



پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: محبوبه ذبیحی، ۱۳۹۴

بررسی فقهی و حقوقی شرکتهای هرمی و بازاریابی شبکه‌ای

معضل شرکت‌های هرمی سال‌هاست که دغدغه بزرگ اقتصاد و تجارت دنیا به شمار می‌رود. چرا که در اقصا نقاط کره خاکی از اروپا گرفته تا آسیا و اقیانوسیه و آفریقا، شرکتهای هرمی تحت لوای شبکه قانونی بازاریابی به فعالیت مشغولند و سالانه دهها هزار نفر را می‌فریبند. به تبع این مساله سیستم قضایی، مالی کشورها نیز با به روز کردن مداوم اطلاعات خود در پی کشف ترفندها یا شیوه‌های مخفی شدن شرکت‌های هرمی در قالب شبکه‌های نوین بازاریابی است؛ اما تنوع و گستردگی علم بازاریابی اضافه شدن متدهای جدید که عبارت است از بازاریابی الکترونیک یا اینترنتی یا بازاریابی شبکه‌ای، ریشه کن کردن این پدیده را دشوار کرده است، چرا که با کشف هر شبکه جدید و متلاشی کردن آن، شبکه‌های جدیدتر با ترمیم ایرادهایی که باعث آشکار شدن فعالیت شرکت‌های هرمی می‌شود، شکل می‌گیرند. با توجه به نحوه تبلیغ این دست شرکت‌ها که بیشتر از حربه بازاریابی شبکه‌ای و یا تجارت الکترونیک استفاده می‌کنند برای آشنایی با نحوه کارشان بهتر است با شناختی از بازاریابی و بازاریابی شبکه‌ای «NET WORK MARKTING» و تجارت الکترونیک شروع کنیم و چهارچوب‌های آن را با هم مرور نماییم؛ تا ببینیم که آیا صرف فعالیت در این بستر به منزله درست بودن و قانونی بودن این شرکت‌هاست؟ به علت تازگی و نوپایی این پدیده مستحده نسبت به دیگر عناوین، و ابزار کار این روش که بیشتر از حوزه‌های غیر مستقیم مثل شبکه ارتباطات مجازی استفاده می‌شود و متأسفانه عدم انس و آشنایی اکثر حقوقدانان و مدیران با این حوزه در این خصوص تا قبل از سال 1384 راهکاری قابل اتکاء ارائه نشده بود لیکن به علت رشد شدید این پدیده به عواملی که بحث خواهد شد و نارضایتی عده‌ای از مالباختگان و نیز عدم تطابق با محورهای فقهی، قانونگذار مجبور به ارائه راه حلی بر جلوگیری بیشتر شده که متأسفانه با توسل به این راهکار نیز نتوانست تاثیر به سزایی در مبارزه با این شیوه ناصحیح تجارت ایفا کند. متأسفانه به علت کمی منابع و مقالات اعم از حقوقی و غیر حقوقی در این حوزه مجبور به مراجعه به منابع و قوانین دیگر کشورها شده که این نیز سیر کار را مشکل‌تر می‌نمود. در بررسی ماهیت شرکت‌های هرمی و بازاریابی شبکه‌ای در این تحقیق ما سعی در تمایز دو بحث نموده و بر آن بوده ایم تا بتوانیم، ایجاد مرز و حدود معینه جایگاه این دو مقوله را بیان نماییم. نقطه نظر اول دیدگاه فقهی است و با این سوال که آیا قواعد و اصول نشأت گرفته از فقه و به تبع آن فتاوی‌های علماء در این حوزه از چه منابعی منبعت شده و نظرات و فتاوی‌های و علی‌ه در این زمینه بر چه دلایلی استوار می‌باشد، شروع می‌شود. دیدگاه دوم جایگاه حقوقی این پدیده مستحده است که این مقوله را باید در چارچوب اصول و قواعد حقوقی بررسی نموده و النهایه بر پایه مفاهیم فوق‌الذکر قوانین وضع شده در این حوزه را به بحث بگذاریم و با عنوان قواعد و اصول حاکم بر این پدیده در دیگر کشورها نقاط ضعف و قوت با این عنصر نوظهور را جویا شویم.

کلیدواژه‌ها: قرارداد جعاله، قاعده لاضرر، قاعده غرر، قاعده غرور، تدلیس، بازاریابی شبکه‌ای،



شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۲۰۴۰۷۹۴۱۰۱۰
تاریخ دفاع: ۱۳۹۴/۱۱/۲۷
رشته‌ی تحصیلی: الهیات و معارف اسلامی
دانشکده: علوم انسانی
استاد راهنما: دکتر محسن ولایتی

M.A. Thesis:

Legal and Juridical study of Hierarchical organizations and network marketing

The problem of pyramid companies for years has been considered the major economy and business concern of the world. Because in every corner of the planet From Europe to Asia and Africa, pyramid companies operate under the guise of legitimate network marketing and annually lure tens of thousands of people. Following this issue the judicial, tax system of countries also continuously updates their information for discovering pyramid companies tricks or hiding ways in the form of new network marketing. But the diversity of marketing science and the addition of new methods which include e-mail marketing or Internet or network marketing , Has made it difficult to eradicate this phenomenon, Because with the discovery of any new network and crush it, Newer networks are formed with repairing faults that reveals the activity of the pyramid company , Based on promoting this kind of companies they use most of the means, network marketing or e-commerce .to understand how they work its better to start understanding marketing and network marketing. And review its frameworks together; to see whether spending in the context of the company is as true legal? Because of the novelty of this phenomenon compared to other topics, tools of this technique is used more indirect areas such as virtual communications network and unfortunately, most lawyers and managers lack of familiarity with the field in this regard until 1384 had not provided reliable solution. However, due to vigorous growth factors that will be discussed this phenomenon dissatisfaction with some of the victims as well as failure to comply with legal topics The legislator had to offer a solution to prevent further Which unfortunately could not resort to this solution a great impact in the fight against this incorrect trade practices act unfortunately, due to both legal and non-legal slightly resources and articles resources and rules in this area had to go to rules of other countries that it was more difficult course work In explores the nature of pyramid companies and network marketing In this study, we tried to distinguish the two discussed we intended to we express by creating a border with the specified scope of these two categories, The first is juridical point of view With the question of whether the rules and principles derived from jurisprudence and consequently the fatwas of ulama in the field of resources derived begins with comments and fatwas of the reasons for and against in this regard is based, The second legal status of these phenomena is emerging which this issue should be examined in the framework of legal rules. Finally, discuss based on the above-mentioned concepts in the field of legislation As with the rules and principles governing this phenomenon in other



سامانه‌ی جستجو در پایان‌نامه‌ها

countries to ask strengths and weaknesses with this emerging element.
