



مقطع تحصیلی: کاردانی □ کارشناسی ■ رشته: حسابداری ترم: اول سال تحصیلی: 1398-1399

نام درس: حقوق بازرگانی پیشرفته نام و نام خانوادگی مدرس: محمد جواد رازقی

آدرس email مدرس: mohamad.j630@yahoo.com تلفن همراه مدرس: 09211819376

جزوه درس: حقوق بازرگانی پیشرفته مربوط به هفته : هشتم □ نه □ ده □ یازدهم □ دوازدهم ■
text: دارد □ ندارد ■ voice: دارد □ ندارد ■ power point: دارد □ ندارد ■

تلفن همراه مدیر گروه :

(10) - دلالی

تعریف دلالی: دلال کسی است که در مقابل اجرت واسطه انجام معاملاتی شده یا برای کسی که می خواهد معاملاتی نماید طرف معامله پیدا کند.

وظایف و حقوق دلال:

الف - وظایف دلال:

- 1- دلال باید در کمال صداقت طرفین را از جزئیات معامله مطلع کند.
- 2- دلال هیچ یک از حقوق و تعهدات طرفین معامله را نمی تواند به عهده بگیرد.
- 3- دلال در صورتیکه معامله از روی نمونه باشد باید نمونه را تا ختم معامله نگه دارد.
- 4- دلال ضامن صحت امضای طرفین معامله است در حالیکه اسناد معامله به وسیله او رد و بدل می شود.
- 5- دلال ضامن اعتبار طرفین معامله ، اجرای قرارداد ، نوع جنس یا ارزش آن نیست.
- 6- در صورتیکه دلال در معامله سهیم باشد باید این موضوع را به اطلاع طرفین برساند.

ب- حقوق دلال:

- 1- دلال می تواند در رشته های مختلف اشتغال به دلالی داشته و خود نیز به امر تجارت پردازد.
- 2- دلال به شرط اطلاع آمرین ، می تواند برای چند نفر و در رشته های مختلف دلالی کند.
- 3- دلال در صورتی می تواند حق دلالی را مطالبه کند که معامله به وساطت یا راهنمایی او انجام شده.
- 4- دلال مستحق حق دلالی و هزینه های مقرر و متعارف است حتی اگر معامله فسخ شود.
- 5- حق دلالی به عهده طرفی است که او را مأمور کرده مگر این که قرارداد یا عرف ، خلاف این باشد.

(10) - حق العمل کاری:

تعریف حق العمل کاری : حق العمل کار کسی است که به اسم خود ولی به حساب دیگری آمر معاملاتی کرده و در مقابل حق العمل دریافت می دارد.

مقررات حاکم بر حق العمل کار:



الف -وظایف حق العمل کار:

- 1-حق العمل کار باید آمر را به موقع در جریان اقدامات خود قرار دهد.
- 2-در صورت دستور آمر، حق العمل کار مکلف به بیمه اموال موضوع قرارداد است.
- 3-در صورت وجود عیب ظاهری در کالا، حق العمل کار باید کالا را حفظ نموده و موضوع را به آمر اطلاع دهد.

- 4-در صورت احتمال فساد کالا، می تواند شخصاً یا با اطلاع دادستان آنرا به فروش برساند.
- 5-حق العمل کار می تواند با دستور آمر، شخصاً در مقام فروشنده و خریدار عمل کند، در اینصورت قیمت کالا طبق قیمت روز تعیین می شود. به علاوه حق العمل کار مستحق حق العمل هم خواهد بود. در صورت مخالفت آمر، حق العمل کار از این اقدام ممنوع می شود.

ب -اموری که حق العمل کار باید از انجام آنها خودداری کند:

- 1-حق العمل کار حق ندارد مالی را به قیمت کمتر از دستور آمر بفروشد مگر ثابت کند برای جلوگیری از ضرر بیشتر این کار را انجام داده است.
- 2-ما به تفاوت فروش بیشتر و خرید کمتر از قیمت تعیین شده به وسیله آمر متعلق به آمر است.
- 3-حق العمل کار حق فروش به نسیه یا با شرایط بر خلاف نظر آمر و عرف محل را ندارد.

ج -حقوق حق العمل کار:

- 1-حق العمل کار علاوه بر حق العمل مستحق کلیه هزینه های ضروری از قبیل: هزینه حمل و نقل، انبار داری و خواهد بود.
- 2-حق العمل کار در صورتی مستحق حق العمل می شود که یا کارانجام شده باشد یا عدم انجام کار تقصیر او نباشد.
- 3-حق العمل کار تا زمانیکه آمر حقوق او را پرداخت نکرده باشد، می تواند اموال و کالاهای آمر را نزد خود نگه دارد.
- 4-حق العمل کار می تواند در صورت عدم فروش کالا یا منصرف شدن آمر از فروش و یا ماندن بیش از حد متعارف کالانزد حق العمل کار می تواند کالا را با نظارت دادستان از طریق مزایده به فروش برساند و امر باید به وسیله اختاریه از این آمر آگاه گردد و در حضور آمر یا نماینده اش این اقدام انجام خواهد شد.

د-مسئولیت حق العمل کار:

- 1-مسئولیت حقوقی
- 2-مسئولیت کیفری: در صورت هرگونه اقدام مجرمانه مثل خیانت در امانت، کلاهبرداری، تقلب، حق العمل



کار علاوه بر جبران خسارت به مجازات عمل مجرمانه نیز محکوم خواهد شد.

تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیکی یکی از نمودهای عینی انقلاب فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه اقتصاد و شاید به تعبیری مهم‌ترین نمود آن است. تجارت الکترونیکی به سبب مزیت‌ها و منافع بسیاری که برای نوع بشر داشته است، به سرعت و قبل از تمامی دیگر نمودها گسترش یافته و عملاً با تحریک منفعت و سود انسان منفعت اندیش، حتی موجب گسترش روزافزون خود این فناوری و به وجود آمدن و تعمیق سایر نمودهای این فناوری شده است. می‌توان به قطعیت مدعی شد که تجارت الکترونیکی بسیاری از محدودیت‌های ذاتی تجارت سنتی را از بین برده است و عملاً نه تنها فرم و شکل ظاهری تجارت را، بلکه محتوا و ماهیت امر تجارت را دچار دگرگونی و تغییر ساختاری عظیمی نموده است. تغییری که مبنای هر گونه اقدام و نظر در عرصه اقتصاد قرار گرفته است. وجود بازارچه‌ها، پاساژها و بوتیک‌های مجازی که عملاً هیچ مکان واقعی را اشغال نکرده‌اند، امکان بازدید و گردش در این بازارها، در آن واحد در تمام دنیا، بدون اینکه میز کار یا حتی منزل خود را ترک نماییم و انتخاب و سفارش خرید کالایی که ظاهراً در نقطه‌ای نامعلوم جهان به طور مجازی در ویتترین‌های مجازی این گالری‌های مجازی قرار گرفته و روی شبکه تبلیغ شده‌اند، پرداخت الکترونیک بهای کالا یا خدمات فی مابین خریدار و فروشنده‌ای که ظاهراً نه یکدیگر را می‌شناسند و نه آدرس واقعی از یکدیگر دارند، موجب شده‌اند که تجارت الکترونیکی معجزه قرن تلقی شود. در این راستا، [\(11\)](#) مزایای زیر را برای تجارت الکترونیکی در دو عرصه خرد و کلان می‌توان قائل شد:

۱ - افزایش دامنه و گستره بازار

تجارت الکترونیکی به کمک ابزار فناوری اطلاعات و ارتباطات و با از میان بردن محدودیت‌های زمانی و مکانی بازارهای سنتی، امکان گسترده شدن و افزایش تعداد خریداران و فروشندگان را فراهم می‌آورد. با وجود تعداد زیاد خریداران و فروشندگان، همانطور که می‌دانیم بازار؛ ذره‌ای شده و هیچ یک از خریداران و فروشندگان نمی‌توانند اثری روی قیمت‌ها و شرایط بازار داشته باشند و یکی از شروط مهم بازار رقابت کامل (که در گذشته به هیچ وجه امکان حصول به آن وجود نداشت)، ممکن می‌شود. همچنین این اثر، با از بین بردن یکی از شرایط انحصاری شدن بازار، سبب از بین رفتن بسیاری از انحصاراتی می‌شود که در بازار سنتی به علت محدودیت‌های فراوانی که در آن وجود داشت، به اقتصاد تحمیل می‌شد، همچنین از دیدگاه نظری و خرد اقتصادی می‌توان گفت که تجارت الکترونیکی، اقتصاد بازار را هرچه بیشتر به سمت مدل ایده آل کلاسیکی پیش می‌برد.



۲ - افزایش حجم اطلاعات و کاهش محدودیت‌های دسترسی

تجارت الکترونیکی، چه در عرصه نظر و چه عملاً سبب افزایش شدید دامنه و گستره اطلاعات شده و همچنین به سبب فراهم آوردن امکان همگانی استفاده از تکنولوژی، محدودیت‌های عمده‌ای را که برای تبادل اطلاعات وجود دارد به شدت کاهش می‌دهد. همچنین به راحتی می‌توان استدلال نمود که تجارت الکترونیکی به واسطه ایجاد سهولت برقراری ارتباط و ارزان بودن آن، به شدت قیمت کسب اطلاعات را هم کاهش داده و تمایل افراد و بنگاه‌ها را برای استفاده هرچه بیشتر از اطلاعات در دسترس، افزایش می‌دهد. بنابراین در دراز مدت، تجارت الکترونیکی به شفافیت هرچه بیشتر بازارها خواهد انجامید. شفافیتی که یکی از شروط لازم بازار رقابت کامل است. بنابراین در این مقام نیز، تجارت الکترونیکی بازار را به سمت کامل شدن و کارایی هرچه بیشتر، سوق خواهد داد.

۳ - کاهش هزینه مبادله

تجارت الکترونیکی با به وجود آوردن امکان دسترسی آزاد و ارزان به اطلاعات و نیز افزایش تعداد خریداران و فروشندگان، سبب می‌شود تا رویای کاهش هزینه مبادله امکان‌پذیر شده و عملاً نقش بنگاه‌ها در عرصه اقتصاد که نقشی واسطه‌ای محسوب می‌شود، هرچه بیشتر کاهش یابد. هرچند ظاهراً این هزینه هیچگاه به میزان صفر کلاسیکی خود نخواهد رسید، اما در یک اقتصاد سنتی باعث از بین رفتن بسیاری از نقش‌های واسطه‌ای می‌شود که این به نوبه خود به کاهش هزینه تمام شده محصول می‌انجامد.

۴ - افزایش رفاه اجتماعی

تجارت الکترونیکی با توجه به انقلابی که در شیوه‌های کسب و کار بنگاه‌ها به وجود می‌آورد؛ با افزایش شدید مقیاس تولید، کاهش هزینه‌های مبادله، کاهش هزینه‌های توزیع، افزایش رقابت، کاهش انحصار و...، سبب‌ساز کاهش شدید هزینه‌های تولید و بالتبع آن؛ افزایش تقاضا و افزایش میزان تولید گشته و در نتیجه افزایش مازاد رفاه تولیدکننده و مصرف‌کننده را به همراه دارد. در این فرآیند، افزایش رفاه اجتماعی به وقوع پیوسته و به نوعی مهم‌ترین مزیت تجارت الکترونیکی به شمار می‌رود.

۵ - افزایش نوآوری و خلاقیت

در شرایط رقابتی که تجارت الکترونیکی بوجود می‌آورد، ادامه حیات بنگاه به میزان خلاقیت و نوآوری آن در مراحل مختلف تولید و توزیع وابسته است. بنگاهی پایدار می‌ماند که بتواند نوآوری و خلاقیت بیشتری به خرج دهد و از آن جا که هر نوآوری و خلاقیتی به سرعت در اقتصاد پخش خواهد شد و همه بنگاه‌ها از آن



تبعیت می‌کنند، باید این روند نوآوری در کار بنگاه‌ها به صورت مستمر ادامه یابد. از سوی دیگر افزایش دامنه نوآوری‌ها، همانطور که کسانی همچون شومپتر استدلال کرده‌اند، چرخ محرکه اقتصاد خواهد بود و موجب رشد اقتصاد (حتی در حالت اشباع) می‌شود. رشدی که سبب افزایش هرچه بیشتر رفاه اقتصادی جامعه خواهد شد.

۶ - توزیع محصولات و خدمات جدید توزیع محصولات و خدمات جدید با هزینه بسیار پایین و با کیفیت بسیار بیشتر از کیفیت ارائه شده در بازار رقابتی، یکی از مزایای بازار رقابتی است که تجارت الکترونیکی آن را شدت می‌بخشد.

۷ - افزایش رشد اقتصادی و کاهش تورم یکی از مزایای تجارت الکترونیکی در عرصه کلان اقتصاد، همانطور که استدلال شد؛ افزایش رشد اقتصادی است. همچنین این امر به کاهش تورم در بلندمدت منجر خواهد شد.

۸ - تسریع روند جهانی شدن و ادغام اقتصادها در یکدیگر از دیگر مزایای تجارت الکترونیکی، سرعت بخشیدن و تسریع فرآیند جهانی شدن است، به طوری که عده‌ای این امر را مهم‌ترین عامل در روند جهانی شدن می‌دانند.

تلگرام:

@Razeghi1395

ایمیل:

Mohamad.j630@yahoo.com



در جلسات بعد جزوه ادامه دارد....