستورالعمل، علاوه بر کمیته نظارت و مراجع قضایی، در اثر ابهام اطلاعات حقوقی، از قید مزبور استفاده نموده و مخاطبان این مقرره را نیز با ابهام مواجه نموده اند. شایسته بود که دستورالعمل مورد نظر یک مکانیسم برخط، فوری، عادلانه و هوشمند جهت حل اختلاف و نیز اجرای داوطلبانه نتیجه حل اختلاف پیش بینی می نمود و رعایت الزامات مذکور را در بقای اعتبار نماد اعتماد موثر قلمداد می کرد.

مطلب دیگری که در دستورالعمل فوق الذکر توجه مخاطب را جلب می کند، ماده ۱۱ است که تخلفات را به تخلفات مشتمل بر عمل مجرمانه، با اهمیت زیاد، متوسط و کم تقسیم نموده و در عین حال مرجع رسیدگی به این موضوع را هر یک از دستگاه های نظارتی قلمداد نموده است. دستگاه نظارتی در بند ۱۲ ماده ۳ اینگونه تعریف شده است که: «هر یک از دستگاه ها یا نهادهایی که مطابق قوانین و مقررات جاری کشور، مسئولیت صدور مجوز برای کالا و خدمت و یا فعالیت کسب و کارها برای ارائه کالا و خدمات را عهده دار می باشند. این دستگاه ها صرفاً محدود به اعضاء کمیته نظارتی نمی باشند». در این مقرره، تعریف مشخصی از دستگاه های نظارتی بیان نشده زیرا حسب تعریف ارائه شده، طیف وسیعی از مراجع، می توانند به عنوان دستگاه نظارتی در نظر گرفته شوند. به دلیل مشخص نشدن دقیق دستگاه نظارتی، ممکن است چند مرجع به صورت همزمان به موضوع رسیدگی کنند و صلاحیت های موازی مذکور، منجر به تصمیمات متعارض گردد که با اصول دادرسی عادلانه انطباق ندارد.

به علاوه در ماده ۱۲ پیش‌بینی شده که تمامی دستگاه‌های نظارتی باید تخلفات را به دبیرخانه مرکز توسعه تجارت الکترونیکی گزارش کنند. این در حالی است که ایجاد چنین الزامی برای مراجع نظارتی قانونی وفق یک دستورالعمل محل تردید است. همچنین در انتهای ماده مذکور عنوان شده است که در صورت عدم حل و فصل اختلافات از طریق میانجیگری، به مراجع ذیصلاح باید مراجعه شود. لذا می‌توان در نهایت قائل بر این شد که دستورالعمل مذکور، منجر به طرح پرونده نزد قوه قضائیه خواهد گردید که تعارض اقتضائات ذاتی مراجعه به دستگاه قضائی با دعاوی تجارت الکترونیکی مبرهن است و قبلاً بدان اشاره گردید.

ماده ۱۳ دستورالعمل مذکور، تجدیدنظر با مهلت ۲۰ روز کاری از تاریخ ابلاغ، پیش‌بینی کرده است. این ماده نیز از حیث نحوه حل اختلاف و اجرای نتیجه دعوا ابهاماتی دارد. مشخص نیست که تجدیدنظر مدنظر مقرر مذکور، همان تجدیدنظر مندرج در مقررات آیین دادرسی است یا اینکه تجدیدنظر به نتیجه نهایی حل اختلاف نزد مراجعه صالح است. فرض اخیر، بدین دلیل غیرقابل پذیرش است که دستورالعمل موردنظر صلاحیت نسخ و تخصیص مقررات آیین دادرسی مدنی را ندارد. فرض نخست (اشاره به مقررات تجدیدنظر قانون آیین دادرسی مدنی) پیش‌بینی ماده ۱۳ این دستورالعمل را کاملاً عبث می‌نماید زیرا با توجه به وجود مقررات آیین دادرسی مدنی، نیازی به پیش‌بینی تجدیدنظرخواهی نبود. علاوه بر آن فرض اخیر با مشکلات دیگری نیز روبه‌رو است. در حقیقت اگر ماده ۱۳ دستورالعمل را معتبر قلمداد کنیم، باید پذیریم که این مقرر از نظر مهلت تجدیدنظرخواهی متفاوت از قانون آیین دادرسی است. بدین معنا که اولاً مهلت تجدیدنظرخواهی را در مورد اشخاص مقیم خارج از کشور از ۲ ماه به ۲۰ روز تقلیل داده و ثانیاً مهلت تجدیدنظرخواهی اشخاص مقیم ایران را نسبت به قانون آیین دادرسی مدنی توسعه داده است زیرا ماده ۳۳۶ قانون آیین دادرسی مدنی مهلت تجدیدنظرخواهی را ۲۰ روز اعلام نموده و حسب ماده ۴۴۴ تنها در صورت تعطیل بودن روز پایانی، این مهلت توسعه می‌یابد اما ماده ۱۳ دستورالعمل، مهلت تجدیدنظر را ۲۰ روز «کاری»، تعیین کرده است که اولاً در مقررات آیین دادرسی ایران فاقد سابقه است و ثانیاً در مراجع اداری و قضایی تهران و استان‌ها در خصوص روز کاری بودن پنج‌شنبه، تفاوت آشکار وجود دارد و ثالثاً محاسبه پایان مهلت ۲۰ روزه را با توجه به روزهای غیر کاری مندرج در مدت، در حاله‌ای از ابهام و تطویل بی‌جهت قرار داده است.

علاوه بر آنچه بیان گردید، ممکن است تصور شود که اشاره به عدم رعایت حق انصراف مصرف‌کننده مندرج در ماده ۳۷ قانون تجارت الکترونیکی در سطح ۳ تخلفات این دستورالعمل و اشاره به خودداری از اعاده فوری مبالغ وفق همان ماده در سطح ۴ تخلفات این دستورالعمل و همچنین عدم پاسخگویی شکایات مندرج در پاراگراف ۵ از بند ۱ ماده ۹ این دستورالعمل به نحوی در اجرای داوطلبانه نتیجه نهایی طرق برخط حل اختلاف تسریع ایجاد می‌کند اما توجه به

این نکته ضروری است که تمامی موارد سه گانه فوق الذکر، فروضی است که اختلاف به معنای حقوقی شکل نگرفته است و مصرف کننده تقاضای استرداد یا انصراف یا رسیدگی به اعتراض خود را توسط فروشنده دارد و فروشنده ادعای وی را نمی پذیرد. مرحله مذکور، آغاز شکل گیری اختلافی است که طبق دستورالعمل باید توسط مراجع زیر نظر قوه قضائیه حل و فصل شود و آنگاه نوبت به اجرای داوطلبانه یا اجباری نتیجه نهایی حل اختلاف می رسد که فرسنگ ها با اقتضائات سرعت، سهولت و ارزان بودن روش حل اختلاف در تجارت الکترونیکی فاصله دارد.

اساساً میانجیگری مندرج در این دستورالعمل، نیازمند موافقت مصرف کننده بوده و ساختار اجرایی میانجیگری، شخص میانجی و قواعد حاکم بر آن پیش بینی نشده است. موارد مذکور بر به هم ریختگی و تزلزل قواعد مندرج در این دستورالعمل می افزاید.

ضعف های حقوقی دستورالعمل آنگاه مشخص تر می شود که توجه گردد که حسب بندهای ۲ و ۳ ماده ۳ اساسنامه سازمان توسعه تجارت الکترونیکی (مصوب شورای نگهبان)، مرکز مذکور صرفاً می تواند مقررات، ضوابط و استانداردها را در قالب پیشنهاداتی به مراجع ذیصلاح ارائه نماید و خود نمی تواند مقررات الزام آور تنظیم کند.

من حیث المجموع، با ملاحظه مقررات مختلف تنظیمی در خصوص فعالیت کسب و کارهای الکترونیکی در نظام حقوقی ایران، می توان نتیجه گرفت که تنظیم مقررات مذکور از حداقل استانداردهای تنظیم قواعد و مقررات برخوردار نبوده و طبعاً از خبرویت لازم برای پیش بینی طرق حل اختلاف مناسب و روش های اجرای نتایج حل اختلاف متناسب با اقتضائات تجارت الکترونیکی با مصرف کنندگان برخوردار نیست و جا دارد مقنن، با تصویب مقررات جامع در این خصوص بر ابهامات متعدد ایجاد شده پایان داده و ضمن تصویب مقررات یکپارچه و منسجم، طریق حل اختلاف متناسب و مکانیسم اجرای منطبق با فروش الکترونیکی خدمات و کالاها به مصرف کنندگان را مقرر نموده و رعایت مقررات مذکور را در اعطای نماد اعتماد الکترونیکی و تمدید آن ملحوظ دارد.

## راهکار رتبه بندی

از قدیم الایام، اعتماد مهمترین مؤلفه تجارت بوده است. به عنوان مثال در عصر باستان، در بین النهرین، تجار جهت اعتبار سنجی مشخصات معاملات خود با تجار خارجی را روی لوح های سنگی ثبت می کردند تا اعتبار تجار مذکور برای عموم اشخاص مشخص باشد (رول؛ سینگ<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱: ۱۶۴). وفق نظریه معروف «بازار لیمو<sup>۲</sup>» شکست بازار در بازار دارای اطلاعات نامتقارن رخ

1. Singh  
2. Lemon Market.



می‌دهد (آکرلوف<sup>۱</sup>، ۱۹۹۵: ۱۷۵-۱۸۸). بدین معنا که اگر میان کالاهای با کیفیت بالا و کیفیت پایین تفکیک نشود، بازیگران بازار تنها قیمت‌هایی متناسب با کیفیت متوسط را ارائه می‌دهند و فروشنده کالاهای با کیفیت از بازار خارج شده و کالاهای بی کیفیت بر بازار حاکم می‌شوند. ساختار رتبه‌بندی<sup>۲</sup> وسیله مفیدی برای افزایش اعتماد و کاهش اطلاعات نامتقارن در تجارت الکترونیکی است که در عمل نیز بسیار مؤثر بوده است (کووابارا، ۲۰۱۵: ۱۳۹۰-۱۳۹۵). سیستم رتبه‌بندی جهت افزایش اعتماد بین طرفین و تضمین انجام مطلوب تعهدات قراردادی ابزار مناسبی است و در تحقیقات تجربی مشخص گردید که میان امتیاز رتبه‌بندی و میزان فروش رابطه مستقیم وجود دارد. بدین منظور، بازارهای بزرگ اینترنتی مثل ای بی، آمازون<sup>۳</sup>، تائوبائو<sup>۴</sup> و علی بابا<sup>۵</sup> اجازه می‌دهند که کاربران، نظرات و بازخوردهای خود را در مورد کیفیت خدمات و کالاها ثبت کنند و نظرات مذکور سازماندهی و جمع‌آوری شده و در قالب نمره یا تعداد ستاره، منعکس می‌شود (رول؛ سینگ، ۲۰۱۱: ۱۷۶). در این صورت نظرات ثبت شده و نمره کلی کالا یا خدمات، تاثیر بسیاری زیادی در استقبال کاربران بازار از کالا یا خدمت مذکور خواهد داشت. در واقع مکانیزم مذکور، می‌تواند جایگزین دستورالعمل‌ها و مقررات عمومی شود زیرا تمایل تجار به کسب نظرات مثبت و از دست ندادن وضعیت رقابتی خود در بازار، باعث اصلاح عملکرد آنها می‌گردد (دوکا<sup>۶</sup>، لوئیز<sup>۷</sup>، رول<sup>۸</sup> و کرسمن<sup>۹</sup>، ۲۰۱۵: ۲۴۲؛ ۲۷۳-۲۷۶).

ساختار رتبه‌بندی می‌تواند شامل مؤلفه‌های بسیاری از جمله نحوه عملکرد فروشنده در زمان بروز اختلاف، باشد. به عنوان مثال ای بی از نماد اعتماد استفاده نمی‌کند، جهت تشخیص فروشنده معتبر، ساختار رتبه‌بندی با جزئیاتی را دارد که وفق آن خریدار می‌تواند به عملکرد فروشنده در حوزه‌های مختلف مثل حمل، تاخیر، مسئولیت‌پذیری و غیره امتیاز دهد<sup>۱۰</sup>. در نتیجه یکی از راه‌های افزایش اجرای نتایج حل اختلاف آنلاین آن است که تبعیت از نتایج دعوی برخط نیز به عنوان یک موضوع در معرض امتیازدهی خریدار قرار گیرد. در این صورت، اگر تاجر

این نظریه که تا بحال مورد ارجاع حدود ۲ هزار اثر پژوهشی قرار گرفته است، عنوان می‌دارد که به دلیل فقدان اطلاعات مساوی میان فروشنده و خریدار، خریدار تنها حاضر است کالاهای با کیفیت متوسط را خریداری نماید. لیمو، علاوه بر نوعی خاصی میوه، اصطلاحی برای خودرو دست‌دوم معیوب در فرهنگ کشور ایالات متحده آمریکا است و بدین جهت در این نظریه استفاده شده که در صورت عدم تقارن اطلاعات در بازار، خریدار تنها حاضر است کالاهای با کیفیت پایین یا لیمو را به جای کالاهای با کیفیت خریداری نماید که این امر باعث خروج تولیدکنندگان و فروشنده‌گان کالاهای با کیفیت از بازار می‌شود.

1. Akerlof
2. Rating System.
3. Amazon
4. Taobao
5. Alibaba
6. Duca
7. Louis
8. Rule
9. Cressman
10. eBay Detailed Seller Ratings.

نسبت به فرآیند حل اختلاف برخط متعهد بوده و نتیجه را به صورت داوطلبانه اجرا کنند، رتبه بالاتری از این جهت دریافت می کنند و این موضوع، مشوقی برای آن‌ها جهت اجرای نتیجه حل اختلاف برخط محسوب می شود و در مقابل اگر نتیجه حل اختلاف را اجرا نکنند، مصرف کننده می تواند با ثبت نظر منفی چنین موضوعی را به صورت عمومی اعلام نماید (هانریوت، ۲۰۱۵: ۱۶). طرح نماد اعتماد و رتبه بندی، براساس ایجاد اعتماد و اعتبار برای تجار، آن‌ها را به اجرای نتیجه حل اختلاف ترغیب می کنند اما تفاوت در آنجا است که در طرح رتبه بندی، نظرات کاربران یا خریداران تعیین کننده است ولی در طرح نماد اعتماد، نهادی ثالث (ارائه دهنده نماد اعتماد) ارزیابی را انجام خواهد داد (آنسترال، ۲۰۱۳: ۵).

اینکه محل انتشار رتبه بندی در سایت فروشنده یا سایت ارائه کننده خدمات برخط باشد، دارای اهمیت است. اگر رتبه بندی در سایت مرجع حل اختلاف منتشر شود، چندان به اطلاع عمومی نمی رسد و همچنین اعلام عملکرد مناسب تاجر در زمینه حل و فصل اختلافات، این تلقی را ایجاد می کند که احتمال ایجاد اختلاف و دعوا در معامله با تاجر مذکور وجود دارد.

راهکار رتبه بندی با چالش هایی از جمله تاثیر نظرات و سلاقی شخصی در رتبه بندی ها، تعداد کم کاربران ارزیابی کننده نسبت به کل مصرف کنندگان و عدم دقت رتبه بندی آن‌ها روبه رو است (هانریوت، ۲۰۱۵: ۱۴). همچنین باید توجه داشت که ارائه کنندگان نظرات، از لحاظ مالی از این اطلاعات بهره مند نمی شوند. به عنوان مثال زمانی که شخصی نظرات خود درباره کالایی را ثبت می کند، اطلاعات ابرازی برای خریداران احتمالی و آتی محصول مذکور مفید است اما خود شخصی که نظر مذکور را ثبت نموده است، از مزایای آن بهره مند نمی شود. به همین دلیل، بسیاری از اشخاص تمایلی به ثبت نظرات خود ندارند. در مطالعه ای مشخص گردید که تنها حدود یک و نیم درصد از مشتریان نظر خود را درباره کالا یا محصول اعلام می کنند. همچنین طی تحقیق دیگر عنوان گردید که در ای بی به اندازه هر نظر ثبت شده منفی، سه تماس درباره آن کالا با بخش شکایت مشتریان صورت گرفته است. این موضوع بیانگر آن است که در بسیاری از موارد اشخاص نظرات منفی خود را ثبت نمی کنند. این مشارکت پایین، اعتبار ساختار رتبه بندی را زیر سؤال می برد و بسیاری از فروشندگان علیرغم عملکرد ضعیف خود، به فعالیت در بازار مربوطه ادامه می دهند (آربل<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹: ۱۲۶۳؛ اندرسون<sup>۲</sup>؛ سیمستر<sup>۳</sup>؛ ۲۰۱۴: ۲۵۱؛ نوسکو<sup>۴</sup>؛ تادلیس<sup>۵</sup>، ۲۰۱۵: ۹). مسئله دیگر، دقیق نبودن نظرات مصرف کنندگان است. در تحقیقی مشخص گردید که میان

1. Arbel
2. Anderson
3. Simester
4. Nosko
5. Tadelis

نظرات کارشناسان و نظرات مردمی درباره کالای واحد، تفاوت‌های آشکاری وجود دارد (ستینو؛ هر موسو. فصلی، ۲۰۱۵: ۸۱۱).

برخی نویسندگان (نیکوئسا، ۲۰۱۸: ۱۲۸؛ رسنیک<sup>۱</sup>؛ زخاسر<sup>۲</sup>، سوانسون<sup>۳</sup> و لاکورد<sup>۴</sup>، ۲۰۰۶: ۷۹؛ جوسانگ<sup>۵</sup>، اسماعیل<sup>۶</sup> و بوید<sup>۷</sup>، ۲۰۰۷: ۳۶) جهت حل مشکلات مذکور برای افزایش اعتبار و امنیت ساختار رتبه‌بندی و ارتقای تاثیر آن، پیشنهادهای ذیل را مطرح نموده‌اند:

۱- مکانیزم ارزیابی نباید تنها عملکرد هر تاجر را به صورت کلی بسنجد و علاوه بر آن، ضروری است که وضعیت اخیر عملکرد تاجر نیز مشخص شود زیرا ممکن است تاجری در سال‌های متمادی عملکرد مناسبی داشته اما در چند ماه اخیر عملکرد وی منفی بوده، در این صورت نظرات منفی کاربران یا مصرف‌کنندگان نمی‌تواند تاثیر چندانی بر وضعیت ارزیابی کلی تاجر مذکور داشته باشد. به همین دلیل باید علاوه بر گزارش عملکرد کلی تاجر، عملکرد چند ماهه اخیر وی نیز به صورت جداگانه گزارش شود.

۲- در صورت فقدان نظارت، امکان سوءاستفاده وجود دارد به عنوان مثال ممکن است تجار اشخاصی را استخدام کنند که برای کالای رقبا نظر منفی ثبت کنند (ریتجنس<sup>۸</sup>، ۲۰۰۶: ۴۷۳-۴۷۶؛ دلاروکاس<sup>۹</sup> و وود<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۸: ۴۷۴-۴۷۶؛ مایزلین<sup>۱۱</sup>؛ دوور<sup>۱۲</sup> و چوالیر<sup>۱۳</sup>، ۲۰۱۴: ۲۴۵۰-۲۴۵۵). لذا مکانیزم ارزیابی باید از هرگونه حمله اینترنتی و ثبت نظرات جعلی توسط اشخاص ثالث مصون باشد. در حملات جهت‌دار<sup>۱۴</sup> از طریق ایجاد کاربران جعلی، نظرات منفی برای تاجر یا فروشنده ثبت می‌شود تا اعتبار وی خدشه دار گردد. در صورت عدم جلوگیری از ثبت نظرات جعلی، ساختار رتبه‌بندی تاثیر و اعتبار خود را به کلی از دست خواهد داد. با توجه به مسئولیت عاملین بازار جهت تضمین اعتبار نظرات ثبت شده و جلوگیری از ثبت نظرات جعلی، آن‌ها اقداماتی را در این زمینه انجام می‌دهند. به عنوان مثال علی‌بابا جریمه‌هایی را برای ثبت‌کنندگان نظرات جعلی، در نظر می‌گیرد<sup>۱۵</sup> یا آمازون حساب شخص مذکور را معلق کرده و اقدام قانونی علیه وی انجام

1. Resnick
2. Zeckhauser
3. Swanson
4. Lockwood
5. Josang
6. Ismail
7. Boyd
8. Rietjens
9. Dellarocas
10. Wood
11. Mayzlin
12. Dover
13. Chevalier
14. Sybil attacks.
15. Annex 2: Alibaba's Standard of Penalty Points Incurred for Non-compliance of Transactions.

می دهد.<sup>۱</sup> حتی سازمان‌های دولتی نیز می‌توانند بر چنین موضوعی نظارت کنند، به عنوان مثال در سال ۲۰۱۱ سازمانی<sup>۲</sup> در استرالیا، دستور حذف نظرات گمراه‌کننده را صادر و حتی جریمه‌ای ۶۶۰۰ دلاری برای خاطیان تعیین نمود.

۳- باید دقت گزارش کلی از نظرات مصرف‌کنندگان بسیار بالا بوده و برای مخاطبین به راحتی قابل درک باشد؛

۴- نظرات باید به سرعت منتشر شوند و بی‌طرفی مخاطبان باید همیشه حفظ شود و تجار نباید در قبال ارائه خدمات اضافی یا اعطای منفعتی دیگر، نظرات مثبت خریداران را جلب کنند (دوکا، لوئیز، رول و لوبل، ۲۰۱۲: ۶۵).

نظام رتبه‌بندی، در زمینه‌های مختلف اعتبار تجاری و جلب رضایت مشتری دارای نقاط قوت و ضعف خاص خود است. در عین حال، از آنجا که تمرکز مقاله حاضر بر اجرای داوطلبانه نتایج حل اختلاف برخط می‌باشد، به دستگاه‌های تنظیم‌کننده مقررات در ایران، مطالب ذیل در این خصوص پیشنهاد می‌گردد:

۱- همانگونه که در خصوص نماد اعتماد الکترونیکی مقرراتی وضع گردیده است، در زمینه ساختار رتبه‌بندی و نظارت بر نحوه اجرای آن توسط پایگاه‌های فروش اینترنتی، مقررات و کنترل‌هایی پیش‌بینی شود.

۲- با عنایت به اینکه نماد اعتماد الکترونیکی در بند ۱ ماده ۹ «دستورالعمل اعطای نماد اعتماد الکترونیکی و نظارت بر فعالیت کسب و کارهای الکترونیکی»، به چندین درجه (یک ستاره تا پنج ستاره) تقسیم‌بندی شده، نحوه عملکرد فروشندگان در زمینه ساختار رتبه‌بندی در اعطای نماد اعتماد الکترونیکی به ایشان و تمدید آن و ارزش‌گذاری (یک ستاره تا پنج ستاره) نماد مذکور، ملحوظ نظر قرار گیرد.

۳- به جای مکانیسم اعطای امتیاز به صورت مطلق توسط خریداران، نظرات ایشان را با معیار اجرای داوطلبانه نتیجه حل اختلاف برخط (در کنار معیارهای دیگری مثل کیفیت محصول، سرعت ارسال، قیمت مناسب و ...) تفکیک نمود، به نحوی که درج نظرات سلیقه‌ای و غرض‌ورزانه به حداقل ممکن کاهش یافته و معیارهای امتیازی توسط مشتری برای سایر مراجع‌کنندگان پایگاه فروش مشخص باشد. از منظر مقاله حاضر پیشنهاد مذکور در بند اخیر، مهمترین اقدام در جهت ترغیب فروشندگان به اجرای داوطلبانه نتایج حل اختلاف برخط در دعاوی الکترونیکی به طرفیت مصرف‌کننده خواهد بود.

1. Amazon, 'Anti-Manipulation Policy for Customer Reviews'.  
2. ACCC (Australian Competition and Consumer Commission)



## روش اعلام فهرست سیاه

در این روش، مطابق مقرراتی که وضع خواهد شد، فهرست اشخاصی که در تجارت مورد نظر اصول لازم را رعایت نمی‌کنند، تهیه و اعلام می‌شود. جهت تسهیل اجرای نتایج حل اختلاف برخط می‌توان تجاری که نتایج حل اختلاف را اجرا نمی‌کنند، اعلام کرد تا مشتریان آگاه شوند که معامله با تجار مذکور دارای ریسک است. موتورهای جستجوی اینترنتی، می‌توانند فروشندگان دارای دعاوی حل و فصل نشده متعدد را شناسایی و اعلام کنند. به عنوان مثال، مرورگر گوگل کروم علایم امنیتی را جهت تعیین امن بودن یا نبودن سایت استفاده می‌کند، که از این علایم می‌توان برای تعیین فروشندگان مذکور استفاده نمود (کورتز؛ دلاروسا، ۲۰۱۳: ۴۳۴).

در حال حاضر چند سیستم فهرست سیاه<sup>۱</sup> جهت تعیین اعتبار شرکت‌ها مثل لیست سیاه بازارهای بدنام<sup>۲</sup>، لیست سیاه تامین‌کننده<sup>۳</sup> و لیست سیاه تامین‌کننده/خریدار<sup>۴</sup>، در عرصه منطقه‌ای و بین‌المللی، استفاده می‌شود. به عنوان مثال سازمان رسیدگی به شکایات سوئد<sup>۵</sup> و اداره داوری‌های مالی جمهوری چک<sup>۶</sup>، اسامی بازرگانانی که آراء آن‌ها را اجرا نمی‌کنند، منتشر می‌سازند. علاوه بر سازمان‌های حل اختلاف، نهادهای نظارتی مثل نهاد بازرسی اینترنتی اتریش<sup>۷</sup> فهرست تجار متخلف را اعلام می‌کنند. سازمان هواپیمایی کشوری انگلستان<sup>۸</sup>، فهرست سازمان‌های هواپیمایی که در فرآیندهای جایگزین حل اختلاف مشارکت نمی‌کنند، منتشر می‌نماید<sup>۹</sup>. البته باید توجه نمود این اقدام شاید نوعی هتک حیثیت تلقی شود و به همین دلیل در برخی کشورها، انتشار فهرست سیاه تنها پس از تأیید سازمان‌های ناظر مثل اداره حفاظت از اطلاعات هلند<sup>۱۰</sup> امکانپذیر است. علاوه بر سازمان‌های عمومی، حتی موسسات خصوصی مثل عاملین بازار نیز می‌توانند چنین فهرست‌هایی را منتشر سازند. به عنوان مثال سایت علی‌بابا فهرست عرضه‌کنندگان کالا و خدماتی که استانداردهای لازم را رعایت نمی‌کنند منتشر کرده و حتی در برخی موارد آنها را از حضور در بازار منع می‌کند (ژنگ ۲۰۲۰: ۳۳۴-۳۳۵؛ نیکوئسا، ۲۰۱۸: ۱۳۰).

1. Blacklisting System
2. B2B Notorious Markets List  
<https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/press-releases/2018/january/2017-notorious-markets-list>
3. Supplier Blacklist  
[supplierblacklist.com](http://supplierblacklist.com)
4. B2B Supplier/Buyer Blacklist  
<https://www.foreign-trade.com/blacklist/a>.
5. The Swedish Consumer Complaints Board.
6. The Czech Republic Office of the Financial Arbitrator.
7. The Austria Internet Ombudsman.
8. The UK Civil Aviation Authority.
9. Civil Aviation Authority, 'Consumer complaints handling and ADR: CAA policy statement and notice of approval criteria for applicant ADR bodies'
10. Autoriteit Persoonsgegevens. <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/zelf-doen/register-zwarte-lijsten>.

به نظر می‌رسد راهکار مذکور از روش‌های بسیار موثر در زمینه اجرای داوطلبانه نتیجه حل اختلاف بر خط است و حتی تاثیر آن نسبت به روش‌های سابق الذکر بیشتر به نظر می‌رسد. در همین راستا نکته‌ای که باید ملحوظ نظر واقع شود آن است که اعلام فهرست سیاه در نظام حقوقی ایران، مستلزم آن است که مقنن چنین امری را پیش‌بینی نماید زیرا موضوع مورد نظر با حیثیت شخصی و تجاری طرفین دعوا ارتباط دارد. همچنین به نظر می‌رسد لازم است انتشار این فهرست بعد از وضع مقررات مربوطه توسط یکی از سازمان‌های عمومی ناظر از قبیل سازمان توسعه تجارت الکترونیکی صورت پذیرد تا حتی‌الامکان از درگیر شدن منافع خصوصی با این موضوع جلوگیری شود. لذا این امر مستلزم تعیین مأموریت برای سازمان عمومی مورد نظر توسط قانونگذار می‌باشد. البته چنانچه طی توافقنامه‌ای بازرگانان فعال در فضای فروش الکترونیکی نسبت به اجرای این مکانیسم توافق کنند، نیازی به وضع مقررات در این زمینه نخواهد بود زیرا تجار مورد نظر به اراده خودشان مکانیسم مذکور و نحوه اجرای آن را مورد توافق قرار داده‌اند.

### راهکارهای تنبیهی

در صورت عدم اجرای نتیجه حل اختلاف، می‌توان برای تجار راهکارهای تنبیهی<sup>۱</sup> در نظر گرفت. به عنوان مثال سایت علی بابا مجموعه‌ای از جریمه‌ها را برای تجاری که قواعد بازار را رعایت نمی‌کنند، تنظیم کرده است<sup>۲</sup> و عدم حل و فصل دعاوی مهم (مثل عدم تحویل کالا، عدم پرداخت یا مشکلات کیفی جدی) ممکن است، موجب لغو عضویت تاجر در بازار مربوطه شود. از این جهت، با توجه به اینکه امتیاز منفی تاجر به چه اندازه‌ای باشد، ضمانت اجرای اعمالی نیز متفاوت خواهد بود. طی گزارشی<sup>۳</sup> اعلام شد که ۲۰ درصد از لغو عضویت‌های صورت گرفته در علی بابا به دلیل دعاوی تجاری بوده است زیرا در صورت عدم حل و فصل دعاوی، با توجه به اهمیت آن، (دعاوی مهم مثل ارسال محصول تقلبی) از ۳ تا ۴۸ امتیاز منفی به تاجر مورد نظر تعلق می‌گیرد. قطعاً چنین فرآیند باعث ترغیب تاجر به اجرای نتایج حل اختلاف آنلاین خواهد گردید زیرا در صورت عدم انجام اقدام مذکور، ممکن است از فعالیت در بازار مربوطه منع و منافع تجاری آن‌ها به شدت در معرض خطر قرار گیرد (ژنگ، ۲۰۲۰: ۳۳۶-۳۳۷).

علاوه بر لغو عضویت، اقدامات دیگری نیز علیه فروشندگان مثل حذف محتواهای بارگذاری شده آن‌ها، اطلاع‌رسانی تخلفات به مقامات قانونی و کمک کردن به مصرف‌کنندگان جهت احقاق حقوق خود قابل اعمال است. در مجموع مهمترین ضمانت اجرای تنبیهی، لغو عضویت

1. Punitive Measures

2. Rules for Enforcement Actions Against Non-Compliance of Transactions on Alibaba.com. <https://rule.alibaba.com/rule/detail/3310.htm>

3. Announcement of Penalized List of Alibaba Gold Supplier (2016). <https://rule.alibaba.com/rule/detail/3975.htm>

قطعی یا محدود فروشنده است زیرا وضعیت رقابتی وی در بازار و منافع تجاری او تحت تاثیر قرار می‌گیرد (نیکوئسا، ۲۰۱۸: ۱۳۲).

راهکار اخیرالذکر نیز در حقوق ایران می‌تواند در خصوص موضوعات مختلفی از جمله اجرای داوطلبانه نتایج حل اختلاف برخط اعمال شود اما با توجه به آن که تنبیهات مدنظر نیازمند وضع مقررات قانونی است، در این زمینه پیش‌بینی مقررات ضروری می‌نماید. البته در شرایطی که بخشی از پایگاه‌های برقرارکننده ارتباط میان فروشندگان الکترونیکی و مصرف‌کنندگان توافقنامه‌هایی با فروشندگان عضو خود در زمینه اعمال راهکارهای تنبیهی فوق‌الذکر تنظیم کرده باشند، توافقات مذکور در قلمرو خود می‌توانند فقدان وجود مقررات قانونی را در این خصوص جبران نمایند. همچنین ضرورت دارد علاوه بر کنترل رفتار فروشندگان، رفتار پایگاه‌های میزبان معاملات فروشندگان و مصرف‌کنندگان نیز از این جهت تحت کنترل‌های لازم قرار گیرد که این امر نیز مستلزم وضع مقررات متناسب در این خصوص می‌باشد.

### بحث و نتیجه‌گیری

حل و فصل دعاوی برخط همانند سایر امور مرتبط با فضای مجازی نیازمند وضع مقرراتی متناسب با اوصاف خاص خود است. اعتبار و مقبولیت هر روش حل اختلاف، وابسته به قابلیت اجرایی نتیجه روش مذکور بوده و از این حیث یکی از مسائل ویژه حقوق حل و فصل اختلافات، نحوه اجرای اسناد نهایی صادره در روش‌های برخط فصل دعوا می‌باشد. در همین راستا، توسعه و اعتبار طرق برخط حل اختلاف در گرو اجرای کارآمد نتیجه روش‌های حل اختلاف مذکور است. اجرای اجباری اسناد نهایی حل اختلاف برخط، از دو جهت میسر یا مناسب نیست: اولاً دو معاهده بین‌المللی اصلی مربوط به اجرای نتیجه طرق جایگزین حل اختلاف، حمایت اجرایی کاملی از اسناد نهایی مذکور نکرده‌اند. بدین توضیح که معاهده نیویورک در خصوص حمایت از آراء داوری برخط هیچ تصریحی ندارد و کنوانسیون سنگاپور نیز مهم‌ترین موضوع دعاوی برخط یعنی اختلافات میان مصرف‌کننده و فروشنده را از قلمرو حمایتی خود استثناء کرده است؛ ثانیاً با توجه به ارزش پایین موضوع دعوا و تعداد بالای دعاوی مصرف‌کننده (به عنوان موضوع اصلی دعاوی برخط) در عمل نیز طرفین تمایلی به استفاده از روش‌های اجباری ندارند چراکه مستلزم مراجعه به دادگاه هستند.

با توجه به مراتب فوق، روش‌های اجرای سنتی، به هیچ عنوان مناسب اوصاف و مقتضیات روش‌های برخط حل اختلاف نبوده و به همین دلیل، روش‌های نوینی طراحی شده‌اند که طرفین دعوا به صورت داوطلبانه نتایج طرق مذکور را اجرا کنند. در نتیجه، لزوم اجرای اسناد نهایی حل اختلاف برخط از یک طرف و عدم امکان استفاده از روش‌های سنتی جهت اجرای اجباری اسناد

نهایی مذکور از طرف دیگر، موجب اتخاذ روش‌های اجرای خودکار شده است. در این راهکارها، با استفاده از تمایل اشخاص به حفظ شهرت و منافع اقتصادی خود، تدابیری اندیشیده شده است که طرفین دعوا به صورت داوطلبانه و بدون نیاز به مراجعه به دادگاه‌ها و مراجع عمومی، نتیجه روش‌های برخط حل اختلاف را اجرا کنند. چهار مصداق اصلی راهکارهای مذکور عبارتند از: «راهکار نماد اعتماد»، «راهکار رتبه‌بندی»، «روش اعلام فهرست سیاه» و «راهکارهای تنبیهی». با بررسی روش‌های فوق مشخص گردید که مهمترین مزیت راهکارهای اجرای داوطلبانه، تناسب با اوصاف روش‌های حل اختلاف برخط است. با استفاده از راهکارهای مذکور، نیازی وجود ندارد که طرفین دعوا برای اجرای نتیجه دعوا به نهادهای عمومی یا دادگاه مراجعه کنند. همچنین میزان اجرای اسناد حل اختلاف برخط نیز با استفاده از راهکارهای مذکور به نحو قابل توجهی افزایش می‌یابد. در مقابل مهمترین معضل راهکارهای مذکور، آن است که به دلیل فقدان قواعدی یکپارچه، امکان سوءاستفاده مثل جعل رتبه‌بندی یا نماد اعتماد وجود دارد. جهت حل مشکل مذکور، به نظر می‌رسد باید قواعد قانونی و استانداردهای حداقلی در خصوص روش‌های تشویقی و جهت اعتبار سنجی و رتبه‌بندی وضع گردد.

مقررات حقوق ایران در این خصوص بسیار متناقض و مبهم و بعضاً ساکت است و لذا به نظر می‌رسد تقویت تجارت الکترونیکی مستلزم وضع قوانین و مقررات استاندارد در این خصوص می‌باشد. لذا قویاً به مقنن ایرانی توصیه می‌گردد با تصویب قواعد متناظر، گام مهمی در جهت تسهیل اجرای اسناد حل اختلاف برخط بردارد تا اشخاص، فعالان تجاری و نظام حل و فصل اختلافات کشور بتوانند از مزایای متعدد توسعه روش‌های برخط حل اختلاف بهره‌مند گردیده و حجم بالای دعاوی در حال رسیدگی یا در مرحله اجرا نزد محاکم و دستگاه‌های عمومی کاهش یابد.

### سپاسگزاری

نگارندگان پژوهش حاضر از سردبیر محترم، کارشناس گرامی و داوران فاضل فصلنامه علمی تحقیقات حقوقی بین‌المللی و سایر اشخاصی که در فرآیند انتشار این مقاله همکاری داشتند، کمال امتنان و تشکر را دارند.

## منابع

- ابوترابی زارچی، محمد حسن. (۱۳۸۶). داوری برخط و مسائل حقوقی آن. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی تهران.
- السان، مصطفی. (۱۳۸۵). جنبه‌های حقوقی داوری آن‌لاین. دو فصلنامه علمی حقوق تطبیقی، ۱۱(۵۸)، ۷۹-۱۰۶.
- [https://law.mofidu.ac.ir/article\\_46833.html](https://law.mofidu.ac.ir/article_46833.html)
- السان، مصطفی. (۱۳۹۱). حقوق تجارت الکترونیکی. سمت.
- باقرزاده، احد. (۱۳۸۳). ضرورت رویکرد نظری حقوق مصرف‌کننده به حقوق بشر. مجله حقوقی دادگستری، (۴۶)، ۱۷۲-۱۴۴.
- <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/484359>
- بدری زاده، سیماء؛ توسلی نائینی، منوچهر. (۱۳۹۰). شناسایی و اجرای آراء داوری تجاری بین‌المللی صادره در فضای مجازی. دو فصلنامه حقوق تطبیقی، ۷(۲)، ۱۴۶-۱۲۳.
- <https://www.sid.ir/paper/219102/fa>
- توکلی، زهرا؛ طبائی، مهشیدسادات. (۱۳۹۴). اعتبار حقوقی داوری اینترنتی در تجارت بین‌المللی. فصلنامه تحقیقات حقوقی آزاد، ۸(۲۸)، ۱۲۲-۸۷.
- [https://journals.iau.ir/article\\_525140.html](https://journals.iau.ir/article_525140.html)
- داراب‌پور، مهربان. (۱۳۸۷). بررسی ماهوی حقوق مصرف‌کنندگان در حقوق انگلستان و ضرورت اصلاح کاستی‌های حمایتی از آنان در حقوق ایران. فصلنامه تحقیقات حقوقی، ۱۱(۴۸)، ۶۳-۹.
- <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1222564>
- رهنمون، رئوف؛ شیخ‌الاسلامی اسعد. (۱۳۹۰). حمایت از حقوق مصرف‌کننده و قلمرو آن در فقه شافعیان و امامیه. مجله فقه و مبانی حقوق اسلامی، ۴۴(۱)، ۹۷-۷۷.
- <https://www.sid.ir/paper/198515/fa>
- معبودی نیشابوری، رضا؛ رضائی، سیدعلیرضا. (۱۳۹۹). تحلیل دعاوی مستثنی‌شده از قلمرو کنوانسیون سنگاپور ۲۰۱۹ با مطالعه تطبیقی در حقوق ایران و فقه امامیه. مطالعات حقوق تطبیقی معاصر، ۱۱(۲۰)، ۱۹۴-۱۶۹.
- <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1726559>
- یوسف زاده، احمد؛ باریکلو، علیرضا. (۱۳۹۶). نقش دعاوی گروهی در حمایت از مصرف‌کننده. دو فصلنامه دانشنامه حقوق اقتصادی، ۲۴(۱۱)، ۲۴-۱.
- [https://lawecon.um.ac.ir/article\\_29657.html](https://lawecon.um.ac.ir/article_29657.html)
- Akerlof, G. (1995). *The market for "lemons": quality uncertainty and the market mechanism*. In S. Estrin, & A. Marin, *Essential Readings in Economics*. London: Macmillan Publishers Limited.
- Anderson, E., & Simester, D. (2014). Reviews Without a Purchase Low Ratings, Loyal Customers and Deception. *Journal of Marketing Research*, 51(3):249-269. <https://www.researchgate.net/publication/276034551>
- Arbel, Y. (2019). Reputation Failure: The Limits of Market Discipline in Consumer Markets. *Wake Forest Law Review*, 54(5), 1239-1304. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3239995](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3239995)



- Centeno, R., Hermoso, R., & Fasli, M. (2015). On the inaccuracy of numerical ratings: dealing with biased opinions in social networks. *Information Systems Frontiers*, 17(4), 809-825.  
[https://ideas.repec.org/a/spr/infosf/v17y2015i4d10.1007\\_s10796-014-9526-1.html](https://ideas.repec.org/a/spr/infosf/v17y2015i4d10.1007_s10796-014-9526-1.html)
- Cortes, P. (2010). *Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union*. New York: Routledge.
- Cortés, P. (2015). A New Regulatory Framework For Extra-Judicial Consumer Redress: Where We Are And How To Move Forward. *Legal Studies*, 35(1), 114-141.  
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/lest.12048>
- Cortés, P. (2016). *The New Regulatory Framework For Consumer Dispute Resolution*. London: Oxford University Press.
- Cortés, P. (2017). *The Law Of Consumer Redress In An Evolving Digital Market: Upgrading From Alternative To Online Dispute Resolution*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cortes, P., & de la Rosa, F. (2013). Building a Global Redress System for Low-Value Cross-Border Disputes. *International and Comparative Law Quarterly*, 62(2), 407-440.  
<https://www.jstor.org/stable/43301567>
- Cortes, P., & Lodder, A. R. (2014). Consumer Dispute Resolution Goes Online: Reflections On The Evolution Of European Law For Out-Of-Court Redress. *Maastricht Journal Of European And Comparative Law*, 21, 14-38.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2414098](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2414098)
- Dellarocas, C., & Wood, C. A. (2008). Sound Of Silence In Online Feedback: Estimating Trading Risks In The Presence Of Reporting Bias. *Manage Sci*, 54(3), 460-476.  
<https://psycnet.apa.org/record/2008-18985-003>
- Duca, D., Louis, F., Rule, C., & Cressman, B. (2015). Lessons And Best Practices For Designers Of Fast Track, Low Value, High Volume Global E-Commerce Odr Systems. *Penn State Journal of Law & International Affairs*, 4(1), 242-289.  
<https://elibrary.law.psu.edu/jlia/vol4/iss1/13/>
- Duca, D., Louis, F., Rule, C., & Loeb, Z. (2012). Facilitating Expansion Of Cross-Border E-Commerce Developing A Global Online Dispute Resolution Systems (Lessons Derived From Existing Odr Systems-Work Of The United Nations Commission On International Trade Law). *Penn State Law Legal Studies Research Paper*, 1(1), 59-85.  
<https://elibrary.law.psu.edu/jlia/vol1/iss1/4/>
- eBay. (2022). eBay Sales Reports. Retrieved February 17, 2022, <https://pages.ebay.com/sellerinformation/sellingresources/salesreports.html>
- Hanriot, M. (2015). Online Dispute Resolution (Odr) as a Solution to Cross Border Consumer Disputes: The Enforcement of Outcomes. *McGill Journal of Dispute Resolution*, 2, 1-22.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2811195](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2811195)
- Josang, A., Ismail, R., & Boyd, C. (2007). A Survey Of Trust And Reputation Systems For Online Service Provision. *Decision Support Systems*, 43(2), 618-644.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167923605000849>
- Kaufmann-Kohler, G. (2005). *Online Dispute Resolution And Its Significance For International*. Paris: International Chamber of Commerce.
- Koulu, R. (2016). Blockchains And Online Dispute Resolution: Smart Contracts As An Alternative To Enforcement. *SCRIPTed-A J Law Technol Soc*, 13(1), 40-69.  
<https://script-ed.org/?p=2669>
- Kuwabara, K. O. (2015). Do reputation systems undermine trust? Divergent Effects Of Enforcement Type On Generalized Trust And Trustworthiness. *American Journal of Sociology*, 12(5), 1390-1428.  
<https://www.jstor.org/stable/10.1086/681231>

- Mayzlin, D., Dover, Y., & Chevalier, J. (2014). Promotional Reviews: An Empirical Investigation Of Online Review Manipulation. *Am Econ Rev*, 104(8), 2421-2455.  
<https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.104.8.2421>
- Nicuesa, A. (2018). Reputational Feedback Systems and Consumer Rights: Improving the European Online Redress System. *International Journal of Online Dispute Resolution*, 5(1-2), 122-145.  
<https://www.researchgate.net/publication/332146789>
- Nosko, C., & Tadelis, S. (2015). The Limits of Reputation in Platform Markets: An Empirical Analysis and Field Experiment. *National Bureau of Economic Research*.  
<http://www.nber.org/papers/w20830>
- Resnick, P., Zeckhauser, R., Swanson, J., & Lockwood, K. (2006). The Value Of Reputation On Ebay: A Controlled Experiment. *Perimental Economics*, (9), 79 – 101.  
<https://link.springer.com/article/10.1007/s10683-006-4309-2>
- Rietjens, B. (2006). Trust and reputation on eBay: towards a legal framework for feedback intermediaries. *Inf Commun Technol Law*, 15(1), 55-78.  
<https://www.researchgate.net/publication/233289151>
- Rule, C., & Singh, H. (2011). *ODR and Online Reputation System: Maintaining Trust and Accuracy Through Effective Redress*. Hague: Eleven International Publishing.
- Scultz, A. (2018). *Building On Oarb Attributes In Pursuit Of Justice*. In M. Piers, & C. Aschauer, *Arbitration in the Digital Age: The Brave New World Of Arbitration*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Solovay, N., & Reed, C. K. (2003). *The Internet And Dispute Resolution: Untangling the Web*. New York: Law Journal Press.
- Thornburg, E. G. (2000). Going Private: Technology, Due Process, And Internet Dispute Resolution. *University of California at Davis Law Review*, (34), 151-220.  
<https://www.researchgate.net/publication/228221287>
- Uncitral. (2013). Online Dispute Resolution For Cross-Border Electronic Commerce Transactions: Overview Of Private Enforcement Mechanisms. *United Nations. Vienna: Uncitral Working Group III*.  
<https://undocs.org/en/A/CN.9/WG.III/WP.124>
- Wang, F. F. (2009). *Online Dispute Resolution Technology, Management And Legal Practice From An International Perspective*. Oxford: Chandos Publishing.
- Zheng, J. (2020). *Online Resolution of E-commerce Disputes Perspectives from the European Union, the UK, and China*. Shanghai: Springer.

