

Economic Analysis of Breach of Commitment in E-Commerce with the Consumer Right Approach

Yadullah Dadgar¹, Akram Ehsani²

تحلیل اقتصادی نقض تعهد در فضای تجارت الکترونیک با رویکرد حقوق مصرف کننده

یداله دادگر^۱، اکرم احسانی^۲

¹ - Associate Professor, Department of Economics, Faculty of Economics and Political Science, Shahid Beheshti University
2 - Master of Economic Law, Faculty of Law, Shahid Beheshti University (Corresponding Author)
ehsani.law@gmail.com

^۱ - استادیار گروه اقتصاد دانشکده اقتصاد، دانشگاه شهید بهشتی
^۲ - کارشناس ارشد حقوق اقتصادی، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی (نویسنده مسئول)
ehsani.law@gmail.com
https://orcid.org/0000-0001-8394-5840

Abstract

One of the advantages of e-commerce is the possibility of concluding a contract via the Internet. The success of online trading is due to the fact that it provides the consumer with the opportunity to offer a wide range of sales without limiting working hours and business hours as well as competitive prices. Simultaneous comparison of different websites that provide the same services makes it more convenient for consumers to browse and collect detailed information to make a satisfied choice with no need of dealing directly with sales associates. But the problem of imbalance in terms of level of awareness, expertise and power between producers and consumers in this environment is very obvious, as the consumer remains helpless by violating the commitment of the trader. How do we can bring this balance back to the e-commerce market that works out for both parties? And do traditional laws have the ability to respond to the virtual conditions of electronic transactions? Based on efficiency criteria, we show which of the solutions of traditional laws (fulfillment of the same obligation, termination of the contract and payment of damages) is suitable for breach of the obligation in the electronic environment, and what are the optimal solutions for shopping websites, merchant, consumer.

Keywords: Consumer Rights, E-Commerce, Breach of Commitment, Economic Analysis, Damage

چکیده

یکی از مزایای فضای تجارت الکترونیک امکان ایجاد قرارداد از طریق اینترنت است. موفقیت معاملات اینترنتی به این دلیل است که فرصت ارائه طیف وسیعی از پیشنهاد فروش بدون محدودیت ساعت کاری و قیمت‌های رقابتی را برای مصرف کننده فراهم می‌کند. مقایسه هم زمان وب سایت‌های مختلفی که خدمات یکسان را ارائه می‌دهند، کار را آسان می‌کند و همچنین امکان برآورد و تشخیص اطلاعات کافی برای ایجاد یک انتخاب رضایت بخش بدون رابطه مستقیم با نمایندگان فروش را برای مصرف کنندگان فراهم می‌کند. اما مشکل عدم تعادل از نظر سطح آگاهی، تخصص و قدرت میان تولیدکنندگان و مصرف کنندگان در این محیط به شدت بارز است چنان که با نقض تعهد از طرف تاجر، مصرف کننده بی پناه باقی می‌ماند. حال چگونه این تعادل را به بازار تجارت الکترونیک برگردانیم که برای طرفین کارا باشد؟ و آیا قوانین سنتی توانایی پاسخ به شرایط مجازی معاملات الکترونیک را دارند؟ در این مقاله با مطالعه قوانین به تحلیل اقتصادی قوانین نقض تعهد در تجارت الکترونیک ایران با رویکرد حقوق مصرف کننده می‌پردازیم. بر اساس معیار کارایی نشان می‌دهیم کدام یک از راهکارهای قوانین سنتی (انجام عین تعهد، فسخ قرارداد و پرداخت خسارت) برای نقض تعهد در محیط الکترونیک مناسب است و راهکارهای بهینه برای سایت‌های خرید و فروش، تاجر و مصرف کننده کدام است. **واژگان کلیدی:** حقوق مصرف کننده، تجارت الکترونیک، نقض تعهدات، تحلیل اقتصادی، خسارت.

Received: 2020/01/25

Review: 2020/08/14

Accepted: 2020/09/09

برای نقل و انتحال مقاله: ۱۳۹۸/۱/۰۵ - بازنگری مقاله: ۱۳۹۹/۰۵/۲۴ - پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۹/۰۹