

بررسی سیاست‌های تخلفات صنفی در پرتو فضای سایبری در جمهوری اسلامی ایران

الهه کمالی پور راوری^۱

حمید دلیر^{۲*}

سیدمهدی احمدی موسوی^۳

مهدی صبوری پور^۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۶/۳۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۳/۸

10.22124/wp.2022.22927.3076

۱۹۵

چکیده

گستره وسیع فضای مجازی و رونق روز افزون کسب و کارهای دایر در این فضا از یک سو و توسعه یافتگی و گرایش جوامع به شیوه‌های نوین تامین کالا به منظور پرهیز از اتلاف وقت و انرژی و هزینه‌ها از سوی دیگر منجر به افزایش چشمگیر استفاده از تسهیلات الکترونیکی برای رفع احتیاجات و نیازهای اشخاص گردیده و اخیراً شیوع بیماری کرونا و ویروس کووید-۱۹ نیز مزید بر علت شده است. به تبع افزایش کسب و کارهای مجازی شاهد افزایش تخلفات صنفی کسب و کارهای دایر در این فضا بوده و در نتیجه مطالبه‌گری مردم و مسئولین نیز به ویژه در این برهه حساس، فزونی یافته است. روش پژوهش تبیینی و روش گردآوری اطلاعات در این مقاله روش کتابخانه‌ای است که به شکل متن‌خوانی و فیشبرداری از داده‌های اصیل و دست‌اولی چون کتب علمی و مقالات علمی-پژوهشی فراهم شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که اگر چه قانون‌گذار در قانون اصلاح قانون نظام صنفی نگاه ویژه‌ای به این قبیل فعالیت‌ها کرده است. اما با توجه به گستردگی این فضا در تمامی ابعاد، با کم و کاستی‌های فراوانی روبرو هستیم که نیازمند اصلاح مقررات در این زمینه هستیم.

واژگان کلیدی: اقتصاد سیاسی، فضای سایبری، تخلفات صنفی، قانون نظام صنفی



سیاست جهانی

فصلنامه علمی سیاست جهانی، دوره یازدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۱، پیاپی ۴۰ (صفحات: ۱۹۵-۲۱۴)

۱. دانشجوی دکتری حقوق جزا و جرم‌شناسی، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، رفسنجان، ایران.

۲. استادیار گروه حقوق، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، رفسنجان، ایران.

* نویسنده مسئول: Hamiddelir97@gmail.com

۳. استادیار گروه حقوق، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، رفسنجان، ایران.

۴. استادیار گروه حقوق جزا و جرم‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

مقدمه

قانون گذار به دلیل گسترش فضای مجازی، رونق روز افزون کسب و کار های دایر در این فضا و به دنبال آن ایجاد مشکلات حادث شده در این عرصه، به تخلف انگاری در این زمینه پرداخته و نحوه ی رسیدگی به شکایات و برخورد با مرتکبین را بیان و هم و غم خویش را معطوف به ایجاد مسائل حمایتی از اشخاص و افراد مصرف کننده این فضای مجازی گذارده است. مطابق ماده ۸۷ قانون نظام صنفی پیشین «افراد صنفی که در بازار های مجازی فعالیت می کنند، ملزم به ارائه مدارک مورد استفاده در آن بازار ها هستند.» با اصلاح ماده موصوف و الحاق یک تبصره به قانون نظام صنفی، واحد های صنفی علاوه بر الزام به اخذ پروانه کسب، می بایست پیرو آئین نامه اجرایی «چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت بر فعالیت افراد صنفی در فضای مجازی و بازاریابی شبکه ای» برای فعالیت در این عرصه، نماد الکترونیکی، نماد بازاریابی شبکه ای را نیز مطابق بند های این آئین نامه کسب نمایند و حتی علاوه بر این موارد، باید با توجه به فعالیت صنفی و رسته خویش پروانه کسبی مجاز در خصوص بازاریابی شبکه ای را نیز کسب نمایند. بدین ترتیب در خصوص برخورد با تخلفات افراد صنفی در فضای سایبری، دو نهاد سازمان تعزیرات حکومتی و کمیته نظارت موضوع ماده ۵ آئین نامه اجرایی، هر یک بنا به وظیفه مقرر در قانون، اقدام به رسیدگی به تخلفات این افراد می نمایند. سازمان تعزیرات حکومتی مطابق تخلفات فصل هشتم قانون نظام صنفی کشور و کمیته نظارت نیز بر اساس آئین نامه اجرایی چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت بر فعالیت افراد صنفی به مجازات افراد صنفی می پردازند. با این وجود این فضا به علت نامحدود بودن و ناملموس بودن، توسعه و تغییر پذیری، پیچیدگی و تخصصی بودن آن، دسترسی آسان و سریع و گمنامی و عدم هویت مشخص مستمر کاربران، دارای چالش ها و ایرادات زیادی من جمله عدم تخصیص شعب تخصصی و عدم ساماندهی و نظارت مستمر بر اینگونه فعالیت ها می باشد. از این رو هر چند قانون گذار به این مهم توجه نموده است و سعی نموده است با ایجاد سازوکارهایی در رفع این مشکلات سایبری قدم بر دارد، لیکن به دلیل تغییرات روز به روز این فضا و عدم تطابق با این تغییرات، با کاستی هایی

در این زمینه روبرو هستیم. لذا در این نوشتار مفاهیم مرتبط با فضای سایبری، تخلفات و راه حل های پیشگیری از وقوع آن ها مور بحث قرار گرفته است.

۱. مبانی مفهومی

ترمینولوژی و شناخت معنای اصطلاحات و واژگان در هر علم و دانشی منجر به فهم صحیح و درست از آن علم و نیز تسلط بر آن دانش می گردد. اصولاً هر دانشی از مفاهیم و تعاریفی تشکیل شده است که ترکیب این واژگان ارزش و جایگاه آن علم را تشکیل می دهد. لذا در هر رشته لازم است در گام نخست برای تشریح آن علم، به کالبد شکافی واژگان آن پردازند. (هداوند وسهرابی، ۱۳۹۰:۱۶)

در حقوق نیز، اصولاً کلمات از بار معنایی مهمی برخوردارند به طوری که «نردبان فهم مسائل حقوقی، ادراک صحیح اصطلاحات آن است و هر اصطلاح دری است به سوی هزاران مسائل حقوقی.» (جعفری لنگرودی، ۱۳۸۱:۲) سایبر به مطالعه مکانیزم‌های مورد استفاده در کنترل و تنظیم سیستم های پیچیده اعم از انسان یا ماشین اطلاق می شود. اصطلاح فضای سایبر یا دنیای مجازی آنلاین، اصطلاحی است که نخستین بار توسط ویلیام گیبسون در رمانی به عنوان نیورومانسر در سال ۱۹۸۴ مورد استفاده قرار گرفت. (اسماعیلی، ۱۳۹۰:۹۰) در واقع مفهوم فضای سایبر، معطوف به فضای ساختگی و خیالی واقعیت مجازی و اینترنت است که انسان از طریق آن به فضای واقعیت مجازی وارد می شود. (خانیک و بابائی، ۱۳۹۲:۴۰)

به طور کلی فضای مجازی یا سایبری عبارت است از فضای حاکم بر تعاملات از طریق شبکه جهانی کامپیوتر ها یا به اختصار اینترنت به همراه تور جهان گستر، پست الکترونیک به اضافه تمام زیر مجموعه های آن ها شامل سرویس تابلوی اعلانات، اتاق های گپ زنی، شبکه های مجازی و اینترنتی، سایت ها، نرم افزار ها، بد افزار ها و هر مکان مجازی که مردم بتوانند با هم تعامل داشته باشند را شامل می شود. (کاکاوند، ۱۳۸۸:۲۱۵)

۲. سازمان تعزیرات حکومتی

سازمان تعزیرات حکومتی به عنوان یک نهاد عمومی مبارزه با تخلفات صنفی با پیشینه زیر پا به عرصه ی وجود گذاشته است. نیاز به وجود نهادی که بر بازار کشور نظارت

داشته و رفتار کنش گران را تنظیم کرده و از وقوع تخلف پیشگیری و در صورت وقوع با آن برخورد کند از روزگاران قدیم احساس می شد. نهاد های مختلفی در زمینه مبارزه با تخلفات بازار و اصناف با نقش و کارکرد مشابهی در دل قوه قضائیه به وجود آمدند. ولیکن دولت بنا به مصلحت، نقش خود را از ناظر بودن به قاضی بودن ارتقا داد. یکی از نهاد های اصلی در تنظیم امور بازار و نظارت بر آن سازمان تعزیرات حکومتی است که به تدریج جایگاه خود را به عنوان اصلی ترین متولی مبارزه با تخلفات صنفی بازار تثبیت کرده است. اگر چه عنوان تعزیرات حکومتی از قدمت زیادی برخوردار است و ریشه ی فقهی دارد، لیکن عنوان سازمان تعزیرات حکومتی برای نخستین بار در تصویب نامه در خصوص تعیین سازمان و تشکیلات تعزیرات حکومتی مصوب ۱۳۷۳ به تصویب رسید. به این ترتیب این سازمان برای نخستین بار در نظام حقوقی ایران، به منظور رسیدگی به تخلفات اقتصادی مندرج در قانون تعزیرات حکومتی مصوب ۱۳۶۷ تشکیل گردید؛ نهادی که به دلیل تشکیل در خارج از قوه قضائیه جزء مراجع رسیدگی خارج از دادگستری محسوب و به دلیل این که اشخاص رسیدگی کننده در آن لزوماً مقام قضایی نیستند جزء مراجع شبه قضایی به شمار رفته و از آنجا که پاسخ های آن به تخلفات، مشابهت زیادی با مجازات های حقوق کیفری دارد، جزء نهاد های شبه کیفری تلقی شده و از آن رو که در بستر قوه مجریه شکل گرفته و طبیعت اداری دارد جزء نهاد های اداری است. به عبارتی دیگر سازمان تعزیرات حکومتی یک مرجع اختصاصی دولتی برای رسیدگی و صدور حکم در مورد تخلفات اقتصادی اصناف در حوزه ی تولید و توزیع کالاها و خدمات در کشور است. (قلی پور، ۱۳۹۶: ۴۷۵)

۳. مفهوم صنف و نظام صنفی منطبق با قانون اصلاح قانون نظام صنفی

صنف، یکی از اصطلاحات به کار رفته در علم منطق بوده که در لغت به معنی نوع، گونه و رسته ای از هر چیز است. دهخدا آن را پاره ای از هر چیز، قسمتی از اقسام هر نوع از انواع مانند نوع فرس، نوع انسان بیان کرده است. (دهخدا، بی تا: ۳۵۴) در جوامع اسلامی از همان آغاز به جماعات و گروه های پیشه ور اطلاق می شده است و آن را به سه صورت صنف ها، اصناف و صنوف جمع می بندند.

گروهی صنف را یک تشکل سازمان صنفی یا حرفه ای و متشکل از افراد یا اعضای می دانند که دارای یک حرفه، پیشه و فعالیت مشابه هستند که دارای شخصیت حقوقی هستند و با هدف دفاع از حقوق اعضا و پیشبرد اهداف و منافع مشترک شکل می گیرند و به مشارکت سیاسی و اجتماعی می پردازند. (قاضی، ۱۳۷۵:۱۵۸)

برخی معتقدند تا قرن دهم صنف عبارت بوده است از گروهی از پیشه‌وران که برای نیل به اهداف و برخورداری از حمایت یکدیگر و نظارت بر بازارهای محلی متحد شدند. (پروشانی، ۱۳۸۹:۶۱) به عبارتی دیگر صنف ناشی از نیاز مردم به کالاهای ضروری و غیر ضروری بوده که فقط این اصناف قادر به تعیین کمیت و کیفیت کالاها و حتی بهای آنها بوده اند و حتی گاهی یک صنف بر نرخی واحد با هم توافق می کردند و جز با آن نرخ نمی فروختند. (سعیدالشیخی، ۹۲، ۱۳۵۱)

برخی نیز صنف را گروهی از شهر نشینان تعریف کرده اند که به شغل و حرفه ی مشترکی مشغول شده اند، روسا و کارگزاران صنف خود را انتخاب می کنند، مالیات های صنفی می پردازند و گروه آن ها کارکرد های اداری و مالی بر عهده دارد. (رضایی، ۱۳۷۶:۶۳) قانون نظام صنفی نیز به عنوان قانون جامع در زمینه اصناف تعاریف مختلفی را ارائه داده است. ماده ۱ قانون صلاح قانون نظام صنفی مصوب سال ۱۳۹۲ در تعریف نظام صنفی اشعار می دارد: «قواعد و مقرراتی که امور مربوط به سازمان، وظایف، اختیارات، حدود و حقوق افراد و واحد های صنفی را طبق این قانون تعیین می کند».

ماده ۲ قانون فوق، فرد صنفی را اینگونه تعریف می کند: «هر شخص حقیقی یا حقوقی که در یکی از فعالیت های صنفی اعم از تولید، تبدیل، خرید، فروش، توزیع، خدمات و خدمات فنی سرمایه گذاری کند و به عنوان پیشه‌ور و صاحب حرفه و شغل آزاد، خواه به شخصه یا با مباشرت دیگران محل کسبی دایر یا وسیله کسبی فراهم آورده و تمام یا قسمتی از کالا، محصول یا خدمات خود را به طور مستقیم یا غیرمستقیم و به صورت کلی یا جزئی به مصرف کننده عرضه دارد، فرد صنفی شناخته می شود»

مطابق این ماده برای صدق عنوان فرد صنفی بر یک شخص تجمیع شرایط زیر لازم است: ۱- سرمایه گذاری شخص در یکی از فعالیت های صنفی، بنابراین اشخاصی مانند شاگرد و کارگر از شمول تعریف خارج هستند؛ ۲- شناخته شدن شخص به عنوان پیشه



ور یا صاحب حرفه و یا شغل آزاد، بنابراین مواردی که اشخاص دولتی در راستای امر حاکمیتی و یا امر عمومی اقدام می نمایند را شامل نمی شود؛ ۳- فراهم نمودن محل کسب یا وسیله کسب؛ ۴- عرضه تمام یا قسمتی از کالا یا خدمات به مصرف کننده به طر مستقیم یا غیر مستقیم. (رستمی غازانی، ۳۹: ۱۳۹۶)

به طور کلی فرد صنفی فردی است که به یکی از مشاغل تحت شمول قانون نظام صنفی مشغول است و دایره ی شمول آن اکثر مشاغل غیر دولتی شهری را در بر می گیرد. همچنین بر خلاف تصور رایج، بسیاری از تجار و بازرگانان عضو اتحادیه های صنفی نبوده و در جرگه اصناف بازار قرار نمی گیرند، بلکه عضو اتاق بازرگانی ایران هستند که به لحاظ سازمانی مستقل از اصناف بازار است. (میدری، ۸۰: ۱۳۸۳)

تعریف واحد صنفی نیز در ماده ۳ قانون اخیر الذکر آمده است: «هر واحد اقتصادی که فعالیت آن در محل ثابت یا وسیله سیار باشد و توسط فرد یا افراد صنفی با اخذ پروانه کسب دایر شده باشد.»

ماده ۴ این قانون نیز واژه صنف را اینگونه توضیح می دهد: «عبارت است از گروهی از افراد که طبیعت فعالیت آنان از یک نوع باشد. صنوف مشمول این قانون، با توجه به نوع فعالیت آنها به دو گروه تولیدی- خدمات فنی و توزیعی- خدماتی تقسیم می شوند» صنوف تولیدی؛ آن گروه از صنوفی هستند که فعالیت و خلاقیت های آنها منجر به تغییر فیزیکی و یا شیمیایی مواد اولیه شده و منحصراً تولیدات خود را مستقیم یا غیرمستقیم در اختیار مصرف کننده قرار می دهند.

صنوف خدمات فنی؛ شامل آن دسته از صنوفی می شود که فعالیت آنها منجر به رفع عیب و نقص یا مرمت و نگهداری کالا می گردد یا اشتغال به آن مستلزم داشتن صلاحیت فنی لازم می باشد.

صنوف توزیعی؛ آن دسته از صنوفی که صرفاً نسبت به عرضه کالا از محل واردات یا تولیدات داخلی اقدام می نمایند بدون آن که در تولید کالا یا تغییر دادن کیفیت آن نقش داشته باشند و صنوف خدماتی؛ آن دسته از صنوفی را شامل می شود، که با فعالیت های خود قسمتی از نیازهای جامعه را تأمین نموده و این فعالیت در زمینه تبدیل مواد به فرآورده یا خدمات فنی نباشد. (عیوضلو و ارباب، ۷۲: ۱۳۸۹)

۴. مفاهیم مرتبط با اصناف سایبری منطبق با آئین نامه اجرایی فعالیت افراد صنفی

در فضای مجازی

ماده ۱-۱ کسب و کار مجازی» واحد صنفی است که توسط هر شخص حقیقی یا حقوقی برای ارائه ی محصول(کالا یا خدمات) به طور مستقیم و یا غیر مستقیم و به صورت کلی یا جزئی به عمده فروشان، خرده فروشان و مصرف کنندگان از طریق ابزار های ارتباط از راه دور از قبیل وب سایت و نرم افزار های تجاری(اپلیکیشن) دایر شده است.»

۱-۶- مصرف کننده» هر شخص که در ازای پرداخت وجه با هدف غیر تجاری و صرفاً برای مصرف خود مبادرت به خرید محصول نماید.»

۱-۸- اتحادیه» اتحادیه کشوری که از واحد های صنفی موضوع این آئین نامه بر اساس تبصره (۷) ماده (۲۱) قانون نظام صنفی کشور تشکیل می شود»^۱

ماده ۱۰-۱ نماد اعتماد الکترونیکی» نشانه ای است که توسط مرکز توسعه تجارت الکترونیکی برابر مقررات به کسب و کار های مجازی با هدف ساماندهی، احراز هویت و صلاحیت آنها بطور همزمان با صدور پروانه کسب اعطا می گردد.»

۱-۱۲- سامانه اصناف» سامانه الکترونیکی صدور پروانه کسب اصناف(به نشانی iranianasnaf.ir)

۱-۱۳- سامانه اینماد» سامانه الکترونیکی اعطا نماد الکترونیکی(به نشانی enamad.ir)

ماده ۱۵- کمیته نظارت» به منظور نظارت بر عملکرد شرکت های بازاریابی شبکه ای و کسب و کارهای مجازی از حیث رعایت قانون و مقررات نظام صنفی، حسب مورد کمیته ای مرکب از نمایندگان مرکز اصناف و بازرگان ایران (به عنوان رییس)، مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، وزارت اطلاعات، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات،

۱ - تبصره ۷ ماده ۲۱» چنانچه تعداد واحد های صنفی در هر استان جهت تشکیل اتحادیه به حد نصاب مقرر در این ماده نرسد با پیشنهاد اتاق اصناف و تأیید وزیر صنعت، معدن و تجارت، اتحادیه ای از واحد های صنفی در سطح کشور تشکیل می شود.»

نیروی انتظامی، اتاق اصناف ایران و اتحادیه صنفی مربوط (هرکدام در حدود صلاحیت و وظایف خود) با وظایف زیر تشکیل می‌شود. کمیته مذکور دارای دبیرخانه‌ای است که در مرکز اصناف و بازرگانان ایران مستقر است و مسئولیت هماهنگی و انجام امور اجرایی آنرا برعهده دارد.»

مراجع رسیدگی کننده به تخلفات صنفی در فضای مجازی

هر یک از افراد صنفی که در فضای مجازی فعالیت داشته باشند، متناسب با تخلفاتی که مرتکب می‌شوند، مرجع رسیدگی کننده به تخلفات آن‌ها نیز متفاوت خواهد بود.

تخلفات در صلاحیت شعب تعزیرات حکومتی

دامنه صلاحیت شعب سازمان در رسیدگی به تخلفات تعزیراتی ارتكابی توسط صاحبان کسب و کارهای دایر در فضای مجازی اعم است از کسب و کارهای دارای مجوز روز و بدون مجوز های تعیینی درآیین نامه اجرایی چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت فعالیت افراد صنفی فضای مجازی و بازاریابی شبکه ای، بدین شرح که عرضه و فروش کالا در شبکه های اجتماعی و پیام رسان های داخلی و خارجی و نرم افزار های تلفن همراه مانند سروش، ایتا، اینستاگرام، تلگرام، واتساپ و وب سایت های واجد و فاقد مجوز های لازم در صورتی که منتج به بروز تخلفات صنفی در فصل هشتم قانون نظام صنفی به شرح ذیل گردند، شعب سازمان تعزیرات حکومتی صالح به رسیدگی هستند.

گران فروشی ماده ۵۷ قانون نظام صنفی کشور « عبارت است از عرضه یا فروش کالا یا ارائه خدمت به بهائی بیش از نرخ های تعیین شده به وسیله مراجع قانونی ذی ربط، عدم اجرای مقررات و ضوابط قیمت گذاری و انجام دادن هر نوع عملی که منجر به افزایش بهای کالا یا خدمت به زیان خریدار گردد.»

واحد صنفی مجازی در صورتی که هر یک از سه رفتار فیزیکی عرضه یا فروش کالا یا خدمات به بهائی بیش از نرخ های تعیین شده؛ عدم اجرای مقررات و ضوابط قیمت گذاری و انجام دادن هر نوع عملی که منجر به افزایش بهای کالا یا خدمت به زیان خریدار را مرتکب شود، مرتکب تخلف گران فروشی شده است.

کم فروشی ماده ۵۸ قانون نظام صنفی کشور « عبارت است از عرضه یا فروش کالا یا ارائه خدمت کمتر از میزان یا معیار مقرر شده...» کم فروشی عملی است که در آن

فروشنده جنس و یا کالا را به وزن کمتر از میزان خود به مشتری تحویل می‌دهد. در فضای مجازی نیز به دلیل اینکه اوزان و مقیاس‌ها و سنجش و اندازه‌گیری به صورت فیزیکی نمی‌باشد، احتمال وقوع این تخلف نیز به مراتب بیشتر است.

تقلب ماده ۵۹ قانون نظام صنفی کشور» عبارت است از عرضه یا فروش کالا یا ارائه خدمتی که از لحاظ کیفیت یا کمیت منطبق با مشخصات کالا یا خدمت ابرازی یا درخواستی نباشد» تقلب در کسب وقتی مصداق پیدا می‌کند که جنسی به جای جنس دیگر فروخته شود و یا از حیث کیفیت با جنس منبأ، اختلاف داشته باشد. عمده‌ترین عنصر در تقلب، داشتن سوء نیت است و شرط اصلی و اساسی تحقق آن، علم و اطلاع مرتکب از منطبق نبودن کیفیت و کمیت کالا است. در این نوع از تخلف نیز، به دلیل اینکه کالا در حضور مشتری و مصرف‌کننده ارائه نمی‌گردد و در اکثر موارد از روی عکس انتخاب می‌گردد، بنابراین احتمال وقوع آن نیز به تبع شرایط خاص فضای سایبری بیشتر می‌باشد.

احتکار ماده ۶۰ قانون نظام صنفی کشور» عبارت است از نگهداری کالا به صورت عمده با تشخیص مراجع ذیصلاح و امتناع از عرضه آن به قصد گرانفروشی یا اضرار به جامعه پس از اعلام ضرورت عرضه از طرف وزارت بازرگانی یا سایر مراجع قانونی ذیربط» اگر فعالان اقتصادی صاحبان کسب و کارهای مجازی، دارای انبارها و مراکز نگهداری کالا بوده و کالاهای خود را در آن محل به طور عمده نگهداری نمایند، در صورتی که دولت یا مراجع ذیصلاح عرضه هر قلم از کالاهای موجود در انبار را ضروری اعلام نمایند، می‌بایست تمامی موجودی خود را تا اتمام کالا در صفحه مجازی خود عرضه نمایند، در غیر این صورت فعل آنها در صورت احراز باقی شرایط، تحت عنوان تخلف احتکار موضوع ماده ۶۰ قانون نظام صنفی قابل تعقیب خواهد بود. برای کشف اینگونه تخلفات، در صورتی که قرائنی حاکی از صحت گزارش و ضرورت ورود به محل اختفاء و احتکار کالا باشد در صورت عدم اعلام موجودی موضوع تبصره (۱) ماده ۶۰ قانون مذکور، حسب مورد شعب سازمان با رعایت مقررات قانونی و تحت نظارت مدیر کل استان یا رئیس اداره تعزیرات حکومتی شهرستان اجازه ورود به محل یاد شده را صادر و نیروی انتظامی نیز موظف به اجرای دستور است.



عرضه خارج از شبکه ماده ۶۱ قانون نظام صنفی کشور «عبارت است از عرضه کالا یا ارائه خدمت برخلاف ضوابط و شبکه‌های تعیین شده از طرف وزارت بازرگانی یا دستگاه اجرائی ذی‌ربط» این تخلف در نظام های اقتصادی دولتی که تنظیم بازار مبتنی بر نظارت دولت و نهاد های دولتی است امکان تحقق دارد. در واقع دولت ها در جهت برقراری ثبات اقتصادی و تنظیم بازار بر نحوه ی توزیع برخی کالا ها که از لحاظ اهمیت دارای ویژگی های خاصی هستند، نظارت مستمر دارند. در همین راستا دستگاه های ذی ربط دولتی، شبکه هایی را برای توزیع قانون مند و مصرف هدفمند تعریف نموده و توزیع کالاهای مزبور را صرفاً از طریق همین شبکه ها مجاز می دانند. بدیهی است که پیش بینی این شبکه ها و وضع مقررات در جهت توزیع کالا، نتیجه ی نظام سهمیه بندی هدفمندانه توزیع کالا و خدمات بوده و عدول از مقررات مزبور در واقع ضربه به نظام اقتصادی کشور محسوب می گردد. (موسوی و مفیدی، ۱۳۹۶ الف: ۶۹۴)

به دلیل رونق و گسترش کسب و کارها در فضای مجازی، افراد در صحنه های سایبری نیز ممکن است عامل در خرید، فروش و توزیع برخی کالا و خدمات باشند، که در این صورت نیز کالاها و خدمات سهمیه بندی را فقط می بایست از طریق ضوابط و شبکه ها تعیین شده، عرضه نمایند. در غیر اینصورت مرتکب عرضه ی خارج از شبکه شده اند.

عدم اجرای ضوابط قیمت گذاری و توزیع ماده ۶۳ قانون نظام صنفی کشور: «عدم ارائه مدارک لازم جهت اجرای ضوابط قیمت گذاری و توزیع به مراجع قانونی بدون عذر موجه ظرف سه ماه از تاریخ ترخیص کالا یا خدمت وارداتی یا در اختیار گرفتن تولید داخلی برای آن دسته از کالاها و خدماتی که توسط مراجع قانونی ذی ربط مشمول قیمت گذاری می گردند.» بر مبنای این ماده قانونی، کلیه ی وارد کنندگان کالاهای خارجی و تولید کنندگان کالاهای داخلی باید ظرف مهلت سه ماه از تاریخ ورود یا تولید کالا با ارائه ی مدارک مستند و مستدل و تجزیه و تحلیل قیمت های تمام شده و احتساب سود قانونی و متعارف به مراجع رسمی و قانونی قیمت گذاری جهت تعیین نهائی نرخ کالاهای مزبور مراجعه نمایند. فعالان در فضای مجازی نیز اگر خواستار تولید کالا و یا وارد کردن کالا باشند، بایستی به اجرای این ماده اهتمام ورزند.

نکته مهمی که در این خصوص وجود دارد این است که در مراتب بالاتر تخلفات بیان شده یعنی گران‌فروشی، کم‌فروشی، تقلب، احتکار، عرضه‌ی خارج از شبکه و عدم اجرای ضوابط قیمت‌گذاری و توزیع؛ نصب پارچه به عنوان متخلف صنفی و تعلیق موقت پروانه کسب و تعطیلی موقت محل کسب به عنوان جریمه در نظر گرفته شده است. لذا در اجرای محکومیت‌های تعلیق پروانه‌های کسب، تعطیلی محل کسب می‌توان از درج عنوان متخلف و یا تعلیق صفحه اصلی مجازی افراد و واحدهای صنفی به مدت معین، به گونه‌ای که برای تمامی متقاضیان خرید کالا و بازاریان و خدمات از طریق فضای مجازی قابل مشاهده باشد، استفاده نمود.

فروش اجباری ماده ۶۴ قانون نظام صنفی کشور «عبارت است از فروش اجباری یک یا چند نوع کالا یا خدمت به همراه کالا یا خدمت دیگر» این تخلف ناشی از کم‌فروش بودن برخی کالاها و خدمات می‌باشد و در آن شخص با سوء استفاده از کالاها و خدمات پر فروش خود، محصولات و خدمات کم‌فروش خود را بالاجبار به خریدار می‌فروشد و البته اگر شخص در فضای مجازی، کالا یا خدمات را در قالب پیشنهاد به خریدار ارائه کند و وی نیز قبول کند، موضوع از دایره‌ی شمول این ماده خارج می‌باشد.

عدم درج قیمت ماده ۶۵ قانون نظام صنفی کشور «نصب نکردن برچسب قیمت بر کالا، استفاده نکردن از تابلو نرخ دستمزد خدمت در محل کسب یا حرفه یا درج قیمت به نحوی که برای مراجعه‌کنندگان قابل رؤیت نباشد.» عدم درج قیمت از مهم‌ترین و رایج‌ترین تخلفات در حوزه‌ی بازارهای سنتی است که اگر چه به ظاهر اهمیت گران‌فروشی و احتکار و برخی تخلفات را ندارد، ولی در واقع اهمیت آن‌ها به مراتب بیشتر است زیرا زمینه‌ی انجام تخلفات دیگری مانند گران‌فروشی را ایجاد می‌کند. عدم درج قیمت از یک سو باعث می‌شود که مردم بدون اطلاع از قیمت کالا نتوانند، قیمت آن را با بهای آن در سایر اماکنی که عرضه شده است، مقایسه نمایند و از سوی دیگر، فروشندگان می‌توانند به دلخواه کالا را گران‌تر از قیمت مصوب عرضه نموده یا به فروش برسانند. در واقع می‌توان گفت علت پیش‌بینی تخلف عدم درج قیمت در اسناد قانونی، تاکید قانون‌گذار محترم بر عدم تغییر پذیری دائمی قیمت‌ها توسط تولید



کنندگان یا فروشندگان به بهانه تورم یا بی ثباتی در بازار پول و یا نوسانات ارز و غیره می باشد. (موسوی و مفیدی، ۱۳۹۶: ب: ۶۸۶) به نظر می رسد، احتمال وقوع این تخلف در فضای مجازی کم باشد، زیرا خریداران با اطلاع قبلی از قیمت ها، اقدام به خرید کالا و یا خدمات می نمایند ولی بعضاً در برخی از پیام رسان ها دیده می شود که فعالان مجازی، از اعلام قیمت در صفحه ی اصلی مجازی خود خودداری نموده و اعلام آن را منوط به درخواست اشخاص خریدار در چت های خصوصی می دانند، شاید این موضوع را بتوان به نوعی استتکاف فروشنده از اعلام قیمت ها و تغییر پذیری آن ها در برخورد با اشخاص مختلف دانست و تخلف عدم درج قیمت را در حق آن ها متصور شد.

عدم صدور صورتحساب ماده ۶۶ قانون نظام صنفی کشور: « عبارت است از خودداری از صدور صورت حسابی که با ویژگی های مندرج در ماده ۱۵ این قانون منطبق باشد.» منظور از ویژگی های مندرج در ماده ۱۵، در واقع معیار ها و شرایط شکلی مصرح در تبصره های ذیل ماده مزبور بوده که افراد صنفی مکلف به صدور صورتحساب بر اساس آن ها می باشند. صورتحساب یکی از ادله ی اختصاصی جهت احقاق حق در مراجع رسیدگی کننده است، بدین معنی که مصرف کننده با ارائه ی صورتحساب است که می تواند سایر تخلفات مانند گرانفروشی، کم فروشی، تقلب و ... را اثبات کند. لذا قانون گذار قرد صنفی را مکلف کرده است که صورت حساب های فروش خود را به خریدار ارائه کند و در صورت عدم صدور، مرتکب این تخلف شده اند. در این میان صدور صورتحساب در فضای مجازی به طریق اولی مهم تر می باشد، زیرا احتمال تخلف در خرید های اینترنتی به مراتب نیز بیشتر می باشد.

فروش کالا از طریق قرعه کشی ماده ۶۹ قانون نظام صنفی کشور: « فروش کالا از طریق قرعه کشی ممنوع است» فروش کالا از طریق قرعه کشی به این معنی است که در آن شخص فروشنده برای فروش کالاهای خاصی، از افراد دعوت به عمل می آورد که با پرداخت هزینه در لیست قرعه کشی قرار بگیرند و سپس افراد برنده شده در لیست قرعه کشی، پس از پرداخت قیمت کالا، آن را در اختیار می گیرند. قانون گذار نفس فروش کالا از این طریق را تخلف انگاری نموده است و اگر افراد در صفحه های مجازی نیز

این رفتار را مرتکب شوند، به جریمه ای معادل سه برابر مبلغ دریافتی محکوم می شوند.

ورود خسارت به اشخاص از طریق فروش فوق العاده یا فروش اقساطی ماده ۷۰ قانون نظام صنفی کشور» اگر اشخاص حقیقی یا حقوقی با فروش فوق العاده یا فروش اقساطی به اشخاص خسارت وارد آورند، علاوه بر جبران خسارت وارد شده به خریدار، به پرداخت جریمه نقدی معادل مبلغ دریافتی یا قیمت روز کالا یا خدمت عرضه شده ملزم خواهند شد.» بر اساس موضوع تبصره ماده ۷۰، آیین نامه اجرایی چگونگی فروش اقساطی و فوق العاده و حراج به تصویب رسیده است. در تعریف فروش اقساطی، ماده ۱ این آیین نامه فروش اقساطی را عرضه کالا و خدمات به ترتیبی که تمام یا قسمتی از بهای آن به اقساط مساوی یا غیرمساوی در سررسیدهای معین از خریدار دریافت گردد، تعریف نموده است. همچنین در ادامه فروش فوق العاده و حراج را عرضه کالا و خدمات به قیمت حداقل پانزده درصد پایین تر از قیمت متعارف بازار، قیمت مصوب و یا ضوابط نرخ گذاری، در ایام خاص و مدت معین طبق شرایط و ضوابط این آیین نامه اعلام نموده است. در این خصوص اگر افراد و واحد های صنفی مجازی بخواهند کالاها خود را به صورت فوق العاده و یا حراج به فروش برسانند، بایستی مطابق ماده ۵ آیین نامه فوق اشاره عمل کنند «متقاضیان فروش فوق العاده و حراج می بایست قبل از برگزاری، نسبت به ارائه مدارک زیر به اتحادیه مربوطه اقدام نمایند: تصویر پروانه کسب معتبر، فهرست کلیه کالاهای مورد عرضه در فروش فوق العاده و حراج، فاکتور خرید یا مدارکی دال بر قیمت تمام شده کالا، فهرست قیمت کالاهای مورد نظر در حالت فروش عادی و با احتساب تخفیف و اعلام در صد تخفیف.» در غیر این صورت به جریمه های مندرج در قانون نظام صنفی کشور محکوم می شوند.

۵. تخلفات در صلاحیت هیات های موضوع تبصره ۲ ماده ۷۲ قانون نظام صنفی

مستنبط از ماده ۷۲ قانون نظام صنفی کشور و نیز تبصره ۱ آن در خصوص تخلفات مقرر در قانون نظام صنفی کشور، اصل بر صلاحیت شعب تعزیرات حکومتی است و از این رو شعب تعزیرات حکومتی مرجع عام رسیدگی به تخلفات صنفی تلقی می شوند.» صدور رای در مورد تخلفات موضوع این قانون به غیر از مواردی که در تبصره (۲) آمده



است، راساً توسط روسای شعب سازمان تعزیرات حکومتی و با دعوت از شاکی و متشاکی انجام خواهد شد...» در این خصوص استثنائی که وجود دارد، تبصره ۲ ماده ۷۲ قانون اخیر الذکر می باشد که در آن تخلفات خاصی با حد نصاب ارزش خاصی در صلاحیت هیات های موضوع این تبصره خواهند بود. « رسیدگی بدوی به تخلفات موضوع مواد ۵۷ (گران فروشی)، ۵۸ (کم فروشی)، ۵۹ (تقلب)، ۶۰ (احتکار) و ۶۳ (عدم اجرای ضوابط قیمت گذاری و توزیع) در مواردی که موضوع شکایت یا گزارش بازرس حاکی از تخلف بیش از X ریال^۱ است، توسط هیاتی متشکل از یکی از روسای شعب سازمان تعزیرات حکومتی، نماینده اتاق اصناف و نماینده سازمان صنعت، معدن و تجارت با دعوت از شاکی و مشتکی عنه انجام خواهد شد.»

البته شایان ذکر است که در حال حاضر این هیات ها به مدت یکسال به موجب مصوبه شورای عالی اقتصادی سران قوا مصوب ۱۴۰۱ کان لم یکن اعلام شده اند.

تخلفات در صلاحیت کمیته نظارت

در ماده ۵ آئین نامه اجرایی چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت بر فعالیت افراد صنفی در فضای مجازی، عناوین تخلفات و نحوه برخورد با مرتکبین ذکر شده است و مجازات های اخطار کتبی و تعلیق فعالیت و نماد در صورت ارتکاب هر یک از تخلفات ذیل آن، از سوی کمیته نظارت اعمال می گردد.

اخطار کتبی:

- ۱- عدم ارائه اطلاعات موثر در تصمیم گیری مصرف کننده جهت خرید یا قبول شرایط.
- ۲- عدم رعایت حق انصراف مصرف کننده.
- ۳- عدم استفاده از واسطه با دوام جهت ذخیره اطلاعات مرتبط با معاملات.
- ۴- تحمیل شروط غیر منصفانه به مصرف کننده.
- ۵- تبلیغ خلاف واقع.
- ۶- عدم تحویل به موقع کالا یا ارائه خدمت.

۱ - مبلغ مذکور به موجب ماده ۷۴ قانون اصلاح قانون نظام صنفی تحت عنوان «تعدیل ارزش ریالی تخلفات مندرج در تبصره ۲ ماده ۷۲ قانون نظام صنفی کشور» هر ساله بر اساس نرخ تورم سالانه به پیشنهاد وزارت صنعت، معدن و تجارت و تأیید هیات وزیران قابل تعدیل است.

- ۷- عدم پاسخگویی به نارضایتی مصرف کننده (حداکثر ظرف مدت سه روز کاری).
- ۸- عدم درج و یا اعلام نحوه تامین کالا.
- ۹- عدم رعایت قانون و مقررات صنفی و مصوبات کمیته نظارت.
- تبصره- پس از ابلاغ اخطار، دارنده پروانه کسب و کار مجازی موظف است ظرف مدت ده روز نسبت به اصلاح عملکرد خود اقدام نماید. در صورت عدم اصلاح نسبت به تعلیق فعالیت وی برابر بند (ب) این ماده اقدام می‌شود.
- (ب)- تعلیق فعالیت و نماد:
- ۱- عدم تامین کالا و یا ارائه خدمت (با رعایت ماده (۳۹) قانون تجارت الکترونیکی).
- ۲- نقض حفاظت از داده‌های مصرف کننده.
- ۳- عرضه کالای غیر مجاز.
- ۴- تکرار و یا تعدد تخلفات مندرج در بند (الف) بیش از (۳) مورد در طول یک سال.

صلاحیت محلی

نوع دیگری از صلاحیت که همراه با صلاحیت ذاتی مجموعاً تعیین کننده صلاحیت مرجع رسیدگی کننده می باشد، صلاحیت محلی است. صلاحیت محلی عبارت است از صلاحیت یک مرجع از نظر قلمرو مکانی جهت بررسی و پیگیری تخلف یا جرمی که در آن محل رخ داده است. مهمترین بحث پس از تعیین صلاحیت ذاتی مراجع رسیدگی به تخلفات صنفی در فضای سایبری، تشخیص صلاحیت محلی شعبه رسیدگی کننده است.

مطابق ماده ۳۱۰ قانون آیین دادرسی کیفری « متهم در دادگاهی محاکمه می شود که جرم در حوزه ی آن واقع شود...» در قانون نظام صنفی به موجب تبصره ۳ ماده ۷۲ ترتیبات رسیدگی اعم از ابلاغ، تشکیل جلسات، وخواهی و اجرای احکام به مقررات سازمان تعزیرات حکومتی احاله داده شده است. در ماده ۳۰ آئین نامه سازمان تعزیرات حکومتی نیز به عنوان یک قاعده کلی، به طور ضمنی شعبه محل وقوع تخلف به عنوان شعبه صلاحیت دار، جهت رسیدگی تعیین شده است.^۱ اما تعریفی از حوزه ی تعزیراتی

۱ - به تخلفات متعدد توأم و یکجا رسیدگی شده و چنانچه در چند حوزه مرتکب تخلف گردد در حوزه ای رسیدگی می شود که تخلف اشد در آن حوزه انجام شده است. و چنانچه تخلفات از یک درجه باشد در محل اقامت متخلف یا محل اشتغال وی به پرونده رسیدگی خواهد شد.



محل وقوع تخلف ارائه نداده است. حال این سوال مطرح می شود که حوزه ی تعزیراتی چه حوزه ای است و با چه معیاری تعیین می شود؟ در پاسخ به این سوال باید گفت که در قوانین و مقررات تعزیرات حکومتی مقررات خاصی راجع به تعیین حوزه ی تعزیراتی پیش بینی نشده است ولی در عمل حوزه تعزیراتی منطبق بر حوزه ی قضایی است و از این حیث از قواعد حاکم بر تعیین حوزه ی قضایی تبعیت می کند. (اعظمی چهاربرج ، ۳۱:۱۳۹۲) در پرونده های جرایم رایانه ای نیز، مستفاد از مفاد ماده ۲۹ قانون جرایم رایانه ای مرجع صالح، دادگاه محل وقوع جرم است. با التفات به مراتب ابرازی، در رسیدگی به تخلفات تعزیراتی کسب و کارهای مجازی نیز شعبه محل وقوع تخلف صالح خواهد بود و در صورتی که تخلفی گزارش یا کشف شود و محل وقوع آن مشخص نباشد شعبه محل گزارش یا کشف، تحقیقات لازم را معمول و در صورتی که با این وجود نیز محل وقوع تخلف کشف نگردد، خود مبادرت به صدور رأی مقتضی می نماید. در مواردی که متهم تخلف صنفی در فضای مجازی در محلی دیگر اقامت داشته باشد، شعبه می تواند از نهادهای نیابت قضایی و احاله پرونده (به شرط عدم ایجاد عسر و حرج برای شاکی) استفاده نماید.

۶. چالش های اساسی در برخورد با تخلفات صنفی افراد در فضای سایبری

با تغییر در فرهنگ و ذائقه ی مصرف خانوار، شیوع کرونا و محدودیت ورود افراد به بازار، فروش کالا و خدمات از طریق فضای سایبری به شدت رونق گرفت و از این جهت افراد و فروشندگان نیز به دلیل استقبال جامعه، به سمت فضای مجازی و فروش سایبری روی آوردند ولیکن در این فضا به علت نامحدود بودن و ناملموس بودن محیط، توسعه و تغییرپذیری، پیچیدگی و تخصصی بودن آن، دسترسی آسان و سریع و گمنامی و عدم هویت مستمر کاربر، زمینه برای تخلف فراهم گردیده است. علی رغم توجه قانون گذار به این مهم و تخلف انگاری در حوزه های آن، نه تنها شاهد کاهش تخلفات نبوده ایم، بلکه با رشد فعالیت در این زمینه، با افزایش رقم سیاه تخلفات روبرو هستیم.

عدم ساماندهی و نظارت بر فعالیت های سایبری

کسب و کار های مجازی به دلیل اینکه در آن ها اشخاص از پرداخت اجاره های هنگفت و بازرسی های روزانه معاف هستند، روز به روز در حال افزایش اند و کما

اینکه عدم نظارت بر آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی و نرم افزارهای موبایلی و تغییر پذیری آن‌ها در حالت‌های مختلف و عدم وجود نظارت جدی بر خرید و فروش کالاها، سبب شده است فروشندگان بدون دغدغه مشغول فعالیت باشند و تخلفات آن‌ها جز با شکایت شاکی خصوصی، کشف نگردد. اکثر بزه دیدگان نیز که اصولاً به دلیل مشغله کاری، به خریدهای اینترنتی رجوع می‌کنند، در صورت اطلاع از وقوع تخلف آن‌ها را به دلیل نبودن یا طولانی بودن روند رسیدگی نادیده می‌گیرند و این امر موجب به وجود آمدن رقم سیاه تخلف‌ها در فضای سایبری می‌شود.

در این میان اگر چه ارائه محصول (کالا و یا خدمات) به طور مستقیم و یا غیرمستقیم به صورت کلی یا جزئی به عمده فروشان، خرده فروشان و مصرف کنندگان از طریق ابزارهای ارتباط از راه دور از قبیل وب سایت و نرم افزارهای تجاری نیازمند اخذ مجوزهای مذکور در آیین نامه اجرایی چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت بر فعالیت افراد صنفی در فضای مجازی و بازاریابی شبکه‌ای موضوع مواد ۱۲، ۲ و تبصره ماده ۸۷ قانون نظام صنفی می‌باشد و در صورتی که شخصی بدون اخذ مجوزهای تعیینی اقدام به عرضه و فروش محصول در فضای مجازی نماید، پس از اطلاع مبادی ذیربط، این وب سایت‌ها یا صفحات با همکاری پلیس فضای تولید و تبادل اطلاعات ناجا و مرکز توسعه تجارت الکترونیکی مسدود و از دسترس خارج می‌شوند؛ لیکن همان گونه که در بازارهای سنتی نیز، واحدهای صنفی خودرو و بدون جواز کسب بسیار و اتحادیه‌ها از پلمپ کردن آن‌ها عاجزند، به طریق اولی در فضای سایبری، که فضایی نامحدود و ناملموس است، مکلف کردن افراد به اخذ مجوزهای لازم کاری دشوار و حتی نشدنی است.

راه حل‌هایی که می‌توان در این زمینه ارائه داد عبارتند از؛ استفاده از ظرفیت نظارتی کمیته‌های نظارت متناظر استانی و افزایش دامنه نظارت و همسو نمودن این کمیته‌ها، همکاری با شعب تعزیرات حکومتی برابر با ماده ۳۵ آیین نامه سازمان تعزیرات حکومتی که به فراخور تخلفات ارتكابی در فضای مجازی؛ اتحادیه‌ها، مرکز توسعه تجارت الکترونیک، مرکز اصناف، بازرگانان ایران و سایر مراجع ذیربط را موظف به همکاری نموده و بایستی موجبات اجرای آرای مذکور را فراهم آورند. همچنین ورود سریع

سازمان تعزیرات حکومتی، رسیدگی و صدور رای متناسب در صورت اعلام تخلفات صنفی توسط کمیته نظارت بر عملکرد شرکت های بازاریابی شبکه ای و کسب و کارهای مجازی از حیث رعایت قانون و مقررات نظام صنفی، همکاری با پلیس فضای تولید و تبادل اطلاعات ناجا و مرکز توسعه تجارت الکترونیکی نسبت به شناسایی و برخورد متخلفین، تقویت نظارت بر فعالیت های فروشگاه های اینترنتی، تدوین مقررات اخلاق حرفه ای و مسئولیت اجتماعی و ارتقا سواد فضای مجازی و سطح آگاهی آحاد جامعه در مواجهه با تخلفات صنفی در فضای سایبری.

عدم تخصیص شعب تخصصی

مبارزه با تخلفات در بازار های سنتی با مبارزه با تخلفات در بازارهای سایبری، بسیار متفاوت است، لذا اختصاص همان شعب رسیدگی کننده به موارد نوین و مجازی نه تنها کارآمد نخواهد بود، بلکه موجب بی اعتمادی جامعه در مبارزه با این تخلفات می شود و همچنین عدم تخصص متولیان مبارزه در این امر، عدم آگاهی از فضای سایبری با برنامه ها، نرم افزارها و خدمات اینترنتی متنوع، عدم تشخیص اقدامات آسیب زا در فضای سایبری، عدم آشنایی با نحوه ی شناسایی و مقابله با منحرفین سایبری، عدم شناخت تأثیر فضای سایبر بر فرهنگ و جامعه و بسیاری از امور اساسی و کلیدی که در این راستا باید بر آن اشراف داشت، سبب شده است که افراد زیادی در فضای مجازی آزادانه به کسب و کار و در نتیجه ارتکاب تخلف پردازند. گشت های سیاری که در ماده ۱۹ آئین نامه سازمان تعزیرات حکومتی جهت گشت در بازار و مبارزه با تخلفات صنفی تعبیه شده اند (شعب سیار همان شعب بدوی هستند که به جای تشکیل در ادارات، در خارج از اداره و محل وقوع تخلف تشکیل شده و در همان جا رای صادر می کنند) صرفاً در خصوص بازار های سنتی کارایی دارند و در خصوص گشت در فضای سایبری فاقد توان و اطلاعات لازم می باشند. لذا در این خصوص نیازمند وجود تخصصی متناسب با پیچیدگی این فضا هستیم و می طلبد که با تشکیل کارگروه های ویژه و متخصص و یا ایجاد شعب ملی در جهت مبارزه با این تخلفات حرکت کنیم.

نتیجه گیری

مبارزه با تخلفات صنفی در فضای مجازی، موضوعی است که در سال های اخیر به دلیل توسعه ی فضای تجارت الکترونیکی مورد توجه قانون گذار قرار گرفته است. افرادی که در این فضا مشغول می باشند با استفاده از شبکه های پیام رسان که تعداد کثیری از افراد جامعه در آن ها حضور دارند، اقدام به فعالیت اقتصادی می نمایند. حال به دلیل نبود نظارت دائم و عدم کفایت قوانین سنتی، زمینه برای ارتکاب تخلفات صنفی توسط این افراد فراهم گردیده است و از آنجا که محیط سایبری محیطی نامحدود و ناملموس است و تعداد اندک شماری اقدام به اخذ مجوز در این خصوص نموده اند و بیشتر افراد بدون حد و مرزی در حال فعالیت می باشند، کشف تخلفات آن ها جز با شکایت شاکی و بزه دیده امکان پذیر نمی باشد. لذا در این زمینه می طلبد که با ساماندهی سیستمی به روز و کارآمد به نظارت روزانه و گشت های سایبری اقدام شود تا اولاً از ورود سایت ها و فعالیت های مجازی غیر مجاز به عرصه ی فعالیت های اقتصادی جلوگیری کنیم، ثانیاً در صورت ورود و ارتکاب تخلف توسط آن ها با استفاده از قوانین ویژه و شعبی تخصصی به مبارزه با آن ها بپردازیم.

منابع

- اسماعیلی، مریم (۱۳۹۰). مجموعه قوانین و مقررات جرایم رایانه ای، چاپ نخست، تهران: انتشارات حریر.
- اعظمی چهاربرج، حسین و همکاران (۱۳۹۲)، نحوه عملی رسیدگی در شعب سازمان تعزیرات حکومتی، جلد اول، چاپ نخست، تهران: انتشارات خرسندی.
- پروشانی، ایرج و همکاران (۱۳۸۹)، بازار در تمدن اسلامی، چاپ نخست، تهران: انتشارات کتاب مرجع.
- جعفری لنگرودی، محمد جعفر (۱۳۸۱)، ترمینولوژی حقوقی، چاپ دوازدهم، تهران: انتشارات گنج دانش.

- خانیک، هادی، بابائی، محمود (۱۳۹۲)، «فضای سایبر و شبکه های اجتماعی مفهوم و کارکرد ها»، **مجله جامعه اطلاعاتی**، شماره ۱، صص ۷۱-۹۶.
- دهخدا، علی اکبر (بی تا)، **لغت نامه دهخدا**، بی جا.
- رستمی غازانی، امید (۱۳۹۶)، **آیین دادرسی تعزیرات حکومتی**، چاپ نخست، تهران: انتشارات میزان.
- رضایی، عبدالعلی (۱۳۷۶)، «جامعه شناسی: روند شکل گیری اصناف و تحول سازمان صنفی در ایران»، **مجله رسانه**، شماره هشتم، صص ۶۲-۶۹.
- سعیدالشیخی، صباح ابراهیم (۱۳۹۲)، **اصناف در عصر عباسی**، ترجمه هادی عام زاده، چاپ نخست، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- عیوضلو حسین، ارباب، جواد (۱۳۸۹)، «اصلاح سازوکار نظام صنفی عرضه و تقاضای کالاها و خدمات در پرتو آموزه های اسلام»، **مجله مطالعات اقتصاد اسلامی**، شماره ۵، صص ۶۹-۸۸.
- قاضی، ابوالفضل (۱۳۷۵)، **حقوق اساسی و نهاد های سیاسی**، جلد اول، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- قلی پور، غلامرضا (۱۳۹۶)، **سازمان تعزیرات حکومتی**، **دانشنامه علوم جنایی اقتصادی**، چاپ نخست، تهران: انتشارات میزان.
- کاکاوند، فاطمه (۱۳۸۸)، «اثرات جسمی و روانی کامپیوتر و اینترنت بر کودکان و نوجوانان» **مجله گزارش**، شماره ۲۱۵، صص ۱۲-۱۳.
- موسوی، سید کاوه، مفیدی، ایرج (۱۳۹۶)، **عدم درج قیمت**، **دانشنامه علوم جنایی اقتصادی**، چاپ نخست، تهران: انتشارات میزان.
- موسوی، سید کاوه، مفیدی، ایرج (۱۳۹۶)، **عرضه ی خارج از شبکه**، **دانشنامه علوم جنایی اقتصادی**، چاپ نخست، تهران: انتشارات میزان.
- میدری، احمد (۱۳۸۳)، «اصناف و دولت»، **مجله گفتگو**، شماره ۴۱، صص ۷۹-۱۰۸.
- هداوند، مهدی، سهرابی، مجید (۱۳۹۰)، **نظام حقوقی رسیدگی به تخلفات صنفی سازمان تعزیرات حکومتی**، چاپ نخست، تهران: انتشارات جنگل، جاودانه.