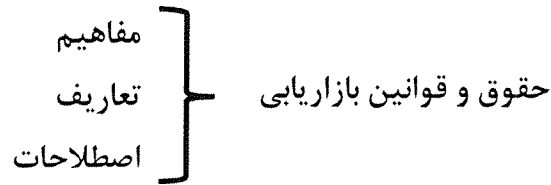


حقوق و قوانین بازاریابی

استاد: جناب آقای سلیمانی



کلیات:

منابع حقوق و قوانین بازاریابی در ایران و جهان
تجارت و مقررات آن در اسلام
تاریخچه حقوق و قوانین تجارت در ایران

منابع:

- ❖ حقوق تجارت جلد اول - ستوده تهرانی
- ❖ حقوق اساسی - پیام نور
- ❖ حقوق تجارت - جهانگیر منصور
- ❖ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
- ❖ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان
- ❖ قانون صادرات و واردات مصوب سال ۷۲

قوانین:

- ❖ مقررات تجارت جمهوری اسلامی ایران (آشنایی با گمرک و قوانین حاکم بر آن)
- ❖ جایگاه بازاریابی در قوانین
- ❖ حقوق مصرف کننده و روش‌های حمایت از آن
- ❖ حقوق تولیدکننده و روش‌های حمایت از آن
- ❖ حقوق عرضه کننده و روش‌های حمایت از آن
- ❖ قوانین تجارت جهانی و جایگاه بازاریابی در آن
- ❖ مناقصات ملی و بین المللی

تعاریف حق

۱) حقوق جمع حق است و حق عبارتست از امتیازی که شخص در جامعه به ۴ دلیل کسب می‌کند و دیگران مکلف به رعایت آن هستند:

- قانونی: استحقاق دریافت دانشنامه لیسانس پس از طی دوره آن با موفقیت
- عرف: استفاده از آب دریا، راه رفتن کنار ساحل، نشستن روی صندلی و استفاده از هوای آزاد پارک‌ها
- قرارداد: حق سکونت در منزل استیجاری در طول مدت اجاره به وسیله مستاجر - حق استفاده از مال الاجاره منزل مذکور به وسیله موجر
- مذهب: خمس و زکات

۲) حقوق به معنی دانش شناخت قوانین نیز آمده است. بدلیل اینکه قوانین به سادگی برای همه مردم قابل فهم نیست و قوانین قابلیت تفسیرهای مختلف دارد باید به حقوقدان متخصص مراجعه کرد.

۳) حقوق به معنی سیستم حقوقی هم مورد استفاده قرار می‌گیرد.

- سیستم حقوقی اسلام: ارث پسر ۲ برابر دختر
- سیستم حقوقی فرانسه: برابری ارث دختر با پسر
- سیستم حقوقی انگلیس: جایز نبودن تعدد زوجات

۴) حقوق به معنی دستمزد، حق الزحمه یا به اصطلاح عمومی‌ترین حق السعی که کارگر و کارمند به صورت ماهیانه دریافت می‌کند، و در حوزه حقوق اداری می‌باشد.

۵) حق در معنی عرفانی و مذهبی ذات خداوند باری تعالی است.

حقوق تجارت: مجموعه قواعد و اصولی است که روابط حقوقی و معاملات بین تجار و امور تجاری را تعریف و تنظیم می‌کند.

تاجر: کسی است که شغل معمولی خود را معاملات تجاری قرار دهد. (ماده ۱ حقوق تجارت ایران)

انواع عملیات تجاری

الف) عملیات تجاری توزیعی: عملیات مربوط به پخش، توزیع - اجناس را از تولید کننده یا فروشنده عمده تحصیل نموده و در اختیار مصرف کننده قرار می‌دهد. مصرف کننده > توزیع کننده > تولید کننده

ب) عملیات تجاری تولیدی (عملیات مربوط به تولید): عملیاتی که تاجر انجام می‌دهد تا اجناسی را که قابل مصرف اشخاص نیست تغییر شکل داده یا با اجناس دیگری مخلوط نموده و به صورتی که قابل مصرف برای عموم باشد عرضه نماید. مثال: صاحب کارخانه نخ ریزی اقدام به خرید پشم یا پنبه می‌کند و در کارخانه پارچه تولید می‌کند.

پ) عملیات تجاری خدماتی: عملیاتی که در نوع جنس تغییری اعمال نمی‌گردد ولی خدماتی ارائه می‌شود که لازمه تجارت است. مثال: عملیات حمل و نقل - مؤسسات اجاره دهنده اجناس برای رفع حوائج مشتریان - بنگاه‌های نگهداری اجناس مشتریان در انبارها

ت) عملیات تجاری کمکی: عملیات مربوط به کمک به تاجر - عملیاتی است که کار تاجر را تسهیل کرده و همکاری با آنان باعث رونق و توسعه تجارت می‌شود. مثال: عملیات بانکی، بیمه، دلالی، حق العمل کاری

طبقه بندی عملیات تجاری

الف) عملیاتی که اصولاً تجاری هستند:

- خرید یا تسهیل مال منقول به قصد فروش یا اجاره. اعم از اینکه تصرفاتی در آن شده یا نشده باشد.
- هر قسم عملیات دلالی
- هر قسم عملیات حق العمل کاری
- هر قسم عملیات عاملی
- عملیات بیمه بحری و غیر بحری
- کشتی سازی و خرید و فروش کشتی و کشتیرانی داخلی یا خارجی و معاملات راجع به آنها
- عملیات بانکی

ب) عملیاتی که توسط مؤسسات انجام می‌گیرد:

- تصدی به حمل و نقل از راه خشکی یا آب و هوا
- تصدی به هر نوع تأسیساتی که برای انجام بعضی امور ایجاد می‌شود. از قبیل تسهیل معاملات ملکی (مثل مشاور املاک)، پیدا کردن خدمه (مثل شرکتهای تضامنی)، تهیه و رساندن ملزومات و غیره.
- تأسیس و به کار انداختن هرگونه کارخانه مشروط بر اینکه برای حوائج شخصی نباشد.
- تصدی به عملیات حراجی
- تصدی به هر قسم نمایشگاه عمومی

شخص حقوقی: کلیه شرکتهای تجاری مذکور در قانون تجارت شخصیت حقوقی دارند. (ماده ۵۸۳ تجارت)

شرکت‌های تجاری

بر اساس ماده ۲۰ قانون تجارت، شرکت‌های تجاری بر ۷ قسم است:

۱ شرکت سهامی - ۲ شرکت با مسئولیت محدود - ۳ شرکت تضامنی - ۴ مختلط سهامی - ۵ مختلط غیرسهامی
۶ شرکت نسبی - ۷ شرکت تعاونی تولید و مصرف

(۱) شرکت سهامی

شرکتی که سرمایه آن به سهام تبدیل شود و مسئولیت صاحبان سهام محدود به مبلغ اسمی سهام آنهاست. این شرکت‌ها به ۲ دسته "سهامی عام" و "سهامی خاص" تقسیم می‌شوند. تفاوت شرکت‌های سهامی عام و خاص در بحث تأمین سرمایه است.

- **سهامی عام:** مؤسسين قسمتی از سرمایه شرکت را از طریق فروش سهام به مردم تأمین می‌کنند.
- **سهامی خاص:** زمان تأسیس تمام سرمایه منحصراً توسط مؤسسين تأمین گردیده است.

تعریف سهم: قسمتی از سرمایه شرکت سهامی است که مشخص کننده میزان مشارکت و تعهدات و منافع صاحب آن در شرکت سهامی می‌باشد.

ورقه سهم: سندی قابل معامله و نماینده تعداد سهمی است که صاحب آن در شرکت سهامی دارد.

اوراق قرضه: ورقه‌ای قابل معامله و معرف مبلغ وام با بهره است؛ یعنی تمامی یا اجزا آن در موعد یا مواعد معین باید مسترد (بازگردانده) شود.

انتخاب هیئت مدیره شرکت سهامی از بین سهامداران انجام می‌شود.

مجمع عمومی بر ۳ نوع است: مجمع عمومی مؤسس - عادی - فوق العاده

بازرسان: هر ساله توسط مجمع عمومی انتخاب می‌شوند.

(۲) شرکت با مسئولیت محدود

بین ۲ یا چند نفر برای امور تجاری تشکیل می‌شود. هر یک از شرکا بدون اینکه سرمایه به سهام یا قطعات سهام تقسیم شده باشد فقط تا میزان سرمایه خود در شرکت مسئول قروض و تعهدات شرکت است.

(۳) شرکت تضامنی

در تحت اسم مخصوص برای امور تجارتي بين ۲ يا چند نفر با مسئوليت تضامني تشكيل مي‌شود. اگر دارايي شركت براي تاديه تمام قروض كافي نباشد هر يك از شركا مسئول پرداخت تمام قروض شركت هستند.

(۴) شركت مختلط غير سهامی

براي امور تجارتي در تحت اسم مخصوص بين ۱ يا چند نفر شريك ضامن و يك يا چند نفر شريك با مسئوليت محدود بدون انتشار سهام تشكيل مي‌شود.

- شريك ضامن: مسئول قروضي است كه ممكن است علاوه بر دارايي شركت پيدا شود.
- شريك با مسئوليت محدود: مسئوليت او فقط تا ميزان سرمايه‌اي است كه در شركت گذارده و يا بايستي بگذارد. در نام شركت مختلط غير سهامی بايد عنوان شركت مختلط و لااقل اسم يكي از شركاي ضامن قيد شود.

(۵) شركت مختلط سهامی

- در تحت اسم مخصوصي بين يك عده شركاء سهامی و يك يا چند نفر شريك ضامن تشكيل مي‌شود.
- شركاء سهامی: سرمايه آنها به صورت سهام يا قطعات متساوي القيمه درآمده و مسئوليت آنها تا ميزان همان سرمايه‌اي است كه در شركت دارد.
 - شريك ضامن: سرمايه او به صورت سهام درنيامده و مسئول كليه قروضي است كه ممكن است علاوه بر دارايي شركت پيدا شود.

(۶) شركت نسبی

براي امور تجارتي در تحت اسم مخصوص بين ۲ يا چند نفر تشكيل مي‌شود، و مسئوليت هر يك از شركاء به نسبت سرمايه است. در نام اين شركت بايد عنوان شركت نسبی و لااقل اسم يك نفر از شركاء ذكر شود.

(۷) شركت تعاونی تولید و مصرف

بين عده‌اي از ارباب حِرَف (صاحبان مشاغل) تشكيل مي‌شود و شركاء مشاغل خود را براي توليد و فروش اشيا يا اجناس به كار مي‌برند.

دلال: کسی است که در مقابل اجرت، واسطه انجام معاملاتی شده یا برای کسی که می‌خواهد معاملاتی انجام دهد طرف معامله پیدا می‌کند.

حق العمل کاری (کمسیون): حق العمل کار کسی است که به اسم خود ولی به حساب دیگری (آمر) معاملاتی انجام داده و در مقابل حق العمل دریافت می‌کند.

متصدی حمل و نقل: کسی است که در مقابل اجرت حمل اشیا را به عهده می‌گیرد.

قائم مقام تجارتي: کسی است که رئیس تجارتخانه او را برای انجام امور مربوط به تجارتخانه یا یکی از شعب آن نایب خود قرار داده و امضاء او برای تجارتخانه الزام آمده است.

جرم پولشویی

الف) تحصیل، تملک، نگهداری یا استفاده از عوایدی حاصل از فعالیت‌های غیرقانونی با علم به اینکه بطور مستقیم یا غیرمستقیم در نتیجه ارتکاب جرم بدست آمده باشد.

ب) تبدیل، مبادله، انتقال عوایدی به منظور پنهان کردن منشأ غیرقانونی آن با علم به اینکه بطور مستقیم یا غیرمستقیم ناشی از ارتکاب جرم بوده یا کمک به مرتکب به نحوی که وی مشمول آثار و تبعات قانونی ارتکاب آن جرم نگردد.

پ) اخفاء یا پنهان کردن ماهیت واقعی، منشأ، منبع حمل و نقل و انتقال، جابجایی یا مالکیت عوایدی که بطور مستقیم یا غیرمستقیم در نتیجه جرم تحصیل شده باشد.

عواید حاصل از جرم: هر نوع مالی که بطور مستقیم یا غیرمستقیم از فعالیت‌های مجرمانه بدست آمده باشد.

قانون تجارت الکترونیکی: مجموعه اصول و قواعدی است که برای مبادله آسان و ایمن اطلاعات در واسطه‌های الکترونیکی و با استفاده از سیستم‌های ارتباطی جدید به کار می‌رود.

فصل دوم

مبانی حقوق و قوانین بازاریابی

در رابطه با زیربنای نظام‌های قضایی، می‌توان گفت ۴ میراث اساسی اکثر نظام‌های قضایی دنیا عبارتند از:

الف) حقوق عرفی: برگرفته از قانون انگلیس و پایه گذاری شده در انگلستان، ایالت متحده، کانادا و دیگر کشورهایی است که زمانی تحت نفوذ انگلستان بودند. مبناي حقوق عرفی، سنت، تجربه‌های گذشته و سوابق قانونی دادگاه‌ها از طریق تفسیر احکام، قانون گذاری و قواعد گذشته است. در تمام شمول طبقه بندی نمی‌شود، در حالیکه حقوق مدنی کامل و نتیجه تجميع قوانین یافت شده در بیشتر نظام‌های قانون مدنی است.

ب) حقوق مدنی: برگرفته از قوانین رومی و پایه گذاری شده در آلمان، ژاپن، فرانسه و کشورهای غیراسلامی و غیرمارکسیستی است. بر پایه تمام قوانین نوشته شده (دستورالعمل) بنا نهاده شده است.

پ) حقوق اسلامی: برگرفته از تفسیر قرآن و پایه گذاری شده در پاکستان، ایران، عربستان و کشورهای اسلامی است. اساس شریعت (حقوق اسلامی) تفسیر قرآن است که شامل وظایف و واجبات مذهبی و همچنین جنبه‌های دنیوی کنترل انسان‌هاست. در طیف وسیع‌تر حقوق اسلامی نظام کاملی را تبیین می‌کند که الگوهای رفتاری، اجتماعی و اقتصادی خاصی را برای انسان‌ها توصیه می‌کند. این الگوها شامل حقوق مالکیت، تصمیم‌گیری اقتصادی و انواع آزادی‌های اقتصادی است. هدف قالب از نظام اسلامی عدالت اجتماعی است.

ت) حقوق تجاری در اقتصاد مارکسیست و سوسیالیست: روسیه و اتحاد جماهیر شوروی سابق، اروپای شرقی، چین و دیگر کشورهای مارکسیسم و سوسیالیسم که سیستم قانونی آنها بر سیاست‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی آن کشورها تمرکز دارد.

- **اصول مارکسیسم، سوسیالیست:** از آنجاییکه کشورهای سوسیالیست پیش از پیش به‌طور مستقیم با کشورهای غیرمارکسیسم وارد تجارت می‌شوند ایجاد یک سیستم حقوقی تجارت ضرورت یافته‌است که اجازه فعالیت در امور تجاری بین‌المللی را بدهد.

منابع حقوق تجارت ایران (حقوق تجارت ایران از کجا می آید؟)

الف) قوانین تجارتي

قوانین تجارتي در کشور ما اهمیت بخصوصی دارد، مخصوصاً که اصول و قواعد آن از روی حقوق کشورهای اروپایی اقتباس شده و در اغلب موارد با اصول و قواعد حقوق مدنی که حاکم بر روابط بین کلیه افراد است مغایرت دارد.

۱. قانون ثبت شرکتها
۲. قانون ثبت علائم تجارتي و اختراعات
۳. قانون تجارت
۴. قانون بیمه، قانون دلان
۵. قانون اداره تسویه امور ورشکستگی
۶. قانون مقررات امور پزشکی، دارویی، مواد خوردنی و آشامیدنی
۷. قانون راجع به بانکداری
۸. قانون شرکت‌های تعاونی
۹. قانون بانکی و پولی کشور
۱۰. قانون روابط مالک و مستأجر
۱۱. قانون چک‌های تضمین شده
۱۲. قانون اجازه الحاق دولت ایران به اتحادیه عمومی بین المللی معروف پاریس برای حمایت مالکیت صنعتی، تجارتي و کشاورزی
۱۳. لایحه قانونی در مورد چک بی محل
۱۴. قانون صدور چک

ب) قانون مدنی

قانون مدنی به نوبه خود در حقوق تجارت اهمیت بسزایی داشته و در موارد بی‌شماری باید به آن مراجعه کرد زیرا قانون تجارت نمی‌تواند شامل کلیه مقررات راجع به روابط حقوق بازرگانان باشد.

پ) عرف عادت و رسوم تجاری

اصول و قوانین حقوق تجارت در نتیجه عادات و رسوم معمول بین تجار ایجاد می‌شود. چون عملیات تجاری روز به روز توسعه می‌یابد و معاملات جدیدی پیدا می‌شود که در قانون ممکن است پیش بینی نشده باشد، اهمیت عرف عادت و رسوم تجاری قابل ملاحظه است. **مثال:** حق سرقتی - در هیچ قانونی پیش بینی نشده اما مورد قبول کلیه تجار است.

ت) نظریه‌های علمی

به تأثیر نظریه‌های حقوقی و عقاید علمای حقوق تجارت می‌پردازد. قبل از اینکه موضوعی وارد مرحله عمل گردد از طرف محققین مورد مطالعه قرار می‌گیرد و نسبت به آن اظهار نظر می‌شود و این نظریات در موقع تهیه و تصویب قانون‌ها اهمیت بسزایی داشته و در تفسیر و اعمال قوانین نیز تأثیر فوق العاده‌ای دارد بطوریکه در هر کشوری مکتب مخصوصی برای حقوق تجارت پیدا شده است.

❖ فرق بین عرف و عادت و رسوم تجاری

رسوم تجاری دایره عملش محدودتر و مخصوص به ناحیه معینی است و وقتی رسم تجاری توسعه زیاده‌تری پیدا نمود و مورد قبول عامه واقع گردد به صورت عرف و عادت درمی‌آید. **مثال:** پرداخت غلامانه به کاروانسرا، هنگام خروج کالا از کاروانسرا، در کاروانسراهای تهران. ولی موضوع سرقتی مورد قبول عامه است و از رسم تجاری تجاوز نموده و به صورت عرف و عادت مسلم درآمده و رفته رفته در نتیجه احتیاج، قانون روابط مالک و مستأجر مصوب خرداد ۱۳۳۹ حق سرقتی را نیز رسماً تأثیر نمود.

❖ اگر در بعضی موارد بین عرف و عادت تجاری و مقررات قانون مدنی اختلاف ایجاد شود از کدام اصول باید تبعیت کرد؟

اگر عرف و عادت تجاری در مواردی باشد که از جمله مندرجات تفسیری قانون است، عرف و عادت تجاری باید قبل از قانون مدنی در نظر گرفته شود. ولی اگر بین عرف و عادت تجاری با قواعد آمره قانون مغایرت داشته باشد اصولاً عرف قانون مذکور قابل قبول نبوده و نمی‌تواند مورد استفاده در محاکم قرار گیرد. در آخر باید دید عرف، عادت و رسوم تجاری به چه وسیله معلوم می‌شود و چه مقامی باید چنین اصولی را تصدیق کند.

تاریخچه حقوق و قوانین تجارت در ایران

در ایران تا قبل از دوره مشروطیت قانون مخصوصی برای تجارت وجود نداشت.

امور تجاری مانند سایر امور حقوقی تابع قوانین اسلام بود. اگرچه در کتب فقها باب مخصوصی به عنوان تجارت و باب دیگری در مکاسب وجود دارد ولی اصول آن با تجارت امروزی تطبیق نمی‌نماید و در اثر افکار جدید و توسعه تجارت با مغرب زمین اولین قانون مخصوصی که راجع به امور تجاری وضع گردید قانون قبول و نکول (کنسل کردن) برات‌های تجاری مورخ ۱۲۸۹ است ولی در تنظیم آن احتیاط زیادی شد که با اصل قوانین اسلامی مغایرت نداشته باشد.

در دوره چهارم تقنینیه (قانون گذاری) با نظر مستشار فرانسوی (پرنی) اولین قانون تجارت ایران در سال ۱۳۰۳ و ۱۳۰۴ تدوین گردید و مقررات جدیدی که اقتباس از قانون تجارت بلژیک و فرانسه است تنظیم شد و اصول مربوط به دفاتر بازرگانی، اسناد تجاری و ورشکستگی در قانون ما وارد گردید.

و به موجب قانون ۱۴ بهمن ماه ۱۳۰۴ حکمه تجاری در تهران تأسیس شد که بعداً به موجب قانون تسریع محاکمات مصوب سوم و دوازدهم تیرماه ۱۳۰۹ از بین رفت و به محاکم عمومی واگذار گردید.

قانون تجارت در سال ۱۳۱۱ مورد تجدیدنظر قرار گرفت و قانون تجارت فعلی ما قانونی است که در تاریخ ۱۳۱۱/۲/۱۳ به تصویب کمیسیون پارلمان اولیه رسیده و بعد از قانون گذاری نیز راجع به امور تجاری وضع گردید که بعضی از مواد آن را تغییر داده یا تکمیل نموده است.

فصل سوم

مقررات تجاری

گزارش رژیم تجارت خارجی تا سال ۸۸

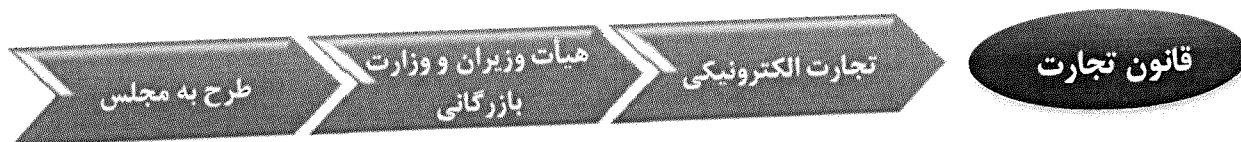
مقررات تجاری جمهوری اسلامی ایران

عمده ترین قواعد و هنجارهای تنظیم کننده واردات و صادرات کالا در جمهوری اسلامی ایران توسط مجلس شورای اسلامی و هیأت وزیران در چارچوب ذیل تعیین می شود:

۱. قانون مقررات صادرات و واردات
۲. آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات
۳. قوانین بودجه سالانه
۴. بخشنامه های بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

قانون مقررات صادرات و واردات، و قانون بودجه توسط مجلس شورای اسلامی وضع می گردد، آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات توسط هیأت دولت، و بخشنامه های ارزی توسط بانک مرکزی وضع شده و جهت اجرا به مؤسسات ذیربط ابلاغ می گردد.

در حال حاضر قانون مقررات صادرات و واردات مصوب ۱۳۷۲ مجلس شورای اسلامی و آیین نامه اجرایی آن مصوب ۱۳۷۳ هیأت وزیران همراه با اصلاحات بعدی آن بستر کلی و قانونی فعالیت های مربوط به صدور و ورود کالا و خدمات که حسب نیاز موارد تکمیلی و اصلاحی توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت (وزارت بازرگانی) پیشنهاد می شود و توسط هیأت وزیران به تصویب می رسد. و در قالب جداول ضمیمه قانون مقررات صادرات و واردات همه ساله جهت اطلاع عموم منتشر می شود.



بانک مرکزی بخشی از رویه های تنظیم واردات و صادرات را در پاره ای از مؤسسات یا نهادهای بین سازمانی و به استناد قوانین کلی تر حاکم بر بخش بازرگانی تعیین کرده، و توسط نهادهای ذیربط بویژه گمرک اجرا می گردد. از قبیل الزامات ثبتي، شرایط صدور مجوز کالاهای مشمول استانداردهای فنی و سایر ضوابط اجرایی توسط وزارتخانه ها به ویژه وزارت بازرگانی (صنعت، معدن و تجارت).

آشنایی با گمرک و قوانین حاکم بر گمرک

تاریخچه: تشکیلات گمرکی در ایران سابقه دیرینه دارد. در زمان اشکانیان (سده سوم قبل از میلاد) سازمان منظم گمرکی وجود داشته و شعب آن در مرزها آمار واردات را در دفاتر مخصوصی ثبت کرده و حقوق معینی دریافت می‌کردند. در این دوره صادرات از پرداخت حقوق گمرک معاف بوده است.

در زمان ساسانیان (سده چهارم تا ششم هجری) حقوق گمرکی به میزان یک دهم ارزش یا مقداری از واردات دریافت می‌شد.

با ورود اسلام به ایران این رویه در سایر ممالک اسلامی رایج گردید.

در دوره صفویه عوارض گمرکی کالاها با توجه به بهای آن تعیین می‌شد. از سال ۱۰۵۳ هجری شمسی گمرک به وزارت منظم و از سال ۱۳۴۵ هجری شمسی از وزارت اقتصاد جدا گردید و به وزارت دارایی ملحق شد. هم‌اکنون گمرک ایران از سازمان‌های وابسته به وزارت امور اقتصاد و دارایی است.

تعریف گمرک به عنوان یک اصطلاح بین‌المللی

شورای همکاری گمرکی، گمرک را چنین تعریف نموده است: گمرک یک سازمان دولتی است که مسئول اجرای قانون گمرک، وصول حقوق و عوارض ورودی و صدوری، و همچنین واردات و ترانزیت (حمل و نقل) و صادرات کالا می‌باشد.

با توجه به تعاریف به عمل آمده می‌توان گفت گمرک سازمانی است مالی و اقتصادی که از دیرزمان در کشورها وجود داشته و در هر دوره بنا به مقتضیات زمان و خواست حکومت‌ها شکل و سازمانی خاص به خود گرفته تا به صورت فعلی درآمده است. گمرک به طور قانونی فقط نقش تطبیق واردات و صادرات را با مقررات وضع شده برای واردات کالا و صادرات دارد. بنابراین در ورود یا صدور کالا فقط نقش گمرکی است.

❖ سؤال: نقش‌های ۴ گانه گمرک را بنویسید.

۱. الزامات قانونی در ورود و صدور کالا توسط واردکنندگان یا صادرکنندگان رعایت شود.
۲. محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های وضع شده مراعات شود.
۳. معافیت‌ها و تخفیف‌های توصیه شده به موجب قانون در صورت تطبیق مشخصات کالا به واردکننده یا صادرکننده داده شود.
۴. حقوق و عوارضی که وضع شده است را به طور صحیح وصول نماید.

اهداف و وظایف سازمان گمرک جمهوری اسلامی ایران

گمرک جمهوری اسلامی ایران سازمانی دولتی تابع وزارت امور اقتصادی و دارایی است که به عنوان مرزبان اقتصادی کشور نقش محوری و هماهنگ کننده را در مبادی ورودی و خروجی کشور دارد و مسئول اعمال حاکمیت دولت در اجرای قانون امور گمرکی و سایر قوانین و مقررات مربوط به صادرات و واردات و عبور (ترانزیت کالا) و وصول حقوق ورودی و عوارض گمرکی و مالیات‌های مربوطه و الزامات فنی و تسهیل تجارت است.

استراتژی حمایت از صادرات غیرنفتی

سیاست‌های متخذه از سوی گمرک ایران ناظر به تأمین حداکثر تسهیلات و جلب رضایت و تشویق صادرکنندگان کالاهای غیرنفتی در چارچوب شرح وظایف و بهره‌گیری شایسته از امکانات سخت افزاری و نرم افزاری گمرک برای حصول به هدف استراتژیک تأمین جهش صادراتی کشور می‌باشد.

❖ سؤال: قوانین مربوط به گمرک را نام ببرید.

۱. قانون حمل و نقل و عبور کالاهای خارجی از قلمرو جمهوری اسلامی ایران. ۱۳۷۴
۲. قانون چگونگی اداره مناطق آزاد تجاری-صنعتی ایران ۱۳۷۲، و قانون اصلاح آن مصوب ۱۳۷۷
۳. مقررات تأسیس و فعالیت مؤسسات بیمه در مناطق آزاد تجاری-صنعتی جمهوری اسلامی ایران
۴. قانون امور گمرکی. ۱۳۵۰ و آیین نامه اجرایی آن ۱۳۵۱
۵. قانون یکسان سازی تشریفات ورود و خروج کالا و خدمات از کشور. ۱۳۸۲

فصل چهارم

توصیف برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی از ۲ دیدگاه فرآیند و تولید

برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی به طور کلی از ۴ فاز تشکیل می‌شود:

- هدف گذاری
- تحلیل و ارزیابی وضعیت
- تنظیم اهداف و استراتژی‌های بازاریابی
- تخصیص منابع، اجرای استراتژی و برنامه‌های عملیاتی بازاریابی و نظارت بر کم و کیف آن

گام اول: هدف گذاری

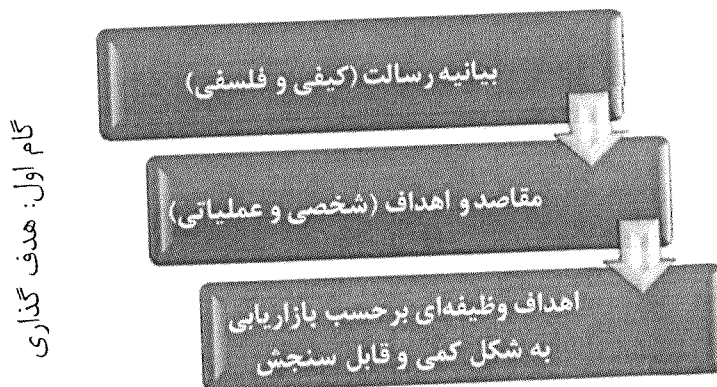
شامل بیانیه رسالت و مأموریت و تعیین اهداف می‌باشد. (رسالت موضوع کیفی و فلسفی است)

❖ در تعریف بیانیه مأموریت باید به سوالات ذیل پاسخ دهید:

۱. چه نیازهایی توسط سازمان تأمین می‌شود؟
۲. چه گروه‌هایی ذی‌نفع سازمان شما هستند؟
۳. شیوه کار و روش تولید یا تکنولوژی چگونه است؟
۴. میزان نقش و درصد مشارکت سازمان در بخش‌های سود، خدمت و فرصت‌یابی در بازار چگونه است؟
۵. تعریف کسب و کار، برتری رقابتی، ترسیم آینده

ترسیم آینده:

۱. چه کارهایی را سازمان انجام می‌دهد یا انجام خواهد داد؟
۲. سازمان چه فعالیت‌هایی ممکن است انجام دهد؟
۳. سازمان چه کارهایی را هرگز انجام نخواهد داد؟



اهداف ممکن است به طور اهداف اولیه و ثانویه تنظیم شوند. هرچه اهمیت اهداف بیشتر باشد در قسمت اهداف اولیه قرار می‌گیرد. و هر قدر که اهمیت اهداف برای سازمان کمتر باشد در رده اهداف ثانویه قرار می‌گیرد.

❖ سوال امتحانی: اهداف اولیه را تعریف کنید.

الف) انجام فعالیت‌های هدفمند بازاریابی شامل عملیات تحقیق بازاریابی توزیع و فروش، بسته بندی و طراحی محصول، خدمات پس از فروش و تبلیغات برای صدور محصولات منتخب جهت دستیابی به سهم مطمئنی از بازار

ب) تحصیل درآمد ارزی کسب تجارب تجاری در حوزه‌های جهانی و افزایش اعتبار شرکت، آگاهی و تجهیز شرکت به تکنولوژی مدرن، ارتقاء کیفیت و توسعه صادرات

ج) حذف مراحل زائد و دست و پاگیر در سطح شرکت و تسهیل ارتباط بین بخش‌ها و افراد کلیدی و انعطاف پذیر بودن در عمل با توجه به تغییر و تحولات فزاینده در محیط کسب و کار. (حذف مراحل زائد جز کدام اهداف است؟)

د) ارائه محصولات قابل صدور به بازارهای منتخب

❖ اهداف ثانویه

الف) توسعه و تقویت پرسنل و عاملین و نمایندگی‌ها از طریق آموزش و استخدام افراد متخصص با تحصیلات بالا جهت ارائه خدمات با کیفیت و بهره وری بالا در بازارهای داخلی و بین المللی

ب) اخذ استانداردهای موردنیاز جهانی برای تسهیل صدور محصولات و ارتقاء فرآیند تولید

ج) همکاری و انعقاد قرارداد با شرکت‌های معتبر خارجی و جلب سرمایه گذاران آنها برای دستیابی به سهم منطقه‌ای بازار آنها

د) برقراری و استقرار سیستم دریافت شکایت از مشتری و اصلاح نقاط ضعف

مواردی چند از قانون مقررات صادرات و واردات مصوب ۷۲/۷/۱۴ مجلس شورای اسلامی

ماده ۲: کالاهای صادراتی و وارداتی به ۳ گروه تقسیم می‌شوند: مجاز - مشروط - ممنوع

- کالای مجاز: به کالایی گفته می‌شود که صدور و ورود آن با رعایت ضوابط نیاز به کسب مجوز ندارد.
- کالای مشروط: کالایی است که صدور و ورود آن با کسب مجوز امکان پذیر است.
- کالای ممنوع: کالایی است که صدور و ورود آن به موجب شرع مقدس اسلام (به اعتبار خرید و فروش یا مصرف) و یا به موجب قانون ممنوع گردد.

دولت می‌تواند بنا به مقتضیات و شرایط خاص زمانی با رعایت قوانین مربوطه صدور یا ورود بعضی از کالاها را ممنوع اعلام کند.

- ✓ مبادرت به امر صادرات و واردات کالا مستلزم داشتن کارت بازرگانی است که توسط اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران صادر و به تأیید وزارت بازرگانی می‌رسد.
- ✓ مرجع رسیدگی و اظهارنظر قطعی هنگام بروز اختلاف بین متقاضی کارت و اتاق، وزارت بازرگانی (وزارت صنعت، معدن و تجارت) می‌باشد.
- ✓ اولویت حمل کلیه کالاهای وارداتی کشور با وسایل نقلیه ایرانی است.
- ✓ دولت موظف است اماکن خاصی برای نگهداری کالاهای موردنیاز جهت تعمیر و تجهیز ناوگان‌های تجاری دریایی و هوایی کشور اختصاص دهد.
- ✓ واردکنندگان کالاهای مختلف اعم از دولتی و غیردولتی جهت اخذ مجوز ورود و ثبت سفارش باید منحصرأ به وزارت بازرگانی مراجعه نمایند.
- ✓ مسافری که وارد کشور می‌شود علاوه بر وسایل شخصی می‌تواند تا سقف مصوب هیأت وزیران با معافیت حقوق گمرکی و سود بازرگانی کالا وارد نماید.
- ✓ ترخیص کالاهای موضوع این ماده به شرط غیرتجاری بودن آن بلامانع است.
- ✓ فهرست کالاهای همراه مسافر توسط وزارت بازرگانی تهیه و اعلام می‌گردد.
- ✓ مسافری که از کشور خارج می‌شود (اعم از اتباع ایرانی و غیرایرانی) علاوه بر وسایل شخصی خود می‌تواند مصنوعات و محصولات داخلی را بدون سقف، به شرط آنکه جنبه تجاری پیدا نکند، و کالاهای خارجی را تا سقف ارزش مندرج در این ماده از کشور خارج نماید.
- ✓ وضع و اخذ هرگونه عوارض از اقلام و کالاهای صادراتی به وسیله مقامات استانی و محلی ممنوع بوده و مرتکبین به عنوان تخلف قانونی تحت پیگرد قرار می‌گیرند.
- ✓ دولت می‌تواند همه ساله وجوهی را تحت عنوان تشویق صادرات در بودجه سنواتی منظور و به صورت کمک سود تسهیلات پرداختی بنا به پیشنهاد وزارت بازرگانی و تصویب هیأت وزیران به صادرکنندگان پرداخت کند.

جایگاه بازاریابی در قوانین جمهوری اسلامی ایران

به طور مشخص قانونی به عنوان بازاریابی در مجموعه قوانین کشور وجود ندارد. اما مطالبی را می‌توان با جستجوی عبارت بازاریابی در سایت مجلس شورای اسلامی یافت که به شرح ذیل است:

۱. اجازه استخدام ۳ نفر متخصص امور مالی و بازرگانی و بازاریابی (سال ۱۳۵۹)
 ۲. آیین نامه اجرایی نحوه طبقه بندی بنگاه‌ها، تأیید صورت‌های مالی و بازاریابی بنگاه‌های مشمول واگذاری
 ۳. اجازه تأسیس ۲ شرکت مشترک ایرانی-ارمنی برای انجام فعالیت‌های بازاریابی و اجرای طرح‌های فنی و مهندسی در کشور ارمنستان به سازمان توسعه راه‌های ایران.
- البته دستورالعمل آیین نامه اجرایی بازاریابی شبکه‌ای توسط دولت تصویب شده است.

حقوق مصرف کننده و روش‌های حمایت از آن

مصرف کننده کیست؟ هر شخص حقیقی یا حقوقی که کالا یا خدماتی را خریداری می‌کند.

شخص شامل (حقیقی - حقوقی) | خرید شامل (کالا - خدمات)

عرضه کنندگان کالا یا خدمات چه کسانی هستند؟ به کلیه تولیدکنندگان، واردکنندگان، توزیع کنندگان، فروشندگان کالا و ارائه دهندگان خدمات اعم از فنی و حرفه‌ای و همچنین کلیه دستگاه‌ها، مؤسسات و شرکت‌هایی اطلاق می‌شود که شمول ماده ۲ بر آنها مستلزم ذکر یا تصریح نام است، و به طور مستقیم یا غیرمستقیم و به صورت کلی یا جزئی کالا یا خدمات به مصرف کننده ارائه می‌نمایند.

در قانون حمایت از مصرف کنندگان مصوب ۸۸/۷/۱۵ علاوه بر تعاریف فوق به موارد ذیل نیز اشاره شده است:

۱. ضمانت نامه کالا و خدمات

۲. عیب

۳. تبانی

۴. صورتحساب فروش

در فصل دوم این قانون به وظایف عرضه کنندگان کالا و خدمات در قبال مصرف کنندگان اشاره شده است.

❖ سوال: مسئولیت صحت و سلامت کالا و خدمات عرضه شده بر عهده چه کسی است؟

کلیه عرضه کنندگان کالا و خدمات منفرد یا مشترکاً مسئول صحت و سلامت کالا و خدمات عرضه شده مطابق با ضوابط و شرایط مندرج در قوانین و یا مندرجات قرارداد مربوطه و یا عرف در معاملات هستند.

اگر موضوع معامله کلی باشد در صورت وجود عیب یا عدم انطباق کالا با شرایط تعیین شده مشتری حق دارد صرفاً عوض سالم را مطالبه کند و فروشنده آن را تأمین نماید. اگر موضوع معامله جزئی باشد مشتری می تواند معامله را فسخ کند و فروشنده موظف است وجه آن را پرداخت کند. در صورت فسخ معامله از سوی مشتری پرداخت خسارت از سوی عرضه کننده منتفی است.

عرضه کنندگان کالا و خدمات و تولیدکنندگان مکلفند موارد ذیل را انجام دهند:

- ارائه ضمانت نامه دارای مدت و نوع ضمانت
- صورت حساب فروش شامل قیمت کالا یا اجرت خدمات و تاریخ عرضه
- ارائه اطلاعات لازم شامل نوع، کیفیت، کمیت، آگاهی های مقدم بر مصرف، تاریخ تولید و انقضا مصرف
- نمونه کالای موجود در انبار را در معرض دید مصرف کننده قرار دهند (چنانچه امکان نمایش نمونه کالا وجود ندارد باید مشخصات کامل کالا را به اطلاع مصرف کنندگان برسانند)

روش های حمایت از حقوق مصرف کننده در قانون چگونه معین شده است؟

در ماده ۹ قانون حمایت از مصرف کنندگان، از انجمن های حمایت از حقوق مصرف کنندگان صحبت به میان آمده و اشاره شده است که "به منظور ساماندهی مشارکت مردمی در اجرای سیاست ها و برنامه های حمایت از حقوق مصرف کنندگان به موجب این قانون انجمن های حمایت از مصرف کنندگان تأسیس می شود..."

این انجمن تشکل غیرانتفاعی، غیردولتی و دارای شخصیتی حقوقی مستقل می باشد که پس از ثبت در وزارت بازرگانی رسمیت می یابد. آنچه به کارشناسان حوزه تبلیغات تجاری در رابطه با این انجمن ها ربط دارد در ماده ۱۲ در بحث وظایف و اختیارات انجمن ها اینگونه آمده است:

۱-۱۲- آگاه سازی مصرف کنندگان از طریق رسانه های گروهی و ارتباط جمعی، انتشار نشریه، برگزاری مصاحبه و همایش و تشکیل دوره های آموزش عمومی و تخصصی.

چند تبصره از قانون حمایت از مصرف کنندگان

تبصره ۱ از ماده ۳: فروش اجباری یک یا چند نوع کالا یا خدمات به همراه کالا یا خدمات دیگر ممنوع است.

تبصره ۲: داشتن نشان استاندارد در مورد کالا و خدمات مشمول استاندارد اجباری الزامی است.

تبصره ۴: کلیه عرضه کنندگان اعم از تولیدکنندگان و واردکنندگان کالاهای سرمایه‌ای اعم از خودرو (سبک یا سنگین) ماشین آلات صنعتی، کشاورزی، راهسازی، لوازم خانگی، مصنوعات الکتریکی، الکترونیکی، صوتی تصویری، ارتباطی، مکلف به داشتن نمایندگی رسمی مجاز تأمین قطعات یدکی و ارائه سرویس و خدمات پس از فروش هستند.

ماده ۵: کلیه عرضه کنندگان کالا و خدمات مکلفند با الصاق برچسب روی کالا، نصب تابلو در محل کسب یا حرفه، قیمت واحد کالا یا دستمزد خود را به طور روشن و مکتوب به گونه‌ای که برای همگان قابل رویت باشد اعلام نمایند.

ماده ۷: تبلیغات خلاف واقع و ارائه اطلاعات نادرست که موجب فریب یا اشتباه مصرف کننده شود ممنوع است. به طور مثال از طریق وسایل ارتباط جمعی، رسانه‌های گروهی و برگه‌های تبلیغاتی

❖ **سؤالات امتحانی**

۱. چرا متون فقهی در مجموعه‌های وسیعی از احکام و مقررات به مسائل بازرگانی پرداخته است؟
۲. حضرت علی در نامه خود به مالک اشتر از چه گروه‌های صنفی نام برده است و چه توصیه‌ای دارد؟
۳. علت تحریم ربا از دیدگاه امام صادق چیست؟
۴. تقسیم بندی شهید صدر از منابع تولیدی، کالا و خدمات را نام برده و توضیح دهید.
۵. اصول تجارت در اسلام را توضیح دهید.
۶. از دیدگاه اسلام رقابت باید چگونه باشد؟
۷. انواع تجارت در اسلام را نام ببرید و توضیح دهید.
۸. توصیه حضرت علی برای پرداختن به تجارت چیست؟ (مثال مورچه را بنویسید)
۹. آداب تجارت در اسلام را به طور خلاصه نام ببرید.
۱۰. مفهوم ربا را بنویسید. اقسام آن را نام برده و توضیح دهید.
۱۱. اقسام قرارداد را توضیح دهید. (لازم و جایز)
۱۲. شرایط طرفین قرارداد را شرح دهید.
۱۳. در موضوع قرارداد به چه مواردی باید توجه شود؟
۱۴. طرفین قرارداد چه تعهداتی را برعهده دارند؟
۱۵. انواع قراردادهای بازرگانی کدامند؟ به اختصار توضیح دهید.
۱۶. اقسام ۴گانه فعالیت‌های اقتصادی حرام را نام برده و توضیح دهید.
۱۷. دستورالعمل‌های اجرایی مورد تأکید در تجارت را نام برده و توضیح دهید.
۱۸. از راه‌های مشروعیت تجارت به بعد به انتخاب خود سوال طرح کنید.