



رای شماره ۳۰۹۹ مورخ ۱۳۹۸/۱۱/۰۸ هیأت عمومی دیوان عدالت اداری (موضوع شکایت و خواسته: ابطال بند ۷ ماده ۱، بند ۱ ماده ۱۰ و بند ۴ ماده ۹ آیین نامه اجرایی چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت بر فعالیت افراد صنفی در فضای مجازی و بازاریابی شبکه ای مصوب ۱۳۹۵/۱۲/۰۱ وزارت صنعت، معدن و تجارت)

شماره دادنامه: ۳۰۹۹

تاریخ دادنامه: ۱۳۹۸/۱۱/۸

شماره پرونده: ۹۷۰۲۵۱۶

مرجع رسیدگی: هیأت عمومی دیوان عدالت اداری

شاکی: شرکت تلفیق مینا و خاتم هوشمند با وکالت آقای میثم ظفری سهرابی

موضوع شکایت و خواسته: ابطال بند ۷ ماده ۱، بند ۱ ماده ۱۰ و بند ۴ ماده ۹ آیین نامه اجرایی چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت بر فعالیت افراد صنفی در فضای مجازی و بازاریابی شبکه ای مصوب ۱۳۹۵/۱۲/۰۱ وزارت صنعت، معدن و تجارت

گردش کار: شرکت تلفیق مینا و خاتم هوشمند با وکالت آقای میثم ظفری سهرابی به موجب دادخواست و لایحه تکمیلی ابطال بند ۷ ماده ۱، بند ۱ ماده ۱۰ و بند ۴ ماده ۹ آیین نامه اجرایی چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت بر فعالیت افراد صنفی در فضای مجازی و بازاریابی شبکه ای مصوب ۱۳۹۵/۱۲/۰۱ وزارت صنعت، معدن و تجارت را خواستار شده و در جهت تبیین خواسته اعلام کرده است که:

۱- مطابق بند ۷ ماده ۱ و بند ۱ ماده ۱۰ از آیین نامه مورد شکایت، محصولات مصرفی تعریف شده و مقرر گردیده محصولات مصرفی، کالا و خدمات مورد عرضه در بازاریابی شبکه ای هستند که در سبد مصرف قشر وسیعی از جامعه قرار دارد و چندین بار در سال توسط مصرف کنندگان تجدید خرید می شود و در بند ۱ ماده ۱۰ از آیین نامه یاد شده نیز مقرر شده: « فروش محصولات مصرفی مطابق فهرست ارایه شده و با رعایت ضوابط و قیمت فروش متعارف بازار، براین اساس مطابق ۲ بند یادشده، « صنایع دستی» از شمول آیین نامه مذکور خارج گردیده که این امر مبین خروج از حدود اختیارات مرجع واضع آیین نامه و مغایر با اصل ۱۳۸ قانون اساسی می باشد.

۲- بند ۴ ماده ۹ آیین نامه یاد شده نیز، از حیث تحدید پرداخت حق کمیسیون و پاداش با توجه به شرح وظایف بازاریابها تا ۳ سطح مبین خروج از حدود اختیارات مرجع واضع نامه می باشد. چرا که وزارت صمت [صنعت، معدن و تجارت] با محدود کردن سطوح که البته محدودیت سطوح برای محصولات مصرفی مهم

نیست- در خصوص فروش محصولی مثل صنایع دستی موجب عدم موفقیت در فروش و عدم رونق این بازار گردیده است.»

متن مقررهای مورد اعتراض به شرح زیر است: «ماده ۹- در طرح سود دهی باید موارد زیر رعایت شود: ۴- پرداخت حق کمیسیون و پاداش با توجه به شرح وظایف بازاریابها تا ۳ سطح محدود گردد. (سطوح پرداخت با تایید وزارت صنعت، معدن و تجارت قابل تعدیل است.)

ماده ۱۰- شرکت بازاریابی شبکه ای موظف است نسبت به رعایت ضوابط زیر اقدام نماید: ۱- فروش محصولات مصرفی مطابق فهرست ارایه شده و با رعایت ضوابط و قیمت فروش متعارف بازار.»

در پاسخ به شکایت مذکور، رئیس مرکز اصناف و بازرگانان ایران و دبیرخانه هیأت عالی نظارت (وزارت صنعت، معدن و تجارت) به موجب لایحه شماره ۱۳۹۷/۱۱/۲۹-۳۰۵۶۱۸/۶۰ توضیح داده است که:

«۱- مطابق تبصره ماده ۸۷ قانون نظام صنفی، چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت، به آیین نامه اجرایی موضوع این ماده موکول شده است و با توجه به اینکه صدور مجوز برای شرکت های بازاریابی شبکه ای به شرط ارایه محصولات مصرفی تند گردش امکان پذیر شده است و صنایع دستی از ویژگی های محصولات مصرفی تند گردش برخوردار نبوده و ارزش گذاری بر روی این دست کالاها نیز به جهت برخورداری از بعد هنری سلیقه ای خواهد بود، بنابراین ضمن آن که یکی از مستعدترین کالاها برای انجام فعالیت های هرمی غیر قانونی است، از شمول آیین نامه اجرایی چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت بر فعالیت افراد صنفی در فضای مجازی و بازاریابی شبکه ای مستثنی شده است.

۲- در خصوص بند ۱ ماده ۱۰ از آیین نامه یاد شده نیز باید خاطر نشان کرد که با توجه به تبصره ماده ۸۷ قانون نظام صنفی که نحوه نظارت را به آیین نامه ارجاع داده است در همین راستا شرکت های بازاریابی شبکه ای ملزم به فروش محصول مطابق فهرستی که ارایه می کنند هستند.

۳- در خصوص بند ۴ ماده ۹ از آیین نامه مورد شکایت نیز باید اظهار کرد با توجه به بند ۱ ماده واحده قانون الحاق یک بند و یک تبصره به ماده ۱ قانون مجازات اخلاگران در نظام اقتصادی کشور مبنی بر «تاسیس، قبول نمایندگی و عضوگیری در بنگاه، موسسه، شرکت یا گروه به منظور کسب درآمد ناشی از افزایش اعضا به نحوی که اعضای جدید جهت کسب منفعت افراد دیگری را جذب نموده و توسعه زنجیره یا شبکه انسانی تداوم یابد، قانونگذار به تداوم یافتن زنجیره انسانی اشاره کرده است.

با دقت در مشروح مذاکرات مجلس شورای اسلامی و تبادل عرفی از معنای عبارت مذکور، منظور «بدون انتها بودن زنجیره» است که در دسیسه های هرمی معمول است. لذا این روش منجر به اشباع بازار شده و همواره به ضرر بازاریابان سطح پایین است. این در حالی است که در فعالیت های بازاریابی شبکه ای به موجب بند ۴ ماده ۹ آیین نامه یاد شده، سطوح پرداخت کمیسیون محدود به سطوح خاصی است که از این حیث بدون انتها نخواهد بود و در صورت نامحدود بودن سطوح پرداخت کمیسیون و پاداش بازاریابان سبب کسب درآمد صرفاً از طریق تداوم و توسعه زنجیره انسانی که همان مصداق اکل مال به باطل بوده می گردد.»

در اجرای ماده ۸۴ قانون تشکیلات و آیین دادرسی دیوان عدالت اداری مصوب سال ۱۳۹۲ پرونده به هیأت تخصصی اداری و امور عمومی ارجاع می شود و هیأت مذکور به موجب دادنامه شماره ۱۳۹۸/۹/۳۰-۶۶۱ بند ۷ ماده ۱ آیین نامه اجرایی چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت بر فعالیت صنفی در فضای مجازی و بازاریابی شبکه ای مصوب ۱۳۹۵/۱/۱ وزارت صنعت، معدن و تجارت را قابل ابطال تشخیص نداد و رای به رد شکایت صادر

کرد. رای مذکور به علت عدم اعتراض از سوی رئیس دیوان عدالت اداری و یا ده نفر از قضات دیوان عدالت اداری قطعیت یافت. «رسیدگی به بندهای ۱ ماده ۱۰ و بند ۴ ماده ۹ از آیین نامه مذکور در دستور کار هیأت عمومی قرار گرفت.» هیأت عمومی دیوان عدالت اداری در تاریخ ۱۳۹۸/۱۱/۸ با حضور رئیس و معاونین دیوان عدالت اداری و روسا و مستشاران و دادرسان شعب دیوان تشکیل شد و پس از بحث و بررسی با اکثریت آراء به شرح زیر به صدور رای مبادرت کرده است.

رای هیأت عمومی

نظر به این که بند ۱ ماده ۱۰ آیین نامه مورد شکایت با موضوع فروش محصولات مصرفی مطابق فهرست ارایه شده و با رعایت ضوابط و قیمت فروش، در راستای تبصره ماده ۸۷ قانون نظام صنفی است، چرا که چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت بر این گونه فعالیت ها به آیین نامه اجرایی واگذار شده است، بنابراین مغایر قانون نیست و خارج از حدود اختیارات وضع نشده است و ابطال نشد. همچنین بند ۴ ماده ۹ آیین نامه که مشعر به محدودیت در سطوح پرداخت و سلسله بازاریابان است و به منظور جلوگیری از تداوم زنجیره انسانی به صورت نامحدود وضع گردیده منطبق با روح تبصره ماده یک قانون مجازات اخلاکگران نظام اقتصادی کشور مصوب سال ۱۳۶۹ و اصلاحات بعدی می باشد و در حدود اختیارات ناشی از تبصره ماده ۸۷ صدرالذکر تدوین شده است در نتیجه مغایر قانون و خارج از حدود اختیارات نیست و ابطال نشد.

محمدکاظم بهرامی-رئیس هیأت عمومی دیوان عدالت اداری