



شیوه نامه اجرایی پیشگیری و مقابله با قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی

معاونت پیشگیری

دفتر پیشگیری از قاچاق کالا و ارز

۱۳۹۷ آخرین

مقابله با قاچاق کالا و ارز به عنوان یک ناهنجاری اقتصادی سیال و متغیر، مستلزم رصد و پایش مستمر برنامه‌های اجرایی و سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی متناسب با آخرین وضعیت گردش کالا و ارز است. بر اساس رصد و آسیب‌شناسی اجرای برنامه‌های ابلاغی پیشگیری و مبارزه با قاچاق کالا و ارز در مجموعه ستاد و دستگاه‌های عضو، مشخصاً تشدید مبارزه با قاچاق کالا و ارز و افزایش ریسک فعل قاچاق در فضای حقیقی، به محدودیت فعالیت عاملین قاچاق در این فضا منجر نشده و سودجویان اقدام به انتقال کالاهای قاچاق به انبارها و توزیع آن از طریق فضای مجازی می‌نمایند. به طوری که در گذشته تهیه و توزیع کالای قاچاق از طریق فضای مجازی به‌ندرت اتفاق می‌افتاد لیکن در حال حاضر با توسعه فضای مجازی، تبلیغ و توزیع کالاهای ممنوعه و قاچاق با سهولت بیشتری انجام می‌شود.

علل و عوامل متعددی همچون سهولت و سرعت بالا در مبادله پول و کالا، امکان عرضه مستقیم محصولات، توسعه یافتگی و گرایش جوامع به شیوه‌های نوین تأمین کالا و همچنین نابسامانی‌های موجود در فضای مجازی و عدم تفکیک و تبیین وظایف دستگاه‌ها در نظم‌بخشی به تجارت کالا در این فضا، به افزایش فعالیت‌های غیرمجاز و قاچاق در فضای مجازی منجر شده است. بر اساس آسیب‌شناسی انجام‌شده و به استناد قوانین و مقررات موجود، ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز، بر حسب جایگاه و وظایف قانونی خود، ضمن انجام صدها نفرساعت کار کارشناسی، اقدام به تدوین شیوه نامه اجرایی پیشگیری و مقابله با قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی نموده که پس از تصویب در **جلسه اعضاء اصلی** به منظور اجرا به تمامی دستگاه‌های متولی ابلاغ خواهد شد. انتظار می‌رود با اجرای این شیوه‌نامه، عرضه و فروش کالای قاچاق در فضای مجازی تا حد قابل قبولی کنترل و کاهش یابد.

بخش اول - تعاریف:

ستاد: در این شیوه نامه «ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز» به اختصار «ستاد» ذکر شده است.

شورای عالی فضای مجازی: این شورا اشراف کامل و به‌روز نسبت به فضای مجازی در سطح داخلی و جهانی داشته و تصمیم‌گیری نسبت به نحوه مواجهه فعال و خردمندانه کشور با این موضوع از حیث سخت افزاری، نرم افزاری و محتوایی در چارچوب مصوبات شورای عالی انجام می‌شود که به‌منظور نظارت بر اجرای دقیق تصمیمات در همه سطوح تشکیل شده است که به اختصار در این شیوه نامه «شورا» نامیده می‌شود.

قاچاق کالا و ارز: هر فعل یا ترک فعلی است که به موجب نقض تشریفات قانونی مربوط به ورود و خروج کالا و ارز گردد و بر اساس این قانون و یا سایر قوانین، قاچاق محسوب و برای آن مجازات تعیین شده باشد، در مبادی ورودی یا هر نقطه از کشور حتی محل عرضه آن در بازار داخلی کشف شود

نماد اعتماد الکترونیک: مشخصه‌ای به منظور اعتمادسازی کاربران در هنگام مراجعه به سایت‌ها و فروشگاه‌های اینترنتی است؛

مرکز توسعه تجارت الکترونیکی وظیفه اعطای نماد اعتماد الکترونیکی را بر عهده دارد و در حال حاضر بیش از ۳۲ هزار نماد الکترونیکی برای کسب و کارهای اینترنتی صادر شده است.

فروشگاه مجازی: طبق مصوبه هیات مقررات زدایی در خصوص کسب و کارهای مجازی دامنه شمول صنفی و غیر صنفی دارد و هر

واحد صنفی مجاز فعال در فضای مجازی (شخص حقیقی و یا حقوقی) برای ارائه‌ی محصول (کالا و یا خدمات) به‌طور مستقیم و یا غیرمستقیم و به صورت کلی یا جزئی به عمده‌فروشان، خرده‌فروشان و مصرف‌کنندگان از طریق وب سایت اینترنتی، شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی، نرم افزارها و ... دایر شده و دارای مجوزهای لازم از مراجع ذیصلاح باشد.

خریدار: هر شخصی که در ازای پرداخت وجه با هدف غیرتجاری و صرفاً برای مصرف خود، مبادرت به دریافت محصول نماید.

سامانه اصناف: سامانه الکترونیکی صدور پروانه کسب اصناف (iranianasnaf.ir)

اتحادیه کشوری:

دستگاه یا اعضاء متولی:

بخش دوم – علل و عوامل اصلی شکل‌گیری قاچاق در فضای مجازی:

(۱) سهولت و سرعت بالا در مبادله

(۲) امکان خرید در هر زمان و هر مکان

(۳) ریسک پایین عرضه غیرقانونی کالا در فضای مجازی نسبت به فضای حقیقی

(۴) سهولت تبلیغ و فروش قاچاق کالاهای ممنوعه

(۵) امکان مبادله کالاهای مجاز مشروط بدون طی فرایند قانونی

(۶) بعضاً قیمت‌های پایین‌تر نسبت به بازار

(۷) جلب اعتماد خریدار در شبکه‌های اجتماعی

(۸) درجه شفافیت پایین و پیچیدگی فرایند رصد مسیر عرضه کالاهای قاچاق در فضای مجازی

(۹) اطلاع‌رسانی ضعیف و عدم شفافیت در اعلام جرایم و مجازات خریداران و فروشندگان کالای قاچاق در فضای مجازی (در افکار

عمومی تنها عرضه‌کننده کالای قاچاق مجرم شناخته می‌شود در حالیکه خریدار اینگونه کالاها نیز تکمیل‌کننده فرایند قاچاق بوده و

عملاً مرتکب جرم شده‌اند)

بخش سوم – چالش‌ها و آسیب‌ها:

شواهد و قراین موجود در این حوزه از مبارزه با قاچاق کالا و ارز نشان‌دهنده عدم توجه دستگاه‌های متولی به این نوع از مبارزه است که به رشد و گسترش چالش‌ها و آسیب‌هایی جبران‌ناپذیر به شرح ذیل، منجر شده است که نیاز است با برنامه ریزی دقیق و منسجم این چالش‌ها مرتفع و زیرساخت‌های مقابله‌ای جدیدی تدوین گردد.

- ۱) عدم نظارت کافی بر تبلیغ، عرضه و فروش کالای قاچاق (به ویژه کالاهای ممنوعه) توسط دستگاه‌های متولی
- ۲) عدم نظارت کافی در اعطاء نماد اعتماد الکترونیک برای درگاه‌های متقاضی
- ۳) عدم هماهنگی و همکاری لازم دستگاه‌های متولی
- ۴) سازمان یافتگی جرم عرضه کالای قاچاق در فضای مجازی و ...
- ۵) امکان پرداخت آسان از طریق درگاه‌های واسط بانکی و عدم شفافیت در مبادلات مالی
- ۶) نقل و انتقال کالاهای قاچاق توسط پست، شرکت‌های کالارسان و ... بدون نظارت کافی
- ۷) پوشش بیمه‌ای توسط برخی بیمه‌گذاران برای کالاهای قاچاق
- ۸) تبلیغات اغواکننده و پوشش رسانه‌های خارجی (بیشتر از طریق ماهواره)
- ۹) عدم اطلاع‌رسانی کافی به جامعه در مورد آسیب‌های فضای مجازی پیرامون خرید کالای قاچاق
- ۱۰) عدم وجود ساختار مناسب در دستگاه‌های متولی به تناسب شرایط موجود و پیش‌رو
- ۱۱) تغییر سریع شگردهای قاچاق در فضای مجازی

بخش چهارم – قوانین و اسناد بالادستی :

- ۱) فرامین مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) و سیاست‌های کلی نظام
- ۲) احکام دائمی کشور
- ۳) برنامه پنج‌ساله ششم توسعه
- ۴) قانون جرائم رایانه‌ای
- ۵) قانون تجارت الکترونیک
- ۶) قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز
- ۷) قانون تعزیرات حکومتی

۸) قانون نظام صنفی

۹) قانون پست

۱۰) قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

۱۱) مصوبات هیأت عالی نظارت بر فضای مجازی

۱۲) آیین‌نامه اجرایی تبصره ماده ۸۷ قانون نظام صنفی مصوب ۱۳۹۴

۱۳) آیین‌نامه اجرایی صدور و تمدید پروانه کسب و نحوه نظارت بر افراد صنفی در فضای مجازی

۱۴) دستورالعمل اعطای نماد اعتماد الکترونیک و نظارت بر فعالیت کسب و کارهای اینترنتی

۱۵) قانون رفع موانع تولید (مواد هیأت مقررات زدایی و صدور مجوزها)

بخش پنجم - سیاست‌ها و رویکردهای مبارزه با قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی :

۱) افزایش هم‌افزایی و هماهنگی دستگاه‌های مرتبط در مبارزه هوشمندانه

۲) شفاف‌سازی گردش کالا در فضای مجازی

۳) کنترل تراکنش‌های بانکی و شفاف‌سازی مبادلات مالی این حوزه

۴) شناخت و برخورد با سرشبهه‌ها و عاملین اصلی با هدف افزایش ریسک قاچاق

۵) نظارت بر زنجیره توزیع (رصد مرسولات پستی، پیک و ...)

۶) بهره‌گیری از ظرفیت اصناف، انجمن‌ها و تشکل‌ها در راستای مبارزه با قاچاق در فضای مجازی

۷) آشنایی و فرهنگ‌سازی مصرف‌کنندگان برای شناسایی، تشخیص، چگونگی گزارش دهی و عدم خرید کالای قاچاق

۸) تقویت و ترغیب واحدهای صنفی قانونی فعال در فضای مجازی برای ممنوعیت خرید از واحدهای غیر مجاز

۹) نظارت بر فعالیت وب سایت های دارای نماد اعتماد از طریق پنل نظارتی سامانه اینماد توسط دستگاه های نظارتی و تخصصی

برنامه ها و محورهای اقدام

عنوان برنامه کلان	ریزبرنامه ها	مجری	دستگاه همکار	بازه زمانی اجرا	شاخص ارزیابی
اشراف اطلاعاتی	شناسایی و رصد سرشبکه‌های فروش کالا قاچاق در فضای مجازی	پلیس فتا	مرکز توسعه تجارت الکترونیک	مستمر	افزایش کشفیات
	کنترل، نظارت و بازرسی مستمر کسب و کار اینترنتی	اتاق اصناف(اتحادیه صنفی)	مرکز توسعه تجارت الکترونیک	مستمر	تعداد و اثر بخشی بازرسی ها
مسئولیت پذیری دستگاه ها، اتحادیه ها و اصناف	برگزاری کارگاه‌های آموزشی مرتبط با حوزه مبارزه با قاچاق در فضای مجازی برای صاحبان کسب و کارهای اینترنتی	مرکز توسعه تجارت الکترونیک	ستاد+اتحادیه صنفی	هر سه ماه	تعداد کارگاه
	پیگیری تهیه سند کسب و کار تجارت الکترونیک	مرکز اصناف و بازرگانان+ ستاد+اتاق اصناف ایران	تمامی دستگاه های متولی	مستمر	تعداد صدور فاکتور رسمی
	*تدوین فرایند صدور فاکتور رسمی در فروشگاه های اینترنتی با توجه به الزامات موجود برای ارائه فاکتور رسمی	مرکز اصناف و بازرگانان+ ستاد+ مرکز توسعه تجارت الکترونیکی			
	تهیه شیوه نامه چگونگی عرضه و فروش کالاهای خارجی در فضای مجازی	مرکز اصناف و بازرگانان	مرکز توسعه تجارت الکترونیک	۳ ماه	ابلاغ شیوه نامه
	پیگیری و رسیدگی به جرایم و تخلفات و برخورد با گردانندگان اصلی	مراجع قضایی- تعزیرات حکومتی	پلیس فتا	مستمر	تعداد پرونده ها

کاهش ارسال کالای قاچاق	۳ ماه	اتحادیه صنفی	پست+ وزارت کشور(شهرداریها) *مرکز توسعه تجارت الکترونیکی+تمامی دستگاه های نظارتی و تخصصی	ساماندهی ارسال مرسولات از طریق شرکت پست و حمل و نقل کالاها	
عدم عقد و عدم تمدید قرارداد	مستمر	مرکز توسعه تجارت الکترونیک	پست	عدم عقد و عدم تمدید قرارداد شرکت پست با فروشگاههای فاقد نماد اعتماد الکترونیک	
	هر سه ماه یکبار		تمامی دستگاه های متولی	ارائه گزارش فصلی در خصوص وظایف محوله و ارائه آن به ستاد	
تعداد جلسات	مستمر	دستگاه های متولی	ستاد	تشکیل کارگروه تخصصی مبارزه با قاچاق کالا در فضای مجازی	
اصلاح ساختار	۳ ماه	پلیس فتا	تعزیرات	تعیین شعب ویژه برای رسیدگی به تخلفات قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی	
اصلاح ساختار و افزایش تعداد بازرسان	۹ ماه	ستاد	تمامی اعضاء متولی	الزام دستگاه های متولی برای اجرای بند الف ماده ۱۰ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز	
تعداد فروشگاه	۳ ماه	اتحادیه صنفی	مرکز توسعه تجارت الکترونیک	الزام به ارائه رسیدهای الکترونیک یکپارچه از سوی صاحبان کسب و کارهای اینترنتی	
تعداد درگاه هایی که در اختیار فروشگاه های اینترنتی غیر مجاز است	۳ ماه		بانک مرکزی	ساماندهی درگاه های پرداخت اینترنتی	شفاف سازی مبادلات
تعداد فروشگاه	۳ ماه	اتحادیه صنفی	مرکز توسعه تجارت	تمامی فروشگاه های اینترنتی ملزم هستند تا از واحد های صنفی فیزیکی اقدام به	

			الکترونیک	تهیه کالا نمایند که دارای مجوز و دارای انبار ثبت شده باشند	
تعداد و اثربخشی بازرسی‌ها	مستمر	وزارت بهداشت، سازمان تعزیرات حکومتی، ناجا، پلیس فتا، سازمان ملی استاندارد	وزارت صنعت، معدن و تجارت	ایجاد گشت‌های ویژه (مركب از دستگاه‌های مرتبط) برای شناسایی و برخورد با فروشگاه‌های مجاز و غیرمجاز که کالاهای غیرمجاز خود را از طریق فضای مجازی عرضه می‌کنند.	شفاف سازی گردش کالا
ثبت کد رهگیری	مستمر	وزارت صنعت، معدن و تجارت	اتحادیه صنفی، اتاق اصناف ایران	الزام به نمایش کد رهگیری کالا (موضوع ماده ۱۳ ق.م.ب.ق) به خریدار پس از ثبت سفارش و درج آن در فاکتور فروش	
تعداد فروشگاه	۳ ماه	اتحادیه صنفی	مرکز توسعه تجارت الکترونیک	ساماندهی فروشگاه‌های عرضه کننده کالا دارای نماد اعتماد الکترونیک در فضای مجازی	
تعداد فروشگاه	۳ ماه	اتحادیه صنفی	مرکز توسعه تجارت الکترونیک *مرکز توسعه تجارت الکترونیکی+تمامی دستگاه‌های نظارتی و تخصصی	ساماندهی سایت‌های با فعالیت چندین صنف	تشدید اقدامات کنترلی
تعداد انبار	۴ ماه	اتحادیه صنفی	مرکز اصناف و بازرگانان	الزام ثبت انبارهای تامین کننده کالا فروشگاه‌های مجازی به سامانه جامع انبارها	
	۱ ماه		مرکز توسعه تجارت الکترونیک	ساماندهی فرآیند صدور نماد اعتماد الکترونیک همانند صدور جواز کسب در فضای حقیقی	
تعداد فروشگاه	۳ ماه		مرکز توسعه تجارت الکترونیک	ملزم نمودن صاحبان سایت‌ها برای دریافت مجوز از اتحادیه‌های صنفی مربوط *الزام به ارائه مجوزهای لازم با توجه به نوع فعالیت مجازی (به ویژه فعالان نوپا)	
تعداد فروشگاه	۲ ماه	اتحادیه صنفی	مرکز توسعه تجارت	ساماندهی رتبه بندی کسب و کار در فضای مجازی	

			الکترونیک		
تعداد فروشگاه	۱ ماه	مرکز توسعه تجارت الکترونیک+ اتحادیه صنفی	مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال	الزام فروشگاه های مجاز دارای نماد اعتماد الکترونیک به ثبت در سامانه سرآمد و ساماندهی در صورت فعالیت در شبکه های اجتماعی (تلگرام، اینستاگرام و ...)	
تعداد بیمه صادره	۳ ماه	مرکز توسعه تجارت الکترونیک	بیمه مرکزی	ساماندهی بیمه گذاران برای بیمه نمودن کالاهایی که منشاء اسناد آن قانونی و رسمی باشد	
تعداد تبلیغات غیرمجاز شناسایی شده	مستمر	ستاد، سازمان تعزیرات حکومتی، پلیس فتا، ناجا، وزارت بهداشت، سازمان ملی استاندارد	وزارت صنعت، معدن تجارت	رصد و گزارش تبلیغات غیرمجاز (فضای مجازی اعم از اینترنت، موبایل، ماهواره و ...)	
گردش مالی کسب و کار مجازی قانونی	مستمر	وزارت صنعت، معدن و تجارت و اتحادیه صنفی	مرکز توسعه تجارت الکترونیکی+وزارت صمت+سازمان امور مالیاتی+ وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی	اختصاص تسهیلات، مشوق ها و حمایت از فعالان قانونی در فضای مجازی (بویژه فعالان نوپا)	تسهیل کسب و کار مجازی
افزایش خرید کالای قانونی	مستمر	صدا و سیما	مرکز توسعه تجارت الکترونیک و اتحادیه صنفی	اطلاع رسانی و ترویج چگونگی خریدی مطمئن در بستر فضای مجازی	فرهنگسازی