واکاوی مشکلات حقوقی دست دوم فروشی‌های مجازی

خطر ریزش دیوار

مهسا شمس‌کلائی
روزنامه‌نگار

تا پیش از راه‌اندازی وب‌سایت‌هایی نظیر همشهری‌جمعه، دیوار و شیپور، افراد یا تمایلی به خرید کالای دست دوم نداشتند یا اگر قرار بود کالای دست دوم بخرند، ترجیح می‌دادند ابتدا آن کالا را ببینند و بعد هزینه‌ای را پرداخت کنند. اما این روزها شرایط فرق کرده و هر روزه حجم بالایی از معاملات بدون واسطه از طریق دو پلتفرم انجام می‌گیرد و بعضا برای کالای دست دومی که آن را هم ندیده‌اند، مبالغی را به‌عنوان پیش‌پرداخت می‌پردازند.

«شیپور» و «دیوار» و همچنین نمونه‌های دیگری از این سایت‌ها که اجناس دست دوم در آنها به فروش می‌رسد، سهولت عرضه کالا و به دنبال آن خرید را آسان کرده‌اند اما این سایت‌ها زمینه انجام برخی معاملات غیرقانونی و کلاهبرداری را بسیار آسان‌تر از بازار واقعی فراهم کرده‌اند. با نگاهی به محیط کاربری این سایت‌ها به راحتی درمی‌یابید که برای ثبت یک آگهی به تنها استعلامی که از سوی سایت نیازمندید، فقط یک شماره تلفن است و هیچ استعلام دیگری از شما در هیچ مرحله خرید یا فروش خواسته نمی‌شود.

در قسمتی که شیپور یا دیوار به شما آگاهی و شرایط احتیاطی فعالیت در سایت را اعلام می‌کند هم نوشته شده که سایت هیچ مسئولیتی در قبال کلاهبرداری یا سوءاستفاده از کاربران به عهده نمی‌گیرد.

به‌عنوان مثال «شیپور» در قسمت راهنمایی و پشتیبانی سایت خود اعلام کرده است: «شیپور در قبال محتوا، فعالیت‌ها یا عدم فعالیت‌ها و آگهی‌هایی که کاربران در سایت قرار داده‌اند، هیچ مسئولیتی نمی‌پذیرد. شما سایت ما را به‌عنوان فضایی که به هر کسی این امکان را می‌دهد تا درباره هر چیزی، در هر زمانی و از هر جایی تبلیغ کند، خواهید شناخت. ما در معاملات واقعی میان خریداران و فروشندگان شرکت نمی‌کنیم. ما هیچ کنترلی روی کالای تبلیغ شده از هیچ نظر، اعم از کیفیت و استاندارد و رعایت قوانین گمرکی و... و نیز درستی یا قانونی بودن موارد یا خدماتی که در آگهی به آنها اشاره شده و واقعیت یا صحت مضامین یا آگهی‌های کاربران نداشته و مسئولیت بررسی و تحقیق راجع به آنها با خود کاربران است. این سایت صرفا محلی برای درج آگهی‌ها است.»

یا اینکه در بخش دیگر سایت خود اعلام کرده است: «با ارسال یک آگهی در سایت شیپور، مسئولیت حقوقی کامل مضمون آن و بررسی صحت و مطابقت آن با قوانین یا اخلاق حسنه و عرف اسلامی به عهده شما خواهد بود.»

و نه «شیپور» بلکه هیچکدام از سایت‌هایی که بساطی برای کسب‌وکارهای اینترنتی شده‌اند هیچ خدمات پشتیبانی و حمایتی برای کاربران خود ارائه نداده‌اند.

بیشترین کلاهبرداری در «شیپور» و «دیوار»

براساس اعلام سرهنگ محمدرضا اکبری معاون مبارزه با جعل و کلاهبرداری پلیس آگاهی، بیشترین آمار کلاهبرداری اینترنتی در ایران در دو سایت خرید و فروش آنلاین دیوار و شیپور رخ می‌دهد.

وی با اشاره به اینکه ۱۲ درصد از جرائم کل کشور مربوط به جعل و کلاهبرداری است، می‌گوید: «در مثلثی قرار گرفته‌ایم که یک ضلع آن کلاهبردار، یک ضلع مالباخته و ضلع دیگر کالای مورد کلاهبرداری است.»

به گفته معاون مبارزه با جعل و کلاهبرداری پلیس آگاهی، با رشد فضای مجازی در ایران برخی شرکت‌ها اقدام به فروش خدمات و کالا در اینترنت کرده‌اند. وی معتقد است اگرچه این کار باعث سهولت شهروندان می‌شود، خلأهایی از سوی فروشنده و خریدار وجود دارد که باعث می‌شود فروشنده مالش و خریدار پولش را از دست بدهد.

سرهنگ اکبری با تاکید بر اینکه شیپور و دیوار کلاهبردار نیستند، گفت: «می‌دانیم که این دو سایت کلاهبردار نیستند؛ ولی افراد سودجو و شیاد از فضای آنها برای رسیدن به مقاصد شوم خود استفاده می‌کنند.»

به گفته وی در برخی موارد نیز دیده شده است که از مشتری بیعانه دریافت شده اما پس از دریافت مبلغ، فروشنده تلفن خود را خاموش کرده است.

نمونه‌ای از چند کلاهبرداری

سارقان همیشه برای فروش اموال سرقتی دردسر داشتند یا اینکه مجبور بودند این اموال را با قیمتی بسیار پایین‌تر از قیمت دست دوم آن کالا به فروش برسانند. با روی کار آمدن سایت‌های خرید و فروش اجناس دست دوم و نبود هیچ نظارتی بر رفتار کاربران، این سایت‌ها می‌توانند محل مناسبی برای خرید و فروش اموال سرقتی باشد. چندی پیش پلیس آگاهی از شناسایی سارقی خبر داد که قصد داشت اجناس سرقتی را در یکی از این سایت‌ها به فروش برساند؛ سوال اصلی اینجاست که این سارق با سوتی‌هایی که داده است بر حسب اتفاق شناسایی شده، اما برای شناسایی و دستگیری سارقان دیگری که از این سایت‌ها برای فروش اموال سرقتی استفاده می‌کنند، چه راهکاری وجود دارد؟ از جمله کلاهبرداری‌هایی که در این سایت‌ها می‌شود می‌توان به تقاضای پیش‌پرداخت از سوی فروشنده اشاره کرد. این خرده کلاهبرداران با درخواست کردن مبلغی به بهانه نگهداشتن کالا به محض اینکه مبلغ را دریافت می‌کنند تلفن خود را خاموش می‌کنند و دیگر پاسخگو نیستند، اینجا مشتری می‌ماند و مبلغی که از دست داده است و سایتی که می‌گوید هیچ مسئولیتی در برابر این رفتارها ندارم و خودتان باید مراقبت می‌کردید.

شیپور: خودتان مراقب باشید

شیپور برای روشن شدن موضوع و رفع هرگونه ابهام و شبهه، جوابیه‌ای در مورد صحبت‌های معاون مبارزه با جعل و کلاهبرداری پلیس آگاهی منتشر کرده است. در این جوابیه، شیپور با اشاره به وجود کلاهبرداری و سوءاستفاده در هر صنف و فعالیتی، وجود کلاهبرداری در حوزه سایت‌های نیازمندی آنلاین را به تمام حوزه‌های کسب‌وکار تعمیم داده و از کاربران خود خواسته است قبل از انجام هر معامله‌ای، صفحه قوانین و مقررات این سایت را مطالعه کنند و همچنین از طریق سایر کانال‌های ارتباطی، اطلاعیه‌های این سایت را دنبال کنند تا در دام کلاهبرداران گرفتار نشوند و کاربران نیز باید آگهی‌های مشکوک در این سایت را به مسئولان شیپور گزارش کنند. امکان بررسی واقعی بودن شماره تماس آگهی‌دهنده با ارسال کد تایید، رصد شبانه‌روزی آگهی‌ها توسط تیم کنترل کیفیت در فرآیندی چندمرحله‌ای، پشتیبانی شبانه‌روزی از کاربران و رسیدگی به درخواست‌های کاربران، از دیگر اقدامات شیپور برای مبارزه با تخلفات هستند.

البته شیپور در این جوابیه، خود را موظف به رعایت موارد مشخص‌شده از سوی مراجع ذی‌ربط دانسته و اعلام کرده است که مطابق این قوانین در برابر درج آگهی‌هایی مانند ماساژ، هم‌خانه، اجاره ساعتی ملک و... ممانعت می‌کند، اما بارها دیده شده است که افرادی سعی در درست کردن کوزه‌ای به شکل گنج داشته‌اند تا بتوانند سکه‌های بی‌ارزش را در قالب سکه‌های باستانی به فروش برسانند یا اینکه آگهی اجاره‌خانه‌های ساعتی با عبارات و علائم خاص در سایت درج می‌شود تا مخالف با اصول سایت نباشد، شیپور متعهد شده است تمامی قوانین را رعایت کند تا کاربران آسوده‌خاطر در این سایت معامله کنند. براساس اعلام روابط‌عمومی شیپور، تعداد گزارش‌های ماهانه مشکوک به کلاهبرداری در این سایت انگشت‌شمار است اما پلیس بارها اعلام کرده است تعداد افرادی که در این سایت‌ها ضرر و زیان دیده‌اند، خیلی بیشتر از سایر سایت‌های مشابه آن است و باید مقدماتی برای کاهش این جرائم در نظر گرفته شود!

امنیت کسب‌وکارهای مجازی تامین شود

مهدی صرامی، کارشناس فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در گفت‌وگو با «فرهیختگان» با اشاره به نحوه فعالیت سایت‌هایی که محیطی فراهم کردند تا در آنجا کالاهای دست دوم به فروش برسد، اظهار کرد: «سایت‌هایی که واسطه یک معامله می‌شوند طبیعتا باید در حد فعالیت متداول خودشان مسئولیت هم داشته باشند.» وی افزود: «این مسئولیت هم باید مبنای قانونی داشته باشد و این سایت‌ها بتوانند امنیت خرید و فروش به کاربران خود را تضمین کنند.» این استاد فضای مجازی با اشاره به راهکارهایی برای مقابله با کلاهبرداری در این سایت‌ها گفت: «باید قانونی باشد که اگر محتوای کالاهای نامناسب و فاقد کیفیت یا کالاهایی که برای جامعه مضر است در این سایت‌ها خرید و فروش می‌شود، بتوانیم با استناد به همان قانون با آن افراد برخورد کنیم و از افزایش این رفتار جلوگیری شود.» صرامی تصریح کرد: «معتقدم در این موارد نمی‌شود با سایت برخورد شود و دولت باید امنیت کسب‌وکار در فضای مجازی را تامین کند؛ دولت هم می‌تواند با ارائه دستور کار یا لایحه‌ای به مجلس شورای اسلامی یا شورای عالی فضای مجازی درخواست تدوین قانون برای این موارد را داشته باشد.» این استاد دانشگاه با توجه به برخورد مسئولان مربوطه در این امر گفت: «متاسفانه سلب مسئولیت در این سایت‌ها در رفتار مدیران این اپلیکیشن‌ها یا سایت‌ها و دیگر مسئولان مربوطه دیده می‌شود و تنها نهادی که می‌تواند نظم و نسقی به این فعالیت‌ها دهد همان دولت است.»

مردم مراقب باشند یا مسئولان آگاه؟

مردم با اعتمادی که هیچ پشتوانه‌ای ندارد با یکدیگر در این سایت‌ها ارتباط می‌گیرند و کالاهای موردنظر خود را یا به فروش می‌رسانند یا خریداری می‌کنند؛ خطری که از همان ابتدا وجود داشت، لحظه‌ای به اوج خود می‌رسد که شیادان و کلاهبرداران وارد این محیط‌ها می‌شوند و از اعتماد مردم سوءاستفاده می‌کنند. مالباختگان برای پیگیری مشکل خود با مراکز پشتیبانی این سایت‌ها تماس می‌گیرند اما آنها می‌گویند به ما ارتباطی ندارد و باید به پلیس شکایت کنید. به پلیس مراجعه می‌کنند و پلیس می‌گوید ابتدا باید به پلیس فتا شکایت کنید و بعد روال قانونی آن طی شود. خلأهایی که قانون دارد، کوتاهی‌ای که مسئولان انجام داده‌اند، دیده‌هایی که نادیده گرفته شده است، زود اعتماد کردن از سوی مردم و... عواملی هستند که خلأهای حمایتی دولتی این سایت‌ها را آشکار می‌سازند. آیا تنها کسب‌وکار در فضای مجازی مورد اهمیت است و نباید به امنیت این کسب‌وکارها هم به همان اندازه بلکه بیشتر اهمیت داده شود؟

لزوم بازنگری برخی قوانین الکترونیکی

محمد رادپور
وکیل پایه یک دادگستری
و مدرس دانشگاه

تکنولوژی با سرعت زیادی در حال رشد است و آنکه امروز HIGHTECH است، خیلی زود جایگاهش به LOW TECH تنزل می‌یابد؛ دنیای عجیبی است!

تصویب قوانین با سرعت تکنولوژی پیش نمی‌رود، فرآیند آن زمان‌بر است و بعد از تصویب، اختراعات جدیدی به چشم می‌خورد که در زمان بررسی قانون، حتی شاید قابل تصور هم نبوده باشد!

قانون تجارت الکترونیکی که با الگو قرار دادن قانون نمونه آنسیترال (کمیسیون حقوق تجارت بین‌الملل سازمان ملل متحد) در سال ۱۳۸۲ اجرایی شده، در حد خود توانسته قدم‌های مفیدی در مبحث قراردادهای الکترونیکی و موارد مرتبط بردارد، اما این قانون با وجود ایده‌ها و طرح‌های جدید، نمی‌تواند قواعد خود را در تمام ابعاد فضای مجازی بسط دهد.

ماده ۲ قانون تجارت الکترونیکی به تعریف مصرف‌کننده و تامین‌کننده پرداخته و هر شخصی که به‌منظوری جز تجارت یا شغل حرفه‌ای اقدام می‌کند را مصرف‌کننده و شخصی که بنا به اهلیت تجاری، صنفی یا حرفه‌ای فعالیت می‌کند را تامین‌کننده دانسته است. با مداقه در مواد این قانون، به غیر از مواردی که به‌عنوان کلیات قابل نگرش است، هدف نظم‌دهی روابط بین تامین‌کننده و مصرف‌کننده است و چنانچه به صورت عرفی بیان داریم، مصرف‌کنندگان اشخاصی هستند که از خرید و تحصیل کالا و خدمات به دنبال تجارت و سود تجاری نیستند، بلکه جهت رفع نیازهای خود در بستر مبادلات الکترونیکی اقدام می‌کنند. بر همین اساس تامین‌کنندگان به دنبال منافع اقتصادی با فروش کالا و ارائه خدمات خود هستند.

در این فعالیت اقتصادی، قانونگذار به طرق مختلف از مصرف‌کنندگان حمایت کرده و به‌طور مثال تامین‌کنندگان را ملزم داشته تا اطلاعات خود و اطلاعات مربوط به کالا و خدمات را قبل از قرارداد در اختیار مصرف‌کننده قرار دهند. شروط غیرمنصفانه که به ضرر مصرف‌کننده باشد را لحاظ نکنند، در معاملات خود با مصرف‌کننده با حسن نیت رفتار کنند و برای مصرف‌کننده حداقل هفت روز کاری وقت برای انصراف (حق انصراف) از معامله در نظر بگیرند که باید بدون تحمل جریمه یا ارائه دلیل بوده و تنها هزینه تحمیلی بر مصرف‌کننده هزینه بازپس فرستادن کالا باشد، در صورتی که تامین‌کننده، کالا یا خدمات دیگری غیر از موضوع معامله یا تعهد را برای مخاطب ارسال کند، کالا یا خدمات ارجاع داده می‌شود و هزینه ارجاع به عهده تامین‌کننده است. کالا یا خدمات ارسالی چنانچه به‌عنوان یک معامله یا تعهد دیگر از سوی تامین‌کننده مورد ایجاب قرار گیرد، مخاطب می‌تواند آن را قبول کند و نیز سازمان‌های قانونی و مدنی حمایتی از حقوق مصرف‌کنندگان را پیش‌بینی کرده و حتی این سازمان‌ها می‌توانند به‌عنوان شاکی اقامه دعوی کنند.

علاوه‌بر این مقنن در راستای حمایت‌های خود از مصرف‌کننده، قواعدی را نیز برای تبلیغ در نظر گرفته به این نحو که تامین‌کننده نباید طوری تبلیغ کند که سبب مشتبه شدن یا فریب مصرف‌کننده از حیث کمیت و کیفیت شود، تبلیغات نباید سلامتی افراد را به خطر اندازند، تبلیغات باید به نحوی باشد که مصرف‌کننده به‌طور دقیق، صحیح و روشن اطلاعات مربوط به کالا و خدمات را درک کند، تامین‌کنندگان باید تمهیداتی را برای مصرف‌کنندگان در نظر بگیرند تا آنان راجع به دریافت تبلیغات به نشانی پستی یا پست الکترونیکی خود تصمیم بگیرند و در تبلیغات و بازاریابی باید هویت شخص یا بنگاهی که تبلیغات به نفع اوست روشن و صریح باشد.

سایت‌ها و اپلیکیشن‌هایی که محصول یا خدماتی به عامه مردم ارائه می‌دهند، در زیرمجموعه موارد فوق قرار می‌گیرند، اما برخی سایت‌ها هستند که صرفا واسطه بین اشخاص بوده و خود به تنهایی کالا یا خدماتی عرضه نمی‌دهند. بدین شکل که به‌طور مثال شخصی اطلاعات ماشین یا خانه خود را در این پایگاه‌ها قرار داده و دیگری با ملاحظه مشخصات، با ابرازکننده، تماس گرفته و خارج از دنیای مجازی، با یکدیگر قراردادی منعقد می‌کنند. این پایگاه‌های الکترونیکی، غالبا در سایت خود، اشاره به عدم مسئولیت خود می‌کنند و حتی اشخاص را به دقت در انتخاب خود ارشاد می‌کنند.

در این خصوص و در صورت تحقق جرم یا تخلف قراردادی، به سختی بتوان مدیران سایت‌های واسط را مسئول دانست، چراکه تکالیف قانونی که مقنن برای تامین‌کنندگان در نظر گرفته، در این مبحث ساری نبوده و اکثر مردم با اعتماد به چنین سایت‌هایی مبادرت به انعقاد قرارداد می‌کنند که شایسته است قانونگذار با مصوبات خود به‌منظور جلوگیری از سوءاستفاده‌های افراد سودجو و با محوریت فرض مسئولیت سایت‌های واسط و مکلف کردن آنها به درج اطلاعات صحیح در سایت و در قالب مشخص، چتر حمایتی خود را گسترده‌تر کرده تا به دور از فریب معاملات امن چه در بستر و چه خارج از بستر مبادلات الکترونیکی صورت پذیرد.

جدول کلمات متقاطع

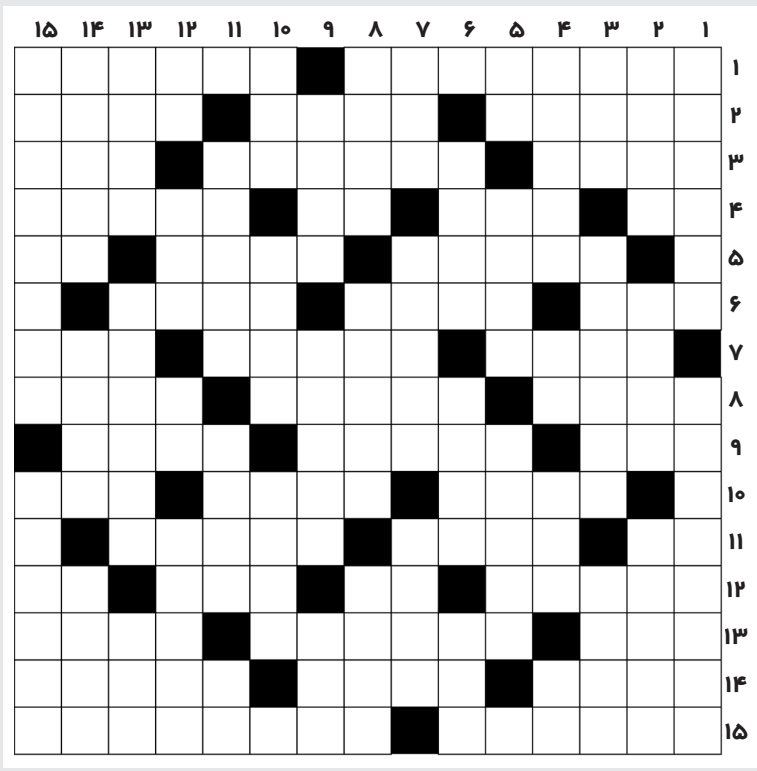
۲۲۱۷

افقی

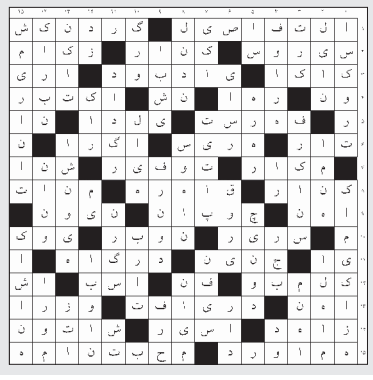
۱– بیلان– گرفتن تمام حق ۲– دانه سحرآمیز– دلهره– پوشاک سر ۳– از اسمای حسنی– دستگاه اندازه‌گیری مقدار برق– برداشت محصول ۴– نقش هنرپیشه– پایتخت سوئیس– همراه مرد– دیپلماتیک ۵– قلمه– پوست دباغی نشده– عدد نخست ۶– از کوه‌های مهم کشور– زندانیان– از یاد بردن ۷– دلتنگی و افسردگی– کمربند زمین!– قمر ۸– پیدا و آشکار– سرخرگ– زبان مردم کشور گرجستان ۹– جای مطمئن– نور ماه– گرفتار و دربند ۱۰– ساقه برنج– شرح و تفسیر– علف خشک ۱۱– حرف صریح– زود و سریع– صحرای اتمی آمریکا ۱۲– شهر گدایان– دویار هم‌قد– رشد کردن– جوی خون ۱۳– حکم و دستور– بمب پرتابی– پایتخت پرو ۱۴– از بین رفتن– لباس شنا– وزیر فرعون ۱۵– مراسم تذکره– کار سرسری

عمودی

۱– از رودهای دریاچه ارومیه– تمویه ۲– واحد پول روسیه– سخن‌چین– نخ بافتنی ۳– رنگ آسمان– بند و کمان– مقصود و منظور ۴– آش زیره– صد مترمربع– پیشنهاد– عضو صورت ۵– رمق آخر– مردان سیاسی– ناخدا ۶– سیاره زهره– نامور و زبانزد– شگون ۷– روغن زیتون– بدی کردن– جرات ۸– واحد امواج– طاحونه– همدم و یار ۹– امانتداران– سرباز گماشته– ستم ۱۰– از افعال ربطی– وسیله آبکوبی!– ریسمان آویزان کننده میوه به سقف ۱۱– هادی الکتریسیته– ویتنام قدیم– نیز ۱۲– تنها و منفرد– خشک شدن– مزه خرمالو– چرخ چاه ۱۳– شب طولانی سال– شیطان بزرگ– کشور خوشبخت ۱۴– از جزایر خلیج‌فارس و زبان خودمان– کار مجری– خاکستر ۱۵– از اثرهای معروف گلابدره‌ای– عمومی



۲۲۱۶



آگهی مناقصه شماره ۱۱–۹۶

مناقصه‌گذار: صنایع جنگ‌افزارسازی شهید حسین همدانی
موضوع: خرید ابزارآلات مطابق با مشخصات فنی موجود در اسناد مناقصه
تعداد: ۶۱ قلم
هزینه خرید اسناد مناقصه: ۵۰۰,۰۰۰ ریال واریز به حساب شبا شماره
IR۶۲ ۰۱۵۱ ۰۰۰۰ ۰۲۹۲ ۰۰۰۰ ۲۷۳۰ ۱۰ نزد بانک سپه به نام صنایع جنگ‌افزارسازی شهید حسین همدانی
(اسناد مناقصه در قبال رسید واریز وجه و معرفی‌نامه تحویل می گردد)
محل تحویل اسناد مناقصه: کیلومتر ۲۰ جاده امام‌رضا، میدان پارچین، بلوار شهدای پارچین، خیابان چنگی صنایع جنگ‌افزارسازی شهید حسین همدانی مدیریت واردات و صادرات
مهلت تحویل اسناد مناقصه: طی یک هفته از انتشار آگهی نوبت دوم
اوقات تحویل اسناد مناقصه: شنبه الی چهارشنبه از ساعت ۸:۳۰ الی ۱۵:۳۰
تضمین شرکت در مناقصه: معادل ۵٪ قیمت پیشنهادی به صورت ضمانتنامه بانکی، چک تضمین شده بانکی یا واریز نقدی به حساب شبا شماره IR۶۲ ۰۱۵۱ ۰۰۰۰ ۰۲۹۲ ۰۰۰۰ ۲۷۳۰ ۱۰ نزد بانک سپه به نام صنایع جنگ‌افزارسازی شهید حسین همدانی
محل دریافت پیشنهادها: کیلومتر ۲۰ جاده امام‌رضا، میدان پارچین، بلوار شهدای پارچین، خیابان چنگی صنایع جنگ‌افزارسازی شهید حسین همدانی مدیریت بازرسی
آخرین تاریخ دریافت پیشنهادها: ۱۳۹۶/۱۲/۰۷
بازگشایی پاکت‌ها: ۱۳۹۶/۱۲/۰۸
هزینه آگهی به عهده برنده/ برندگان مناقصه می‌باشد. داشتن گواهینامه سمتا یا تعهد به ارائه آن طی دو ماه از تاریخ ابلاغ برنده شدن در مناقصه الزامی است. مناقصه‌گذار در رد یا قبول تمام یا هر یک از پیشنهادها مختار می‌باشد. جهت کسب اطلاعات بیشتر با تلفن‌های ۳۵۰۹۸۱۷۷ تماس حاصل فرمایید.
م الف: ۳۹۴۰