

تحلیل فعالیت شرکت‌های هرمی از منظر حقوق کیفری اختصاصی و مقایسه آن با بازاریابی شبکه‌ای*

- حسین میرمحمدصادقی^۱
- محمدباقر گرایلی^۲

چکیده

یکی از اهداف و نیازمندی‌های ضروری قرون متأخر در حوزه اقتصاد و تأمین رفاه، سرمایه مادی می‌باشد که انسان‌ها با تفکرات و سلايق مختلف برای کسب آن راه‌های متفاوتی را انتخاب می‌نمایند. عده‌ای به جای به کارگیری توانمندی مادی و معنوی خود در مسیر صحیح، برای سود بیشتر و سریع‌تر به فعالیت‌هایی مانند شرکت‌های هرمی متوسل می‌شوند که بر اساس وجدان جمعی دچار اشکالات عدیده و دارای آثار مخربی در حوزه اقتصادی و اجتماعی و فردی می‌باشند که سیاست کیفری متناسب با خود را می‌طلبد. مقنن در ماده واحده‌ای در سال ۸۴ این گونه فعالیت‌ها را زیرمجموعه اخلاق در نظام اقتصادی کشور دانسته است و عناصر مادی آن را تأسیس، قبول نمایندگی و عضوگیری برشمرده

* تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۶/۱ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۲/۱۸.

۱. استاد دانشگاه شهید بهشتی (drsadeghi128@yahoo.com).

۲. دانشجوی دکتری حقوق کیفری و جرم‌شناسی دانشگاه علوم اسلامی رضوی (نویسنده مسئول) (gerayeli1378@yahoo.com).

و عنصر معنوی آن را علم و عمد دانسته است. ماده واحده فوق در عین محاسن مختلف، دارای اشکالاتی از جمله عدم جامعیت می‌باشد. با توجه به تصویب قانون مجازات اسلامی جدید و ماده ۷۲۸ آن، نهادهای حقوقی از قبیل مجازات‌های جایگزین، نظام نیمه‌آزادی، تخفیف و... قابل طرح و اجرا می‌باشند.

واژگان کلیدی: بازار یابی شبکه‌ای، شرکت‌های هرمی، اخلال در نظام اقتصادی، عملکرد شرکت‌های هرمی، حقوق جزا.

مقدمه

بازاریابی، یکی از روش‌های فروش مستقیم کالا است که هدف آن، رساندن کالا به دست مشتری با قیمت رقابتی است و از عناصر متعددی مانند تصاعد، فروش و مشتری واقعی، رعایت سلیقه مشتری و اصول بازار سود می‌برد. این عناصر در کنار هم موجب رشد سریع شبکه بازاریابی و فروش سریع‌تر محصول می‌گردند. با توجه به این ویژگی‌های منحصر به فرد و تأثیرگذار، در دهه‌های اخیر عده‌ای با توسل به بازاریابی شبکه‌ای و با استفاده از پوشش بازاریابی راه جدیدی را برای رسیدن به سود بیشتر و سریع‌تر می‌پیمایند. در این پوشش، اصول بازاریابی رعایت نشده و صرفاً مورد سوءاستفاده قرار می‌گیرد. این فعالیت‌های به ظاهر مفید و اقتصادی آثاری زیانبار در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی بر جامعه تحمیل نموده و متأسفانه در بسیاری از موارد تحت الفظی زیبا و مبتنی بر عواطف و احساسات از جمله، طرح ملی باقیات صالحات و... پنهان می‌گردند (علیان‌نژاد دامغانی، ۱۳۸۶: ۴۰). به این وسیله دیگران را وسوسه به ورود به این عرصه می‌نمایند (ابطیان، ۱۳۸۸: ۲۹۷). این فعالیت‌ها که به شرکت‌های هرمی مشهورند، برای عده‌ای سود سرشار و برای عده‌ای موجبات فقر و ورشکستگی، نزاع اجتماعی، برهم خوردن روابط فامیلی، ایجاد روابط عاطفی ناسالم، ایجاد امید به درآمدهای واهی، از بین رفتن تولید و فعالیت‌های مولد و تورم پرونده‌های کیفری را فراهم می‌سازند. گاهی انسان ندانسته و بر اساس عناوین اغواکننده، وارد چنین عرصه‌هایی می‌گردد. قانون‌گذار در سال ۸۴ در راستای کنترل و پیشگیری از این گونه فعالیت‌ها اقدام به جرم‌انگاری آن نموده و در همین راستا بند (ز) را به ماده یک قانون مجازات اخلال‌گران در نظام اقتصادی کشور افزوده است. این بند که از آن به عنوان عنصر قانونی جرم فعالیت‌های هرمی یاد می‌شود، بیانگر عنصر مادی و معنوی

این فعالیت‌هاست که دارای ابهاماتی می‌باشد و از مانعیت و جامعیت کافی برخوردار نیست.

۱. بازاریابی شبکه‌ای و رابطه آن با شرکت‌های هرمی

بازاریابی عبارت است از:

همه تلاش‌های نظام‌مند برای شناخت نظام بازار و اقدام مناسب نسبت به انواع تقاضاها با توجه به نظام ارزشی جامعه و هدف‌های سازمان (کونگ، ۱۳۸۷: ۱۶).

بازاریابی شبکه‌ای زیرمجموعه‌ای از فروش مستقیم است (زرگر، ۱۳۸۵: ۳۶) که عبارت

است از:

جریانی از کالا یا خدمات از جانب تولیدکننده به سوی مصرف‌کننده به صورت مستقیم و از طریق توزیع‌کنندگان با استفاده از بازاریابی چهره به چهره برای ایجاد رضایت در مشتریان و رسیدن سازمان به اهداف خود و سهام‌داران (اصغری و فقیه، ۱۳۷۸: ۱۷).

بنابراین بازاریابی شبکه‌ای سالم بر اساس «رقابت منصفانه» پایه‌ریزی می‌گردد و در آن، پولی برای کسب حق فعالیت در طرح اخذ نمی‌گردد و جوایز و درصدهای پرداختی، بر مبنای فروش محصولات به مصرف‌کننده نهایی پرداخت می‌شود، نه صرفاً بر اساس فروش محصولات به اعضای طرح یا بر اساس تعداد افرادی که به زیرمجموعه فرد اضافه می‌شود (همان: ۱۶۸).

همان‌طور که گفته شد، بازاریابی شبکه‌ای روشی برای توزیع کالا و خدمات به مشتری نهایی است. «این صنعت از مفهوم تصاعد می‌گیرد، مثال زیر، پتانسیل تکثیر درآمد و قدرت بازاریابی شبکه‌ای را به خوبی نشان می‌دهد: یک تومان کنار بگذارید و روز بعد میزان آن را دو برابر کنید و همین‌طور روزهای بعد، هر میزان که می‌باشد دو برابر کنید. حال به جای هر تومان، یک مشتری فعال بگذارید و به جای هر روز یک هفته یا ماه را در نظر بگیرید. به این ترتیب میزان رشد تصاعدی و بهره‌وری در این روش مشخص می‌شود» (کونگ، ۱۳۸۷: ۱۷). در رشد تصاعدی هر سطح نسبت به سطح قبل دو برابر شده حجم گسترش کاملاً مشخص می‌باشد.

شرکت‌های هرمی از روش بازاریابی شبکه‌ای استفاده نموده و از آثار مثبت آن از جمله تصاعد استفاده می‌کنند و هدف اصلی آن‌ها اخذ درصدها است و معمولاً از کالا به عنوان پوشش استفاده می‌نمایند.

۱-۱. انواع شرکت‌های هرمی و شناسایی آن از بازاریابی سالم

شرکت‌های هرمی بر اساس نوع عملکرد دارای تقسیم‌بندی‌هایی می‌باشند که در بازشناسی عملکرد آن‌ها مؤثر است.

۱-۱-۱. شرکت‌های هرمی بدون کالا^۱

در این گونه طرح‌ها، شرکت‌کنندگان برگه سهمی را خریداری می‌کنند و به وسیله عضوگیری دیگران می‌توانند پس از طی چهار یا پنج سطح، به بالاترین سطح از سطوح شرکت‌کنندگان در رأس هرم برسند. بیشتر سرمایه‌های گردآمده از عضوگیری و فروش برگه‌ها، به شخصی که در رأس هرم قرار دارد می‌رسد. بنابراین شرکت‌کنندگان با هدف رسیدن به رأس هرم، در این طرح‌ها ثبت نام می‌کنند. فردی که به رأس هرم می‌رسد، پس از دریافت جایزه نهایی، برای ادامه باید دوباره حرکت خود را از پایین هرم آغاز نماید. البته این طرح‌ها، مدل‌ها و ضوابط پرداختی مختلفی دارند (Taylor, 2000).

طرح‌های هرمی بدون کالا به چند روش عمل می‌کنند که ذیلاً به تشریح چهار روش مهم آن می‌پردازیم:

۱-۱-۱-۱. بریک وی^۲

«در این روش، فرد طبق ضوابط و شرایطی مشخص، از فرد بالادستی خود جدا می‌شود، در این صورت فرد جداشده از گروه و گروه پایین‌دستی او دیگر به عنوان افراد مجموعه فرد بالادستی محسوب نمی‌شوند. رسیدن هر فرد به مرحله‌ای که از فرد بالادستی خود جدا شود، مشمول قوانین خاصی مانند تعداد افراد زیرمجموعه اوست و برای فرد جداشده مزایای مختلفی از جمله دریافت درصدها خاص یا تخفیفات ویژه را در بر دارد.

1. No-product pyramid schemes.
2. Break way.

بنابراین هر فرد در این مجموعه تلاش می‌کند تا به موقعیت «بریک وی»، یعنی جداشدن از افراد بالادستی برسد. هنگام جدا شدن فرد و گروه او از بالادستی، فرد بالادستی به ازای فردی که درست در سطح بعد از او قرار دارد درصدی (مثلاً ۷ درصد)، به ازای افراد مرحله بعد از او درصدی دیگر (۵ درصد) و به همین ترتیب به ازای سایر افراد نیز درصدانه دریافت می‌کند. مقدار این درصدانه و تعداد سطح‌هایی که فرد بالادستی به ازای آن درصدانه دریافت می‌کند، بسته به شرکت‌های مختلف متفاوت است (نریمان زمان‌آبادی، ۱۳۸۹: ۱۰).

طرح‌های «بریک وی» به سه دسته تقسیم می‌شوند که عبارت‌اند از: بریک وی مطلق، بریک وی همراه با قصد قرابت و زنجیره‌های گزارش یا نامه‌های زنجیره‌ای. **بریک وی مطلق:** در این طرح‌ها، صرفاً مدل هرم مطرح است و هیچ چیز دیگر به جز عضویت و عمل کردن به هرم و درآمدزایی مدنظر نیست و بسیار سریع قابل شناسایی می‌باشد.

بریک وی همراه با هدیه قرابت:^۱ بعضی از مؤسسات خیریه، طرح‌های هرمی با عملکرد «بریک وی» را به همراه نیت خیرخواهانه اجرا می‌کنند. این جایزه خیرخواهانه صرفاً برای فریب عامه مردم بوده و هیچ تفاوت ماهوی با طرح‌های «بریک وی» ندارد. این طرح‌ها در اصل همان طرح‌های هرمی بدون محصول هستند، با این تفاوت که به عنوان هدیه‌های خاص تغییر چهره داده‌اند. از جمله شرکت‌های ایرانی که تحت عنوان «فعالیت‌های خیرخواهانه» اقدام به تأسیس طرح هرمی نموده‌اند، می‌توان به «شرکت کارگستر ابرکوه» که با عنوان طرح «پیوند و همکاری» در سال ۱۳۸۳ اقدام به عضوگیری کرده و شرکت «کارگشایان انصارالموحدین» تحت عنوان «طرح کوشش و همکاری» اشاره نمود که روش کار آن‌ها چنین است (طباطبایی راد، ۱۳۸۹: ۲۵).

زنجیره‌های گزارشی و نامه‌های زنجیره‌ای:^۲ نامه‌های زنجیره‌ای که به علت وابستگی به رایانه متروک شده است.

1. Gifting or avinity scheme.
2. Repartchain chain letter.

۱-۱-۱-۲. ماتریس^۱

ساختار ماتریسی با رشد رایانه امکان‌پذیر شد. در این روش تعداد افرادی که هر فرد می‌تواند در مرحله بلافاصله بعد از خود جذب کند محدود است. همچنین تعداد مراحل که فرد به ازای افراد پایین‌دستی درصدا نه می‌گیرد نیز محدود است؛ برای مثال در یک ماتریس ۷×۵، هر فرد حداکثر می‌تواند ۵ نفر را در مرحله بلافاصله بعد از خود عضو کند. در صورت معرفی افراد بیشتر، باید آن‌ها را در مرحله بعدی افراد مرحله اول عضو نماید. از طرف دیگر مجموعه فرد حداکثر امکان رشدی برابر مراحل بالا را دارد و به ازای افراد مرحله ۸ به بعد، درصدا نه‌ای دریافت نمی‌کند (نریمان زمان‌آبادی، ۱۳۸۹: ۱۰). در واقع در مثال بالا، پتانسیل درآمدی فرد برابر با حاصل ضرب تعداد اعضای ۷ مرحله در مقدار درصدا نه است.

۱-۱-۱-۳. یونی لول^۲

ساختار ماتریس، مشابه ساختار ماتریس است، با این تفاوت که فرد در مرحله اول خود می‌تواند هر تعداد مراحل که به ازای آن‌ها درصدا نه دریافت می‌کند، زیرمجموعه خود نماید. در این روش فرد می‌تواند تعداد نامحدودی از افراد را در زیرمجموعه خود عضو نماید. تعدادی از شرکت‌ها، درصدا نه اضافه‌ای را تحت عنوان جایزه نامحدود^۳ در نظر می‌گیرند که فرد می‌تواند تا مرحله بی‌نهایت، درصدا نه بگیرد. منتهی شرکت‌ها با قوانین دیگری از جمله تعداد افراد فعال زیرمجموعه فرد، گرفتن درصدا نه را محدود می‌کنند (همان: ۱۰).

۱-۱-۱-۴. پانزی

این طرح یک کلاهبرداری قطعی است؛ زیرا در این طرح هیچ درصدا نه‌ای پرداخت نمی‌شود. این طرح می‌تواند پیامدهای فاجعه‌باری داشته باشد؛ زیرا در طرح پانزی که الان متروک است، سود پرداخت می‌شود (طباطبایی راد، ۱۳۸۹: ۵۸).

1. Matrix.
2. Uni level.
3. Infinity bonus.

۵-۱-۱-۱. باینری^۱

باینری مشابه ماتریس بی‌نهایت است، با این تفاوت که در این ساختار شرط محدودیت سطح‌ها حذف شده و در عوض شرط تعادل اضافه می‌شود. اما مهم‌ترین تفاوتش با روش ماتریس، نبود محدودیت درآمد است. با توجه به این مطلب، بیشتر شرکت‌های هرمی بدون کالا، با روش باینری طراحی شده و فعالیت می‌کنند. این سیستم چند قاعده مهم دارد:

الف) قانون تعادل

پرداخت درصدها در این ساختار، علاوه بر تعداد اعضای زیرمجموعه به متعادل قرار گرفتن افراد نیز بستگی دارد؛ یعنی برای گرفتن درصدها، فرد باید تعداد معینی در سمت چپ و به همین تعداد در سمت راست داشته باشد. با توجه به اینکه دو طرف شخص متعادل رشد کرده است، شخص درصدها را کامل خود را دریافت می‌کند. در صورتی که شخص نتواند قانون تعادل را رعایت نماید، درصدها به او تعلق نمی‌گیرد.

ب) قانون سقف درآمد

در ساختار باینری، پتانسیل کسب درآمد بی‌نهایت برای هر فرد وجود دارد، لذا شرکت برای افراد «سقف درآمد» تعیین می‌کند که حداکثر پرداختی به فرد است. البته معمولاً سقف درآمد در مورد مجموعه‌های بزرگ اتفاق می‌افتد. ولی به هر حال یکی از بخش‌های جدانشدنی ساختار باینری به شمار می‌رود (نزیمان زمان‌آبادی، ۱۳۸۹: ۱۲).

ج) اشباع

اشباع به معنای واقعی هیچ‌گاه اتفاق نمی‌افتد. اما زمانی فرا می‌رسد که بیشتر دوستان، آشنایان و همکاران فرد یا در شبکه مزبور عضو شده و یا مخالف عضویت در شبکه هستند. در این حالت جذب یک فرد در زیرمجموعه فرد، مستلزم تلاش زیادتر و صرف فرصت بیشتری است. لذا در این حالت، تعداد زیادی از افراد دست از تلاش

1. Binary.

می‌کشند و خود این امر باعث افزایش عدم تعادل می‌شود؛ زیرا بسیاری از افراد که در حالت عادی به تلاش برای متعادل کردن مجموعه خود ادامه می‌دهند، در این حالت دست از تلاش کشیده و مجموعه خود را رها می‌کنند و شرکت نیز صرفاً در صدانه قسمت متعادل سیستم را می‌پردازد و در عین حال از طریق افراد باقی‌مانده فعالیت خود را ادامه می‌دهد (همان).

۲-۱-۱. شرکت‌های هرمی با پوشش محصول^۱

طرح‌های هرمی سرپوش محصولی یا بازاریابی شبکه‌ای عضوگیرنده،^۲ در ظاهر بسیار شبیه به طرح‌های بازاریابی شبکه‌ای سالم هستند. در این طرح‌ها به جای فروش کالا یا ارائه خدمات، حقیقتاً «حق عضوگیری شرکت کنندگان دیگر» و «امکان دریافت در صدانه» فروخته می‌شود (Taylor, 2000). بعضی از شرکت‌هایی که بر اساس این روش عمل می‌کنند عبارت‌اند از: شرکت گلدکوئست، هفت الماس من، گلدماین.

۳-۱-۱. شناسایی شرکت‌های هرمی در مقایسه با بازاریابی شبکه‌ای

با توجه به توضیحاتی که بیان شد شرکت‌های هرمی یک عملکرد اقتصادی ناسالم می‌باشند که از ساختاری مشابه با عنوان بازاریابی شبکه‌ای که کاملاً قانونی و سالم می‌باشد گرفته شده‌اند.^۳ در این مبحث در صدد مقایسه این دو ساختار هستیم تا شناسایی آن‌ها تسهیل گردد.

طرح‌های هرمی اولیه، به سادگی شناسایی و متوقف می‌شدند، اما امروزه طرح‌های هرمی برای گریز از تعاریف قانون، دست به ابتکارهایی می‌زنند تا خود را یک طرح بازاریابی شبکه‌ای سالم معرفی کنند و از این طریق اعتماد بخشی از جامعه را به دست آوردند. از آنجا که هر دو طرح از ساختاری مشابه و یکسان استفاده می‌کنند، این امر موجب سردرگمی عامه مردم در شناسایی طرح‌های هرمی از شرکت‌های قانونی بازاریابی شبکه‌ای می‌شود. لذا بررسی مقایسه‌ای این دو شناسایی و تفکیک هر یک از

1. Product-based pyramid scheme.
2. Recruiting network marketing.
3. Network marketing.

دیگری را آسان می‌سازد.

در این قسمت عناصر فعالیت مذکور بر اساس مقالة معروف «پنج پرچم سرخ»^۱

تألیف جان م. تایلر بررسی می‌شود:

الف) عضوگیری نامحدود: «هر شخصی که عضو می‌شود اجازه می‌یابد و تشویق می‌شود تا شرکت کنندگان دیگر را عضوگیری کند و آن‌ها نیز اجازه می‌یابند و تشویق می‌شوند تا شرکت کنندگان دیگر را عضوگیری کنند و این زنجیره به همین منوال ادامه می‌یابد. در این زنجیره بی‌پایان، عضوگیرندگان بدون ملاحظه اشباع بازار، اعضای جدید را عضوگیری می‌کنند.

ب) پیشرفت به واسطه عضوگیری: «در برنامه‌های بازاریابی چندسطحی، موقعیت در سلسله‌مراتب نه از طریق انتصاب بلکه از طریق ورود به برنامه و موفقیت در عضوگیری تعیین می‌شود» (Ibid.).

ج) خریدهای اجباری: «لازمه فعالیت در طرح، روبه‌رو شدن با خریدهای اجباری توسط اعضایی است که در ابتدا باید از محصولات شرکت خرید کنند» (Ibid.). این خریدهای اجباری در واقع سرمایه‌گذاری‌هایی است که به عنوان خرید، تغییر چهره داده و عامل ایجاد پیشرفت یک طرح هرمی می‌شود.

د) پرداخت درصدها به سطوح بیش از حد: «شرکت بازاریابی چندسطحی، درصدها و جوایز را به سطوح زیادی از بازاریابان پرداخت می‌کند که از نظر کاربردی و عملی، بیش از حد قابل قبول است (یعنی بیش از ۵ سطح)» (Ibid.).

شبکه‌های بازاریابی در ایالات متحده آمریکا به صورت متعارف، طبقات بازاریابان با چهار تا پنج سطح مدیریتی^۲ پوشش داده می‌شوند که می‌تواند بدین ترتیب باشد: مدیران شعب، مدیران ناحیه‌ای، مدیران منطقه‌ای، مدیران ملی، مدیر بین‌المللی. به ندرت توجه مستدلی برای شش سطح پرداختی یا بیشتر در طبقات بازاریابان وجود خواهد داشت، مگر اینکه شرکت کنندگان برای عضوگیری و این تصور غلط و خیال باطل را داشته باشند که از نظر امکان ریاضی، بیشتر از بازاریابان می‌توانند به درآمد

1. Five red flags.

2. Supervisory levels.

بالقوة بالای دست یابند.

به طور کلی کسانی که در سطوح خیلی بالا یا نزدیک به بالای هرم قرار گرفته‌اند به هزینه کسانی که در سطح پایین توسعه یافته‌اند، کسب ثروت خواهند نمود و درآمد بالایی کسب خواهند کرد. چنین درآمدهای کلانی حاصل جمع سرمایه‌گذاری‌های تعداد زیادی از شرکت‌کنندگان زیرشاخه به شکل خرید محصول است که به طور تصاعدی با اضافه شدن هر سطح افزایش خواهند یافت (Ibid.).

ه) پرداخت درصدها بیشتر به سرشاخه‌های طرح هرمی نسبت به فروشنده: «شرکت به ازای هر فروش، به هر کدام از سرشاخه‌های شرکت‌کننده، درصدها یکسان یا بیشتری نسبت به شخصی که کالا را می‌فروشد، می‌دهد و در نتیجه انگیزه کافی برای خرده‌فروشی از بین رفته و در عوض انگیزه و ترغیب برای عضوگیری ایجاد می‌شود» (Ibid.).

به عبارت دیگر بازاریاب که کالای شرکت را می‌فروشد، نسبت به شرکت‌کنندگان چندین سطح بالاتر از او که هیچ کاری برای فروش انجام نمی‌دهند، از شرکت هرمی درصدها یکسان و حتی کمتری دریافت می‌دارد.

۲. شرکت‌های هرمی از منظر حقوق کیفری اختصاصی

در فصل پیش رو، شرکت‌های هرمی بر اساس مبانی حقوق کیفری اختصاصی و جرایم اقتصادی مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت.

۱-۲. شرکت‌های هرمی و اخلال در نظام اقتصادی کشور

تحقق هر جرمی، نیازمند سه عنصر در کنار هم می‌باشد که از آن‌ها به عنوان عناصر عمومی جرایم یاد می‌شود و فقدان هر یک از عناصر، وصف مجرمانه بودن را زایل می‌سازد (ولیدی، ۱۳۸۵: ۸۳؛ استفانی و دیگران، ۱۳۷۷: ۳۰۸/۱) که در ادامه به بررسی آن خواهیم پرداخت.

۱-۱-۲. عنصر قانونی

با توجه به کثرت و شدت و حجم بالای فعالیت شرکت‌های هرمی و لزوم کنترل و

پیشگیری از این گونه فعالیت‌ها، قانون‌گذار ایران پس از کارشناسی‌های متعدد و گزارشات مختلف پیرامون شرکت‌های هرمی، در راستای کنترل و پیشگیری تقنینی از این فعالیت‌ها در تاریخ ۱۴/۱۰/۸۴ اقدام به تصویب قانون مرتبط با شرکت‌های هرمی با عنوان «قانون الحاق یک بند و یک تبصره به ماده قانون مجازات اخلا لگران در نظام اقتصادی کشور مصوب ۱۳۶۲ و اصلاح تبصره ۱ ماده ۲ آن» نمود که به عنوان عنصر قانونی این جرم قابل بررسی می‌باشد.

با توجه به مواد فوق، ذکر چند نکته مفید است:

۱. مقنن، با توجه به ماهیت و آثار این جرم آن را در زمره جرایم اقتصادی قرار داده است.
 ۲. این جرم، غیر قابل گذشت و دارای حیثیت عمومی می‌باشد که دادستان، بدون شکایت شکات خصوصی می‌تواند نسبت به تعقیب مرتکبان اقدام نماید.
 ۳. این قانون عطف به ماسبق نمی‌شود و پرونده‌های سابق را شامل نمی‌شود.
 ۴. مجازات مرتکبان با توجه به نوع انگیزه آن‌ها متفاوت خواهد بود.
 ۵. این قانونی ناظر به بازاریابی شبکه‌ای ناسالم است (ساک، ۱۳۹۰: ۴۷۸).
 ۶. عمده، کلان، فراوان بودن در این جرم جایگاه مهمی دارد.
 ۷. مجازات این جرم به صورت ترکیبی و آمره و تکمیلی می‌باشد.
 ۸. نوع علم در این جرایم با دیگر جرایم متفاوت است.
 ۹. مقنن در عین حالی که نیاز نبوده، تأکید داشته که این قانون عطف به ماسبق نمی‌شود.
 ۱۰. برای این گونه جرایم مراتبی قائل شده است که در سه سطح قابل بررسی است.
 ۱۱. در مواردی نسبت به رد مال تعیین تکلیف نموده است.
- در کنار ماده واحده فوق، مصوبه ۳۳۴/۶۰۰/۸۸/س - ۲۲/۲/۱۳۸۸ شورای عالی امنیت ملی که توصیه‌هایی را درباره پیشگیری و کنترل شرکت‌های هرمی نموده، قابل طرح می‌باشد.

۲-۱-۲. عنصر مادی

بند «ز» الحاقی به قانون اخلا لگران در نظام اقتصادی کشور چند مورد را به عنوان عنصر مادی این جرم بیان می‌دارد که به ترتیب عبارت‌اند از:

الف) تأسیس بنگاه، مؤسسه، 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 انسانی تداوم یابد.

منظور از تأسیس، ایجاد و راه‌اندازی یک شرکت رسمی و بنگاه و یا یک گروه است که نام خود را شرکت گذاشته‌اند یا اینکه اصلاً نامی برای خود انتخاب نکرده‌اند بلکه هدف آن‌ها کسب درآمد بر اساس افزایش و توسعه نیروی انسانی است.

منظور از بنگاه، مؤسسه خصوصی است که در مکان واحد قرار دارد و شعبه نیز ندارد (جعفری لنگرودی، ۱۳۷۸: ج ۲، کلمه بنگاه).

منظور از شرکت، اجتماع حقوقی دو یا چند مالک در اموال معین خویش یا منشأ تراضی یا شراکت غیر اختیاری یا ناشی از حکم قانون است (همان: ج ۳، کلمه شرکت). مؤسسه، یک واحد اقتصادی است که می‌تواند شعبه داشته باشد (همان: ج ۴، کلمه مؤسسه).

گروه: هر جمع چند نفری و بیش از آن را گروه گویند (دهخدا، ۱۳۳۷: کلمه گروه). از ظاهر ماده چنین استفاده می‌شود که بنگاه، مؤسسه و شرکت یا گروه باید به منظور فعالیت هر می تأسیس شده باشد، حال حکم شرکتی که قبلاً با هدف دیگری تأسیس شده و بعد تخلف می‌نماید، چیست؟

بند اول ماده، نسبت به این مسئله ساکت است و تفسیر قوانین به نفع متهم، شرکت را از شمول ماده خارج می‌نماید. مگر به نحو دیگری که در بندهای بعد خواهد آمد.

ب) قبول نمایندگی بنگاه، مؤسسه، شرکت، گروه: با توجه به اینکه بنگاه دارای مکان واحد است و شعبه و نمایندگی ندارد، لذا قبول نمایندگی به مؤسسه و شرکت مرتبط می‌شود.

بر این اساس قبول نمایندگی از هر یک از شرکت‌ها، اعم از خارجی و داخلی به منظور کسب درآمد، بر اساس گسترش اعضا جرم می‌باشد. با توجه به مفهوم مؤسسه و شرکت

به نظر می‌رسد قبول نمایندگی وقتی تحقق می‌یابد که شرکت یا مؤسسه اصالت داشته باشد (ساکي، ۱۳۹۰: ۴۸۰).

ج) عضوگیری در بنگاه، مؤسسه، شرکت گروه... در این قسمت این سؤال مطرح است: در صورتی که شرکت یا مؤسسه قبلاً فعال بوده است و اساسنامه یا فعالیت خاص خود را دارد با همان نام قبلی اقدام به عضوگیری به منظور کسب درآمد مبتنی بر گسترش اعضا نماید، آیا جرمی واقع شده است؟ پاسخ سؤال قبلی در اینجا مشخص می‌گردد که مؤسسه یا شرکتی که بر اساس قانون شکل گرفته و بعد اقدام به عضوگیری نموده بر اساس این قسمت مجرم شناخته می‌شود.

در رابطه با عنصر مادی، چند نکته باید مد نظر قرار گیرد:

۱. بند «ز» تأسیس، قبول نمایندگی و عضوگیری را جرم‌انگاری نموده است و صرف عضویت جرم نمی‌باشد.
۲. نکته مهم آنکه فعالیت به منظور کسب درآمد باشد، سؤالی که باید پاسخ داده شود این است که اگر شخصی به منظور کسب درآمد اقدام به این گونه فعالیت‌ها نمود، ولی قبل از کسب درآمد دستگیر شد آیا جرم واقع شده یا خیر؟ پاسخ: فحوی ماده به گونه‌ای است که صرف تأسیس را جرم دانسته، ولی به نظر می‌رسد تا کسب درآمد نباشد جرمی واقع نشده است. به عبارت دیگر، متن بند «ز» این گونه فعالیت‌ها را جرم مطلق دانسته، ولی در عالم خارج مقید به نظر می‌رسد. به عبارت دیگر بند «ز» شروع به جرم را جرم تام تلقی نموده است که با توجه به موازین حقوقی به نظر می‌رسد جرم تام زمانی اتفاق می‌افتد که درآمد کسب شده باشد.
۳. بند «ز» بیان داشته «کسب درآمد» و درآمد عبارت از هر گونه مال و بهره‌ای است که عاید فرد می‌شود (دهخدا، ۱۳۳۷: کلمه درآمد)، بنابراین فرقی میان طلا، نقره، سکه یا منافع حاصله از چیزی نیست و بر همه آن‌ها درآمد اطلاق می‌گردد.
۴. بر اساس این بند لازم نیست که رفتار مرتکب به شکل هرم باشد، مهم آن است که کسب درآمد از طریق افزایش و گسترش اعضا باشد.
۵. در شرکت‌های هرمی کسب درآمد شرط نیست، همین که انگیزه کسب درآمد

بر اساس گسترش اعضا باشد، کفایت می‌کند ولو اینکه ضرر کرده باشد. گرچه متن ماده نسبت به این موضوع دارای ابهام می‌باشد.

۶. نوع عضوگیری و میزان آن مهم نیست.

۷. از اطلاق جمله «به منظور کسب درآمد» فهمیده می‌شود که اگر هدف کسب درآمد باشد ولو اینکه اهداف آن خیرخواهانه باشد، باز هم مرتکب جرم شده است. گرچه بعضی قائل‌اند که اگر اهداف خیرخواهانه باشد جرم تحقق نمی‌یابد (ساک، ۱۳۹۰: ۴۸۴). در حالی که ماده اطلاق داشته و مهم اضرار به اشخاص و اخلال در سیستم اقتصادی کشور است ولو اینکه بخواهد کار خیر انجام دهد.

۸. کسب درآمد باید ناشی از گسترش عضو باشد نه فعالیت تولید یا خدماتی و یا...، بنابراین بازاریابی شبکه‌ای سالم که درآمد بر اساس فروش مستقیم است و دیگر بنگاه‌های خدماتی و تولید، از تحت این بند خارج می‌شوند.

باید متذکر شد که حق عضویت پرداختی در بسیاری از مؤسسات و شرکت‌ها که موجب افزایش سرمایه شرکت می‌شود از شمول این بند خارج است؛ زیرا افزایش سرمایه ناشی از حق عضویت، درآمد اصلی مؤسسه و بنگاه نمی‌باشد. در حالی که منظور بند «ز» آن است که درآمد اصلی ناشی از گسترش اعضا باشد. در عین حال چند اشکال به این بند وارد است.

الف) برخی از انواع فعالیت‌های هرمی را مانند طرح‌هایی که بر اساس «بریک وی» عمل می‌کنند، شامل نمی‌شود؛ زیرا بند «ز» بر تداوم شبکه انسانی تأکید دارد و در این روش شبکه انسانی تداوم نمی‌یابد.

ب) صرف عضویت در این شبکه‌ها جرم‌انگاری نشده است.

ج) بند «ز» صرفاً به فعالیت‌هایی با ساختار هرمی توجه کرده، در حالی که ساختار تک‌سطحی^۱ که شبکه در یک سطح گسترش می‌یابد از شمول بند خارج است؛ زیرا در این ساختار یک نفر با تمام شبکه درگیر می‌شود و تمام سود و درصدها را خود می‌گیرد.

1. Uni level.

د) انشای بند (ز) به گونه‌ای است که بین جرم تام و شروع به جرم خلط شده است؛ زیرا بیان می‌دارد: «تأسیس به منظور کسب درآمد ناشی از تأسیس یا قبول نمایندگی و عضوگیری به منظور کسب منفعت». حال سؤال این است که صرف این اعمال جرم است یا اینکه باید درآمد حاصل شود؟

اگر حصول درآمد، ضروری باشد، بسیاری از فعالان هرمی متضرر می‌شوند و حتی سرمایه خود را از دست می‌دهند. ضمناً اگر تحقق جرم منوط به کسب درآمد باشد، شروع به جرم قابل تصور است و اگر کسب درآمد در آن شرط نباشد و صرف تأسیس جرم باشد، شروع به جرم چگونه تحقق پیدا خواهد کرد؟

در نهایت به نظر می‌رسد بند (ز) صرف تأسیس و قبول نمایندگی و عضوگیری را ولو اینکه درآمدی کسب نشده باشد، جرم تلقی نموده تا ماده فساد را قلع نماید و شروع به آن به این گونه متصور خواهد بود که شخصی با همین انگیزه اقدامات اولیه تأسیس، قبول نمایندگی و عضوگیری را انجام دهد، گرچه فزاینده‌های دیگر قانون، به گونه‌ای متفاوت انشا شده که خواهد آمد.

ه) این ماده، در رابطه با شرکت‌های هرمی بدون محصول، تا حدی مناسب است. ولی شمول آن نسبت به شرکت‌های هرمی همراه با محصول که سود شرکت بر اساس فروش محصولات و اعضای جدید حاصل می‌شود، مشکل است.

ماده واحده فوق دارای کاستی‌هایی در رابطه با عنصر مادی است که عبارت‌اند از:
 ۱. ماده واحده فوق، فقط موارد سه‌گانه تأسیس، قبول نمایندگی و عضوگیری را در بنگاه، مؤسسه، شرکت یا گروه جرم‌انگاری نموده است، در حالی که مصادیق دیگر از فعالیت شرکت‌های هرمی دیده می‌شود که نیازمند جرم‌انگاری بوده تا راه هر گونه قانون‌گریزی بر مجرمان مسدود گردد، این موارد عبارت‌اند از:

الف) عضو شدن بدون هر گونه عضوگیری با علم و اطلاع از غیر قانونی بودن فعالیت این شرکت‌ها به انگیزه‌های مذکور در قانون.

ب) عضوگیری بدون عضویت مرتکب در شرکت: در برخی موارد مشاهده می‌شود که فعالان این شرکت‌ها برای فرار از قانون و شناخته نشدن در جمع، افراد دیگری را که توانایی خوبی در جذب افراد دارند، با پرداختی‌های ثابت ماهیانه یا درصدی اجیر

می‌نمایند که برای آن‌ها عضوگیری نمایند، بدون اینکه خود در آن شرکت عضویت داشته باشند.

ج) تداوم کسب درآمد ناشی از افزایش اعضا بدون عضوگیری مستقیم که به دو صورت قابل طرح است (جاویدنیا، ۱۳۸۹: ۳).

یک: در این سیستم‌ها افراد بعد از طی مراحل اولیه و تکمیل نسبی هرم و فعال نمودن زیرمجموعه‌ها دیگر نیاز به عضوگیری مجدد ندارند و صرفاً نسبت به زیرمجموعه سرکشی نموده و ایجاد انگیزه می‌نمایند.

دو: کسی از قاعده هرم به سطح بالاتر رفته است و قصد خروج از هرم را دارد و جایگاه خود را به شخص جدیدی می‌فروشد در این فرض شخص جدید عضو بوده و درصدانه دریافت می‌نماید، در عین حال هیچ یک از عناوین مجرمانه شامل وی نمی‌شود.

د) تأسیس شرکت ممنوعه قبل از لازم الاجرا شدن قانون و ادامه فعالیت بعد از لازم الاجرا شدن، مانند شرکت آسوکستر شرق (همان).

این خلأ نیز توسط مقنن تعیین تکلیف شده است و بیان داشته که قوانین عطف به ماسبق نمی‌شود. گرچه بهتر بود تداوم فعالیت سابق جرم‌انگاری می‌شد. چند موضوع نیز باید در رابطه با عنصر مادی آن مورد بررسی قرار گیرد:

- فعالیت‌های هرمی جرم ساده هستند یا مرکب؟

به نظر می‌رسد با توجه به نوع انشای بند «ز» هر کدام از کلمات تأسیس، عضوگیری و قبول نمایندگی، عنصر در جرم را تشکیل می‌دهند و لذا عنصر مادی فعالیت‌های هرمی ساده می‌باشد.

- جرم فعالیت در شرکت‌های هرمی مطلق است یا مقید؟

در صفحات گذشته مفصل پیرامون این موضوع بحث شد و به نظر می‌رسد فعالیت‌های هرمی، منوط به تحقق نتیجه که کسب درآمد باشد نیست و جرمی مطلق است لکن تبصره یک ماده دو و ماده دو و مجازات در نظر گرفته شده موهم این مطلب است که فعالیت‌های هرمی، جرمی مقید است؛ زیرا در تمام بندها، یکی از مواردی که بر آن تأکید شده است رد مال دریافتی و جزای نقدی معادل آن می‌باشد.

بر این اساس به نظر می‌رسد جرم مقید به درآمد است، ولی از جهت دیگر دچار اشکال است؛ بسیاری از فعالان هرمی متضرر جرم هستند، با این حال عضوگیری و قبول نمایندگی به منظور کسب درآمد نموده‌اند. در این صورت اگر جرم مقید باشد، جرم محقق نشده و شروع به جرم تحقق یافته و اگر جرم مطلق باشد، جرم تحقق یافته و نوع مجازات در موارد مختلف متفاوت می‌باشد. این اشکال عمده‌ای است که به این بند وارد است و باید مورد توجه قرار گیرد.

- فعالیت در طرح‌های هرمی جرمی آنی هستند یا مستمر؟

پاسخ چنین به نظر می‌رسد که با توجه به مفهوم کلمات تأسیس و قبول نمایندگی، آنی است و اما نسبت به عضوگیری به این راحتی نمی‌توان پاسخ داد؛ زیرا عضوگیری مانند جرایم به عادت تحقق می‌یابد و در طول زمان حادث می‌شود لذا نسبت به عضوگیری، مستمر و نسبت به دو مورد دیگر، آنی می‌باشد.

۳-۱-۲. عنصر روانی در شرکت‌های هرمی

برای تحقق جرم، علاوه بر عنصر قانونی به عنصر روانی نیاز است تا عمل را به مرتکب پیوند زند. این جرم در زمره جرایم عمدی می‌باشد، علاوه بر سوء نیت عام، سوء نیت خاص نیز در مواردی لازم می‌باشد.

سوء نیت عام: همان طور که در تمامی جرایم عمدی عنصر روانی لازم است در این جرم نیز عنصر روانی ضروری است و عنصر روانی آن عمد است. یعنی شخص با توجه و علم به اینکه عمل او جرم است و با اراده، به ارتکاب فعالیت‌های هرمی اقدام می‌نماید. بنابراین مرتکب تأسیس، قبول نمایندگی و عضوگیری باید عالم به عملیات مجرمانه بوده و با اراده اقدام به انجام این فعالیت‌ها نماید. به این نکته نیز باید توجه نمود همین که شخصی به انگیزه کسب درآمد اقدام به فعالیت هرمی نماید و با اراده این اقدامات را انجام دهد مجرم است، اگرچه پوشش‌های خیرخواهانه‌ای را اعلام نماید.

سوء نیت خاص: فعالیت شرکت‌های هرمی در مواردی علاوه بر سوء نیت عام، نیازمند سوء نیت خاص می‌باشد مثلاً برای تحقق افساد فی الارض، شخص باید قصد

ضربه زدن به نظام جمهوری اسلامی ایران یا قصد مقابله با آن را داشته باشد. اگر قصد ضربه زدن به نظام یا قصد مقابله با آن را نداشته باشد، ولی بداند که این اقدام وی در مقابله با نظام مؤثر است و به حد افساد فی الارض برسد مجازات وی اعدام است. باید دقت نمود که در سوء نیت عام اصل بر عالمانه و عامدانه بودن است و مرتکب در صورت ادعا باید خلاف آن را ثابت نموده و ایجاد شبهه نماید. ولی سوء نیت خاص باید توسط مقام تعقیب با توجه به شواهد و قراین و گسترده‌گی عملیات و... اثبات گردد والا به استناد قاعده درء حد منتفی است.

۲-۲. مراجع رسیدگی‌کننده به این جرایم

تبصره ۶ ماده قانون مذکور تمام موارد فوق را در صلاحیت دادگاه انقلاب دانسته و برابر وحدت رویه ۷۰۴ مورخ ۱۳۸۶/۷/۲۶ نیز بر آن تاکید نموده است. این تبصره و رأی توسط ماده ۵ قانون تشکیل نسخ حتمی شده و رسیدگی به این جرایم در صلاحیت دادگاه‌های تخصصی عمومی می‌باشد، مگر اینکه جرم به قصد ضربه زدن به نظام یا قصد مقابله انجام گیرد یا در مقابله با نظام در حد افساد فی الارض مؤثر باشد، در این صورت به استناد بند ۱ ماده ۵ قانون تشکیل در صلاحیت دادگاه انقلاب خواهد بود.

۲-۳. مجازات‌ها

قانون مجازات، چند نوع ارتکاب را مد نظر قرار داده و برای هر یک مجازات جداگانه در نظر گرفته است که ذیلاً بیان می‌شود:

۱. در صورتی که اخلال، عمده، فراوان و کلان نباشد علاوه بر رد مال، به حبس از شش ماه تا سه سال و جزای نقدی معادل دو برابر اموال اکتسابی محکوم می‌شود.

۲. اگر به قصد ضربه زدن و مقابله با نظام باشد و در حد افساد فی الارض، به اعدام محکوم می‌شود.

۳. به قصد مقابله و ضربه زدن نباشد ولی بداند در مقابله با نظام مؤثر است و در حد افساد فی الارض باشد، به اعدام محکوم می‌شود.

۴. اگر دو مورد اخیر در حد افساد فی الارض نباشد، به پنج تا بیست سال حبس و در تمام سه مورد اخیر به ضبط کلیه اموال که از طریق خلاف به دست آورده محکوم

می‌شود. علاوه بر موارد فوق دادگاه می‌تواند مرتکب را به ۲۰ تا ۷۴ ضربه شلاق در انظار عمومی محکوم نماید.

مجازات شروع به جرم در تبصره ۳ از ماده ۲:

- صورت یک فوق الذکر: شش ماه تا یک سال و نیم حبس و دویست هزار ریال تا یک میلیون ریال جزای نقدی.

- شروع به جرم صورت دوم و سوم: یک تا سه سال حبس و پانصد هزار تا پنج میلیون ریال جزای نقدی.

- شروع به جرم صورت چهارم فوق الذکر: شش ماه تا دو سال حبس و دو میلیون ریال تا دو میلیون و پانصد هزار ریال جزای نقدی.

درباره مجازات جرم فعالیت شرکت‌های هرمی، دو دسته اشکال قابل طرح است:

دسته اول: در مواردی مجازات‌های تبعی اشخاص حقیقی نامتناسب می‌باشد

بعضی از حقوق‌دانان قائل‌اند که مجازات‌های تبعی در مورد اشخاص حقیقی نامتناسب می‌باشد؛ زیرا اگر شخصی یک نفر عضوگیری نماید و درصدا نه‌ای دریافت نکند یا درصدا نه دریافتی بسیار جزئی باشد، مجازات‌های تبعی درباره وی قابل اعمال است و شخص دچار محدودیت ابدی از خدمات دولتی می‌گردد و بر اساس تبصره ۵ ماده ۲ هیچ یک از مجازات‌ها قابل تعلیق یا تخفیف نمی‌باشد. این مجازات متناسب با جرم نمی‌باشد، لکن با تصویب قانون مجازات اسلامی این اشکال مرتفع می‌شود؛ زیرا ماده ۷۲۸ قانون مجازات اسلامی تمام قوانین مغایر را ملغی و منسوخ دانسته و مجازات‌های تبعی با ساختار جدید ارائه نموده است.

ماده ۲۳ مقرر می‌دارد: دادگاه می‌تواند فردی را که به حد، قصاص یا مجازات تعزیری درجه شش تا درجه یک محکوم کرده است با رعایت شرایط مقرر در این قانون، متناسب با جرم ارتكابی و خصوصیات وی، به یک یا چند مجازات از مجازات‌های تکمیلی زیر محکوم نماید. تبصره ۱ ماده ۲۳ به گونه‌ای انشا شده است که از آن نسخ قوانین قبلی فهمیده می‌شود. تبصره یک بیان می‌دارد: مدت مجازات‌های تکمیلی بیش از ۲ سال نیست مگر مواردی که قانون به نحو دیگری مقرر

نماید که از نوع جمله تصویب قوانین در آینده فهمیده می‌شود و قوانین گذشته منسوخ می‌باشد.

دسته دوم: مسئولیت اشخاص حقوقی

با توجه به ماده ۷۲۸ قانون مجازات اسلامی کلیه قوانین مغایر با این قانون ملغی می‌باشد لذا تبصره ۳ ماده ۲ قانون مجازات اخلا لگران نیز منسوخ شده و باید بر اساس مواد ۱۴۳ و ۲۰ تا ۲۲ قانون مجازات اسلامی عمل و اقدام نمود.

برابر ماده ۱۴۳ قانون مجازات اسلامی، شخص حقوقی در صورتی مسئول است که نماینده قانونی‌اش به نام یا در راستای منافع آن مرتکب جرمی شود. مسئولیت اشخاص حقوقی، مانع مسئولیت اشخاص حقیقی نمی‌باشد. مدیر عامل یا هر کس که نماینده قانونی شخص حقوقی است باید به نام شرکت و در راستای منافع شرکت، مرتکب جرم گردد تا جرم شخصیت حقوقی محقق شود. لذا اگر کارمند یک سازمان یا شرکت، در محل سازمان فعالیت هر می داشته باشد ربطی به شرکت یا سازمان نخواهد داشت.

مجازات‌های اشخاص حقوقی در مواد ۲۰ تا ۲۲ قانون مجازات اسلامی بیان شده است که ممنوعیت‌های در نظر گرفته شده شامل همه نوع فعالیت اعم از میدانی، فضای مجازی و... می‌شود.

در مورد انتشار اسامی در جرایم، تبصره ماده ۳۶ تعیین تکلیف نموده است. در این تبصره آمده است: جرایمی از جمله اخلال در نظام اقتصادی کشور در صورتی که بیش از یک میلیارد ریال باشد الزامی است.

در عین حال اشکال عمده‌ای در خصوص رد مال به این ماده واحد وارد است؛ تبصره ۱ ماده ۲ دارای ابهامات جدی است که موجبات اختلاف رویه را فراهم نموده است. برای نمونه: شخص عضو شرکت، اقدام به عضوگیری نموده و وجوهی از زیرمجموعه خود دریافت داشته و بدون اثبات ید، وجوه دریافتی را به حساب شرکت واریز نموده است؛ مثلاً بدون اینکه پول را به حساب خود واریز نماید، پول را به حساب سرشاخه یا شرکت منتقل نموده یا اینکه خود شکات و زیرمجموعه با راهنمایی سرشاخه، پول را به حساب شرکت واریز نموده‌اند. برابر تبصره ۱ ماده ۲ شخص ملزم به رد مال

می‌باشد، لکن مشخص ننموده در این گونه موارد که سرشاخه هیچ گونه اثبات ید بر وجوه زیرشاخه نداشته، باز هم ملزم به رد مال می‌باشد. به عبارت دیگر آیا سرشاخه و شرکت متضامناً به رد مال محکوم می‌شوند یا فقط شرکت؟ در اینجا رویه دادگاه‌ها متفاوت است. دسته‌ای بر این نظرند که با توجه به اینکه سرشاخه صرفاً عضوگیری نموده و هیچ گونه اثبات یدی بر مال نداشته، لذا نمی‌توان وی را ملزم به رد مال نمود. نظر این دسته به جهت مبانی فقهی و حقوقی قابل خدشه می‌باشد. برای نمونه تقریباً در تمام آرای صادر از شعبه ۱۳۴، ۱۳۵ و ۱۳۶ جزای عمومی مشهود در مورد رد مال، بر اساس همین رویه عمل شده است.

برای مثال شعبه ۱۳۵ جزایی مشهود، در خصوص رد مال به اتهام فعالیت‌های هرمی بیان داشته است (دادنامه شماره ۸۹۰۹۹۸۵۱۲۹۶۰۰۴۲۴ که متهم به استناد ماده ۲ قانون مذکور به شش ماه حبس تعزیری محکوم می‌گردد. اما در خصوص رد مال، با توجه به اینکه دریافت درصدها توسط متهم محرز نبوده و او پول شاکی را به حساب سرشاخه‌ها واریز نموده، دادگاه تکلیفی ندارد.

همین شعبه در رأیی دیگر بر همین نکته تأکید نموده است (دادنامه شماره ۹۰۰۹۹۷۵۱۱۸۲۰۰۳۶۷).

همچنین شعبه ۱۳۴ دادگاه جزایی مشهود در خصوص رد مال بیان داشته است (دادنامه شماره ۹۱۰۹۹۷۵۱۱۸۱۰۰۸۶۲): با توجه به اینکه شکات صراحتاً اعلام نموده‌اند که وجوه مذکور را به حساب متهم واریز نکرده‌اند و آن را به حساب افراد دیگر واریز نموده‌اند و نسبت به آنان نیز کیفرخواست تنظیم شده است، موضوع رد مال توسط متهم منتفی است.

دادگاه در کنار استدلال سابق، صدور کیفرخواست را برای گیرندگان وجوه، دلیل حکم قرار داده و در عین حال رد مال توسط متهم را منتفی دانسته است. نظر این دسته از قضات به جهت مبانی فقهی و حقوقی قابل خدشه است که ذیلاً به آن اشاره می‌شود:
اولاً: مقنن در مقام شدت عمل بوده تا بتواند از یک طرف جرم را کنترل و پیشگیری نموده و از طرف دیگر اضرار به غیر را به حداقل برساند که با این نظر، رسیدن به این هدف ممکن نخواهد بود.

ثانیاً: اسباب ضمان صرفاً اثبات ید نمی‌باشد. در این گونه موارد علت تلف مال و ارسال مال به شرکت، واسطه‌گری سرشاخه و عضوگیرنده بوده و اگر وی واسطه نبود، شکات پول خود را به شرکت نمی‌دادند.

ثالثاً: اثبات ید انحای مختلفی دارد، در اینجا تمام شکات و عرف، شخص واسطه را مسئول می‌دانند؛ زیرا اگر راهنمایی وی نبود اموال تلف نمی‌شد.
رابعاً: این رویه موجب سوءاستفاده عده‌ای شده و راهی برای قانون‌گریزی ایجاد می‌نماید.

۱. آیا صرف عضوگیری موجب رد مال است ولو اینکه دریافت‌کننده وجه، شخص دیگری باشد یا اینکه همراه با عضوگیری باید دریافت وجه هم باشد؟
با توجه به توضیحات قبلی صرف عضوگیری سبب دادن مال است. لذا صرف عضوگیری، برای صدور حکم به رد مال کفایت می‌کند.
۲. از لحاظ کیفری، وضعیت کسی که بدون عضوگیری صرفاً وجوه را منتقل می‌نماید چگونه است؟

اگر عمل وی معاونت در جرم باشد، معاون است و دربارهٔ اخذ وجوه باید گفت که او نیز ضامن است؛ زیرا بر مال غیر اثبات ید نموده است و «علی الید ما أخذت حتی توّدی» (طوسی، بی‌تا: ۵۹/۳) اینجا حاکم است.

۳. اگر فقط شرکت به رد مال محکوم گردد، در صورتی که شرکت در ایران نمایندگی نداشته باشد تکلیف شکات چیست؟

اگر فقط شرکت مسئول رد مال باشد موجب سوءاستفادهٔ بسیاری فراهم خواهد شد؛ زیرا شرکت‌های خارجی در دسترس نیستند و امکان دسترسی به شرکت‌های داخلی نیز مشکل است و در صورت دسترسی اگر فعالیت آن‌ها کلان و عمده باشد، الزامی به رد مال نیست و شخص باید اقدام به اقامهٔ دعوای حقوقی نماید که در بسیاری موارد به علت هزینه و وقت‌گیر بودن شخص از آن صرف‌نظر می‌کند.

۴. بر اساس تبصرهٔ ۱ ماده در یک صورت رد مال قطعی و آن وقتی است که فعالیت، عمده، فراوان و کلان نباشد، حال اگر فعالیت، عمده، فراوان و کلان باشد، آیا رد مال الزامی است؟

با توجه به قیاس اولویت رد مال الزامی می‌باشد ولی ماده قانونی آن را پذیرفته است. گرچه عدم لزوم رد مال در صورت عمده، کلان و فراوان بودن با توجه به تبعات آن و اطلاع دادرسی و لزوم صرف هزینه زیاد برای رد مال در این موارد توجیه‌پذیر می‌باشد.

نتیجه‌گیری

فعالیت‌های هرمی با داشتن ویژگی‌هایی از قبیل سودآوری بالا، عدم نیاز به محل ثابت برای استقرار، عدم نیاز به تخصص ویژه، عدم نیاز به سرمایه، داشتن پوشش مشابه به نام بازاریابی شبکه‌ای، امکان گسترش به صورت تصاعدی، قابلیت توجیه به وسیله عقود شرعی و فعالیت‌های اقتصادی قانونی، سختی کشف خصوصاً در انواع بامحصول، تمایلات منفعت‌طلبانه را بیشتر تحریک نموده و افراد بیشتری از اقشار مختلف جامعه را به خود جذب می‌کنند.

شبهت عملکرد بازاریابی شبکه‌ای و فعالیت‌های هرمی و ویژگی‌های این روش خصوصاً ویژگی تصاعد باعث شده که عده‌ای منفعت‌طلب با پوشش قرار دادن این نوع فعالیت، اقدام به فعالیت ناسالم اقتصادی نمایند.

خنثی‌سازی آثار زیانبار این فعالیت‌ها نیازمند مداخله دولت در حوزه کنترل زمینه‌ها و آثار این فعالیت‌ها از جمله توانمندسازی اقتصادی تابعان حقوق، رفع موانع اشتغال، ترویج فرهنگ اسلامی و بومی، پیشگیری از گسترش خرده‌فرهنگ‌های مضر، گسترش روابط اجتماعی بر اساس احترام به منافع دیگران، اطلاع‌رسانی نسبت به این گونه فعالیت‌ها و آثار آنها، تصویب قوانین حقوقی و کیفری متناسب با آن، اتخاذ سیاست جنایی و سیاست کیفری متناسب با آن، جلوگیری از گسترش بخش غیر رسمی اقتصاد، نظارت مؤثر و دائم بر عملکرد بنگاه‌های اقتصادی است.

اقدامات فرهنگی، اقتصادی و قانون‌گذاری که در سال‌های اخیر انجام گرفته، دارای جنبه مثبت و منفی می‌باشد. اقدامات فرهنگی اتخاذ شده، فراگیری کافی نداشته و نیازمند فعالیت با نفوذ بیشتر می‌باشد.

در عین حال نکته قابل ذکر، عدم شمول نسبت به اشکال جدید شرکت‌های هرمی

است. تجربه ایران و دیگر کشورها نشان داده است که شرکت‌های هرمی با توجه به شرایط زمان و مکان تغییر ماهیت داده و اشکال جدید به خود می‌گیرند. مناسب بود مقنن ساختار یا مرجعی را برای بررسی و معرفی اشکال جدید پیش‌بینی می‌نمود.

پیشنهادها

با توجه به وخامت جرم، زمینه‌ها و آثار فعالیت‌های هرمی و اشکالات وارده بر ماده واحده موارد ذیل پیشنهاد می‌گردد:

۱. با توجه به عدم جامعیت ماده واحده، ماده به نحو مقتضی اصلاح گردد تا جلوی هر گونه فرار از قانون را سد نماید.

۲. با توجه به تغییر شکل مستمر شرکت‌های هرمی، کمیسیون پیش‌بینی شده در مصوبه شورای امنیت ملی زودتر تشکیل گردد تا با رصد فعالیت این گونه شرکت‌ها، اشکال جدید آن‌ها را معرفی نماید.

۳. با توجه به تأثیر شدید موضوع رد مال بر رضایت‌مندی عمومی و نقص جدی قانون در این زمینه، هر چه سریع‌تر به وسیله اصلاح قانون یا رأی وحدت رویه تعیین تکلیف گردد.

۴. با توجه به تأثیر عنصر ناآگاهی فعالان این شرکت‌ها، اطلاع‌رسانی هدفمند و مستمر در این زمینه انجام گردد و با توجه به اهمیت رزق حلال بر زندگی و موفقیت انسان از نگاه اسلام، در یکی از واحدهای درسی دانشگاهی یا دبیرستانی، موضوع رزق حلال گنجانده شده و در قالب آن موضوع شرکت‌های هرمی با عنوان کسب حرام، اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی گردد.

۵. با توجه به تخصصی و پیچیده بودن این شرکت‌ها شعبی برای رسیدگی تخصصی به این پرونده‌ها اختصاص یابد.

۶. یکی از راه‌های کشف فعالیت‌های پیچیده شرکت‌های هرمی، استفاده از منابع و مخبران و ترغیب فعالان در این حوزه به همکاری با پلیس و مراجع اطلاعاتی می‌باشد. لکن به سرعت باید سازوکارهای تشویقی برای این گروه در نظر گرفته شود تا انگیزه همکاری را به سطح مطلوبی برساند.

۷. سیستم‌های نظارتی بر شرکت‌ها به نحوی طراحی گردد که مانع این گونه فعالیت‌ها شود و در کنار رصد مالیاتی، عملکرد شرکت‌ها نیز با توجه به نوع فعالیت و درآمد ارائه‌شده مورد بازرسی دائمی قرار گیرد.



کتاب‌شناسی

۱. استفانی، گاستن و دیگران، ترجمه حسن دادبان، حقوق جزای عمومی، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۷۷ ش.
۲. اصغری، جمشید و صدیقه‌سادات فقیه، بررسی علمی و حقوقی بازاریابی شبکه‌ای، تهران، مجد، ۱۳۷۸ ش.
۳. جاویدنیا، جواد، نقد و بررسی قوانین مبارزه با شرکت‌های هرمی، مشهد، کنفرانس کارشناسان شرکت‌های هرمی، ۱۳۸۹ ش.
۴. جعفری لنگرودی، محمدجعفر، مبسوط در ترمینولوژی حقوق، تهران، گنج دانش، ۱۳۷۸ ش.
۵. دهخدا، علی‌اکبر، لغت‌نامه، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۳۷ ش.
۶. رابطیان، فرشید، اعترافات یک نتورکر، تهران، نسل نواندیش، ۱۳۸۸ ش.
۷. زرگر، محمدرضا، بازاریابی شبکه‌ای؛ باید‌ها و نباید‌ها، تهران، بهینه، ۱۳۸۵ ش.
۸. ساکی، محمدرضا، حقوق کیفری اقتصادی، چاپ دوم، تهران، جنگل، ۱۳۹۰ ش.
۹. طباطبایی راد، سیدمصطفی، تدبیر اقتصاد، چاپ دوم، ۱۳۸۹ ش.
۱۰. طوسی، محمد بن حسن، المبسوط فی فقه الامامیه، تهران، المكتبة المرتضوية لاحیاء الآثار الجعفریه، بی‌تا.
۱۱. علیان‌نژاد دامغانی، ابوالقاسم، بازاریابی شبکه‌ای یا کلاهبرداری مرموز، چاپ چهارم، قم، مدرسه امام علی بن ابی‌طالب (علیه‌السلام)، ۱۳۸۶ ش.
۱۲. کونک، رموز موفقیت در بازاریابی شبکه‌ای، ترجمه مصطفی عابدینی فرد و دیگران، چاپ سوم، تهران، کاج، ۱۳۸۷ ش.
۱۳. نریمان‌زمان‌آبادی، سیدمهدی، بررسی فقهی شرکت‌های بازاریابی چندسطحی، پایان‌نامه سطح سه حوزه، مشهد، زمستان ۱۳۸۹ ش.
۱۴. ولیدی، محمدصالح، حقوق جزای عمومی جرم، چاپ یازدهم، تهران، سمت، ۱۳۸۵ ش.
15. Taylor, Jon M., *What Are the Various Type of Pyramid Schemes and What Harm Do They Do?*, U.S.A., 2000, available at: <www.mlm-thetrulh.com> .