

عنوان مقاله:

بررسی حقوق شرکت های بازاریابی شبکه ای و طرح های هرمی ایران و امریکا علیرضا عجم حسینی

محل انتشار:

فصلنامه دانش انتظامی استان سمنان، دوره 6، شماره 19 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 32

نویسنده:

خلاصه مقاله:

پیشرفت علوم و ورود رایانه به بازار کار، تجارت الکترونیکی را پدید آورد و به دنبال آن بازاریابی شبکه ای شکل گرفت. به دلیل تازگی این دست آورد و نا آشنایی مردم با آن، شرکت های هرمی پدید آمد. رشد فزاینده ی انواع مختلف شرکت های هرمی و فعالیت های گسترده آن ها که هیچ ارزش اقتصادی در بر ندارد سبب بروز نگرانی هایی در خصوص آثار زیان بار و ناخوشایند آن بر تعاملات اقتصادی و اجتماعی گردیده است. در شرکت های هرمی هیچ خبری از تولید، کالای مصرفی و کار مفید نیست و تنها هرم هایی را تشکیل می دهند که در آن ها پول افرادی که در سطوح پایین تر هرم قرار دارند به جیب شرکت و افرادی معدود می رود که در راس هرم قرار می گیرند. در این پژوهش تلاش شده تا حقوق شرکت های بازاریابی شبکه ای و طرح های هرمی را در ایران و امریکا مورد بررسی و کنکاش قرار دهد. روش تحقیق اعمال شده در این پایان نامه همانند بیشتر پژوهش های گروه علوم انسانی توصیفی-تحلیلی است که بر اساس منابع معتبر علمی و به اقتضای طبیعی پژوهش های فقهی از منابع و مآخذ فقهی و حقوقی معتبر و دست اول استفاده شده است. نتایج بدست آمده عبارت است: اگر در بازاریابی شبکه ای شرایطی چند رعایت شود این نوع از بازاریابی میتواند بسیار مفید واقع شود، اما در شرکت های هرمی فعالیت در این شرکتها علاوه بر جرم موضوع بند (ز) میتواند مصداق جرایم کلاهبرداری یا تحصیل مال به طریق نامشروع باشد. علاوه بر اینکه سرشاخه های شرکتهای هرمی حسب مورد به جرایم خروج غیرقانونی ارز از کشور و ورود کالای غیر مجاز به کشور نیز محکوم می شوند. شرکت های هرمی علاوه بر ضربه هایی که به اقتصاد کشور وارد می کنند، پیامدهای منفی اجتماعی بسیاری را به دنبال خواهند داشت .

کلمات کلیدی:

بازاریابی، شبکه، تجارت الکترونیکی، بازاریابی شبکه ای، شرکت های هرمی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1472307>

