



به نام خدا



## گزارش کارشناسی

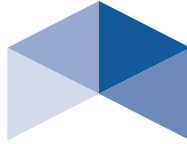
حق برخورداری از تأمین اجتماعی در  
فضای کسب و کار مجازی  
در اسناد بین‌المللی و نظام حقوقی ایران



موسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی

مدیریت، حکمروایی و فناوری





موسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی



## حق برخورداری از تأمین اجتماعی در فضای کسب و کار مجازی در اسناد بین‌المللی و نظام حقوقی ایران

تهیه و تدوین: مصطفی السان (عضو هیئت علمی دانشکده  
حقوق دانشگاه شهید بهشتی)

با همکاری: جناب آقای مهندس جعفر منوچهر

لیلا نجفی زاده - شاهرخ کاظمی - میرمهدی حسینی اشلقی -  
محمد رضا منوچهری  
ناظر علمی: حسن امامی



شماره مسلسل: MLI۲DF (۱۹) ۹۸

تاریخ انتشار گزارش: ۹۸/۱/۲۶

واژه‌های کلیدی:

فضای مجازی

تأمین اجتماعی

کسب و کار



خواننده گرامسی از طریق  
اسکن بارکد، می‌توانید جهت  
شرکت در نظرسنجی این  
کتاب به لینک مربوط به آن  
مراجعه کنید.



## فهرست مطالب

|    |  |
|----|--|
| ۸  | پیشگفتار مؤسسه                                     |
| ۱۰ | مقدمه  |
| ۱۱ | ۱. مفاهیم و مبانی بیمه فضای مجازی                  |
| ۱۱ | ۱-۱. مفهوم فضای مجازی                              |
| ۱۳ | ۱-۲. تعریف اصطلاحات مرتبط با بیمه فضای مجازی       |
| ۱۳ | ۱-۲-۱. امنیت فضای مجازی                            |
| ۱۴ | ۱-۲-۲. سیاست گذاری امنیتی                          |
| ۱۴ | ۱-۲-۳. سیستم امنیتی                                |
| ۱۵ | ۱-۲-۴. امنیت سخت افزار                             |
| ۱۵ | ۱-۲-۵. سیستم امنیت داده                            |
| ۱۵ | ۱-۲-۶. فضای مجازی                                  |
| ۱۵ | ۱-۲-۷. تهدید                                       |
| ۱۵ | ۱-۲-۸. سیستم کامپیوتری                             |
| ۱۶ | ۱-۲-۹. داده پیام                                   |
| ۱۶ | ۱-۲-۱۰. سیستم اطلاعاتی                             |
| ۱۷ | ۱-۲-۱۱. بیمه فضای مجازی                            |
| ۱۷ | ۱-۲-۱۲. احتمال                                     |
| ۱۷ | ۱-۲-۱۳. کارگزار بیمه                               |
| ۱۸ | ۱-۲-۱۴. بیمه غرامت حرفه‌ای                         |
| ۱۸ | ۱-۳. مفهوم ریسک در فضای مجازی و انواع آن           |
| ۲۱ | ۱-۴. مبانی بیمه فضای مجازی                         |
| ۲۱ | ۱-۴-۱. تکوین بیمه فضای مجازی                       |
| ۲۲ | ۱-۴-۲. متقاضیان بیمه تجارت الکترونیکی و فضای مجازی |
| ۲۳ | ۱-۴-۳. ضرورت ایمنی فضای مجازی                      |
| ۲۵ | ۱-۴-۴. ابعاد تجاری بیمه‌های فضای مجازی             |
| ۲۶ | ۱-۵. انواع بیمه‌های فضای مجازی                     |
| ۲۶ | ۱-۵-۱. تقسیم بر مبنای شخص اول و شخص ثالث           |
| ۲۷ | ۱-۵-۱-۱. انواع بیمه‌های پوشش شخص اول               |
| ۲۷ | یک. بیمه مخاطرات اموال الکترونیکی                  |

## فهرست مطالب

|    |  |
|----|--|
| ۲۸ | دو. اختلال در کسب و کار                                    |
| ۲۸ | سه. اخاذی سایبری   |
| ۲۹ | چهار. خسارت به اعتبار تجاری                                |
| ۲۹ | پنج. دزدی پول و اموال تجاری                                |
| ۲۹ | ۱-۲-۵-۱. انواع بیمه‌های پوشش شخص ثالث                      |
| ۲۹ | یک. نقض امنیت و محرمانگی                                   |
| ۲۹ | دو. مسئولیت رسانه‌ای                                       |
| ۲۹ | سه. تلف داده شخص ثالث                                      |
| ۳۰ | چهار. هزینه‌های آگهی به مشتری                              |
| ۳۰ | پنج. مسئولیت در قبال شخص ثالث به دلیل ارسال ایمیل یا پیامک |
| ۳۰ | شش. بیمه رسانه   |
| ۳۱ | الف. موضوع بیمه رسانه                                      |
| ۳۱ | (۱) افترا/تهمت   |
| ۳۱ | (۲) بدگویی از محصول  |
| ۳۱ | (۳) توهین  |
| ۳۱ | (۴) تعدی به حقوق   |
| ۳۱ | ب. تقسیم‌بندی کلی مخاطبان بیمه رسانه                       |
| ۳۲ | ج. دلایل توجیهی بیمه مسئولیت رسانه                         |
| ۳۳ | د. انواع بیمه‌نامه‌های رسانه                               |
| ۳۶ | هـ. شرکت‌های تولید بر نامه‌های تلویزیونی و فیلم‌ها         |
| ۳۶ | و. بیمه مسئولیت رسانه                                      |
| ۳۷ | هفت. بیمه مالکیت فکری                                      |
| ۳۷ | الف. انواع بیمه مالکیت فکری                                |
| ۳۷ | (۱) بیمه‌های شخص اول مالکیت فکری                           |
| ۳۷ | (۲) بیمه‌های تقلیلی یا هجومی مالکیت فکری                   |
| ۳۸ | (۳) بیمه‌های دفاعی   |
| ۳۸ | ب. دلایل توجیهی بیمه مالکیت فکری و آینده آن                |
| ۳۹ | ج. موارد نیاز به بیمه‌نامه مالکیت فکری                     |

## فهرست مطالب

|    |   |
|----|---|
| ۴۰ | د. مخاطرات بیمه مالکیت فکری   |
| ۴۰ | ۱) حق بر اثر (کپی‌رایت)   |
| ۴۱ | ۲) علایم تجاری  |
| ۴۱ | ۳) بیمه اختراع  |
| ۴۱ | ۴) بیمه مسئولیت ناشی از نقض حق اختراع                                       |
| ۴۲ | ۵) بیمه خسارات ناشی از تبلیغات  |
| ۴۲ | هشت. بیمه رمزگیری (فیشینگ)  |
| ۴۷ | نه. بیمه مسئولیت عمدی   |
| ۴۸ | ده. بیمه مسئولیت خطای فنی و بی‌مبالاتی                                      |
| ۴۸ | <b>۲. بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی</b>                                    |
| ۴۸ | ۱-۲. پیشینه بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی                                  |
| ۴۸ | ۱-۱-۲. پیشینه بیمه شرکت‌های الکترونیکی                                      |
| ۵۲ | ۲-۱-۲. پیشینه بیمه مشاغل مجازی در ایران                                     |
| ۵۴ | <b>۲-۲. اسناد و قوانین خارجی و داخلی بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی</b>     |
| ۵۴ | ۱-۲-۲. اسناد بین‌المللی   |
| ۵۵ | ۲-۲-۲. منشور ملل متحد   |
| ۵۶ | ۲-۲-۳. کنوانسیون بین‌المللی رفع هرگونه تبعیض نژادی                          |
| ۵۷ | ۲-۲-۴. مقاله‌نامه‌های سازمان بین‌المللی کار                                 |
| ۵۹ | <b>۲-۳. قوانین کشورهای پیشرو در خصوص بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی</b>     |
| ۵۹ | ۱-۲-۳. قوانین و دیدگاه کشور انگلیس  |
| ۵۹ | ۲-۲-۳. قوانین و دیدگاه کشور آلمان   |
| ۶۰ | ۳-۲-۳. قوانین و دیدگاه کشور سوئد  |
| ۶۱ | <b>۲-۴. قوانین داخلی و رویکرد مدیریتی در بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی</b> |
| ۶۱ | ۱-۲-۴. قوانین ایران در خصوص بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی                  |
| ۶۳ | ۲-۴-۲. رویکرد مدیریتی در خصوص بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی                |
| ۶۷ | <b>۲-۵. ضرورت پوشش تأمین اجتماعی بر مشاغل مجازی</b>                         |
| ۶۷ | ۱-۲-۵. ضرورت پوشش تأمین اجتماعی بر مشاغل مجازی در اسناد بین‌المللی          |
| ۷۰ | ۲-۲-۵. ضرورت پوشش تأمین اجتماعی بر مشاغل مجازی از منظر قوانین داخلی         |

## فهرست مطالب

|     |   |
|-----|---|
| ۷۱  | ۶-۲. رهیافت تأمین اجتماعی برای کسب و کار مجازی                            |
| ۷۳  | ۳. راهبرد عملیاتی و اجرایی تأمین اجتماعی برای کسب و کار مجازی             |
| ۷۴  | ۱-۳. جنبه‌های اجتماعی - اقتصادی بیمه مشاغل مجازی                          |
| ۷۵  | بند اول. مبانی و ادبیات نظری  |
| ۷۶  | بند دوم. نظام تأمین اجتماعی و جایگاه بیمه‌های اجتماعی در این نظام         |
| ۸۰  | بند سوم. دوگانگی بازار کار و نوزایی بازاری جدید بنام بازار کار فضای مجازی |
| ۸۳  | بند چهارم. رویارویی نظام بیمه‌های اجتماعی با پدیده اقتصاد بی‌وزن          |
| ۸۵  | بند پنجم. لزوم یا علل لزوم مداخله سازمان تأمین اجتماعی و نقش آفرینی آن    |
| ۸۸  | بند ششم. بررسی ابعاد مختلف مشاغل مجازی                                    |
| ۸۹  | اول. از جایگاه قوانین بالادستی کشور                                       |
| ۹۱  | دوم. از جایگاه و منظر فرهنگی  |
| ۹۳  | سوم. از جایگاه و منظر ابعاد اقتصادی                                       |
| ۹۶  | چهارم. از منظر فضای کسب و کار   |
| ۹۹  | پنجم. از منظر سایر ابعاد تأثیرگذار  |
| ۹۹  | الف. فقدان حقوق مالکیت معنوی و حق کیی‌رایت در کار آفرینی                  |
| ۹۹  | ب. چالش ریسک بالا و عدم تأمین منابع مالی                                  |
| ۱۰۰ | ج. چالش‌های سازمان با محیط کسب و کار مجازی و مشاغل مرتبط با آن            |
| ۱۰۱ | د. چالش‌ها و ابهامات موجود مرتبط با مکان و فضای کسب و کار جدید            |
| ۱۰۲ | هـ. چالش‌ها و ابهامات موجود مرتبط با عقد قراردادها و توافقنامه‌ها         |
| ۱۰۴ | و. چالش‌ها و ابهامات موجود مرتبط با متون قانون کار و قانون تأمین اجتماعی  |

## فهرست مطالب

|     |   |   |
|-----|---|---|
| ۱۰۵ | چالش‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات برای تأمین اجتماعی | ◀ |
| ۱۰۷ | ضرورت همگامی با فناوری اطلاعات                        | ◀ |
| ۱۰۸ | ارکان کسب‌وکار مجازی                                  | ◀ |
| ۱۱۱ | ضرورت اصلاح قوانین و مقررات مرتبط                     | ◀ |
| ۱۱۵ | رهیافتهای عملی بیمه کسب‌وکار مجازی                    | ◀ |
| ۱۱۹ | منابع و مأخذ  | ◀ |

## پیشگفتار مؤسسه

بسیاری از تعاملات دنیای واقعی در حال حاضر به حوزه فضای مجازی کشیده شده است. دنیای فعلی به صورت اجتناب‌ناپذیر به سمت فضای مجازی چرخش یافته و در حوزه آکادمیک هم مباحثی در خصوص ساختار و قوانین تجارت الکترونیک و کسب کارهای اینترنتی، بررسی بازار الکترونیک، شیوه قیمت‌گذاری و طریقه کسب مزیت رقابتی در فضای مجازی، مدل‌های کسب و کار در محیط اینترنت، سیستم‌های هوشمند در تجارت الکترونیک، موانع و چالش‌های توسعه تجارت و کسب و کارهای الکترونیکی، بیمه و فضای مجازی و ... مطرح می‌باشد.

واقعیت مجازی حکایت از آن دارد بسیاری از کسب و کارهای امروزی از طریق فناوری اطلاعات انجام می‌شود. نفوذ گسترده شبکه‌های مجازی و وسایل جانبی از جمله گوشی‌های هوشمند به ساختار اجرایی کسب و کارها و اقبال عمومی از آن، امری است که از منظر سازمان‌های بیمه‌گر باید با درایت خاصی مدنظر قرار گیرد.

قانون تأمین اجتماعی به عنوان یک قانون قدیمی، همانند بسیاری از قوانین جاری کشور، در ارتباط با فضای کسب و کار مجازی مقررات خاصی را در نظر ندارد. در حالی که زمینه و دلایل تشکیل بنیادی تحت عنوان تأمین اجتماعی ایجاب می‌نماید که مشاغل مجازی نیز تحت شمول و حمایت مقررات تأمین اجتماعی قرار گیرند. برای دور نماندن از این تحولات گسترده و دایمی ضرورت دارد سازمان تأمین اجتماعی







از پیش آماده هماهنگ ساختن ساختار و الگوها و مقررات خود با چنین تحولاتی باشد. به علاوه، «کارگاه» دیگر مفهوم سنتی خود را ندارد و باید در عمل رویکردی که نسبت به مفهوم و جایگاه کارگاه وجود دارد، تغییر یابد. طرح پژوهشی «حق برخورداری از تأمین اجتماعی در فضای کسب و کار مجازی در اسناد بین‌المللی و نظام حقوقی ایران» که توسط آقای دکتر مصطفی‌السان، عضو هیئت علمی دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی به اجرا درآمده، بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی را از جنبه‌های مختلف بررسی کرده و از جمله با پرداختن به ارکان کسب و کار مجازی، چالش‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات برای تأمین اجتماعی و ضرورت اصلاح قوانین و مقررات مرتبط، رهیافت‌های عملی و اجرایی برای بیمه تأمین اجتماعی کسب و کار مجازی ارائه می‌کند. امید است مطالعه این گزارش بتواند برای مدیران ارشد و کارشناسان خبره سازمان مفید واقع شود.

شهرام غفاری  
رئیس مؤسسه  
بهار ۹۸

## مقدمه

در جهان کنسونی، بخش قابل توجهی از تبادلات تجاری و ارائه خدمات در فضای مجازی و اینترنتی صورت می‌گیرد و بانکداری الکترونیکی امکان پرداخت هزینه این خدمات و مبادلات را فراهم آورده است. شکل‌گیری شرکت‌های مجازی و اینترنتی در قالب شرکت الکترونیکی، شرکت‌های سایبری، شرکت‌های دیجیتالی، شرکت‌های موبایل، موجب رونق کسب و کار مجازی و سودآوری فضای مجازی برای کاربران و شاغلین در آن شده است.

در رجوع به قوانین بیمه کشور، متوجه کاستی‌های بسیاری در حمایت از این مشاغل نوپای الکترونیکی می‌گردیم. به طوری که قانون تأمین اجتماعی مصوب سال ۱۳۵۴ نیز همانند بسیاری از قوانین جاری کشور به لحاظ قدمت تاریخی، در ارتباط با فضای کسب و کار مجازی دستورالعملی پیش‌بینی ننموده است. عهدنامه‌های بین‌المللی و روح تشکیل بنیادی تحت عنوان تأمین اجتماعی در اقسام نقاط جهان ایجاب می‌نماید که مشاغل مجازی نیز تحت حمایت تأمین اجتماعی قرار گیرند.

در این تحقیق با نگرش به قوانین بین‌المللی و نیز قوانین کشورهای پیشرو در خصوص تأمین اجتماعی افراد جامعه به خصوص افراد شاغل در مشاغل مجازی، قوانین داخلی و نظرات مسئولین در خصوص تأمین اجتماعی مشاغل مجازی بررسی گردیده و لزوم تحت پوشش بیمه اجتماعی قرار گرفتن شاغلین مشاغل مجازی بیان گردیده است.



## ۱. مفاهیم و مبانی بیمه فضای مجازی

### ۱-۱. مفهوم فضای مجازی

فضای مجازی به معنای شبکه جهانی متشکل از زیرساخت‌های فنی، رایانه‌ای و مخابراتی می‌باشد که در سطح جهان با همدیگر پیوسته و مرتبط هستند. واژه «فضای مجازی» برای نخستین بار توسط ویلیام گیبسون<sup>۱</sup> نویسنده داستان علمی تخیلی در کتاب نورومنسر<sup>۲</sup> در سال ۱۹۸۴ به کار گرفته شد. فضای مجازی (سایبر) به مجموعه‌هایی از ارتباطات درونی انسان‌ها از طریق کامپیوتر و وسایل مخابراتی بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی گفته می‌شود. این روابط در فضایی غیرفیزیکی (مجازی) اتفاق می‌افتد و به همین دلیل بسیاری از محدودیت‌های دنیای معمول را ندارد.

فضای مجازی اصطلاحی است که می‌توان آن را در کنار عبارت مشهور «دهکده جهانی» قرار داد یا حتی امروزه چنین فضایی را عامل محوری تحقق دهکده جهانی دانست. دنیای تخیلی دیروز، امروزه به واقعیتی بدل شده که برای بسیاری از مفاهیم و موجودی‌های فیزیکی، معادل مجازی دارد: کتابخانه؛ فروشگاه؛ اتاق گفت‌وگو و دیدوبازدید؛ ارسال و دریافت و اشتراک؛ چاپ و نشر؛ گردشگری؛ کاربایی و حتی تقلب و سوء

1-William Gibson

2-Neuromancer

استفاده و کلاهبرداری.

تأمین اجتماعی به هر نوع برنامه حمایت اجتماعی اطلاق می‌گردد که توسط قانون و یا هرگونه توافق الزام‌آور برقرار شده باشد و هدف آن فراهم‌ساختن میزانی از تأمین درآمد مالی در مواجهه با مخاطرات دوران بازنشستگی، بازماندگی، ازکارافتادگی، بیکاری و یا پرورش فرزندان باشد. تأمین اجتماعی می‌تواند خدمات درمانی در حوزه پیشگیری و درمان را نیز ارائه کند.

یکی از پیامدهای فناوری‌های نسل جدید، شکل‌گیری فضای کسب‌وکار مجازی است. در جهان پیشرفته و توسعه‌یافته، بخش قابل‌توجهی از تبادلات تجاری، کارسپاری و کاربذیری (به‌طور کلی خرید خدمت) در فضای مجازی صورت می‌گیرد و بانکداری الکترونیکی باعث شده است تا تعاملات مالی و پولی مربوط به برون‌سپاری و خرید خدمت در فضای مجازی به سرعت و سهولت صورت گیرد.

شکل‌گیری بنگاه‌های مجازی که با اسامی نظیر «شرکت الکترونیکی»، «شرکت‌های سایبری»، «شرکت‌های دیجیتالی»، «شرکت‌های موبایل»، «شرکت‌های اینترنتی» و... نامیده می‌شوند و بسط و توسعه پدیده‌هایی نظیر «دورکاری» و «پیشخوان‌های اینترنتی» که برای برون‌سپاری و خرید خدمت ایجاد می‌شوند و افرادی به‌عنوان «کاربذیر» یا ارائه‌دهنده خدمت که در قالب اشخاص حقیقی در نقطه مقابل آن قرار دارند، به شکل‌گیری فضای کسب‌وکار مجازی و دو فضایی شدن حوزه کار و تأمین اجتماعی انجامیده است.

حق تأمین اجتماعی یکی از مصادیق حقوق شهروندی افراد است که دولت‌ها باید آن را برای تک‌تک آحاد جامعه خود تضمین کنند. تأمین اجتماعی یک حمایت اجتماعی، یک بیمه اجتماعی، یک برنامه همگانی مردمی و یک صندوق احتیاطی ملی است که هدف آن تأمین مالی آتی در مواجهه با مخاطرات دوران بازنشستگی، بازماندگی، ازکارافتادگی، بیکاری یا پرورش فرزندان است. حق رفاه و تأمین اجتماعی «هجدهمین بند از منشور حقوق شهروندی است که پس از دو بند «حق مسکن» و «حق اشتغال و کار شایسته» آمده است.

قانون تأمین اجتماعی مصوب سال ۱۳۵۴ نیز همانند بسیاری از قوانین جاری کشور به‌لحاظ قدمت تاریخی، در ارتباط با فضای کسب‌وکار مجازی مسکوت می‌باشد

و از آنجاکه به موجب قانون کار و ماده ۱۴۸ (الزام کارفرما به بیمه نمودن کارگر) و ماده ۱۸۳ (اعمال جریمه در خصوص کارفرمایانی که از بیمه کارگران خود استنکاف می نمایند). اطلاق شمول تأمین اجتماعی به افراد، مستلزم «تشخیص رابطه مزدبگیری بین آنها و یک کارفرما» می باشد و تأمین اجتماعی به تبع احراز رابطه مزدبگیری وارد عمل می شود. فلذا با توجه به اینکه قانون کار برای فضای کسب و کار مجازی (الکترونیکی، سایبری، دیجیتالی، اینترنتی، موبایلی و ...) و تعریف کارفرما، کارگر و کارگاه مجازی مسکوت می باشد، در عمل سازمان تأمین اجتماعی نیز دچار چالش جدی در زمینه فرار بیمه‌ای در این بخش خواهد شد.

در این خصوص باید به این موضوع اشاره کرد که سازمان تأمین اجتماعی برای شمول بیمه تأمین اجتماعی به فضای کسب و کار مجازی دارای احکام و الزامات قانونی کلی است ولیکن می بایست سازوکارها، ابزارها و روش‌های اجرایی متناسب با آن را تمهید و تدارک نماید. سؤال اساسی این است که قوانین خاص مربوطه به چه صورت مقرر می گردد و مکانیسم‌های حقوقی موجود در اسناد بین‌المللی مربوطه به چه شکل می باشند؟

کاهش مخاطرات و به حداقل رساندن آنها جهت برنامه‌ریزی دقیق‌تر نیازی انکارناپذیر است، لذا بایستی مخاطرات را در زمینه‌هایی که فعالیت در آنها برنامه‌ریزی می شود، شناخت تا بتوان از حداکثر امکانات برای مقابله با آنها یاری گرفت. میزان بودجه‌ای که دولت‌ها در فضای مجازی برای تأمین امنیت آن صرف می کنند رو به افزایش است و این خود نشان‌دهنده اهمیت فراهم کردن محیط مجازی امن تا حد امکان است.

---

## ۱-۲. تعریف اصطلاحات مرتبط با بیمه فضای مجازی

### ۱-۲-۱. امنیت فضای مجازی

به ایمن بودن در برابر استفاده مجرمانه یا غیرقانونی از داده‌های الکترونیکی می گویند یا به اقداماتی که جهت ایجاد این امنیت صورت می گیرد، گفته

می‌شود.<sup>۱</sup> به عبارت دیگر اقداماتی که جهت حفاظت رایانه یا سیستم رایانه‌ای (در مواقع اتصال به شبکه) برای مقابله با حمله یا ورود غیرمجاز صورت می‌گیرد. اولین استفاده از این اصطلاح به سال ۱۹۹۴ باز می‌گردد.<sup>۲</sup> برخی منابع نیز امنیت فضای مجازی را به روش‌هایی که برای محافظت سیستم‌های رایانه‌ای در برابر تهدیدها مانند ویروس انجام می‌گیرد، تعریف کرده‌اند.<sup>۳</sup>

### ۱-۲-۲. سیاست گذاری امنیتی

اصولاً دربردارنده رویه‌ها، قواعد و مقررات مربوط به دسترسی به شبکه رایانه می‌باشد. اینکه یک سازمان چگونه مدیریت شود و اطلاعات محرمانه خود را (اطلاعات مربوط به مراجعان و یا اطلاعات شرکتی) محافظت کند و چارچوب تأمین امنیت مربوط به شبکه رایانه‌ای را فراهم سازد، همگی نشان‌دهنده خط‌مشی‌های امنیتی آن سازمان است.<sup>۴</sup> در کل به مجموعه قواعدی که مشخص می‌کند چه کسی مجوز دسترسی به چه اطلاعاتی را دارد و تحت چه شرایطی دارای چنین اختیاری می‌شود و همچنین معیارهایی که بر طبق آنها چنین مجوزی داده شده یا گرفته می‌شود، سیاست گذاری فضای مجازی می‌گویند.<sup>۵</sup>

### ۱-۲-۳. سیستم امنیتی

به سیستم فعالی گفته می‌شود که کنترل ورود به منابع سیستم دارای اطلاعات محرمانه را عهده‌دارمی‌باشد. این سیستم بایستی دربردارنده میزان محافظت کافی برای چنین اطلاعاتی بوده و بایستی قسمتهایی از سیستم را که داده‌ها و سامانه‌ها را پشتیبانی و محافظت می‌کند، کنترل نماید<sup>۶</sup> یا به هر شیوه‌ای که برای محافظت از اطلاعات و اموال در برابر سطح گسترده‌ای از مخاطرات نیاز است، عمل کند.<sup>۷</sup>

1-[www.oxforddictionaries.com/definition/english/cybersecurity](http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/cybersecurity)

2-[www.merriam-webster.com/dictionary/cybersecurity](http://www.merriam-webster.com/dictionary/cybersecurity)

3-<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/business-english/cybersecurity>

4-[www.webopedia.com/TERM/S/security\\_policy.html](http://www.webopedia.com/TERM/S/security_policy.html)

5-[www.businessdictionary.com/definition/security-policy.html](http://www.businessdictionary.com/definition/security-policy.html)

6-[www.encyclopedia.com/doc/1O11-systemsecurity.html](http://www.encyclopedia.com/doc/1O11-systemsecurity.html)

7- <http://dictionary.reference.com/browse/security+system>

#### ▲ ۱-۲-۴. امنیت سخت‌افزار

استفاده از سخت‌افزار مانند سخت‌افزارهای حافظه و سخت‌افزارهای موسوم به Bound registers جهت پیشبرد تأمین امنیت سامانه.<sup>۱</sup>

#### ▲ ۱-۲-۵. سیستم امنیت داده

به‌کارگیری ابزار برای حفاظت داده‌ها از عملیات ارادی یا غیرارادی افشا، خرابی یا تغییر.<sup>۲</sup>

#### ▲ ۱-۲-۶. فضای مجازی

دامنه‌ای جهانی درون محیط اطلاعاتی که دربردارنده شبکه به‌هم‌متصل زيرساختاری سیستم اطلاعاتی است که خود شامل اینترنت، شبکه‌های ارتباطی، راه دور، سیستم‌های رایانه‌ای و کنترل‌گرها و پردازشگرهای آن است

#### ▲ ۱-۲-۷. تهدید

به هر نوع وضعیت یا اتفاقی گفته می‌شود که از طریق یک سیستم اطلاعاتی امکان تأثیر نامساعد بر عملیات سازمانی (مأموریت، عملکرد، اعتبار و...)، اموال سازمانی، افراد، سایر سازمان‌ها را از طریق دسترسی غیرمجاز، خرابی، افشا، تغییر اطلاعات و عدم سرویس‌دهی داشته باشد.<sup>۳</sup>

#### ▲ ۱-۲-۸. سیستم کامپیوتری

کامپیوترهای به‌هم‌متصل با یک سیستم ذخیره. سیستم کامپیوتری می‌تواند به‌طور مستقل عمل کند و با سایر سامانه‌های فعال در شبکه ارتباط برقرار کند<sup>۴</sup> یا عبارت است از هر نوع دستگاه یا مجموعه دستگاه‌های متصل سخت‌افزاری - نرم‌افزاری که از طریق اجرای برنامه‌های پردازش خودکار «داده‌پیام» عمل می‌کند.<sup>۵</sup>

---

1-[www.encyclopedia.com/doc/1O11-hardwaresecurity.html](http://www.encyclopedia.com/doc/1O11-hardwaresecurity.html)

2-Glossary of Key Information Security Terms, Richard Kissel, Editor, 2013, p60.

3- IBID, p 202

4-<http://thelawdictionary.org/computer-system/>

۵- بند (و) ماده دو قانون تجارت الکترونیکی ایران.

## ▲ ۹-۲-۱. داده‌پیام

«هر نمادی از واقعه، اطلاعات یا مفهوم است که با وسایل الکترونیکی، نوری و فناوری‌های جدید اطلاعات تولید، ارسال، دریافت، ذخیره یا پردازش می‌شود».<sup>۱</sup> در این مفهوم، داده‌پیام مفهومی عام‌تر از نوشته الکترونیکی داشته و در واقع هر نوع داده‌ای را شامل می‌شود.

## ▲ ۱۰-۲-۱. سیستم اطلاعاتی

سیستمی برای تولید، ارسال، دریافت، ذخیره یا پردازش داده‌پیام است.<sup>۲</sup> در واقع، سیستم اطلاعاتی مجموعه‌ای از مؤلفه‌های وابسته به هم است که با گردآوری، پردازش، ذخیره و توزیع داده‌های اطلاعاتی از تصمیم‌گیری و کنترل در سازمان‌ها پشتیبانی می‌کند. این سیستم علاوه بر کمک کردن به ایجاد هماهنگی در انجام عملیات سازمانی، به مدیران و کارکنان سازمان‌ها کمک می‌کند تا مسایل سازمان را تحلیل یا شبیه‌سازی کنند.

سیستم‌های اطلاعاتی سه فعالیت عمده را انجام می‌دهند: ورود داده‌ها، پردازش و خروج داده‌ها. یعنی داده‌ها وارد سیستم اطلاعاتی می‌شود، بر روی آن عملیات پردازش صورت می‌گیرد تا به اطلاعات در قالب‌های خاص تبدیل شود و این اطلاعات در اختیار افراد مصرف‌کننده آن قرار می‌گیرد تا از آن استفاده کنند. در این سیستم‌ها عمدتاً می‌بایست بازخورد نیز وجود داشته باشد که از سوی مصرف‌کنندگان ارائه می‌شود و به‌منظور بهبود سیستم مورد استفاده قرار می‌گیرد. اگرچه مکانیزم عملکرد سیستم‌های اطلاعاتی با شرحی که گفته شد، شباهت زیادی با یک رایانه دارد اما ماهیت یک سیستم اطلاعاتی فراتر از کامپیوتر یا نرم‌افزار است. کامپیوتر و نرم‌افزار، ابزارها و اجزایی هستند که یک سیستم اطلاعاتی را تشکیل می‌دهند اما آنها قادر نیستند به تنهایی اطلاعاتی را که یک سازمان به آنها نیاز دارد، تولید کنند.<sup>۳</sup>

۱- بند (الف) ماده دو قانون تجارت الکترونیکی ایران.

۲- بند (ز) ماده دو قانون تجارت الکترونیکی ایران.

۳- لاودن، کنت و جین لاودن، «فصل اول»، در سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت، ترجمه سیداکبر مصطفوی و سیدمجتبی حسینی، ویرایش یازدهم، چاپ اول. فذک ایسانیس، تهران ۱۳۸۹.



### ▲ ۱۱-۲-۱. بیمه فضای مجازی

بیمه فضای مجازی برای جبران زیان‌های ناشی از اتفاقات مختلف در فضای مجازی مانند نقض داده، اختلال در کسب و کار و صدمه به شبکه طراحی شده است.<sup>۱</sup> قانون بیمه این عقد را این‌گونه تعریف می‌کند: «بیمه عقدی است که به موجب آن یک طرف تعهد می‌کند در ازای پرداخت وجه یا وجوهی از طرف دیگر در صورت وقوع یا بروز حادثه خسارت وارده بر او را جبران نموده یا وجه معینی بپردازد. متعهد را بیمه‌گر و طرف تعهد را بیمه‌گذار و وجهی را که بیمه‌گذار می‌پردازد حق بیمه و آنچه را که بیمه می‌شود موضوع بیمه می‌نامند».

### ▲ ۱۲-۲-۱. احتمال

هدف از تجارت بیمه برای بیمه‌گر کسب سود به وسیله جمع‌آوری حق بیمه‌های کافی جهت پرداخت خسارات موضوع بیمه است. برای این منظور و حفظ تعادل میان حق بیمه‌ها و سود حاصل و میزان خسارت پرداختی، بیمه‌گران بایستی با دقت به تعیین قیمت‌ها (حق بیمه) بپردازند که اصطلاحاً نرخ‌گذاری نامیده می‌شود.<sup>۲</sup> حال در این میان بیمه‌گران از یک سری روش‌های محاسباتی استفاده می‌کنند تا احتمال وقوع حادثه را ارزیابی می‌کند. این عدد میان صفر و یک است و احتمال وقوع حادثه را معین می‌کند.

### ▲ ۱۳-۲-۱. کارگزار بیمه

شخص حقیقی یا حقوقی است که به‌عنوان واسطه میان بیمه‌گذار (که می‌تواند هر شخص حقیقی یا حقوقی اعم از تجاری و سازمانی باشد) و بیمه‌گر عمل می‌کند. کارگزاران بیمه با در اختیار قراردادن دانش خود در صنعت بیمه به بیمه‌گذاران کمک می‌کنند تا مناسب‌ترین نوع بیمه‌نامه را انتخاب و خود را نسبت به مخاطرات احتمالی تحت پوشش قرار دهند.<sup>۳</sup> در واقع کارگزار بیمه متخصص بیمه و مدیریت ریسک است.<sup>۴</sup>

---

1-[www.dhs.gov/publication/cybersecurity-insurance](http://www.dhs.gov/publication/cybersecurity-insurance)

2- Insurance Probability: Comparison & Analysis of Consumer Psychology and Pricing Strategy in U.S. and China, Wenjun Dong, Wanyue Zhang, 2011, p3

3-[www.prospects.ac.uk/insurance\\_broker\\_job\\_description.htm](http://www.prospects.ac.uk/insurance_broker_job_description.htm)

4-<http://understandinsurance.com.au/insurance-brokers>

## ۱۴-۲-۱. بیمه غرامت حرفه‌ای

نوعی از بیمه است که شاغلین حرفه‌ای مانند حسابداران، حقوقدانان و امثالهم را در موارد بی‌مبالاتی و بی‌احتیاطی‌های شغلی بیمه می‌کند. این نوع بیمه‌ها از آنجایی که حمایت‌هایی را به‌عمل می‌آورند که در بیمه‌های مسئولیت عمومی وجود ندارد، حائز اهمیت است چراکه در بیمه‌نامه‌های اخیر خسارت‌هایی که در اثر بی‌دقتی یا عدم انجام صحیح وظایف خاص شغلی ایجاد می‌شود، پوشش نمی‌دهد. عنوان بیمه‌ها در این قسم از بیمه ممکن است بر حسب حرفه موضوع بیمه متفاوت باشد مثلاً بیمه موسوم به mal practice insurance مخصوص حرفه پزشکی دارویی است.<sup>۱</sup>

## ۳-۱. مفهوم ریسک در فضای مجازی و انواع آن

مخاطره فضای مجازی یعنی احتمال صدمه دیدن و تحمل خسارت و ضرر به دلیل در معرض بودن یک عامل الکترونیکی که می‌تواند منجر به ایجاد آثار سوء بر یک کسب و کار شود<sup>۲</sup> یا در معنایی عام‌تر مخاطره فضای مجازی عبارت است از مخاطره مربوط به فعالیت‌های اینترنتی آنلاین، تجارت الکترونیک، سیستم‌های الکترونیکی و شبکه‌های فناوری و همچنین ذخیره اطلاعات شخصی است.<sup>۳</sup>

گرچه مخاطرات در فضای مجازی، بسته به نوع فعالیت متفاوت است اما آنچه اصولاً ریسک به معنای واقعی خوانده می‌شود و شرکت‌های بزرگ تجاری درصددند تا خود را از آن مصون دارند، اصولاً شامل موارد زیر است:

**۱. هک<sup>۴</sup>:** منظور هک شدن اطلاعات شخصی توسط هکرهاست. هک می‌تواند موجب تضعیف میزان محرمانگی سازمانی یک شرکت شود که خود باعث پایین آمدن اعتبار آن شرکت خواهد بود چراکه هک ممکن است عملکرد یک شرکت نسبت به امنیت داده‌ها و ازدست‌دادن اطلاعات محرمانه را در معرض قضاوت عموم

1- [www.investopedia.com/terms/p/professional-liability-insurance.asp](http://www.investopedia.com/terms/p/professional-liability-insurance.asp)

2- how to protect your business in the digital age, Mark Greisiger, business insurance white paper, 2010 Crain communications inc. p3

3- Insurance cyber risk, Tine Olson, Willis, 2013, p6

4- Hacking

قرار دهد.<sup>۱</sup>

**۲. حمله عدم سرویس دهی:**<sup>۲</sup> در حملات عدم سرویس دهی (DOS) از یک کامپیوتر یا ارتباط اینترنتی برای پرکار کردن<sup>۳</sup> پهنای باند و منابع سرور مبدأ استفاده می شود که در نتیجه آن سرور توان ارائه خدمات نداشته و اصطلاحاً مشغول می گردد.<sup>۴</sup> بنابراین، حمله قطع یا اختلال در خدمات، به معنای حمله یک یا چندین شخص از طریق ارسال میزان بسیار زیادی از داده های الکترونیکی به سامانه رایانه ای به منظور کاستن از ظرفیت آن می باشد که در نتیجه افراد مجاز نتوانند برای امور قانونی خود به سامانه دسترسی پیدا کرده و به مبادله اطلاعات بپردازند. در صورتی که پرسیدن ظرفیت سامانه به این دلیل باشد که ظرفیت آن متناسب با حجم اطلاعاتی وارده نیست؛ پوشش بیمه ای شامل چنین موردی نمی شود.

**۳. اخاذی اطلاعاتی:**<sup>۵</sup> به طور کلی اخاذی در فضای مجازی هنگامی اتفاق می افتد که شخصی از طریق اینترنت دیگری را تهدید به برآورده کردن مطالبات خود می کند مانند دادن مبلغی پول، تحویل کالایی مشخص یا انجام کاری خاص، تهدید می تواند طیفی از صدمه زدن به شخص، آبروی او و یا اموال وی باشد.<sup>۶</sup>

**۴. خطای نیروی انسانی:**<sup>۷</sup> با وجود تمام تلاش هایی که شرکت های تجاری برای مقابله با امنیت داده به عمل می آورند باز هم خطای انسانی یکی از مهمترین مخاطرات فضای مجازی است. طبق گزارش<sup>۸</sup> شرکت IBM از موارد نقض امنیت داده ای آن شرکت در سال ۲۰۱۳ خطای انسانی در نود و پنج درصد موارد دخیل بوده است!

**۵. نقص ناشی از نرم افزار:** شرکت ها اصولاً برای به کارگیری فعالیت های خود

---

1- Symantec Corporation, Internet Security Threat Report 2014 :: Volume 19

2- Denial of service attacks

3- Overloading

4-for more information, See: [www.incapsula.com/ddos/ddos-attacks/denial-of-service.html](http://www.incapsula.com/ddos/ddos-attacks/denial-of-service.html)

5- Information extortion/Cyber extortion.

6- <http://definitions.uslegal.com/c/cyberextortion/>

7- Human error.

8- IBM Security Services 2014 Cyber Security Intelligence Index, Analysis of cyber attack and incident data from IBM's worldwide security operations.

از نرم‌افزارهای رایانه‌ای فراوانی استفاده می‌کنند که گاهی عدم بازدهی مناسب این برنامه‌های رایانه‌ای ممکن است منجر به ایجاد خسارت شود.

**۶. نقض داده<sup>۱</sup>:** نقض داده حادثه‌ای است که در اثر آن اطلاعات محرمانه، محافظت‌شده و سری به‌طور پنهانی بدون مجوز واریسی شده، دزدیده شده و یا مورد استفاده قرار گرفته است.<sup>۲</sup>

**۷. انتقال ویروس:** ایجاد اختلال در سیستم‌های خدمات‌رسان از طریق انواع ویروس‌ها، کرم‌ها و ترجان‌ها ممکن است.

**۸. حالت عدم فعالیت شبکه<sup>۳</sup>:** این اصطلاح زمانی به کار می‌رود که سیستمی برای مدت به خصوصی قادر به ارائه خدمات نباشد. ایجاد چنین وضعیتی برای سیستم‌های خدمات‌رسان به سایر مراکز فعال مانند نیروگاه‌های هسته‌ای، بانکها و سایر مؤسسات مالی موجب اختلال در انجام امور اصلی آنها خواهد شد و بعضاً عواقب ناگواری در پی داشته است.<sup>۴</sup>

**۹. از بین رفتن فیزیکی سیستم<sup>۵</sup>:** فعالیت در محیط مجازی نیازمند سیستم فناوری اطلاعات است که از تجهیزات عینی متعددی تشکیل شده است. صدمه به این تجهیزات می‌تواند در اثر هر عامل بیرونی به وقوع بپیوندد؛ از آتش‌سوزی گرفته تا تغییرات دمای اتاق سرور و حتی سیل یا نوسانات الکتریکی.<sup>۶</sup>

**۱۰. سایر مخاطرات که در قالب بیمه‌نامه‌ها بدان مفصلاً پرداخته خواهد شد.**

---

1-Data Breach.

2- <http://searchsecurity.techtarget.com/definition/data-breach> , Margaret Rouse, first published in May 2010

3- Network downtime

4- for more info see <http://www.titanpower.com/blog/damage-caused-downtime/>, The Damage Caused by Downtime, Posted on December 1, 2013 by titan power.

5- Physical loss of system.

6- Cyber risks explained, what they are, what they could cost and how to protect against them, Marsh Ltd, 2011.

بیمه فضای مجازی به دلیل ضرورت‌های خاصی که وجود داشته، در طول زمان شکل گرفته و تکوین یافته است. در این مبحث، به ترتیب تکوین بیمه فضای مجازی (گفتار اول)، متقاضیان بیمه تجارت الکترونیکی و فضای مجازی (گفتار دوم)، ضرورت ایمنی فضای مجازی (گفتار سوم) و ابعاد تجاری بیمه‌های فضای مجازی (گفتار چهارم) مورد بررسی قرار می‌گیرد.

### ۴-۱-۱. تکوین بیمه فضای مجازی

تقریباً در اوایل سال‌های قرن ۲۱ که صنعت اینترنت به تازگی توسعه پیدا کرده بود برخی بیمه‌گران اقدام به ارائه خدماتی کردند که زبان‌های مالی ناشی از نقض داده را پوشش می‌داد. این در حالی بود که بسیاری از فعالان تجاری<sup>۱</sup> به تازگی به قابلیت اقتصادی اینترنت پی برده بودند و بیمه‌گران هم بیشتر به دنبال بیمه شرکت‌های اینترنتی بزرگی<sup>۲</sup> چون یاهو، ای‌بای، آمازون و گوگل بودند.

اولین بیمه‌نامه‌های فضای مجازی حول موضوع جرایم این فضا شکل گرفتند و به‌طور کلی ابتدا بیمه‌های فضای مجازی مربوط به بیمه اموال و مسئولیت بودند<sup>۳</sup>؛ دو مدل بیمه‌ای که تا به آن لحظه نیز بیشترین انواع بیمه‌ها را به خود اختصاص داده بودند. بیمه مسئولیت در فضای مجازی ابتدا هزینه‌ها و مسئولیت‌های ناشی از نقض امنیت سیستم‌های رایانه‌ای بیمه‌گذار را پوشش می‌دادند و بیمه‌نامه‌های اموال نیز ایجاد اختلال در کسب و کار و از بین رفتن اموال اطلاعاتی<sup>۴</sup> در اثر نقض داده را تحت پوشش خود درآورده بودند. بیمه‌های اموال همچنین دربردارنده بیمه‌های شخص اول شامل مقابله با هکرها، اخاذی اطلاعاتی و مدیریت بحران نیز بودند.<sup>۵</sup> در همان ابتدا یکی از مهمترین چالش‌های بیمه ضرورت تفهیم مخاطبان بیمه فضای مجازی به لزوم تحت پوشش قرار گرفتن بوده است.

1- Such as Brick and Mortar

۲- این شرکت‌ها معروف به big dotcom companies بودند.

3- Cyber Insurance: An Efficient Way to Manage Security and Privacy Risk in the Cloud?, InfoLawGroup LLP, 2012

4- Data asset loss

5- A brief history of Cyber Insurance Cover, Geoff Stanbridge, 2012

رفته‌رفته با وضع قوانین ایالتی در امریکا و توسعه آن در سطح جهان که مشارکت هرچه بیشتر شرکت‌ها را در گزارش هرگونه نقض داده در فضای مجازی ایجاب می‌کرد<sup>۱</sup> و همچنین لزوم مقابله هرچه بیشتر با جرایم سازمان‌یافته سایبری، بیمه‌های فضای مجازی به یکی از مهمترین ملزومات فعالیت در فضای مجازی تبدیل شد. بر اساس امروزه درآمد سالیانه حاصل از بیمه فضای مجازی بالغ بر یک میلیارد تا دو میلیارد دلار است که می‌تواند به دو برابر رقم مذکور در سال‌های آینده برسد.<sup>۲</sup>

## ۲-۴-۱. متقاضیان بیمه تجارت الکترونیکی و فضای مجازی

شرکت‌ها و مؤسسات و افرادی که با فناوری اطلاعات سر و کار دارند و از آن جهت پیشبرد امور تجاری و اداری و روزانه (شخصی) خود بهره می‌برند، متقاضیان بیمه فضای مجازی و تجارت الکترونیکی هستند. با توجه به حجم روزافزون مبادلات و فعالیت‌ها در فضای مجازی امروزه یکی از مهمترین خدمات بیمه‌ای، بیمه‌های فضای مجازی و تجارت الکترونیکی هستند که روزبه‌روز در حال توسعه می‌باشند. طبق یک گزارش در سال ۲۰۱۰ از هر ده مورد شرکت مورد بررسی این گزارش، چهارتای آنها از بیمه‌نامه‌هایی استفاده می‌کردند که آنها را در مقابل خطرات ناشی از ازین رفتن اطلاعات پوشش دهد.<sup>۳</sup> همچنین براساس نظرسنجی صورت گرفته تحت حمایت شرکت زوریخ که از ارایه‌دهندگان خدمات بیمه‌ای در فضای مجازی است؛ یک سوم سازمان‌های مربوطه تحت برنامه راهبردی خود اقدام به خرید بیمه‌های مسئولیت در فضای مجازی کرده‌اند. حتی به دلیل رشد و گسترش ثبت و ضبط الکترونیکی اسناد و مراودات الکترونیکی، برخی از بیمارستانها و سایر مراکز درمانی و شرکت‌های داروسازی، داده‌های خود مربوط به کارکنان، بیماران، داده‌های تحقیقاتی و داده‌های سری را برای مقابله با مخاطرات و مسئولیت‌های محیط مجازی بیمه می‌کنند.<sup>۴</sup> بانکها و مؤسسات مالی از دیگر متقاضیان بیمه‌های مجازی هستند زیرا اکثر مبادلات

1- <http://www.sb-1386.com/>

2- <http://www.informationweek.com/government/cybersecurity/cyber-security-insurance-market/d/d-id/1204578>

3- PwC's Global State of Information Security Survey in 2010, Incentives and barriers of the cyber insurance market in Europe, ENISA, 2012, p 16.

4- Healthcare report, Protecting Hospitals and Healthcare Operations from Cyber Liability 2011, Victor O. Schinnerer & Company, Inc.

بانکی و امور بانک‌ها از طریق سیستم‌های کامپیوتری و نرم‌افزارهاست. مؤسسات حقوقی که به ارائه خدمات مشاوره و حقوقی می‌پردازند نیز رفته‌رفته خود را مجبور به استفاده از بیمه‌های فضای مجازی می‌بینند. شرکت‌های فناوری نیز که خود به ارائه خدمات نرم‌افزاری و سرویس‌دهی اینترنتی مشغولند از دیگر متقاضیان بیمه فضای مجازی هستند.<sup>۱</sup>

### ۳-۴-۱. ضرورت ایمنی فضای مجازی

تأمین امنیت فضای مجازی امروزه اولویت سیاست‌گذاری در عرصه اجرا و قانون‌گذاری در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه است؛ چرا که توسعه روزافزون فضای مجازی همان‌طور که از طرفی زمینه رشد اقتصادی و تجارت جهانی را فراهم ساخته، زمینه‌های ارتکاب جرایم و تهدیدات امنیتی را در پی داشته است. امروزه منافع صنعت، تکنولوژی و دولت‌ها در تأمین امنیت برای مبادلات الکترونیکی و فعالیت‌های مختلفی است که عمدتاً اقتصادی بوده و در فضای مجازی کاربران و مؤسسات مالی اقتصادی بدان مشغولند و رفته‌رفته فعالان تجاری و دولت‌ها در این عرصه هماهنگ‌تر عمل می‌کنند. دولت‌ها برای رشد و رونق اقتصادی، بهره‌وری و تأمین امنیت ملی نیازمند زیرساخت‌های جهانی دیجیتالی امن هستند و شرکت‌های تکنولوژیک در صدد فراهم‌ساختن حفاظت کافی در سیستم‌ها و محصولات خود می‌باشند.<sup>۲</sup>

در این میان برای عملکرد بهتر دولت‌ها در سیاست‌گذاری‌ها و همچنین حرکت هرچه بهینه‌تر مؤسسات تجاری فعال در فضای مجازی اصولی چند در رابطه با امنیت فضای مجازی پیشنهاد شده است از جمله:<sup>۳</sup>

۱- اقدام برای بهبود امنیت فضای مجازی بایستی در جهت بهترشدن وضع مشارکتهای خصوصی-دولتی و بر مبنای منابع تخصیصی و نوآوری‌های موجود

1- [www.chubb.com/businesses/ci/chubb16564.html](http://www.chubb.com/businesses/ci/chubb16564.html)

2- The IT Industry's Cyber security Principles for Industry and Government, information technology industry council , 2011, p 5

3- The Truman|CNP Cyberspace & Security Program, Matthew Rhoades, Director, Cyberspace & Security Program Truman National Security Project & Center for National Policy, p 1-4. <http://trumanproject.org/>

باشد. بیش از ده سال است که صنعت تکنولوژی با همکاری دولت‌ها توانسته ابتکارات، منابع کافی و هدایتگری متناسبی در همه ابعاد امنیت فضای مجازی فراهم سازد. به عبارت دیگر تلاش برای مهیاساختن فضای مجازی امن وقتی مؤثرتر است که برمبنای نوآوری‌های روز باشد و به مسئله سرمایه‌گذاری و مشارکت‌ها (خصوصی - دولتی) توجه ویژه کند.

**۲- اقدام برای بهبود امنیت فضای مجازی بایستی با توجه به خصیصه جهانی، متصل و بدون مرز فضای مجازی باشد. فضای مجازی محلی فرای صلاحیت و قلمرو دولت خاصی است و فارغ از مرزهای جغرافیایی موجود تعبیر می‌شود و فعالان فضای مجازی یعنی مصرف‌کنندگان، مؤسسات مالی، دولت‌ها، مالکان و ارایه‌دهندگان زیرساخت‌ها به دنبال فعالیت مداوم امن در فضای مجازی‌اند.**

تأمین امنیت فضای مجازی بایستی مطابق با آخرین مخاطرات فضای مجازی، فناوری و الگوهای تجاری باشند و مبتنی بر مدیریت خطر<sup>۱</sup> صورت گیرد. عرصه فناوری و تکنولوژی به سرعت در حال تغییر و پیشرفت است و شرکت‌های بزرگ با سرمایه‌گذاری در بخش تحقیق و توسعه<sup>۲</sup> سرمایه‌گذاری جهت رسیدن به تکنولوژی جدیدتر) نیاز مبرمی برای وجود عوامل امنیتی متناسب با آن در فضای مجازی پیدا می‌کنند و بایستی دقت نمود که تأمین امنیت در فضای مجازی برای این مقصود است که یک سازمان یا به‌طور کلی کاربر فعال در آن به درستی توانایی تخمین مخاطرات در این محیط را داشته باشند و با دقت بیشتری برنامه‌ریزی کنند. برای این مهم است که امروزه مراکز سی.آی.او<sup>۳</sup> به ارایه تجزیه و تحلیل‌هایی در رابطه با دنیای تکنولوژی و چگونگی به‌کارگیری فناوری برای نیل به اهداف اقتصادی فعالیت می‌کنند و مأموران موسوم به سی.آی.اس.او<sup>۴</sup> که مسئول تضمین حمایت اموال اطلاعاتی<sup>۵</sup> و فناوری یک مؤسسه می‌باشند تا حد امکان مخاطراتی که فناوری اطلاعات با آن مواجه

---

1- Risk Management.

2- Resarch & development (R&D).

3- www.cio.com

4- Chief Information Security Office

5- information Assets



هستند را کاهش دهند.<sup>۱</sup>

حفاظت از فضای مجازی مسئولیت مشترک است. هیچ نهادی به تنهایی نمی‌تواند تأمین فضای مجازی را تضمین کند حتی اگر دولت باشد یا مرکز قدرتمند اینترنتی چراکه فضای مجازی فرای مرزهای جغرافیایی تعریف می‌شود و امنیت فضای مجازی نیازمند هماهنگی و تعاون میان نهادهای دولتی، فدرال، منطقه‌ای و خصوصی است.<sup>۲</sup>

تأمین امنیت فضای مجازی به معنای حفظ حریم خصوصی است. در واقع به حمایت از افراد، شرکت‌ها و دولت‌ها نسبت به نفوذ غیرمجاز به محیط مجازی اختصاصی آنها می‌انجامد و این تصور غلطی است که تأمین امنیت بیشتر به مراتب منجر به کاهش میزان حریم شخصی می‌شود یا بالعکس.

#### ▲ ۴-۴-۱. ابعاد تجاری بیمه‌های فضای مجازی

پوششی که امروزه برای مخاطرات فضای مجازی به‌وسیله بیمه‌نامه‌های مختلف فضای مجازی مهیا شده است نسبت به دو تا پنج سال اخیر افزایش چشمگیری داشته است. حق بیمه‌های پرداختی در بازار ایالات متحده آمریکا بالغ بر پانصد میلیون دلار تخمین زده شده است؛ این حجم درآمدی خود به توسعه بیمه در فضای مجازی کمک می‌کند. در برخی اتحادیه‌های تجاری نیز طرح‌های عملیاتی برای شرکت‌های عضو دربردارنده بیمه‌نامه‌های استانداردشده دارای بند پوشش بیمه‌ای در فضای مجازی است، همچنین بایستی دقت نمود که امروزه بیمه فضای مجازی خود به‌عنوان فرصت مناسبی برای بیمه‌گذاران تلقی می‌شود چرا که هم درآمد خوبی عاید شرکت‌های بیمه‌گر می‌کند و زمینه مساعدی جهت توسعه محصول به حساب می‌آید. گرچه هنوز محاسبه هزینه‌ها برای پوشش بیمه با وجود در نظر گرفتن عوامل متعدد مانند بخش کسب و کار بیمه‌گذار، تعداد رکوردی که به‌وسیله سازمان مربوطه حفظ می‌شود و... دغدغه بیمه‌گران است.<sup>۳</sup>

---

1- Managing the Risks of Cyberspace, Steve Durbin, commentary on [www.coinsight.com](http://www.coinsight.com), posted on 2013

2- Cyber First Principles, Matthew Rhoades, Truman National Security Project & Center for National Policy, 2014, p 3

3- Airmic Review of Recent Developments in the Cyber, p 11, 2013

بر اساس گزارش بترلی<sup>۱</sup> در سال ۲۰۱۳ در باب بازار بیمه فضای مجازی بر، بازار در این حوزه رو به گسترش است به خصوص در بخش مراقبت سلامت و بخش‌های کوچک و متوسط مقیاس تجاری که شامل بنگاه‌ها و شرکت‌های تجاری کوچک می‌شود.<sup>۲</sup> همه بیمه‌گران به رشد حق بیمه‌ها اذعان داشته‌اند و اکثراً مقدار این افزایش را بین ۱۰ الی ۲۵ درصد و برخی میان ۲۵ الی ۵۰ درصد گزارش کرده‌اند.<sup>۳</sup> گرچه افزایش صد درصدی توسط برخی بیمه‌گران نیز گزارش شده است!

در این گزارش احتمال افزایش حق بیمه‌ها پیش‌بینی شده است که در اثر گسترش روزافزون نقض داده‌ها و حساسیت افکار عمومی نسبت به لزوم حفاظت از حریم شخصی است که تبعاً منجر به افزایش مبالغ پراختی برای جبران خسارت می‌گردد. آنچه بیش از هر چیز وضعیت این بازار را مبهم می‌کند ریسک جمعی<sup>۴</sup> است که میل بیمه‌گران اتکایی به بیمه فضای مجازی را کاهش داده است.

## ۵-۱. انواع بیمه‌های فضای مجازی

این بیمه‌ها را می‌توان هم از نظر کارکردهایی که ارائه می‌دهند و بر اساس موضوع تقسیم نمود مانند بیمه‌های تجارت الکترونیک، بیمه رسانه، بیمه‌های مالکیت فکری و... هم می‌توان بر مبنای اشخاص تحت پوشش به انواع بیمه‌های شخص اول و بیمه‌های شخص ثالث تقسیم نمود.

### ۱-۵-۱. تقسیم بر مبنای شخص اول و شخص ثالث

به‌طور کلی منظور از بیمه‌های شخص اول کلیه بیمه‌هایی است که موضوع

1- Betterley.

2- Cyber/Privacy Insurance Market Survey, The Betterley Report, June 2013, p 4

3- Ibid, p. 5

۴- Accumulation risk این حالت وقتی به وجود می‌آید که همان عامل خسارت، به بیمه‌گذاران متعدد خسارت وارد آورد که این باعث افزایش ناگهانی میزان جبران خسارت درخواستی خواهد بود.

آن‌ها شخص بیمه‌گذار و اموال او می‌باشد.<sup>۱</sup> یا به عبارت دیگر شخص برای حفاظت خود از هرگونه خسارتی که مستقیماً به او وارد می‌گردد، خود را بیمه می‌کند. مانند خسارتی که ممکن است در اثر ویروس‌های اینترنتی به یکی از تأسیسات الکترونیکی شرکتی تجاری وارد آید. بیمه‌های شخص ثالث هرگونه خسارتی را که ممکن است شخصی به دیگری وارد کند، بیمه می‌کند. مانند نقض حق محرمانه‌بودن داده‌های دیگری یا افشای اطلاعات محرمانه متعلق به دیگری که در شبکه موجود است.<sup>۲</sup>

### ۱-۱-۵. انواع بیمه‌های پوشش شخص اول

در این بند به کلیه بیمه‌نامه‌هایی که مخاطرات شخص اول در فضای مجازی را پوشش می‌دهند، می‌پردازیم:<sup>۳</sup>

#### ● یک. بیمه مخاطرات اموال الکترونیکی

ورود خسارت به اموال الکترونیکی<sup>۴</sup> یا برنامه‌های نرم‌افزاری خطری است که امروزه هر تجارتی در فضای مجازی را تهدید می‌کند. این نوع از بیمه‌ها معمولاً هزینه‌هایی را پوشش می‌دهد که بیمه‌گذار برای موضوع بیمه صرف کرده تا آن را به وضعیت پیش از خسارت برساند.

نقض امنیت داده می‌تواند خسارت‌های مختلفی را در پی داشته باشد. همچنین، عامل یا مسئول زیان امکان دارد متعهد به جبران انواع مختلفی از خسارت گردد که حسب مورد پیش آمده یا مطرح می‌شوند. خسارت مالی، خسارت به خرده‌فروشی، خسارت جانی، خسارت به خدمات، خسارت به مشتریان، زیان‌های صنعتی، عمومی و رسانه، فناوری، حمل‌ونقل، ارتباطات، آموزش و داورسی از جمله این موارد هستند. این خسارت‌ها ممکن است از بی‌احتیاطی

---

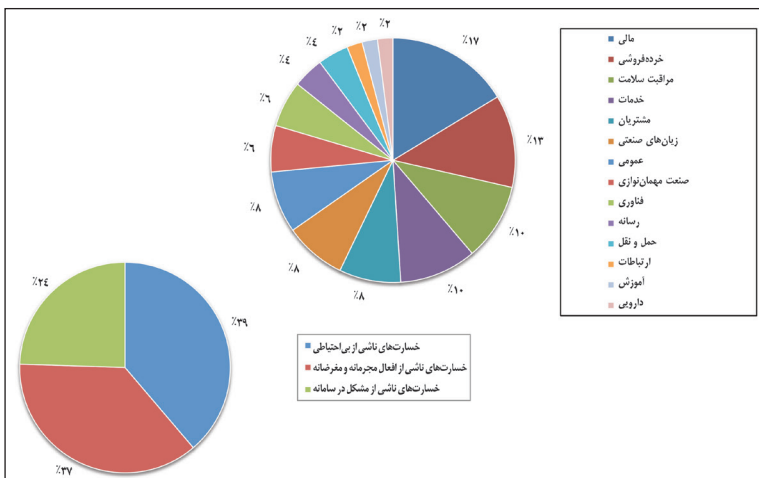
1- <http://www.irmi.com/online/insurance-glossary/terms/f/first-party-insurance.aspx>

2- Third-Party vs. First-Party Cyber Risk Insurance: Protect Your IT Firm Right, Brenna, 2013.

3- according to: Airmic Review of Recent Developments in the Cyber, p 7, 2013

4- Digital assets

۳۹) درصد، افعال مجرمانه یا مغرضانه (۳۷ درصد) یا مشکل در سامانه (۲۴ درصد) ناشی شوند.



به هر حال، درپیش گرفتن «بیمه فضای مجازی» به‌عنوان یکی از رویکردهای اصلی سازمان و نهاده‌ی نه‌کردن آن در حد مدیران عالی، یکی از رویکردهای ضروری برای مدیریت پایدار سازمان و پیشگیری از تحمیل همه خسارت‌ها به آن و وسیله‌ای برای انتقال ریسک به بیمه‌گر محسوب می‌شود.

### ● دو. اختلال در کسب‌وکار

این‌گونه حوادث بیشتر موجب زیان‌های عدم‌النفعی می‌شود یا باعث افزایش هزینه‌های عملکرد شرکت تجاری و هزینه‌های ناشی از اقدامات انجام گرفته جهت کاهش خسارت.

### ● سه. اخاذی سایبری

این نوع از بیمه‌ها اصولاً آن دسته از اخاذی‌هایی را دربرمی‌گیرد که شامل هرگونه تهدید در فضای مجازی برای به‌دست آوردن پول است مانند تهدید به صدمه‌زدن به شبکه، محدودکردن شبکه یا انتشار اطلاعات برگرفته از شبکه.

### ● چهار. خسارت به اعتبار تجاری

خسارت به اعتبار تجاری<sup>۱</sup> کلیه زیان‌های به اموال معنوی، ضرر درآمدی و ازدست‌دادن مشتری (بازار) یا افزایش هزینه عملکرد را دربرمی‌گیرد. نقض حفاظت داده‌ای و به‌دنبال آن گزارش اطلاعات به‌دست آمده ناشی از این نقض (هرچند اطلاعات غلط)، متداول‌ترین نوع افعالی است که تحت پوشش قرار گرفتن این نوع بیمه را ایجاب می‌کند.

### ● پنج. دزدی پول و اموال تجاری

ازدست‌دادن مستقیم پول و اختلالی که در پی آن در تجارت ایجاد می‌شود و ممکن است ناشی از دزدیده شدن تجهیزات کامپیوتری باشد یا دزدی الکترونیکی صندوق مالی یا پول از طریق هک و سایر جرایم فضای مجازی.

### ۲-۱-۵. انواع بیمه‌های پوشش شخص ثالث

بیمه‌نامه‌های متنوعی وجود دارند که مخاطرات شخص ثالث را تحت شرایطی بیمه می‌کنند، در اینجا مختصراً به عمده این مخاطرات و بیمه‌نامه‌ها می‌پردازیم:<sup>۲</sup>

### ● یک. نقض امنیت و محرمانگی

بیمه‌نامه‌های تعبیه‌شده برای این بخش به‌طور عمده هزینه‌های ناشی از بازرسی، دفاع (از اطلاعات و سیستم) و جبران خسارات مدنی را دربرمی‌گیرد.

### ● دو. مسئولیت رسانه‌ای

خسارات و هزینه‌هایی که در اثر افترا، نقض محرمانگی، بی‌مبالاتی در انتشار هرگونه محتوایی در قالب الکترونیکی یا رسانه‌ای و تجاوز به حقوق مربوط به مالکیت فکری شخص ثالث را دربرمی‌گیرد.

### ● سه. تلف داده شخص ثالث

مسئولیت در قبال ازین‌بردن و غیرقابل‌استفاده کردن داده‌های شخص ثالث

---

1- Reputational damage.

2- According to: Airmic Review of Recent Developments in the Cyber, p 9, 2013

مانند اطلاعات مربوط به پرداخت خسارت به مشتریان برای عدم اجازه ورود،<sup>۱</sup> عدم کارکرد نرم‌افزاری و سیستم امنیتی و....

#### ● چهار. هزینه‌های آگهی به مشتری

عبارت است از هزینه‌های قانونی، پستی و تبلیغاتی در مواردی که قانوناً یا با لحاظ شرایط و اوضاع و احوال باید پرداخت گردد.

#### ● پنج. مسئولیت در قبال شخص ثالث به دلیل ارسال ایمیل یا پیامک

در صورتی که ایمیل یا پیامک حاوی ویروس یا محتوای غیراخلاقی باشد، حسب مورد می‌تواند مسئولیت فرستنده یا رسا (واسطه) را در پی داشته باشد. این مسئولیت را در صورتی که ناشی از فعل عامدانه نباشد، می‌توان تحت پوشش بیمه قرار داد.

#### ● شش. بیمه رسانه

بیمه‌نامه‌های مسئولیت رسانه‌ای به‌عنوان یکی از بیمه‌های معمول فضای مجازی برای پوشش بیمه‌ای هتک حرمت (توهین، افترا) نقض حریم خصوصی، تصاحب بدون مجوز نام متعلق به دیگری و نقض حقوق مالکیت فکری به دلیل پخش محتوای متعلق به دیگری به کار می‌روند. بیمه رسانه می‌تواند شامل پایگاه اینترنتی نیز باشد. شرکت‌های بیمه فعال در این گروه اغلب مواردی را که به دلیل خطای رایانه‌ای یا بی‌مبالاتی نیروی انسانی اتفاق می‌افتد، به‌عنوان موارد استثنایی محسوب داشته، تحت پوشش بیمه‌ای قرار نمی‌دهند یا حق بیمه مضاعفی را برای چنین مواردی مطالبه می‌کنند.

بیمه مسئولیت رسانه بیمه‌گذار را در مقابل مشکلات مرتبط با گردآوری و ردوبدل کردن اطلاعات پوشش می‌دهد. موضوع بیمه رسانه، پوشش بیمه‌ای برای ادعای افترا و نقض حریم خصوصی است و امکان دارد مسایل مربوط به نقض حق بر اثر و علامت تجاری<sup>۲</sup> را نیز تحت پوشش قرار دهد. این بیمه را می‌توان بیمه ارتباطات نیز نامید.

---

1- denial of access.

2- Copyright & Trademark.

الف. موضوع بیمه رسانه

موارد زیر از جمله موضوعاتی هستند که می‌توانند به موجب بیمه رسانه تحت پوشش قرار گیرند:

### ۱. افترا/تهمت

اگر از سوی بیمه‌گذار اطلاعات غلطی برای دیگران ارسال شده و در نتیجه آن به شخصیت یا کسب و کار دیگری خسارت وارد شده باشد، احتمال طرح دعوی تهمت، افترا یا موارد مشابه علیه فرستنده اطلاعات وجود دارد.

### ۲. بدگویی از محصول

محتوای عرضه‌شده ممکن است مشتمل بر بدگویی (توصیف نادرست غیرواقعی) از محصول متعلق به دیگری باشد.

### ۳. توهین

انتشار اخبار و اطلاعات یا پخش (تلویزیونی، رادیویی، ماهواره‌ای) آنها ممکن است منجر به توهین و خسارت به شخص حقیقی (همچون کاهش اعتبار یا خسارت معنوی) اتحادیه یا فعالیت تجاری شده باشد.

### ۴. تعدی به حقوق

تعدی یا تجاوز خصوصی یا شهرت (وجهه عمومی) یک شخص که شامل مزاحمت، عرضه حقایق خصوصی به عموم مردم، شهرت غیرموجه یا غیر قانونی، ارایه اطلاعات مزورانه، استفاده بدون مجوز از نام دیگری یا سوء استفاده از شباهت عنوان به قصد بردن سود می‌شود. صرف نظر از این که این مسایل در قانون مشمول عنوان مجرمانه باشد یا نه، مسئولیت مدنی (خسارات) ناشی از این موضوعات را می‌توان تحت پوشش بیمه‌ای قرار داد.

### ب. تقسیم‌بندی کلی مخاطبان بیمه رسانه

هر مؤسسه‌ای که اقدام به توزیع و انتشار اطلاعات به عموم می‌نماید، صرف نظر از وسیله‌ای که برای این امر به کار می‌رود (پایگاه اینترنتی، نامه الکترونیکی، روزنامه، تلویزیون و...) در معرض تمام مخاطراتی است که یک ناشر ممکن است با آن روبه‌رو شود. بنابراین بیمه مسئولیت رسانه برای اشخاص و شرایط زیر ضرورت دارد:

- ناشران و پخش کنندگان بسته‌های آموزشی.
- مواردی که احتمال نقض علامت تجاری، آسیب به شخص یا شخصیت طرف و رقابت ناعادلانه وجود دارد.
- انتقال الکترونیکی اطلاعات.
- مؤسسه تحقیقاتی، نمایشگاهی، تهیه کنندگان مجموعه (سریال) تلویزیونی.
- ارائه‌دهندگان خدمات نشر الکترونیکی یا هر اتحادیه‌ای که اقدام به تهیه بسته‌های انتشاراتی یا نشر مجدد می‌نماید.
- ایستگاه‌های رادیو - تلویزیونی، شرکت‌های تولید کننده تصاویر متحرک (پویانما / انیمیشن) و پخش کنندگان کابلی و ماهواره‌ای.
- مؤسسات تبلیغاتی.



### ج. دلایل توجیهی بیمه مسئولیت رسانه

صنعت رسانه با توجه به ذات و طبیعتش بسیار پویا است و به صورت دائمی و به شکل بسیار سریعی در حال رشد و توسعه است. توسعه اینترنت و فناوری به صورت توأمان با حمایت روزافزون از آزادی بیان راه‌های متفاوت و مرزهای بی‌پایانی را پیش روی دست اندرکاران رسانه قرار داده تا به مخاطبان جهانی دست پیدا کنند.

سرگرمی‌های رسانه‌ای نقش بسیار مهمی را در زندگی هر شخصی بازی می‌کنند، چه خواننده شوند، چه دیده شوند، چه شنیده شوند. از این رو، هر کدام از این‌ها اگر در سطح جهانی عرضه گردد، می‌تواند شرکت‌های فعال در عرصه رسانه را از حیث محتویات عرضه‌شده، در معرض خطر شکایت و تعقیب قرار دهد.

انحصار و توسعه محرک‌های اصلی تولید ثروت هستند که به نوبه خود می‌توانند سبب ایجاد شهرت و اعتبار برای اشخاص حقیقی و شرکت‌ها باشند، که به پشتوانه هوش و خلاقیت‌های اشخاص و تولید مالکیت‌های معنوی منحصر به فرد تضمین می‌شوند.

با توجه به مباحث مرتبط با حقوق و جایگاه رسانه، می‌توان فهمید که شرکت‌های رسانه‌ای در چه محیطی فعالیت می‌کنند. اما باید به این نکته مهم توجه کرد که



توسعه روزافزون صنعت رسانه می‌طلبد که سرویس‌های مدیریت دعاوی و جبران خسارت در حوزه مسئولیت‌های رسانه به صورت تخصصی فعالیت کند. این امر مورد توجه کشورهای توسعه‌یافته قرار گرفته و شرکت‌های بیمه در این کشورها به صورت تخصصی و ویژه در این باب به فعالیت پرداخته‌اند.

#### د. انواع بیمه‌نامه‌های رسانه

شرکت‌های بازاریابی، تبلیغاتی و ارتباطی: کسب و کار رسانه‌ای در حوزه بازاریابی و تبلیغات معمولاً از طرف بیمه‌گران در دسته بیمه‌های متفرقه قرار می‌گیرند.

شرکت‌های تبلیغاتی و بازاریابی آگاه به این قضیه نیستند که مسئولیت‌های فلج‌کننده بالقوه‌ای را طی قراردادهای روزانه خود متحمل شوند. به طور مثال اشتباهات اصولی یا ادبی سریعاً قابل اصلاح و جبران هستند، اما خساراتی که به اعتبار و شهرت وارد می‌شود، به سختی قابل جبران است.

برخی از این شرکت‌های بیمه در این حوزه بیمه‌نامه‌هایی برای جبران خسارت‌های ناشی از غفلت و بی‌مبالاتی تحت پوشش بیمه‌های اول‌شخص تدارک دیده‌اند که این حق را به بیمه شده می‌دهند که بدون اینکه شکایت یا دعوی‌ای علیه بیمه شده طرح شود، شرکت بیمه خسارت وارده را می‌پردازد و به این ترتیب به اعتبار و روابط تجاری شخص بیمه شده خدشه وارد نمی‌شود.

**اشخاص (حقیقی و حقوقی) که می‌توانند تحت پوشش قرار بگیرند:** مؤسسات تبلیغاتی، شرکت‌های بازاریابی مستقیم، شرکت‌های تبلیغات فروش، مؤسسات رسانه‌های نو (اینترنتی)، مؤسسات مشاوره بازاریابی، مؤسسات تحقیقات علمی در بازار دادوستد و...

**مواردی که می‌تواند تحت پوشش قرار بگیرد:** هر شکلی از افترا، بدنام کردن محصولات، اعمال مسامحه کارانه، اعمالی که خارج از اختیارات قانونی انجام می‌شود، تعرض به موضوعات محرمانه، نقض مجوز در استفاده از علائم تجاری، حق کپی‌رایت (شخص ثالث) اشتباهات و مسامحه‌کساری‌های کارمندان، جبران خسارت‌های تعیین شده توسط دادگاه، موارد مسئولیت مدنی که دربردارنده موارد بالا نباشد.

**ناشران:** امروزه با توسعه آزادی بیان محتویات و مطالبی را که یک ناشر پخش

می‌کند و در اثر آن ممکن است به اعتبار و شهرت افراد خدشه وارد شود محدود به ابزارهای سنتی نشر نمی‌شود. امروزه انتشارهای اینترنتی و یا نشر محتویات از طریق سایر ابزارهای ارتباطی مدرن ناشران را در معرض خطرهای متفاوت‌تر و بزرگتری از آنچه که در استفاده از ابزارهای سنتی نشر در معرض آن قرار داشتند، قرار می‌دهند.

ناشران چه مطالبی را از طرف خود منتشر کنند و چه از طرف دیگری ممکن است به خاطر مسئولیت در پخش این محتویات در دعاوی که علیه او اقامه می‌شود، مجبور به دفاع از خود باشد. مثلاً دعاوی افترا یا ضربه‌زدن به شهرت و اعتبار یک شخص و... از طریق بیمه‌نامه‌هایی که برای این منظور تدارک دیده شده‌اند، می‌توان هزینه‌ها و خساراتی که از رهگذر این دعاوی به وجود می‌آیند را بیمه کرد.

**اشخاصی که می‌توانند تحت پوشش قرار گیرند:** ناشران کتاب، ناشران روزنامه، ناشران مجلات، ناشران اینترنتی و...

**فعالیت‌های انتشاراتی عبارتند از:** تحقیق، انتشار، تجدید چاپ، توزیع، تبلیغ و پروانه گرفتن برای محتویات

**مواردی که می‌تواند تحت پوشش قرار بگیرند:** هر شکلی از افترا، بدنام کردن محصولات، اعمال غفلت کارانه، اعمالی که خارج از اختیارات قانونی انجام می‌شود، تعرض به موضوعات محرمانه، نقض مجوز در استفاده از علائم تجاری، حق کپی‌رایت (شخص ثالث) اشتباهات و مسامحه‌کاری‌های کارمندان، جبران خسارت‌های تعیین شده توسط دادگاه، موارد مسئولیت مدنی که دربردارنده موارد بالا نباشد.

**گویندگان:** گویندگان رادیویی و تلویزیونی در برنامه‌های زنده یا مستندهای تلویزیونی و برنامه‌هایی که به صورت زنده از اتفاقات واقعی پخش می‌شوند به دلیل این که دیالوگ‌های از پیش آماده نیستند ممکن است سخنانی به زبان بیاورند که افترا علیه اشخاص محسوب شود. بیمه‌نامه‌های مربوط به گویندگان خسارت‌هایی را که از طریق چنین دعاوی که ممکن است از سوی اشخاص ثالث اقامه شوند را تحت پوشش قرار می‌دهند.

**اشخاصی که می‌توانند تحت پوشش قرار گیرند:** گویندگان رادیویی و تلویزیونی، صاحبان وب سایت‌ها و...

**مواردی که می‌تواند تحت پوشش قرار گیرد:** به همان شرحی که در قسمت فعالیت‌های انتشاراتی گفته شد.

**شرکت‌های تولید محصولات چند رسانه‌ای:** چه تجارت مربوط به ساخت برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی باشد چه نشر آثار یا ساخت فیلم و یا ترکیبی از این سه، شرکت‌های تولید محصولات چند رسانه‌ای ممکن است برای تولید هر یک از محتویات تخصصی مزبور با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو می‌شود.

انتشار به روش‌های سنتی یا آنلاین، پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی با ابزارهای مختلف یا ساخت محصولات به شکل برنامه‌نویسی، شرکت‌های محصولات چند رسانه‌ای را با چالش‌های گسترده‌ای مینی بر اینکه چگونه می‌توانند برای حق نشر و پخش محصولات خود از صاحبان علامت‌های تجاری یا دارندگان حق کپی‌رایت مجوزهای لازم را بگیرند و از آن مهمتر اینکه بتوانند از این مجوزها حفاظت کنند، روبه‌رو می‌سازد.

بیمه‌نامه‌های مربوط به محصولات چند رسانه‌ای هزینه‌ها و خسارات دعاوی را که ممکن است بر علیه این شرکت‌ها بر مبنای نقض مجوزها، نگرفتن مجوزها و یا دعاوی مربوط به محتویات محصولات این شرکت‌ها از طرف اشخاص ثالث یا طرف‌های قرارداد با این شرکت‌ها اقامه شود را تحت پوشش قرار می‌دهند.

**اشخاصی که می‌توانند تحت پوشش قرار بگیرند:** ناشران اینترنتی، تولیدکنندگان برنامه‌های تلویزیونی، تولیدکنندگان برنامه‌های رادیویی تهیه‌کنندگان برنامه‌های چند رسانه‌ای و ...

**مواردی که می‌توانند تحت پوشش قرار گیرند:** به همان شرحی که در قسمت فعالیت‌های انتشاراتی گفته شد.

فعالیت‌های چند رسانه‌ای دربردارنده تحقیق، بررسی، جمع‌آوری، آماده‌سازی، گردآوری و ساخت محتوا، گرفتن مجوز یا توزیع یا فروش یا اجاره محتویاتی که شامل برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و یا دیگر برنامه‌هایی که مربوط به سایر رسانه‌های جمعی هستند را دربرمی‌گیرد.

هـ. شرکت‌های تولید برنامه‌های تلویزیونی و فیلم‌ها  
مهمترین چالشی که سازندگان فیلم‌های سینمایی یا برنامه‌های تلویزیونی از جمله سازندگان تبلیغات تجاری ممکن است با آن روبه‌رو باشند این است که مجوزهای لازم یا حداقل، رضایت کسانی را که محتوای فیلم‌ها به شکلی مربوط به آنها می‌شود را کسب کنند.

بیمه‌نامه‌هایی از طرف شرکت‌های بیمه برای این مواد در نظر گرفته شده که به وسیله آن سازندگان فیلم‌ها و برنامه‌ها می‌توانند مسئولیت خود را در قبال شکایاتی که ممکن است از جانب اشخاص مذکور علیه آنها اقامه شود را بیمه کنند.

**اشخاصی که می‌توانند تحت پوشش قرار گیرند:** شرکت‌های سازنده فیلم‌های سینمایی، تبلیغات تجاری، ناشران فیلم‌ها، سازندگان برنامه‌های مستند و ...

**مواردی که تحت پوشش قرار می‌گیرد:** هر شکلی از افترا، بدنام کردن محصولات، اعمال غفلت کارانه اعمالی که خارج از اختیارات قانونی انجام می‌شود، تعرض به موضوعات محرمانه، نقض مجوز در استفاده از علائم تجاری، حق کپی‌رایت (شخص ثالث) اشتباهات و مسامحه کاری‌های کارمندان، جبران خسارت‌های تعیین شده توسط دادگاه، موارد مسئولیت مدنی که در بردارنده موارد بالا نباشد.

**ناشران فیلم‌ها:** برای ناشران فیلم‌ها هم بیمه‌نامه‌هایی در نظر گرفته شده تا هزینه‌ها و خسارات ناشی از دعاوی که از طرف اشخاص ثالث بر محتویات فیلم‌هایی که توسط ناشران پخش شده را تحت پوشش قرار می‌دهد.

**اشخاصی که می‌توانند تحت پوشش قرار گیرند:** ناشران فیلم‌ها.

#### و. بیمه مسئولیت رسانه

خساراتی که به‌طور مثال از طریق تبلیغات یا انتشار آنها در رسانه اینترنت به‌وجود می‌آید را تحت پوشش قرار می‌دهد مانند تعرض به حق کپی‌رایت از طریق انتشار محصول در رسانه یا اینترنت.

#### ● هفت. بیمه مالکیت فکری

این پوشش بیمه‌ای از بیمه شده و اغلب شخص حقوقی در برابر ادعاهایی که خواسته آنها حقوق مالکیت فکری، نقض حق بر علامت تجاری یا حق اختراع است،

پشتیبانی می‌کند. نقض این دسته از حقوق به هنگام اجرای محصولات عادی تجاری یا غیر انتفاعی از سوی شخص حقیقی یا حقوقی محتمل است و به همین دلیل این نوع از بیمه‌نامه برای پرداخت خساراتی که دادگاه یا نهاد داور بر علیه بیمه شده بدان حکم می‌نماید و نیز پرداخت هزینه داور ضرورت دارد.

امروزه بیمه‌های مالکیت فکری به شکل‌های زیر تنظیم می‌شود:

#### الف. انواع بیمه مالکیت فکری

از جهت دسته‌بندی اصلی می‌توان بیمه مالکیت فکری را به بیمه‌های شخص اول مالکیت فکری، بیمه‌های تقلیلی یا هجومی مالکیت فکری و بیمه‌های دفاعی تقسیم‌بندی کرد که به ترتیب بررسی می‌شوند.

#### ۱. بیمه‌های شخص اول مالکیت فکری

مواردی را پوشش می‌دهد که درآمدهای یک شرکت بر اثر ضربه‌ای که به حق مالکیت فکری آنها وارد شده کاهش می‌یابد یا ازین می‌رود. به‌طور مثال شرکتی حق اختراع خود را به ثبت می‌رساند و به پشتوانه این حق اختراع محصولات خود را قیمت‌گذاری می‌کند. به وسیله این قیمت‌گذاری انحصاری درآمد زیادی عاید شرکت می‌شود. حال شرکت دیگری بر علیه این شرکت به خاطر ثبت حق اختراع اقامه دعوی می‌کند و حق اختراع ثبت‌شده را بی‌اعتبار می‌کند و به تبع آن حق قیمت‌گذاری انحصاری را ازین می‌برد که ضررهای هنگفتی از این راه به شرکت اول وارد می‌شود و یا اینکه بدون طرح دعوی کالایی مانند کالای شرکت مزبور تولید کرده، وارد بازار می‌کند و باعث افت شدید قیمت محصولات انحصاری شرکت می‌شود و درواقع به نوعی به حق مالکیت فکری شرکت مزبور تعرض می‌کند. تمامی این ضررها را می‌توان تحت پوشش بیمه‌های اول شخص قرار داد.

#### ۲. بیمه‌های تقلیلی یا هجومی مالکیت فکری

این نوع بیمه‌نامه‌ها هزینه‌های تقلیلی را که بیمه‌گذار در اثر نقض حق مالکیت فکری خود علیه نقض‌کنندگان اقامه می‌کند را پوشش می‌دهد. به‌طور مثال برخی شرکت‌های کوچک رازهای تجاری دارند که وقتی طرف قرارداد با شرکت‌های بزرگتر قرار می‌گیرند، به‌منظور همکاری بیشتر رازهای

تجاری را در اختیار شرکت‌های بزرگتر قرار می‌دهند. اگر شرکت‌های مزبور از این موضوع سوءاستفاده کنند شرکت‌های کوچک که صاحب رازهای تجاری هستند، می‌توانند علیه آنها اقامه دعوی کنند و از آنجایی که هزینه طرح و تعقیب چنین دعوی سنگین است و ممکن است شرکت‌های کوچک به خاطر این عامل بازدارنده از حق خود بگذرند، می‌توان این هزینه‌ها را تحت پوشش قرار داد.

### ۳. بیمه‌های دفاعی

از یک شرکت در برابر ادعاهایی مبنی بر استفاده نادرست یا غیرقانونی از حق مالکیت فکری دیگران حمایت می‌کند و هزینه‌های دفاع و ضرری که ممکن است در این راستا وارد شود را تحت پوشش قرار می‌دهد و شرکت حق اختراع خود را به ثبت می‌رساند و به پشتوانه آن شروع به فعالیت می‌کند. اما همیشه این احتمال وجود دارد که بر علیه شرکت، دعوای مرتبط با ثبت اختراع اقامه شود که مستند به دلایل قوی نیستند و عمداً برای وقفه در کسب و کار و ضرر زدن به شرکت مزبور طرح می‌شوند و هزینه‌های دفاع در برابر این دعوای و خساراتی که ممکن است از این راه به شرکت وارد شود را می‌توان تحت پوشش بیمه قرار داد.

### ب. دلایل توجیهی بیمه مالکیت فکری و آینده آن

شکوفایی تجارت اینترنتی محصول ابتکار و توسعه فرایندها و اقدامات جدید است. از این رو، بسیاری از شرکت‌ها تلاش می‌کنند اولین یا بهترین بوده و محصولات جدیدی را به فروش رسانیده، با ایده نوینی در امر تجارت یا تبلیغات به کارگیرند.

در دنیای رقابت نداشتن بودجه کافی برای تأمین هزینه‌های ناگهانی ناشی از طرح دعوی یا دفاع در مقابل آن می‌تواند یک فعال تجارت الکترونیکی را به راحتی به مرز ورشکستگی بکشاند.

به علاوه، در موارد بسیاری مالکیت فکری به عنوان تنها سرمایه اولیه شرکت‌های کوچک محسوب می‌شود.

مالکیت فکری نه تنها برای شرکت‌های بزرگ بسیار مهم است بلکه شرکت‌های کوچک نیز دانش و مهارت‌هایی را که برای ساخت یا عرضه محصولات خود به کار

می‌برند به‌عنوان تنها سرمایه اولیه خود در خطر تعرض رقبای دیگر و شرکت‌های بزرگتر می‌بینند که ممکن است بدین‌وسیله به دنبال حذف آنها از عرصه رقابت باشند.

پس تحت‌حمایت‌قراردادن مالکیت فکری و بیمه کردن آن می‌تواند یکی از راه‌های موفقیت و پیروزی در این عرصه خطیر و پر از فراز و نشیب باشد.

در مارس ۲۰۱۲ یک مطالعه تحقیقی توسط سازمان امنیت اقتصادی آمریکا گزارشی منتشر کرده مبنی بر این که صنایع مالکیت فکری به‌صورت مستقیم حداقل می‌تواند ۲۷/۱ میلیون و به‌صورت غیرمستقیم ۱۲/۹ میلیون فرصت شغلی ایجاد کند و همچنین این صنایع بیش از ۵ تریلیون دلار از اقتصاد آمریکا را تشکیل می‌دهد که دربردارنده سهمی بالغ بر ۳۵٪ اقتصاد این کشور است.

همچنین در کشورهای توسعه‌یافته در این عرصه مانند آمریکا به وسیله تکنیک‌های جدید و کارآمد ارزیابی ارزش صنایع مالکیت فکری بیمه‌نامه‌هایی ایجاد شده که می‌توان آنها را به‌عنوان وثیقه برای وام‌هایی که شرکت‌ها برای گسترش فعالیت‌های خود می‌گیرند، قرار داد و از این‌رو ابزارهای جدیدی برای شرکت‌ها به‌وجود آمده است. گرچه این راه در سیستم حقوقی داخلی ما کارآمد نیست اما در عرصه تجارت بین‌الملل می‌تواند برای کشور ما بسیار کارآمد باشد.

همه مطالب گفته‌شده گویای این است که وجود چنین بیمه‌نامه‌هایی هم برای بیمه‌گذار و هم برای بیمه‌گر می‌تواند بسیار پرسود باشد و حتی تا حدود زیادی می‌تواند یکی از راهکارهای تأمین امنیت اقتصادی باشد.<sup>۱</sup>

### ج. موارد نیاز به بیمه‌نامه مالکیت فکری

در صورتی که احتمال یا تهدید به طرح دعوی نقض مالکیت فکری و صنعتی از سوی شرکت‌های تجاری دیگر وجود داشته باشد، بدین نحو که شخص دیگری مدعی شود که بیمه‌گذار مالکیت فکری یا ایده تبلیغاتی متعلق به وی را تصاحب کرده یا نابجا به کار برده است، وجود این بیمه‌نامه مناسب خواهد بود.

---

۱-السان، مصطفی؛ رضا کلانتری؛ سیده‌ادی سجادی، بیمه مسئولیت و خسارتهای وارده در فضای مجازی، فصلنامه پژوهشنامه بیمه، دوره ۲۳، شماره ۱، شماره پیاپی ۱۲۵، بهار ۱۳۹۶، صص ۶۵-۸۴.

همچنین از آنجاکه تمامی مخاطرت و عواملی که می‌توانند موجب نقض حقوق مالکیت فکری شوند، مشخص نیستند لذا هر شخص می‌تواند از طریق خرید این بیمه‌نامه علامت تجاری یا اختراع خود را در مقابل تعرض دیگران مورد پوشش بیمه‌ای قرار دهد.

البته شخص مذکور باید اثبات کند که تشریفات مربوط به ثبت حقوق یا علامت تجاری، بازرگانی، خدمات با حق اختراع را طی کرده و به همین دلیل عمداً حقوق دیگران را نقض نکرده است.

مالکیت فکری هم می‌تواند به صورت مستقل بیمه شود و هم می‌تواند تحت پوشش بیمه‌های دیگری که تاحدودی می‌توانند مالکیت فکری را هم در درون خود پوشش دهند، قرار بگیرند زیرا این بیمه‌نامه‌ها ارزان‌تر هستند و می‌توانند برای شرکت‌هایی که توانایی مالی کمتری دارند و در معرض خطرات و تعرضات کمتری هستند، گزینه‌های بسیار مناسبی باشد. این نوع بیمه‌نامه‌ها، در ادامه معرفی می‌شوند.

#### د. مخاطرات بیمه مالکیت فکری

مخاطرات مربوط به بیمه حقوق مالکیت فکری را می‌توان به صورت جداگانه نیز بیمه کرد. چرا که به عنوان مثال ممکن است شرکتی فقط خواهان حمایت در مقابل نوع خاصی از مالکیت فکری باشد و نخواهد که بابت سایر موارد که بدان‌ها نیازی ندارد، حق بیمه بپردازد. این نوع از مخاطرات عبارتند از:

##### ۱. حق بر اثر (کپی‌رایت)

با توجه به اینکه این حق در قوانین مختلف از جمله قانون حمایت از مؤلفان، مصنفان و هنرمندان به رسمیت شناخته شده و انواع و جنبه‌های مختلف آن مورد بررسی قرار گرفته است، مخاطرات مربوط به آن شامل نقض حق بر اثر یا استفاده نابجا و سهوی از اثر متعلق به دیگری را می‌توان تحت پوشش بیمه‌ای قرارداد. با وجود قانون حمایت از پدیدآورندگان نرم‌افزارهای رایانه‌ای، نرم‌افزار نیز یک اثر بوده و لذا حقوق و مخاطرات مرتبط با آن را می‌توان تحت پوشش بیمه قرار داد.



## ۲. علایم تجاری

علامت تجاری به هر گونه نمادی که شخص به عنوان نشان شناسایی خود انتخاب می کند، گفته می شود. این نماد در ارتباطات نوین نیز وجود دارد و با توجه به جهانی شدن ارتباطات، مخاطرات نوینی حق نسبت به علایم تجاری را تهدید می کند. زمانی که شخص مدعی سوءاستفاده دیگری از علامت تجاری خود می شود باید اثبات کند که علامت متعلق به او بوده، همان علامت یا مشابه آن توسط خواننده مورد استفاده قرار گرفته و همین نحو از استفاده موجب به اشتباه افتادن مردم و ورود زیان به وی شده است. بنابراین، چون بروز خسارت ناشی از سوءاستفاده از علامت تجاری، هم دارندگان این علایم و هم افرادی را که به طور سهوی از این علایم استفاده می کنند، تهدید می کند، لذا مخاطره‌ای وجود دارد که می تواند تحت پوشش بیمه شخص اول یا هجومی یا دفاعی قرار گیرد.

## ۳. بیمه اختراع

این بیمه از مخترعان در مقابل خسارات ناشی از نقض حق بر اختراع حمایت می کند. پوشش بیمه مالکیت فکری برای حق اختراع را باید در دو فضای متفاوت مورد بررسی قرار داد. در عرصه فعالیت‌های معمول، سوءاستفاده یا جعل عنوان مخترع برای اثر متعلق به دیگری ممنوع بوده و حسب مورد واجد عنوان مجرمانه یا مسئولیت مدنی است. البته این امر ناشی از پوشش بیمه‌ای برای این موارد نیست. در فضای مجازی، هرچند تعرض به حق اختراع به ندرت مطرح می شود، اما اگر شخصی ساختار، سامانه، فناوری ارتباطی یا طرح جدیدی را در ارتباط با فضای مجازی ارایه کرده باشد، سوءاستفاده از آن و ضررهای احتمالی را می توان تحت پوشش بیمه‌ای قرار داد. هر چند که این قسمت خاص از بیمه به دلیل نادر بودن مخاطره کمتر مورد استفاده قرار می گیرد.

## ۴. بیمه مسئولیت ناشی از نقض حق اختراع

بیمه‌نامه‌ای از نوع بیمه مسئولیت حرفه‌ای است که دارندگان صنایع یا کاربرانی که احتمال نقض حق اختراع متعلق به دیگران از سوی آنها وجود دارد، می توانند از آن بهره‌مند شوند.

## ۵. بیمه خسارات ناشی از تبلیغات

این بیمه که ممکن است همراه با بیمه‌نامه مسئولیت عمومی تجاری عرضه شود، کلیه خساراتی را که از سوی یک شخص به هنگام انجام تبلیغات به دیگران وارد شده، تحت پوشش بیمه‌ای از نوع بیمه شخص ثالث بوده و برای شرکت‌های تبلیغاتی فعال در فضای مجازی مناسب خواهد بود.

### ● هشت. بیمه رمزگیری (فیشینگ)

رمزگیری یا فیشینگ<sup>۱</sup>، کنایه از ماهیگیری<sup>۲</sup> است که در آن شکارچی قلاب یا تور خود را در محیط‌هایی که طعمه‌های فراوانی برای صید وجود دارد - یا در فضای مجازی، جایی که استانداردهای ایمنی به درستی مراعات نشده یا مشتری برای یک لحظه بی‌احتیاطی می‌کند - پهن می‌کند. در این روش، با ادعای قانونی بودن شرکت یا مؤسسه از طرق مختلف از جمله نامه الکترونیکی از افراد خواسته می‌شود که شماره کارت اعتباری یا سایر اطلاعات شخصی خود را ارائه نمایند. با توجه به جعلی بودن عنوان و پایگاه اینترنتی مورد استفاده، بزهداران حرفه‌ای از رمزگیری به‌عنوان مقدمه‌ای برای تصاحب وجه متعلق به دیگری استفاده می‌کنند.

رمزگیری، در صورتی که تنها با هدف جرایم مالی انجام گیرد،<sup>۳</sup> بزهی خاص به‌شمار می‌آید که نمی‌توان معادل دقیقی در قوانین موضوعه کشورمان برای آن یافت. فعل انجام‌یافته، در صورتی که منجر به بردن مال شود، کلاهبرداری یا در حکم آن خواهد بود. با این‌همه، به‌نظر نمی‌رسد که کلاهبرداری یا جرایمی همچون سرقت، برای توصیف این جرم کفایت کند. چراکه انجام رمزگیری مستلزم مقدماتی همچون ایجاد پایگاه اینترنتی موهوم یا استفاده از پایگاه موجود است که خود می‌تواند عنوان مجرمانه مستقلی داشته باشد.

---

1-Phishing.

2-Fishing.

3- For Phishing, See: Dhamija, Rachna and J. D. Tygar. The battle against phishing: Dynamic security skins, In SOUPS '05: Proceedings of the 2005 symposium on Usable privacy and security, New York, NY, USA, 2005, ACM Press; Jakobsson, Markus. Modeling and Preventing Phishing Attacks, Phishing Panel of Financial Cryptography 2005; Tsow, Alex. Phishing with Consumer Electronics - Malicious Home Routers, School of Informatics, Indiana University 2005.

در سال ۲۰۰۳ ایمیل‌ها با دو مشکل امنیتی روبه‌رو بودند: ویروس و اسپم. بانکها، پردازشگرهای مالی، حراج‌های الکترونیکی و بازارهای بزرگ الکترونیکی در آن زمان هرگز فکر نمی‌کردند که قربانی رمزگیری (فیشینگ) شوند. در آن زمان، صنعت (غیرقانونی) فیشینگ هنوز به تکامل نرسیده بود! در نتیجه کاربران معمولی ایمیل در معرض خطر سرقت هویت از طریق نامه‌های الکترونیکی حيله‌گرانه نبودند.

در سپتامبر ۲۰۰۳ تعداد ایمیل‌های رمزگیری که توسط آزمایشگاه‌های پیام کشف شد، ۲۷۹ مورد بود. در سال ۲۰۰۴ اولین رمزگیری بزرگ به وقوع پیوست. چراکه در سپتامبر ۲۰۰۴ تعداد فیشینگ‌های به‌عمل‌آمده از دو میلیون مورد گذشت. شرکت‌های معروفی همچون سیتی‌بانک، اچ‌اس‌بی‌سی، آنز، ویزا، ناتوست<sup>۱</sup> از قربانیان این شگرد بودند.<sup>۲</sup>

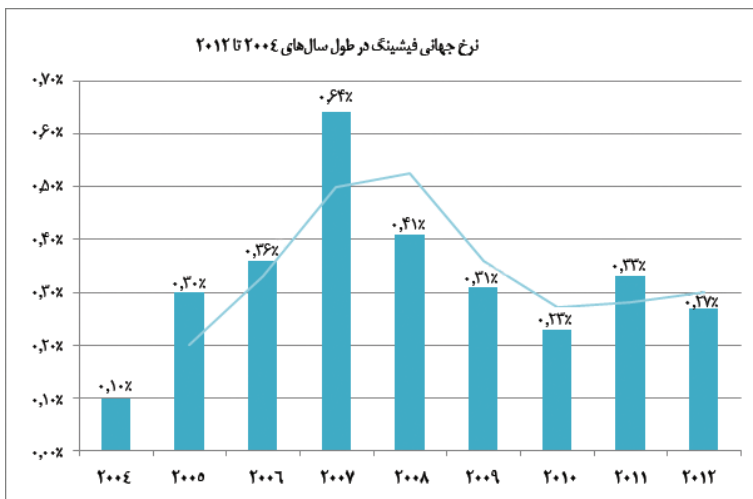
به موجب یک گزارش رسمی<sup>۳</sup>، نرخ فیشینگ در سطح جهان به میزان ۰/۰۱ درصد تا ژانویه ۲۰۱۲ افزایش یافت. به نحوی که از هر ۱/۳۵۸ ایمیل، یکی گرفتار این مشکل بوده است. هرچند این وضعیت هرگز خوشایند نیست؛ اما می‌توان آن را به ضرورت توجه جدی به رمزگیری در طراحی بیمه‌نامه‌های فضای مجازی معنا کرد. نمودار زیر نرخ فیشینگ را در سال‌های مختلف نشان می‌دهد.

---

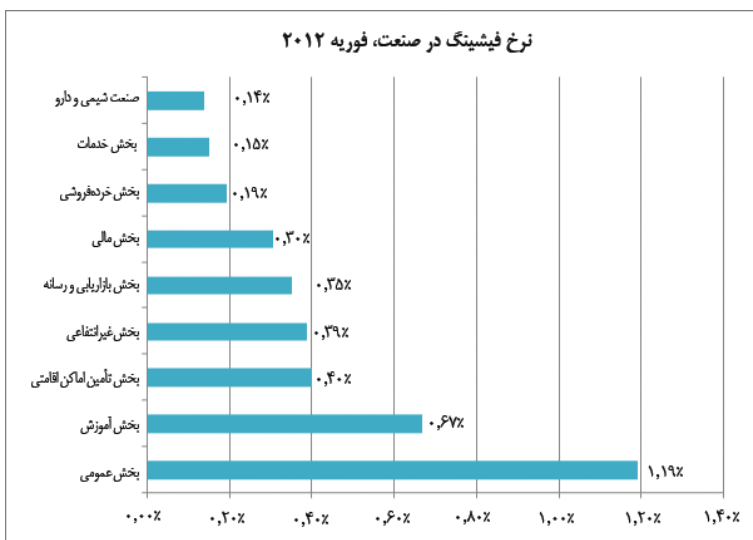
1- Citibank, HSBC, eBay, Visa, Natwest, ANZ and Westpac.

2- MessageLabs Intelligence Annual Email Security Report, 2004, See: <https://eu.scc.com/sch/cms-scc.nsf>.

3- Symantec Intelligence Report, February 2012, At: [www.symantec.com](http://www.symantec.com)



از میان صنایعی که مورد حمله رمزگیری قرار گرفته‌اند، می‌توان به صنعت شیمی و دارو، بخش خدمات، بخش خرده‌فروشی و بخش‌های آموزش و مالی اشاره کرد. نمودار زیر، درصد موارد رمزگیری را به ایمیل‌های ورودی نشان می‌دهد



در ژوئای ۲۰۱۲ خدمات اطلاعاتی، بانکداری و تجارت الکترونیکی در زمره صنایعی بودند که بیش از همه در میان صنایع دیگر مورد حمله فیشینگ قرار گرفته‌اند. این سه صنعت به ترتیب ۳۶/۲۹ درصد، ۳۲/۹۹ و ۲۷/۹۹ درصد از کل شرکت‌های زیان‌دیده از این نوع حملات را تشکیل می‌دهد. نمودار زیر، سایر بخش‌ها و صنعت‌ها را با میزان حمله فیشینگی به آنها نشان می‌دهد (Pimanova, Joanne, Summer 2012: Email Phishing Trends Heat Up, 11 September, 2012).

برای پیشگیری از عملیاتی‌شدن بسیاری از این کج‌روی‌ها می‌توان پنج راهکار زیر را به کار گرفت:

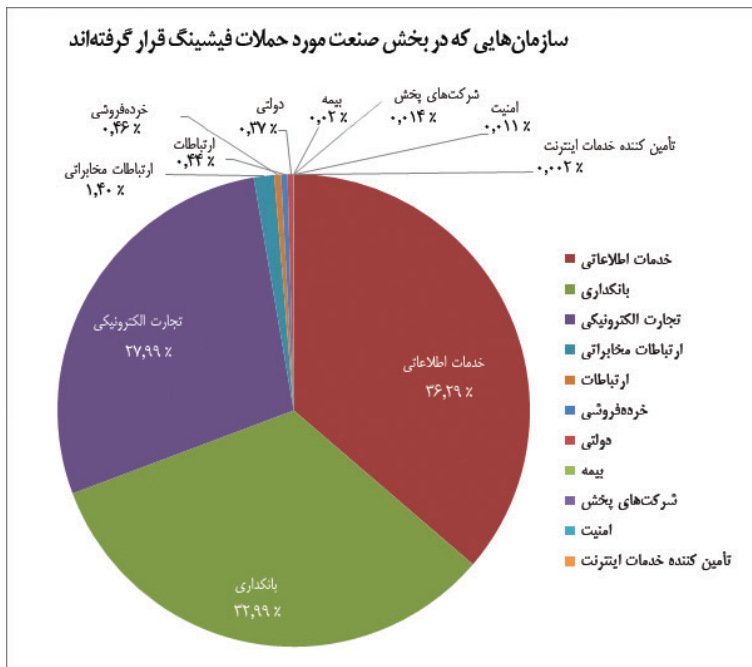
۱. مبارزه با اسپم‌ها (نامه‌های الکترونیکی ناخواسته). به این نحو که حین بازکردن نامه‌ها احتیاط شود و از بازکردن نامه‌هایی که فرستنده آنها ناشناس است، خودداری گردد. امروزه نرم‌فزارهایی برای مدیریت ایمیل‌های وارده وجود دارد که تا حد زیادی قادر است اسپم‌ها را شناسایی کند یا هویت فرستنده‌های معتبری همچون فیسبوک، آمازون و پی‌بال را از اشخاصی که درصد سوءاستفاده از این نام‌ها هستند، تشخیص دهد.

۲. نباید از لینک‌هایی که در ایمیل‌ها داده می‌شود، استفاده کرد. به‌ویژه اگر آنها ناشناخته باشند. نرم‌افزارهایی وجود دارد که لینک‌های خطرناک را به کاربر گزارش می‌دهند. تخمین این نرم‌افزار تا حد زیادی درست است. بنابراین، یکی از شرایط بیمه در این خصوص می‌تواند آن باشد که بیمه‌گذار باید به چنین نرم‌افزارهایی تجهیز شده باشد.

۳. خودداری از دریافت (دانلود) یا بازکردن فایل‌هایی که از سوی فرستنده ناشناس به نامه الکترونیکی پیوست شده است. حتی با شناختن فرستنده هم باید ضمن اطلاع قبلی به مفاد پیوست‌ها، آنها را باز نمود.

۴. خودداری از ارایه اطلاعات شخصی و تکمیل فرم در اینترنت. تارنماهایی که برای فیشینگ به کار می‌رود، اغلب سایت‌هایی طراحی می‌کنند که شبیه تارنمای قانونی است و خود را قانونی جلوه می‌دهند. می‌توان از طریق تماس تلفنی یا به شیوه‌های دیگر از مجازبودن سایت مخاطب اطمینان حاصل کرد. همچنین، اغلب اطلاعات شخصی از طریق ایمیل خواسته نمی‌شود و لذا باید در صحت چنین ایمیلی به

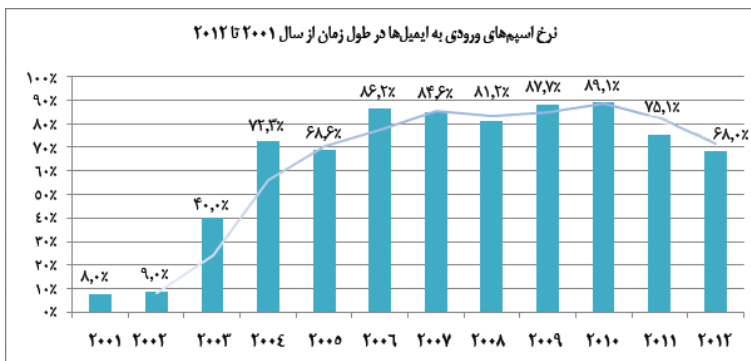
شدت تردید کرد. به علاوه، لوگوی سایت‌های مربوط به شرکت‌های تجاری مشهور، در نام دامنه سایت آنها وجود دارد و نبودن آن یکی از دلایل اثبات غیرقانونی بودن سایت خواهد بود.



۵. به طور منظم، اطلاعات و حساب‌های کاربری آنلاین کنترل شود.

بنابر یک گزارش که در فوریه ۲۰۱۲ منتشر شد<sup>۱</sup> میزان اسپم‌های ورودی به ایمیل‌ها در سه سال آخر منتهی به ۲۰۱۲ به طور مستمر کاهش یافته است. نمودار زیر این روند را در فاصله سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۲ نشان می‌دهد.

1- Symantec Intelligence Report, February 2012; At: [www.symantec.com](http://www.symantec.com)



این کاهش به‌طور مستقیم با تدابیر پیشگیرانه‌ای که سیستم‌های عامل و تارنماهای مهم از جمله یاهو و گوگل در پیش گرفته‌اند و نیز با آموزش‌هایی که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به کاربران داده می‌شود، ارتباط دارد. همین امر نشان می‌دهد که در روند بیمه فضای مجازی نباید سهم آموزش نیروی انسانی بیمه‌گذار و آثار آن در کاهش حق بیمه و نیز کاهش ریسک را نادیده انگاشت.

#### ● نه. بیمه مسئولیت عمدی

این نوع بیمه‌نامه پوشش‌دهنده تمام خسارات جانی و مالی ناشی از تصادف است و همچنین تمام خساراتی را که اغلب با نقض حق کپی‌رایت، بازداشت غیر قانونی، سرقت ادبی، تعرض به حریم خصوصی، افترا در تبلیغات و ... وارد می‌شود را تحت پوشش قرار می‌دهد.

پس مالکیت فکری می‌تواند در بخش دوم خساراتی که این بیمه‌نامه‌ها پوشش می‌دهند، قرار بگیرد.

#### ● ده. بیمه مسئولیت خطای فنی و بی‌مبالاتی

همان‌طور که از نام آن پیداست خسارات ناشی از بی‌توجهی را پوشش می‌دهد. برای مثال برخی از مسئولیت‌های قراردادی مانند نقض حق نمایندگی یا تضمین‌های یک قرارداد حرفه‌ای خدمات و یا برخی از موضوعات امنیتی و خصوصی که از قواعد

قراردادهای خدمات حرفه‌ای ناشی می‌شود را تحت پوشش قرار می‌دهد که این بخش می‌تواند مرتبط با مالکیت فکری باشد.<sup>۱</sup>

## فصل ۲. بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی

### ۲-۱. پیشینه بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی

دانستن پیشینه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی می‌تواند در شناخت لزوم تحت پوشش قراردادن مشاغل مجازی تحت پوشش بیمه کمک شایانی نماید. در این بخش به پیشینه مشاغل مجازی از دو منظر پرداخته شده است؛ ابتدا پیشینه بیمه شرکت‌های الکترونیکی و خدمات الکترونیکی بیان گردیده و در مرحله بعد پیشینه بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی در ایران ذکر شده است.

آنچه که مسلم است، صدور بیمه برای مشاغل مجازی در صورتی امکان‌پذیر است که افراد جامعه در راستای فضای ایجاد شده الکترونیکی بتوانند در مشاغل مجازی فعالیت نمایند. این فعالیت نیاز به تدوین قوانینی دارد که اشخاص بتوانند پس از کسب مجوزه‌های لازم از مراجع مربوطه در این حوزه وارد شده و به کسب و کار مشغول شوند؛ در راستای فضای الکترونیکی و قوانین تدوین شده مورد نیاز، ضرورت صدور بیمه برای مشاغل مجازی نیز مشخص می‌گردد. عموماً بیمه‌هایی که در کشورهای مختلف جهان برای مشاغل مجازی در نظر گرفته شده و اعمال گردیده است، بیمه خطرات و حوادثی است که شرکت‌های الکترونیکی را تهدید می‌نماید.

#### ۲-۱-۱. پیشینه بیمه شرکت‌های الکترونیکی

بیمه شرکت‌های الکترونیکی در قالب قراردادهای خصوصی با شرکت‌های بیمه، بیانگر شناخت اهمیت و درآمدزایی این گونه شرکت‌های در فضای کسب و کار

۱- ر.ک.: السان، مصطفی (مؤسسه دادپژوهان آرمان)، بیمه فضای مجازی: مفاهیم اساسی و برنامه عملیاتی، طرح پژوهشی اجرا شده در پژوهشکده بیمه (بیمه مرکزی ایران)، ۱۳۹۴؛ السان، مصطفی (مجری طرح و همکاران/دانشگاه شهیدمدنی آذربایجان)، تهیه و تدوین طرح عمل ایجاد بیمه افتا در کشور، با تأکید بر جنبه‌های حقوقی، اقتصادی، تجاری و مطالعات بازار، مرکز تحقیقات مخابرات ایران، ۱۳۸۸.



می‌باشد؛ در راستای شناخت اهمیت این شرکت‌ها برای جهان امروزی لزوم بیمه تأمین اجتماعی افراد شاغل در آنها نیز مشخص می‌گردد؛ چراکه بیمه افراد شاغل در این گونه شرکت‌ها موجب تأیید، دوام و پیشرفت گسترده در این حوزه جدید از کسب و کار در فضای جامعه می‌گردد. لذا در این بخش به پیشینه بیمه شرکت‌های الکترونیکی پرداخته شده است.

کشورهای پیشرفته عمدتاً در استفاده از ابزار الکترونیکی پیشگام بوده و کشورهای دیگر به تبع آنها در این حیطه فعالیت نموده‌اند. به عبارت دیگر، کشورهای پیشرفته لزوم تدوین قوانین مورد نیاز برای مبادلات و تجارت الکترونیکی را پیش از دیگر کشورها احساس نموده و در نتیجه در راستای آن قوانین لازم را تدوین نموده‌اند. در راستای تدوین قوانین موردنیاز و فعالیت افراد جامعه در حوزه مشاغل مجازی و درک خطرات، مشکلات و حوادثی که در این نوع از تجارت وجود دارد، قوانین بیمه تجارت الکترونیکی نیز تدوین گشته‌اند.

حمله‌های الکترونیکی که به شرکت‌های معتبر و مشهور مرتبط با فناوری‌های نوین آمریکایی انجام گردید، لزوم استفاده از بیمه در مبادلات و تجارت الکترونیکی را مشخص نمود. به طوری که در فوریه سال ۲۰۰۰ حملات هماهنگ در ۱۱ بر ضد شرکت‌های بزرگ آمریکایی طراحی گردید این حملات مانع عرضه خدمات سایت‌های اینترنتی معروفی همچون آمازون، سی.ان.ان، یاهو و زد.دی نت به مدت سه ساعت شد و در حدود ۱/۲ میلیارد دلار خسارت به بار آورد. از پیامدهای دیگر این حملات کاهش سرعت اینترنت در برخی سایت‌های دیگر تا حد ۶۰ درصد گردید و در حدود ۱/۲ میلیارد خسارت به بار آورد. در سال ۲۰۰۱ و در ماه‌های جولای، سپتامبر و اکتبر سه حمله به فضای مجازی از طریق کرم‌های اینترنتی رد، نیمدا و کلز انجام گرفت. در تاریخ آمریکا این اولین باری بود که دولت به تنهایی از حل این مشکل عاجز مانده بود.<sup>۲</sup>

حملات مذکور و درک خطرات و سوانح الکترونیکی موجب شد که افراد شاغل در مشاغل الکترونیکی، خود را نیازمند بیمه تجارت الکترونیکی ببینند. به عبارت دیگر، اهمیت شغل‌های مجازی برای شرکت‌های مجازی و نیز

---

1- DOS 1

2- Vatis, Michael (2002) 1

دولت‌ها مشخص گردید. این موضوع علاوه بر آنکه شرکت‌های مجازی را متقاعد به بیمه کردن خود نمود، به‌طور حتم در بیمه‌نمودن افراد شاغل در مشاغل مجازی نیز مؤثر بوده است و درمقابل نیز، شرکت‌های بیمه، بازاری بزرگ در پیشروی خود احساس نمودند که جهت بهره‌مندی بیشتر از این بازار ناگزیر باید با سایر شرکت‌های بیمه رقابت کنند.

تنظیم قرارداد بیمه در حوزه الکترونیکی نیازمند رعایت اصول مرتبط با آن است. مهمترین این اصول، رعایت مفاد ایزو ۱۷۷۹۹ است که یک استاندارد مدیریت امنیت اطلاعات شناخته‌شده است و اولین بار توسط سازمان بین‌المللی استانداردسازی یا ISO در دسامبر ۲۰۰۰ منتشر شد. ایزو ۱۷۷۹۹ در سطح بالایی بوده، بسیار گسترده است و ماهیتی مفهومی دارد. این روش را می‌توان روی انواع مختلفی از مشاغل الکترونیکی اجرا کرد. با وجود این، ایزو ۱۷۷۹۹ در حوزه دسورالعمل‌ها و راهبردها، تنها استانداردی است که به مدیریت امنیت اطلاعات اختصاص داده شده است. ایزو ۱۷۷۹۹ اطلاعات را به‌عنوان سرمایه‌ای تعریف می‌کند که می‌تواند در اشکال مختلف وجود داشته باشد و برای یک سازمان ارزشمند است.

هدف امنیت اطلاعات، حفاظت مناسب از دارایی‌هایی است که در فضای کسب‌وکار مجازی ایجاد می‌گردد تا تداوم مشاغل مجازی را تثبیت و تضمین نموده و خطرات را به حداقل رسانده و بازگشت سرمایه‌گذاری‌ها را به بیشترین مقدار ممکن افزایش دهد (کامفیروزی، جهان‌شاه، ۱۳۹۰). حفظ اسرار اطلاعات مجازی افراد و دولت‌ها بلکه از حفظ اموال و دارایی در دسترس (ملموس) آنها نیز مهمتر است، چراکه امروزه اموال مردم عموماً در بانکها بوده و بسیاری از مبادلات به‌صورت الکترونیکی انجام می‌گیرد و بسیاری از مبادلات شرکت‌های بزرگ به‌صورت الکترونیکی بوده و اکثر خدمات به‌صورت مجازی به مردم داده می‌شود، حتی امروزه فروشگاه‌های مجازی همچون دیجی کالا سهم بسیاری در خرید واقعی مردم ایجاد کرده‌اند. با این وصف لزوم بیمه خدمات این شرکت‌ها و نیز پوشش بیمه تأمین اجتماعی افراد شاغل در این فضای مجازی بر هیچ کسی پوشیده نیست، هرچند در این خصوص اقدامات متناسبی انجام نگرفته است.

در اواخر دهه ۱۹۹۰ در اولین اقدامات صورت‌گرفته در خصوص بیمه‌نمودن

شرکت‌های تجاری، بیمه‌نامه‌ای جهت خطر ناشی از هکر ایجاد گردید.<sup>۱</sup> شرکت بیمه لویدز در سال ۱۹۹۸ با پیشرفت و توسعه فناوری اطلاعات در زمینه بیمه اطلاعات و امنیت فضای مجازی فعالیت خود را شروع نمود. این شرکت، با ارایه اولین بیمه‌نامه، تحت نظارت شرکت بیمه‌ی لویدز و شرکت انحصاری تامسون خطراتی که سیستم‌های کامپیوتری را تهدید می‌نمود، تحت پوشش خود قرار داد. همچنین بیمه مذکور از دست‌دادن داده‌های الکترونیکی و مدیا، حملات ویروس‌های رایانه‌ای، اخاذی از راه دسترسی به سیستم‌های اطلاعاتی و ایجاد وقفه در امور تجاری را نیز تحت پوشش بیمه‌ای خود قرار داد.<sup>۲</sup>

این بیمه‌ها بیانگر مشخص شدن اهمیت شرکت‌های مجازی برای جامعه است که به‌طور حتم افراد شاغل در این مشاغل نیز باید تحت پوشش بیمه قرار بگیرند. همچنین بیمه مذکور بیان‌گر اهمیت حفظ امنیت اطلاعات الکترونیکی و حوزه مشاغل الکترونیکی است که در صورت از دست‌رفتن این اطلاعات، ضررهای مالی فراوانی متوجه شرکت‌های الکترونیکی اینترنتی می‌گردد و تنها راه جلوگیری از این ضررها بیمه‌نمودن خدمات این شرکت می‌باشد که در این راستا بیمه‌نامه مذکور تدوین و منعقد گردیده است.

هرچند بیمه‌نامه‌های مذکور به نوعی پیشینه بیمه، مشاغل مجازی را بیان می‌دارند؛ ولی این بیمه‌نامه‌ها در اصل پیشینه بیمه شرکت‌های مجازی را که ناچار یا راغب به بیمه‌نمودن خود در مقابل خطرات و مشکلاتی که ممکن است در فضای مجازی برای ایشان ایجاد گردد را بیان می‌دارند. در بسیاری از کشورها فارغ از وجود یا عدم وجود این بیمه‌نامه‌ها افراد جامعه در هر شغلی که مشغول به کار باشند، مشمول خدمات بیمه تأمین اجتماعی هستند که این امر با توجه به آنچه که بیان گردید در کشور ما نیز باید لحاظ گردد.

در کشور ما نیز اهمیت بیمه‌نمودن خدمات شرکت‌های مجازی برای مسئولین امر پوشیده نمی‌باشد. برای مثل در راستای حفظ امنیت خدمات الکترونیکی در آیین‌نامه نظام بانکداری الکترونیکی در ماده ۴ بیان گردیده است: «بانک مرکزی موظف است

---

1-Majuca, Ruperto P& Yurcik, William and Kesan, Jay P (2006).

2-SIFT Special Publication (2006)

با همکاری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، تمهیدات لازم را جهت تأمین امنیت بانکداری الکترونیکی فراهم آورد. مسئولیت برقراری امنیت بانکداری الکترونیکی بر اساس استانداردهای بین‌المللی بر عهده بانک مرکزی است. این امر نافی مسئولیت بانک‌ها در خصوص برقراری امنیت بانکداری الکترونیکی نبوده و تبعات ناشی از آن بر عهده بانک‌ها می‌باشد.»

ماده مذکور بیانگر لزوم حفظ امنیت مبادلات و ارتباطات الکترونیکی می‌باشد. با این وصف در ماده مذکور از لزوم بیمه‌نمودن این مبادلات حرفی به میان نیامده است؛ اما پرواضح است که مهمترین گام در حفظ امنیت مبادلات الکترونیکی می‌تواند همان بیمه‌نمودن این خدمات الکترونیکی باشد تا در فضای امن ایجاد شده افراد جامعه تمایل بیشتری به انجام مبادلات الکترونیکی داشته و از این خدمات بهره بگیرند.

#### ▲ ۲-۱-۲. پیشینه بیمه مشاغل مجازی در ایران

علی‌رغم احساس نیاز، در بیمه‌نمودن خدمات الکترونیکی و شرکت‌های الکترونیکی که در بخش قبل بیان گردید، نسبت به بیمه‌کردن مشاغل الکترونیکی، اقدام متناسبی در این خصوص صورت نپذیرفته است.<sup>۱</sup> البته این بدین معنا نیست که اهمیت بیمه‌نمودن افراد شاغل در مشاغل مجازی برای مسئولین ذی‌ربط مشخص نیست، بلکه به نظر در این خصوص از سوی مسئولین ذی‌ربط کوتاهی صورت گرفته است. در رجوع به قوانین داخلی متوجه می‌شویم که سابقه قانون بیمه به سال ۱۳۱۶ هجری شمسی باز می‌گردد؛ در قانون مذکور از آن جهت که فناوری‌های نوین و خدمات الکترونیکی وجود نداشته، به‌طور حتم به مسایل مرتبط به آن نیز پرداخته نشده است. بیش از ۶۰ سال از تاریخ تدوین قوانین بیمه به‌طول انجامید تا اینکه سرانجام در سال ۱۳۸۲ قانون تجارت الکترونیکی تدوین شد. قانون مذکور می‌تواند بیانگر اهمیت تجارت الکترونیکی در زندگی نوین باشد و مسئولین امر، خواسته یا ناخواسته با توجه به حرکت جهانی به سمت مبادلات الکترونیکی این قانون را تصویب نموده‌اند. قوانینی چون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸ و قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات مصوب ۱۳۸۸ نیز متعاقباً به تصویب رسیده‌اند که به

---

۱- جلالی لواسانی، احسان؛ اسدالله زاده بالی، میررستم؛ بیمه عدم النفع و بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای آن، مجله تازه‌های جهان بیمه، شماره ۱۴۰ و ۱۴۱، بهمن و اسفند ۱۳۸۸ (ص ۱۴ تا ۲۷).

نوعی به تجارت الکترونیکی ارتباط دارند. متأسفانه در قوانین مذکور بحث بیمه و به‌طور خاص بیمه افراد شاغل در مشاغل فضای مجازی بیان نگردیده است.

در ماده ۹ آیین‌نامه ساماندهی فعالیت و نظارت بر فروشگاه‌های مجازی در تاریخ ۸۸/۰۹/۲۱ در لزوم بیمه‌بودن فروشگاه‌های مجازی تصریح شده: «پس از تصویب و ابلاغ این آیین‌نامه، مصرف‌کنندگان می‌بایست در مورد اینکه تأمین‌کننده‌ای که دارای وب‌سایت تجاری بوده و طرف معامله ایشان است، مجوز فعالیت فروشگاه مجازی، SSL وزارت بازرگانی و بیمه‌نامه جبران خسارات ناشی از تخلفات موضوع مواد ۲ تا ۸ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان دریافت کرده باشد، اطمینان یابند. همچنین فروشگاه‌های مجازی نیز موظفند نسبت به اعلام و درج مجوز فعالیت دریافتی از وزارت بازرگانی در وب‌سایت خود اقدام نمایند». از توجه به ماده مذکور مشخص می‌گردد که قانون‌گذاران کشور ما نیز نهایتاً همچون کشورهای پیشرو در این خصوص، به اهمیت بیمه‌نمودن خدمات الکترونیکی پی برده‌اند. هرچند اقدام عملی در این زمینه انجام نشده و صرف تدوین قانون به نظر راهگشا نبوده و باید عملیاتی نیز گردد.

نکته دیگر آن است که قانون مذکور نیز صرفاً در خصوص لزوم بیمه‌نمودن خدمات الکترونیکی صحبت نموده و در خصوص بیمه‌نمودن افراد شاغل در مشاغل مجازی همچنان سکوت کرده و ضرورت اقدام سریع و شفاف در این مورد را متذکر نشده است.

قوانین دیگری نیز در متن خود بر لزوم امنیت فضای مجازی و مشاغل مجازی نیم‌نگاهی داشته‌اند که از جمله سند راهبردی امنیت فضای تولید و تبادل اطلاعات کشور است که در آن بر لزوم حمایت از کسب‌وکار الکترونیکی نیز تأکید گردیده است.

علی‌رغم تصویب و اجرایی‌شدن قوانین مذکور، قانون مشخصی که در خصوص بیمه تجارت الکترونیکی و مشاغل مجازی تدوین شده باشد، وجود ندارد و قوانین فوق نیز جنبه اجرایی ندارند. به‌طور مثال همان‌طور که قبلاً بیان گردید در ماده ۹ آیین‌نامه ساماندهی فعالیت و نظارت بر فروشگاه‌های مجازی، این فروشگاه‌ها موظف به داشتن بیمه شده‌اند، حال آنکه این امر در عمل به مرحله اجرا نرسیده است.

از توجه به آنچه که بیان گردید می‌توان نتیجه گرفت که مشاغل مجازی در حال

حاضر اجبار قانونی در بیمه نمودن خدمات و کالاهای خود احساس نمی کنند. همچنین در خصوص لزوم پوشش بیمه تأمین اجتماعی افراد شاغل در مشاغل مجازی نیز، قانون گذار دستورالعملی را پیش بینی نموده است. در قوانین عمومی بیمه تأمین اجتماعی نیز حمایت قابل توجهی از این قشر از جامعه به عمل نیامده است. در نهایت می توان بیان داشت نقص قانونی در مشخص نمودن تکلیف بیمه تأمین اجتماعی افراد شاغل در مشاغل مجازی وجود داشته و متأسفانه افراد شاغل در این بازار مجازی از حمایت های لازم بیمه ای که در اسناد بین المللی و نیز قانون اساسی کشور ما و سایر قوانین مربوط به لزوم پوشش بیمه تمام افراد تصریح گردیده، برخوردار نمی باشند و در رجوع به پیشینه بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی به نکته قابل توجه و مهمی برخورد نمی کنیم.

## ۲-۲. اسناد و قوانین خارجی و داخلی در خصوص بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی

امروزه داشتن حق تأمین اجتماعی در اسناد بین المللی، مانند اعلامیه جهانی حقوق بشر، منشور ملل متحد، کنوانسیون بین المللی رفع هرگونه تبعیض نژادی، مقاله نامه های سازمان بین المللی کار و اعلامیه فیلادلفیا به رسمیت شناخته شده و جوامع انسانی موظف به رعایت این اسناد بین المللی شده اند و دولت ها متناسب با این اسناد بین المللی قوانین داخلی خود را تدوین نموده اند. در ذیل ابتدا به قوانین و اسناد بین المللی پرداخته شده و متعاقباً قوانین برخی از کشورها در این خصوص بیان گردیده است.

### ۲-۲-۱. اسناد بین المللی

در این بخش به اسناد بین المللی که به لزوم بیمه نمودن تمام اقشار جامعه و تمام مشاغل از جمله مشاغل مجازی توجه نموده اند، پرداخته شده است.

### ۲-۲-۲. منشور ملل متحد

در آتلانتیک، که منشور ملل متحد تصویب و متعاقباً به وسیله روزولت و چرچیل در ۱۲ اوت ۱۹۴۱ به امضا رسیده بر لزوم همکاری همه جانبه در بین تمام جوامع در

زمینه اقتصادی به منظور تأمین بهترین شرایط کار برای همه، استقرار شرایط اقتصادی مناسب و تأمین اجتماعی مناسب برای همه افراد بشر تأکید شده است. همچنین در راستای داشتن حق تأمین اجتماعی تمام افراد جامعه، اصل ۵۵ منشور ملل متحد به سازمان ملل متحد مأموریت داده تا در جهت ارتقای سطح زندگی، فراهم ساختن کار برای به دست آوردن شرایط پیشرفت، و توسعه اقتصادی و اجتماعی فعالیت نماید. منشور فوق به صورت عام به افراد انسانی نگاه داشته و داشتن شرایط لازم زندگی از جمله بیمه تأمین اجتماعی را برای همگان در نظر گرفته است.

ماده ۶۱ منشور ملل متحد نهادی را ایجاد نموده که حامی حقوق اجتماعی آحاد انسانی در تمام کشور می‌باشد. بند ۱ ماده مذکور نحوه ساختار درونی این سازمان را مشخص نموده و بیان کرده است: «شورای اقتصادی و اجتماعی مرکب از ۵۴ عضو ملل متحد خواهد بود که توسط مجمع عمومی انتخاب می‌شوند» همچنین بر اساس منشور ملل متحد، در سال ۱۹۴۲ در سانتیاگو، پایتخت شیلی، کنفرانس بین‌المللی تأمین اجتماعی برگزار شد و کمیته اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی سازمان ملل متحد برای برقراری حق تأمین اجتماعی، ایجاد یک سیستم جامع را در هر کشور ضرورت دانسته و ایجاد این سیستم امنیت‌بخش به زندگی افراد جامعه را برای دولت‌ها امری لازم و ضروری بر شمرده و آنها را موظف به ایجاد زمینه‌ها و تدوین قوانین لازم جهت عملیاتی شدن و برقراری تأمین اجتماعی برای تمام افراد جامعه نموده است.

منشور ملل متحد به داشتن حقوق تأمین اجتماعی برای همه انسانها تأکید نموده است. هرچند به طور اخص، در این منشور به مشاغل مجازی اشاره نگردیده است ولی این حمایت مشاغل مجازی را نیز دربر می‌گیرد. به عبارت دیگر منشور ملل متحد به طور قطع لزوم بیمه افراد شاغل در حوزه‌های مجازی را نیز به رسمیت شناخته است. هرچند که به آن اشاره مستقیم ننموده است.

نکته دیگر آن است که در سال تدوین این منشور، لزوماً مشاغل اینترنتی هنوز شناخته نشده بود؛ توجه منشور فوق به تمام آحاد انسانی بیانگر حمایت منشور از تمام مشاغلی است که در آینده نیز ممکن است ایجاد گردد.

---

۱- ذاکریان امیری، مهدی و سررشته ایزدموسی، فاطمه؛ حق بر تأمین اجتماعی در روابط بین‌الملل، مجله مطالعات سیاسی، شماره ۳۰، زمستان ۱۳۹۴.

### ۳-۲-۲. کنوانسیون بین‌المللی رفع هرگونه تبعیض نژادی

این کنوانسیون که در ۱۲ دسامبر ۱۹۵۶ تصویب گردیده است به حقوق تأمین اجتماعی افراد تمام انسانها اهمیت داده و قوانین و موازینی را برای آنها تنظیم نموده است. به طوری که در بند ه ماده ۵ این کنوانسیون حقوق ناشی از بیمه تأمین اجتماعی برای تمام افراد جامعه به رسمیت شناخته شده است. در این بند رعایت موارد ذیل به رسمیت شناخته شده است: «حقوق اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی خصوصاً:

۱. حق کارکردن و انتخاب آزاد شغل و استفاده از شرایط عادلانه و رضایت‌بخش کار و برخورداری از حمایت در برابر بیکاری و دریافت دستمزد مساوی برای کار مساوی و دریافت پاداش منصفانه و رضایت‌بخش.
۲. حق تشکیل اتحادیه‌های صنفی و عضویت در آنها.
۳. حق مسکن
۴. حق استفاده از بهداشت عمومی و مراقبت‌های پزشکی و بیمه‌های اجتماعی و خدمات اجتماعی.
۵. حق تحصیل و کارآموزی حرفه‌ای.
۶. حق مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی با شرایط یکسان.

احصای این حقوق دقیق‌تر از آن است که در پیمان‌نامه حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مطرح گردیده و از این لحاظ می‌توان آن را مبنای بررسی اعطای یا عدم اعطای حق تأمین اجتماعی به شهروندان در کشورهای مختلف عضو کنوانسیون قرار داد. اگرچه کنوانسیون یادشده با عنوان «رفع انواع تبعیض» متمایز می‌گردد اما به نظر می‌رسد که دلیلی برتحدید حقوق اجتماعی مذکور در بند اخیر به حالتی که امکان تبعیض مطرح است وجود ندارد و شهروندان باید از این حقوق بهره‌مند شوند.<sup>۱</sup>

کنوانسیون مذکور نیز به صراحت لزوم تحت‌پوشش قرارگرفتن تمام احاد جامعه بیان

۱- السان، مصطفی؛ همتی، مجتبی، ۱۳۸۴، روند شکل‌گیری حقوق تأمین اجتماعی در اسناد و موازین بین‌المللی، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال پنجم، شماره ۱۹.



کرده است. پرواضح است که این کنوانسیون نیز در کلام عام خود تمام مشاغل بلکه مشاغل مجازی را دربر می‌گیرد و با استناد به این کنوانسیون می‌توان بیان داشت تمام کشورهای جهان موظف به تأمین اجتماعی تمام افراد جامعه خود بلکه مشاغل مجازی بوده و نباید بین اینها فرق گذاشته شود. هرچند ممکن است برخی مشاغل که سخت و زیان‌آور می‌باشند، از مزایای خاصی برخوردار باشند که این موضوع خللی به یکسانی مزایای پوشش بیمه آحاد جامعه خللی وارد نمی‌آورد و به‌عنوان یک استثنا که منطبق با عدل و واقعیت مشاغل وجود دارد، قابل تفسیر نیز می‌باشد.

#### ▲ ۲-۲-۴. مقاله‌نامه‌های سازمان بین‌المللی کار

از قدیمی‌ترین نهادهای بین‌المللی که ارتباط مستقیمی با تأمین اجتماعی دارد، سازمان بین‌المللی کار است که در سال ۱۹۱۹ به موجب پیمان صلح ورسای تأسیس شد. نخستین اساسنامه سازمان بین‌المللی کار که الهام‌گرفته از عهدنامه ورسای بود به مفهوم اولیه حمایت از کارگران در برابر بیماری، حوادث ناشی از کار، پیری و غیره می‌پرداخته است. سازمان بین‌المللی کار در دهم ماه می سال ۱۹۴۶ در فیلادلفیا قراردادی با سازمان ملل متحد امضا کرد، که براساس این قرارداد، سازمان بین‌المللی کار به‌عنوان سازمانی دائمی تأسیس شد. سازمان بین‌المللی مذکور در حفظ صلح مؤثر بوده، عدالت اجتماعی را تعمیم می‌دهد، شرایط نامساعد زندگی بشر را که پیوسته باعث ظلم، فقر و تهدید صلح جهانی بوده است، از بین می‌برد و موجبات تأمین صلح پایدار را فراهم می‌کند.

مهمترین ویژگی این سازمان سه‌جانبه‌گرایی به معنای مشارکت نمایندگان کارگران و کارفرمایان در کنار نمایندگان دولت‌ها است که این موضوع می‌تواند به تدوین قوانین بیمه‌ای مناسب در کشورها بیانجامد. در تصمیم‌گیری‌های سازمان نمایندگان کارگران و کارگران اثرگذار و دارای رأی مستقل از دولت متبوع خود هستند. این سازمان با توجه به شرایط نامطلوب کار که موجب بی‌عدالتی، فقر و محرومیت است، خواستار بهبود شرایط از طریق تنظیم ساعت کار، تعیین حداکثر ساعت کار روزانه و هفتگی، مبارزه با بیکاری و بهداشت کارگران، حمایت از کودکان و نوجوانان و زنان، مستمری بازنشستگان و ازکارافتادگان، دفاع از منافع کارگران مهاجر و خارجی، حمایت از آموزش‌های شغلی یا فنی و حرفه‌ای و تأیید اصل مزد برابر در مقابل کار برابر و... بوده است. در تاریخ ده مه ۱۹۴۴ اعلامیه‌ای به تأیید اعضای شرکت‌کننده رسید که

عنوان آن «اعلامیه مربوط به هدف‌های سازمان بین‌المللی کار» بود ولی بعدها به «اعلامیه فیلادلفیا» معروف شد. در همایش تاریخی که در سال ۱۹۴۴ در شهر فیلادلفیا، تحت عنوان «کنفرانس بین‌المللی کار» برگزار شد شرکت‌کنندگان ضمن انتشار اعلامیه فیلادلفیا، حمایت خود را از همکاری کامل سازمان بین‌المللی کار با دیگر نهادهای بین‌المللی که سهمی از مسئولیت ارتقای سطح بهداشت، آموزش و پرورش و رفاه کلیه مردم و تأمین اجتماعی را برعهده دارند، اعلام داشتند.

در این همایش جمله آغازین اساسنامه سازمان بین‌المللی کار تجلی یافته و مورد تأکید قرارگرفت تحت عنوان «صلح پایدار بدون عدالت اجتماعی و عدالت اجتماعی بدون تأمین اجتماعی نمی‌تواند تحقق یابد» که سرلوحه فعالیت‌های بعدی شد (صالح‌جو، ۱۳۷۸) گره‌زدن صلح جهانی با تأمین امنیت اجتماعی افراد جامعه و مسأله امنیت کار بیانگر این است که تمام مشاغل و تمام افراد جامعه باید از امنیت شغلی و حمایت تأمین اجتماعی مناسب برخوردار باشند تا در سایه این امنیت، همگان در امنیت و صلح پایدار زندگی نمایند. از این‌رو در اعلامیه فیلادلفیا که به‌عنوان بخشی از منشور و اساسنامه سازمان بین‌المللی کار نیز ملحق شده، حق تأمین اجتماعی را به رسمیت شناخته و دولت‌ها را مکلف نموده تا این حق را برای افراد با حرفه‌های گوناگون فراهم نماید و در این زمینه با نهادهای بین‌المللی نیز همکاری نماید.<sup>۱</sup>

اکنون این اعلامیه به‌عنوان یک الحاقیه بخشی از اساسنامه سازمان بین‌المللی کار را تشکیل می‌دهد، در این اعلامیه اهداف و مقاصد این سازمان مورد بازنگری قرارگرفت تا سازمان را برای تجدید فعالیت و مشکلاتی که باید در پایان جنگ با آن‌ها مقابله می‌شد، آماده نماید.

مقاله‌نامه سازمان بین‌المللی کار به روشنی حمایت خود را از تمام افراد جامعه از جمله افرادی که در مشاغل مجازی شاغل هستند را بیان داشته و با یک دید کلی صلح و امنیت جهان را به داشتن نظام بیمه تأمین اجتماعی گسترده که تمام افراد جامعه را دربر می‌گیرد، وابسته دانسته است.

---

۱- عراقی، عزت‌الله، حقوق کار، جلد اول، انتشارات سمت، تهران ۱۳۸۶.

## ۲-۳. قوانین کشورهای پیشرو در خصوص بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی

در این بخش به قوانین و دیدگاه کشورهای پیشرو در زمینه بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی پرداخته شده است

### ۱-۲-۳. قوانین و دیدگاه کشور انگلیس

در کشور انگلیس فارغ از توجه به شغل مجازی یا غیرمجازی، صاحبان حرف و مشاغل آزاد در ۴ سطح از حمایت بیمه تأمین اجتماعی قرار دارند که دو سطح آن در ذیل بیان شده است.

سطح اول، مختص افرادی است که در استخدام یک کارفرما می‌باشند و سطح دوم، به افراد خوداشتغال اختصاص دارد. مادامی که درآمد خالص سالیانه آنها کمتر از ۴۰۹۵ پوند انگلیس باشد، بدون حق بیمه و بیش‌تر از آن تا درآمد حاصل سالیانه ۴۶۱۵ پوند با حق بیمه هفتگی ۲ پوند تحت پوشش نظام بیمه‌ای کشور انگلیس قرار دارند.

همان‌طور که مشخص است فارغ از اینکه شغل افراد جامعه در انگلیس چه چیزی باشد، بسته به درآمد ماهیانه، تحت حمایت بیمه تأمین اجتماعی قرار دارند که این امر با عهدنامه‌های بین‌المللی و غایت نهایی تشکیل سازمانی تحت عنوان بیمه تأمین اجتماعی سازگارتر است. در این نظام دیگر لزومی به تشخیص یک‌به‌یک مشاغل وجود ندارد و تمام افراد جامعه فارغ از آنکه در چه شغلی داشته باشند، مستحق پوشش نظام بیمه تأمین اجتماعی کشور بوده و دولت موظف به بیمه‌نمودن تمام افراد جامعه می‌باشد.

### ۲-۲-۳. قوانین و دیدگاه کشور آلمان

نظام تأمین اجتماعی در آلمان بر سه اصل (اصل بیمه، اصل حمایت و مراقبت پرستاری و اصل رفاه) استوار می‌باشد. پوشش بیمه‌ای در آلمان شامل موارد بازنشستگی، ازکارافتادگی، مقرری بازماندگان، هزینه‌های درمانی، حوادث ناشی از کار، بیکاری و کمک عائله‌مندی می‌شود (سام‌آرام، ۱۰۵).

تمام شهروندان آلمانی موظف به داشتن نوعی بیمه تأمین اجتماعی می‌باشند و در

حدود ۹۰ درصد مردم آلمان تحت پوشش صندوق‌های بیمه هستند. در کشور آلمان کارگرانی که درآمد آنها از حد معینی پایین‌تر است حق انتخاب نداشته و موظف به عضویت در یکی از صندوق‌های بیمه می‌باشند ولی کارگران با سطح درآمد بالاتر از سطح معین برخوردار بوده و خویش فرمایان می‌توانند یکی از دو نوع بیمه صندوق یا خصوصی را انتخاب نمایند (کرمی، ۱۳۹۱).

همان‌طور که مشخص است قوانین بیمه تأمین اجتماعی در آلمان نیز از اصل پوشش بیمه تمام اقشار جامعه حمایت می‌نماید؛ در نتیجه تمام آحاد جامعه از جمله افراد شاغل در مشاغل مجازی نیز از این بیمه برخوردار هستند.

به‌عبارت‌دیگر در کشور آلمان، با توجه به نگرش آن کشور به مسأله بیمه تأمین اجتماعی و رعایت اصل لزوم پوشش بیمه تمام افراد جامعه، دیگر نیازی به تدوین قوانینی در خصوص بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی احساس نگردیده و چه بسا تدوین قوانینی در این خصوص امری بی‌فایده تلقی گردد. چرا که میزان درآمد افراد ملاک نوع بیمه افراد جامعه بوده و نوع شغل ملاک نیست. نگرش کشور آلمان نیز منطبق با اساسنامه‌ها و قوانین بین‌المللی بوده و به‌طور مناسبی تمام افراد جامعه از جمله افراد شاغل در مشاغل مجازی را تحت پوشش بیمه تأمین اجتماعی مناسب قرار داده است.

### ۳-۲-۳. قوانین و دیدگاه کشور سوئد

در طرح پایه در کشور سوئد علاوه بر آنکه قوانین مرتبط در خصوص بیمه تمام افراد شاغل جامعه وجود دارد، کارکنان و افراد جویای کار چنانچه بیشتر از ۲۰ سال یا کمتر از ۶۵ سال داشته باشند و واجد شرایط بیمه مرتبط با درآمد نباشند (طرح اختیاری)، تحت پوشش قرار می‌گیرند. دولت این نوع افراد را از طریق یارانه حمایت نموده و آنها از پرداخت حق بیمه نیز معاف می‌باشند (افسری و کرمی، ۱۳۹۱).

در کشور سوئد مستمری مبتنی بر حق بیمه (سیستم جدید) به کلیه شاغلین و خویش فرمایان با درآمد سالانه بیشتر از ۹۳۵,۱۷ کرون تعلق می‌گیرد. مستمری تضمینی (سیستم‌های قدیمی و جدید) به کلیه افراد ساکن در کشور سوئد تعلق می‌گیرد (افسری و کرمی، ۱۳۹۱).

از آنچه که بیان شد، مشخص می‌گردد که در کشور سوئد نیز شاغلین در

تمام حرفه‌ها اعم از مجازی یا غیرمجازی بر اساس درآمد سالیانه مشمول بیمه تأمین اجتماعی می‌گردند. همچنین در این کشور اگر افرادی به هر دلیل نتوانند کار کنند مشمول بیمه تأمین اجتماعی پایه می‌گردند که این بیمه نیز به نظر در راستای عهدنامه‌های بین‌المللی و منطبق با روح تشکیل بنیادی تحت عنوان تأمین اجتماعی باشد.

علی‌رغم آنکه که در بسیاری از کشورهای پیشرفته قوانین بیمه تأمین اجتماعی مناسبی وجود دارد که تمام افراد جامعه از جمله شاغلین در مشاغل مجازی را نیز تحت پوشش خود قرار می‌دهند. جهت حفظ اختصار صرفاً به قوانین سه کشوری که قوانین آنها در حمایت از اقشار جامعه مناسب است، بسنده شده است. از آنچه که بیان شد، مشخص می‌گردد که در صورتی که نظام بیمه‌ای هر کشوری بر اساس میزان درآمد افراد جامعه تدوین شده باشد، پوشش بیمه تأمین اجتماعی شغل‌هایی که متعاقباً ایجاد می‌گردند (از جمله مشاغل مجازی) مشکل نبوده و به آسانی با معیار درآمد تحت پوشش نوعی از بیمه قرار می‌گیرند.

## ۲-۴. قوانین داخلی و رویکرد مدیریتی در خصوص بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی

در این بخش ابتدا به قوانین داخلی که افراد شاغل در مشاغل مجازی را تحت پوشش بیمه تأمین اجتماعی قرار می‌دهند، پرداخته شده و متعاقباً دیدگاه مسئولین ذی‌ربط در خصوص لزوم پوشش این قشر از افراد جامع زیر چتر حمایتی نظام تأمین اجتماعی کشور بیان شده است.

▲ ۲-۴-۱. قوانین ایران در خصوص بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی  
در کشور جمهوری اسلامی ایران و در قانون اساسی آن به موضوع پوشش بیمه تأمین اجتماعی آحاد جامعه توجه ویژه‌ای شده و این حق اجتماعی در چارچوب اصل ۲۹ قانون اساسی، قانون ساختار سازمانی نظام جامع رفاه و تأمین اجتماعی همچنین سایر قوانین و مقررات جاری کشور، از جمله قانون تأمین اجتماعی مصوب سال ۱۳۵۴ به‌طور شفاف تصریح شده است. اما متأسفانه راهکارهای مناسبی در فضای عملی و واقعی کشور صورت نپذیرفته است و از جمله شاغلین در مشاغل مجازی در نوعی سردرگمی در خصوص بیمه خود قرار دارند.

ماده ۲ قانون بیمه تأمین اجتماعی مصوب ۱۳۵۴/۴/۳ در تعریف شخص بیمه‌شده بیان داشته است: «بیمه‌شده شخصی است که رأساً مشمول مقررات تأمین اجتماعی بوده و با پرداخت مبالغی به‌عنوان حق بیمه حق استفاده از مزایای مقرر در این قانون را دارد؛ خانواده بیمه‌شده شخص یا اشخاصی هستند که به تبع بیمه‌شده از مزایای موضوع این قانون استفاده می‌کنند». از توجه به ماده مذکور مشخص می‌گردد، قوانین جدید برای مشاغل مجازی قاعده‌تاً باید تدوین گردد؛ چراکه قانون فوق‌الذکر جامع نبوده و بسیاری از مشاغل را دربر نمی‌گیرد.

با توجه به آنکه در کشور ایران، نوع شغل جهت حمایت نظام تأمین اجتماعی از افراد جامعه مهم است، لذا لزوم تدوین قوانین نسبت به مشاغل مجازی کاملاً احساس می‌گردد. با این وجود می‌توان بیان داشت که متأسفانه قانون خاصی در این خصوص تدوین نشده و علی‌رغم آنکه مسئولین ذی‌ربط به دفعات بر اهمیت مشاغل مجازی اشاره نموده و آن را راهی جهت برون‌رفت از مشکلات بیکاری بیان نموده‌اند و بلکه لزوم بیمه‌نمودن شاغلین در این زمینه را نیز ضروری دانسته‌اند، ولی متأسفانه اقدام عملی مناسبی در این خصوص انجام نشده است.

در حال حاضر در مراجعه به قوانین بیمه تأمین اجتماعی کشور، متوجه می‌شویم که سه نوع بیمه تأمین اجتماعی وجود دارد که عبارتند از: بیمه اجباری، بیمه‌های خویش‌فرما از نوع اختیاری و بیمه‌های خویش‌فرما از نوع صاحبان حرف و مشاغل آزاد. به‌طوری‌که در ماده واحده قانون اصلاح بند ب و تبصره ۳ ماده ۴ قانون تأمین اجتماعی مصوب ۱۳۶۵/۶/۳۰ بیان گردیده است: «سازمان تأمین اجتماعی مکلف است با استفاده از مقررات عام قانون تأمین اجتماعی صاحبان حرف و مشاغل آزاد را به‌صورت اختیاری در برابر تمام یا قسمتی از مزایای قانون تأمین اجتماعی بیمه نماید. چگونگی انجام بیمه و نرخ حق بیمه و همچنین میزان مزایای مربوط به موجب آیین‌نام ای خواهد بود که به تصویب هیئت دولت خواهد رسید».

متأسفانه با توجه به آنکه مشاغل مجازی عموماً از منظر قانونی شناخته شده نیستند لذا افرادی که در گروه مشاغل مجازی، مشغول کار می‌باشند، باید به‌صورت خویش‌فرما از نوع اختیاری اقدام به بیمه‌نمودن خود نمایند. نبود قانون مناسب در خصوص مشاغل اینترنتی مشخص بوده و از این حیث لزوم تجدیدنظر در قوانین بیمه کاملاً احساس می‌گردد.

به عبارت دیگر مشاغل اینترنتی در حال حاضر هیچ فرقی با بیکاری نداشته و هیچ گونه حمایتی از این گونه مشاغل در کشور وجود ندارد و اگر در صورت وجود شرایط لازم، افراد بیکار می‌توانند از حق بیمه دوران بیکاری استفاده نمایند. افراد شاغل در اینترنت از این حق نیز محروم هستند چرا که اصلاً تأمین اجتماعی آنها را حمایت نمی‌کند و صرفاً اگر افراد به صورت اختیاری اقدام به بیمه خود نمایند، از حقوق بیمه تأمین اجتماعی برخوردار خواهند شد.

#### ▲ ۲-۴-۲. رویکرد مدیریتی در خصوص بیمه تأمین اجتماعی مشاغل مجازی

پس از توجه به این موضوع که در کشور ما شاعلین در فضای مجازی، از حمایت تأمین اجتماعی مناسبی برخوردار نیستند، بیان دیدگاه‌های مسئولین ذی‌ربط می‌تواند بیانگر نگاه آینده کشور به موضوع بیمه‌این قشر جامعه باشد و امید ایجاد نظام بیمه‌ای مناسب برای این قشر از افراد جامعه در آینده‌ای نزدیک را ایجاد نماید. لذا در این بخش به نظرات مسئولین ذی‌ربط پرداخته شده و در ذیل به برخی از نظرات در این خصوص اشاره گردیده است.

دکتر فتح نژاد، مشاور رئیس کل و مدیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بیمه مرکزی با مطالبی در خصوص بیمه مشاغل مجازی، در نشست نقش و جایگاه فناوری اطلاعات و فناوری ارتباط اطلاعاتی<sup>۱</sup> در بیمه الکترونیکی اظهار نموده است: بیمه مرکزی مطالعاتی را بر روی انواع ریسک‌ها در فضای مجازی آغاز کرده است تا امنیت در فضای مجازی را مورد واکاوی قرار دهد. بیمه فضای مجازی کمک شایان توجهی به کسب و کار در اینترنت نموده و در واقع شکست بازار را به حداقل رسانده و باعث افزایش رفاه اجتماعی خواهد شد.

فضای مجازی طیف وسیعی از کاربران را دربرمی‌گیرد که بیمه فضای مجازی می‌تواند شرایط کسب و کار اینترنتی را به محلی ایمن مبدل سازد. به گفته وی، با بررسی‌هایی که در بیمه مرکزی پیرامون این بیمه‌نامه صورت گرفته نحوه محاسبه ریسک‌های احتمالی در حمله‌های سایبری مورد توجه قرار گرفت.

مشاور رئیس کل بیمه مرکزی در ادامه بیان داشته است: در ایالات متحده امریکا زرساخت‌های امنیتی در فضای مجازی به گونه‌ای است که از بیمه فضای مجازی با

---

1- Infomation Technolog, IT & Infromation Communication Technology, ICT.

نام بیمه اطمینان برای کاربران اینترنتی و صاحبان کالا و تجارت نام برده می‌شود که در صورت عملیاتی شدن آن در ایران بسیاری از مخاطراتی که در فضای سایبر امکان وقوع دارد، بیمه خواهد شد و بسیار اطمینان‌بخش خواهد بود.

وی با اشاره به توسعه بیمه در فضای اینترنت متذکر شد: یکی از پتانسیل‌های بیمه در فضای مجازی مورد توجه قرار گرفته و زیرساخت‌های آن آماده بهره‌برداری است و به‌زودی این مهم محقق خواهد شد (فتح نژاد، ۱۳۹۰).

هر چند دیدگاه مطرح‌شده می‌تواند بیانگر اهتمام و تغییر نگرش مسئولین ذی‌ربط به مبحث مشاغل مجازی و لزوم بیمه‌نمودن خدمات شرکت‌های الکترونیکی و مجازی باشد ولی در اصل، دیدگاه نظر فوق نیز در راستای پوشش تأمین اجتماعی شاغلین فضای مجازی نبوده و صرفاً به لزوم پوشش بیمه خدمات شرکت‌های الکترونیکی توجه داشته که خود این موضوع نیز می‌تواند نوید تغییرات بهتری در آینده نسبت به مشاغل مجازی از جمله پوشش بیمه تأمین اجتماعی این افراد باشد.

وزیر کار با بیان اینکه درصدد ارائه مجوز صنفی به کسب و کارهای آنلاین هستیم بیان داشته است: در جهت ایجاد تشکلی صنفی، این مشاغل باید دارای اتحادیه شوند.

به گزارش جی پلاس،<sup>۱</sup> علی ربیعی شامگاه دوشنبه در هم‌اندیشی دولت برای رفع موانع فعالیت کسب و کارهای آنلاین در کشور بر ایجاد اتحادیه مرتبط با اصناف و کسب و کارهای آنلاین تأکید کرد و اظهار داشت: متأسفانه مقررات کار در حوزه کسب و کارهای آنلاین وجود ندارد و ما در حوزه قوانین تأمین اجتماعی نیازمند مقررات برای کارگران دانشی هستیم.

وی با تأکید بر اینکه برای توسعه کسب و کار در فضای مجازی باید سند توسعه این بخش در دولت تدوین شود اضافه کرد: تا دو ما آینده با نظرخواهی تمامی دستگاه‌های مرتبط این سند را آماده طرح در دولت و به‌عنوان لایحه به مجلس تقدیم می‌کنیم.

ربیعی با اشاره به اینکه فعالیت کسب و کارهای اینترنتی نیازمند قوانین و مقررات جدید است، پیشنهاد داد: هسته اولیه تشکیل اتحادیه کسب و کارها در اینترنت و



فضای مجازی باید برنامه‌ریزی شود.

وزیر کار با تأکید بر نقش کسب و کارهای فضای مجازی در رشد اقتصاد ایران گفت: جهت‌گیری اقتصاد کشور نسبت به جمعیت مبلغ ۴۰ میلیارد دلار است که تا امروز تنها ۱۰ میلیارد دلار آن محقق شده است. بر این اساس باید از بخش خصوصی و کسب و کارهای مبتنی بر اینترنت برای رسیدن به این هدف کمک بگیریم.

وی با اشاره به اینکه هم اکنون در دنیا نیز نسل سوم توسعه اشتغال بر تکنولوژی‌های اطلاعاتی قرار دارد، گفت: مفهوم مقررات به واسطه این تکنولوژی‌ها در حال تغییر است و ما نیز باید به سمت این شاهراه اطلاعاتی حرکت کنیم.

به گفته وی امروز تمام دستگاه‌های مرتبط در حوزه نظارت حمایت‌کنندگان و تسهیل‌گران فضای کسب و کار بر توسعه کسب و کارهای آنلاین تأکید دارند و در صورت ایجاد مقررات و قوانین در این بخش می‌توانیم پاسخگویی سریع، نظارت شفاف و نگاه فرصتی به این حوزه داشته باشیم.

وزیر کار با تأکید بر اینکه هم اکنون علاوه بر رشته‌های مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات سایر رشته‌ها نیز در تولید محتوای فضای دیجیتال نقش دارند، گفت: ما در گام اول به این سمت می‌رویم که به کسب و کارهای آنلاین مجوز صنفی می‌دهیم و در گام دوم شکل صنفی برای آنها ایجاد خواهیم کرد تا گفتگو با فعالان کسب و کار در این بخش ساماندهی شود.

وی خاطرنشان کرد: با ایجاد قوانین کار در فضای مجازی و تسهیل نظام بیمه‌ای می‌توان شاهد افزایش سهم اشتغال در سال آینده در این بخش بود (ربیعی، ۱۳۹۵).

از توجه به بیانات وزیر کار و نگاه وی در خصوص مشاغل مجازی می‌توان امیدوار بود که در آینده‌ای نزدیک قوانینی مناسب در خصوص نظام بیمه‌ای افراد شاغل در مشاغل مجازی، توسط مجلس قانون‌گذاری تصویب گردد.

محمود واعظی وزیر ارتباطات در مورد اقدامات دولت یازدهم در فضای مجازی بیان داشته است: «رویکردی که دولت در زمینه فضای مجازی داشته، یکی از مهمترین کارهای دولت یازدهم است؛ درحالی که دولت قبل با اینکه فضای مجازی در آن به حدی بود که افراد فقط اطلاعات کسب کرده و اطلاع‌رسانی کنند، اما همین مقدار را هم تهدید تلقی می‌کردند».

به گفته وزیر ارتباطات، این دولت ابتدا دسترسی آزاد به اطلاعات را در دستور کار خود قرار داد؛ پس از آن منشور حقوق شهروندی را به عنوان یکی از سیاست‌های مهم و جدی در کشور قرار داد.

واعظی تأکید کرد: بستر شبکه ملی اطلاعات و فضای مجازی را برای اینکه بتواند بستر و شبکه‌ای برای اتصال و ارتباط ملت ایران با هم باشد، فراهم کردیم. از زمانی هم که دسترسی به اینترنت به سرعت و کیفیت نسبتاً مطلوب رسید، هدف اصلی ایجاد آن، یعنی کسب‌وکارهای الکترونیکی و دانش بنیان را در اولویت اساسی خود قرار دادیم.

به گفته وزیر ارتباطات، در سال ۹۴ حدود ۳۰ هزار شغل در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات ایجاد شد. میزان اشتغال در حوزه ICT در سال ۹۵ به ۱۰۰ هزار شغل افزایش یافت و در سال ۹۶ نیز ایجاد ۱۳۰۰ هزار شغل در فضای مجازی هدف گذاری شد.

هم‌اکنون در مورد کسب‌وکارهای الکترونیکی نمونه‌های خوبی در شهر تهران و برخی از کلان‌شهرها در زمینه حمل و نقل، املاک، گردشگری و تجارت وجود دارد. فعالیت‌های خوبی در این کسب‌وکارها انجام شده است که باید در همه شهرها و استان‌ها گسترش داده شود. در ادامه بیان داشته است: حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات برخلاف صنعت‌های دیگر در حوزه اشتغال نیاز به منابع زیاد ندارد. امیدواریم بتوانیم با منابع مالی کم و استفاده از زیرساخت‌های آماده‌شده، برای جوانان به‌ویژه جوانان فارغ‌التحصیل بیکار، شغل ایجاد کنیم (واعظی، ۱۳۹۶).

نظر این مسئول محترم نیز، بیانگر توجه مسئولین ذی‌ربط به حوزه کسب‌وکار مجازی است، هرچند تا درک کامل لزوم پوشش بیمه تأمین اجتماعی آحاد جامعه از جمله افراد شاغل در مشاغل مجازی و تدوین قوانین آن به نظر راه بسیاری در پیش‌روی کشور قرار دارد.

از توجه به آنچه که در این بخش بیان گردید، می‌توان نتیجه گرفت که نگاه صددرصدی در دید کلان کشور، جهت پوشش بیمه تأمین اجتماعی افراد شاغل در مشاغل مجازی وجود ندارد و صرفاً بعضی افراد مسئول در برخی موارد به لزوم این موضوع اشاره نموده‌اند و همت همگانی جهت عملیاتی‌نمودن این موضوع به نظر وجود ندارد.

## ۲-۵. ضرورت پوشش تأمین اجتماعی بر مشاغل مجازی

در این بخش ابتدا به ضرورت تحت پوشش قرارگرفتن آحاد جامعه تحت حمایت تأمین اجتماعی از منظر اسناد بین‌المللی پرداخته شده و متعاقباً ضرورت مذکور از منظر قوانین داخلی بیان گردیده است.

### ۱-۵-۲. ضرورت پوشش تأمین اجتماعی بر مشاغل مجازی از منظر اسناد بین‌المللی

حق برخورداری از تأمین اجتماعی امروزه یکی از نیازهای مهم و اصلی جوامع بشری است به طوری که این حق، امروزه در جوامع بشری موردقبول بوده و در قوانین کشورهای مختلف به رسمیت شناخته شده و اسناد بین‌المللی نیز آن را مورد تأیید قرار داده و لزوم تأمین اجتماعی افراد جامعه را ضروری و اجتناب‌ناپذیر دانسته‌اند.

صنعت بیمه با توجه به نیاز روزافزون جوامع بشری، در موضوعات مختلف مربوط به آن گسترش یافته است. از مهمترین حیطه‌های موضوع بیمه، حیطه تأمین اجتماعی است که امروزه در تمام جوامع بشری و بلکه در اسناد بین‌المللی به این مهم پرداخته شده است. نظام رفاه و تأمین اجتماعی یکی از اساسی‌ترین پیش‌نیازهای توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها تلقی شده و به همین دلیل به‌عنوان مهمترین اهرم برقراری عدالت اجتماعی در جوامع مدنی محسوب می‌شود و همواره مقوله‌ای در حقوق انسانی، حاکمیت ملی و در راستای صلح، ثبات و امنیت اجتماعی نقش عمده‌ای را ایفا نموده است. به‌گونه‌ای که توسعه پایدار هر کشور در درازمدت با کمیت و کیفیت نظام رفاه و تأمین اجتماعی آن کشور همبستگی و رابطه‌ای مستقیم دارد.<sup>۱</sup> نخستین قرارداد بیمه‌ای که به وجود آن پی برده‌اند، قرارداد بیمه حمل‌ونقل است که سال هزاروسیصدوچهل‌وهفت میلادی در ایتالیا منعقد شد و شاید آغاز فعالیت بیمه‌ای به معنی امروزی آن قرن چهاردهم میلادی باشد (محمدی، ۱۳۹۶).

۱- پناهی، بهرام، نظام تأمین اجتماعی و اقتصاد بازار، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، شماره ۳۹، پاییز ۱۳۸۳.

از توجه به تاریخ بیمه مذکور، اهمیت موضوع بیمه برای جوامع بشری مشخص می‌گردد. این لزوم، همواره و با گسترش امکانات و پیشرفت‌های زندگی انسانها، بیش از پیش نیاز شده است. توجه بشر از همان زمانهای اولیه تشکیل جوامع به مبحث بیمه و پیشرفت روزافزون این صنعت، موجبات اهتمام و توجه سازمان‌های بین‌المللی به این مهم گردیده است که از جمله آنها می‌توان به اعلامیه جهانی حقوق بشر، منشور ملل متحد، کنوانسیون بین‌المللی رفع هرگونه تبعیض نژادی، کنوانسیون حذف هرگونه تبعیض بر ضد زنان، مقاله‌نامه‌های سازمان بین‌المللی کار و اعلامیه فیلادلفیا اشاره نمود که در بخشهای قبلی بیان گردیده‌اند و در آنها لزوم پوشش تمام افراد جامعه به وضوح بیان گردیده است. در اینجا جهت حفظ اختصار از بیان مجدد آنها خودداری گردیده و صرفاً به یک اشاره کوتاه بسنده می‌شود.

امروزه نظام جامع تأمین اجتماعی در تمام کشورهای دنیا بر مبنای اصل شناخته‌شده در اسناد بین‌المللی، موظف است آحاد جامعه را فارغ از رنگ پوست و تعلق قومی و جغرافیایی دربرگیرد؛ به طوری که در اعلامیه جهانی حقوق بشر، این اصل مورد تأیید و تأکید قرار گرفته است. ماده ۲۲ اعلامیه مذکور بیان داشته است: «هر کسی به‌عنوان عضوی از جامعه حق دارد از امنیت اجتماعی برخوردار بوده و از راه کوشش در سطح ملی و همیاری بین‌المللی با سازماندهی منابع هر مملکت، حقوق سلب‌ناپذیر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خویش را برای حفظ حیثیت و رشد آزادانه شخصیت خویش به‌دست آورد». ماده ۲۵ نیز بیان داشته است: «هر انسانی سزاوار یک زندگی با استانداردهای قابل قبول برای تأمین سلامتی و رفاه خود و خانواده‌اش، از جمله تأمین خوراک، پوشاک، مسکن، مراقبت‌های پزشکی و خدمات اجتماعی ضروری است و همچنین حق دارد که در زمان‌های بیکاری، بیماری، نقص عضو، بیوه‌گی، سالمندی و فقدان منابع تأمین معاش، تحت هر شرایطی که از حدود اختیار وی خارج است، از تأمین اجتماعی بهره‌مند گردد. دوره مادری و دوره کودکی سزاوار توجه و مراقبت ویژه است. همه کودکان اعم از آن که با پیوند زناشویی یا خارج از پیوند زناشویی به دنیا بیایند، می‌بایست از حمایت اجتماعی یکسان برخوردار شوند».

از توجه به اسناد بین‌المللی از جمله ماده ۲۵ مذکور، مشخص می‌گردد که اسناد بین‌المللی حمایت خود را از لزوم پوشش بیمه تأمین اجتماعی تمام آحاد جامعه به وضوح اظهار داشته است. لذا می‌توان بیان داشت که از نظر اسناد بین‌المللی تمام افراد جوامع از جمله کسانی که در مشاغل مجازی مشغول به کسب و کار می‌باشند باید تحت حمایت نظام تأمین اجتماعی بوده و از مزایای آن برخوردار شوند.

امروزه نظام جامع تأمین اجتماعی در تمام کشورهای دنیا، بر مبنای اصلی شناخته شده در اسناد بین‌المللی، موظف است آحاد جامعه را فارغ از رنگ پوست و تعلق قومی و جغرافیایی در برگیرد؛ به طوری در اعلامیه‌ی جهانی حقوق بشر، این اصل مورد تأیید و تأکید قرار گرفته است.<sup>۱</sup> ماده ۲۲ اعلامیه مذکور بیان داشته است: «هر کسی به عنوان عضوی از جامعه حق دارد از امنیت اجتماعی برخوردار بوده و از راه کوشش در سطح ملی و همیاری بین‌المللی با سازماندهی منابع هر مملکت، حقوق سلب ناپذیر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خویش را برای حفظ حیثیت و رشد آزادانه‌ی شخصیت خویش، به دست آورد». ماده ۲۵ نیز بیان داشته است: «هر انسانی سزاوار یک زندگی با استانداردهای قابل قبول برای تأمین سلامتی و رفاه خود و خانواده اش، از جمله تأمین خوراک، پوشاک، مسکن، مراقبت‌های پزشکی و خدمات اجتماعی ضروری است و همچنین حق دارد که در زمان‌های بیکاری، بیماری، نقص عضو، بیوگی، سالمندی و فقدان منابع تأمین معاش، تحت هر شرایطی که از حدود اختیار وی خارج است، از تأمین اجتماعی بهره‌مند گردد. دوره‌ی مادری و دوره‌ی کودکی سزاوار توجه و مراقبت ویژه است. همه‌ی کودکان، اعم از آن که با پیوند زناشویی یا خارج از پیوند زناشویی به دنیا بیایند، می‌بایست از حمایت اجتماعی یکسان برخوردار شوند».

از توجه به اسناد بین‌المللی از جمله ماده ۲۵ مذکور، مشخص می‌گردد که اسناد بین‌المللی حمایت خود را از لزوم تحت پوشش بیمه‌ی تأمین اجتماعی قرار گرفتن تمام آحاد جامعه به وضوح بیان داشته است. لذا می‌توان بیان داشت که از نظر اسناد بین‌المللی تمام افراد جوامع از جمله کسانی که در مشاغل مجازی مشغول به کسب و کار می‌باشند باید تحت حمایت نظام تأمین اجتماعی بوده و از مزایای آن برخوردار شوند.

---

1-The universal declaration of human rights, 1948.

## ۲-۵-۲. ضرورت پوشش تأمین اجتماعی بر مشاغل مجازی از منظر قوانین داخلی

علی‌رغم اهمیت موضوع تأمین اجتماعی و لزوم تحت پوشش قرار دادن آحاد جمعیت کشور در زیر چتر حمایتی تأمین اجتماعی، به نظر کاستی‌ها و کمبودهایی در قوانین مدون در این خصوص وجود دارد که این کاستی‌ها و بلکه نبود قوانین لازم و ضروری در حیطه مشاغل مجازی، موجب سردرگمی افراد شاغل در فضای کسب و کار مجازی از لحاظ بیمه‌ای شده است و این افراد تحت پوشش مناسب بیمه‌ای قرار ندارند.

اصل بیست و نهم قانون اساسی در کشور ایران نیز به این مهم پرداخته و بیان داشته است: برخورداری از تأمین اجتماعی از نظر بازنشستگی، بیکاری، پیری، ازکارافتادگی، بی‌سرپرستی، درراه‌ماندگی، حوادث و سوانح نیاز به خدمات بهداشتی و درمانی و مراقبتهای پزشکی به‌صورت بیمه و غیره حقی است همگانی. دولت موظف است طبق قوانین از محل درآمدهای عمومی و درآمدهای حاصل از مشارکت مردم، خدمات و حمایت‌های مالی فوق را برای یک‌یک افراد کشور تأمین کند.

متأسفانه نه تنها تمام افراد جامعه بلکه افرادی که در مشاغل مجازی نیز مشغول به کار می‌باشند، تحت حمایت بیمه اجتماعی قرار ندارند. به‌طوری که بسیاری از افراد جامعه امروزه در فضای مجازی مشغول کسب و کارهایی چون ارائه خدمات اینترنتی، حمل‌ونقل از طریق ارتباط اینترنتی، خرید و فروش اینترنتی و... می‌باشند که برمبنای اصل مذکور و نیز اسناد بین‌المللی دولت‌ها موظف به حمایت و تحت پوشش بیمه قراردادن آنها می‌باشند. با این حال، قوانینی که بتواند این مهم را اجرایی نماید تدوین نشده و به نظر این مهم در حال حاضر فراموش شده است. امروزه لزوم پوشش بیمه تأمین اجتماعی آحاد جامعه از جمله افرادی که در فضای مجازی مشغول کسب و کار می‌باشند، کاملاً احساس می‌گردد.

از توجه به قانون اساسی و اصل مذکور و نیز بیان نظرات برخی از مسئولین ذی‌ربط می‌توان بیان داشت که ضرورت پوشش بیمه تأمین اجتماعی آحاد جامعه از جمله افراد شاغل در مشاغل مجازی بر همگان روشن است. با این وجود نوعی غفلت در این خصوص وجود دارد که حرکت به سمت جلو در خصوص پوشش بیمه افراد شاغل در مشاغل مجازی را کند و بلکه ایستا نموده است.

حتی اگر در اسناد بین‌المللی در لزوم بیمه تأمین اجتماعی آحاد افراد جامعه ضرورتی وجود نداشت و نیز در قانون اساسی کشورمان نیز به این مهم توجه نشده بود، بازهم بنا بر دلایل اخلاقی و اجتماعی، وابستگی پیشرفت جامعه به بیمه افراد و جلوگیری از خطرهای و مشکلاتی که افراد و به تبع آن کشور را تهدید می‌نماید، لزوم بیمه تأمین اجتماعی تمام آحاد جامعه از جمله افرادی که در فضای مجازی مشغول به کسب و کار می‌باشند، برای همگان از جمله مسئولین ذی‌ربط مشخص است. ضرورت مذکور ایجاب می‌نماید، تا هرچه سریعتر پوشش تأمین اجتماعی این قشر از جامعه نیز بررسی و قوانین آن تدوین و اجرایی گردد.

## ۲-۶. رهیافت تأمین اجتماعی برای کسب و کار مجازی

از آنچه که بیان شد می‌توان نتیجه گرفت که در بسیاری از کشورها مسأله میزان درآمد، ملاک پوشش بیمه تأمین اجتماعی در نظر گرفته شده است. در این کشورها که عموماً کشورهای پیشرفته نیز می‌باشند، مشکلی از جهت پوشش بیمه تأمین اجتماعی اقبال جامعه، شغل‌های جدید از جمله مشاغل مجازی وجود ندارد و افراد جامعه بر اساس میزان درآمد مشمول خدمات و پوشش نظام تأمین اجتماعی کشور خودشان قرار می‌گیرند. حتی افراد بیکار نیز در بسیاری از این کشورها تحت پوشش بیمه تأمین اجتماعی قرار دارند.

در کشور جمهوری اسلامی ایران، نظام بیمه تأمین اجتماعی بر اساس شغل تدوین شده است و براساس نوع شغل افراد جامعه تحت نظام بیمه‌ای کشور قرار دارند، با توجه به نگرش جمهوری اسلامی ایران به نظام تأمین اجتماعی کشور لزوم تدوین قوانین موردنیاز جهت تحت پوشش قرارگرفتن افرادی که در فضای کسب و کار مجازی مشغول به کار می‌باشند، کاملاً مشخص می‌گردد، چراکه قوانین حاضر حمایتی از آنها نمی‌نماید. صرفاً ممکن است این افراد تحت عنوان اختیاری خود را بیمه نمایند که این بیمه نیز به هیچ وجه با روح اسناد بین‌المللی در خصوص ضرورت پوشش بیمه تأمین اجتماعی آحاد انسانی و نیز قانون اساسی کشور نداشته و گویا تمام هزینه‌های بیمه توسط بیمه‌گر پرداخت می‌گردد و اگر شخصی ناتوان از بیمه خویش فرما باشد، از

پوشش بیمه‌ای کشور بیرون می‌ماند که این امر با هیچ منشور بین‌المللی و نیز قوانین داخلی همخوانی ندارد.

لذا لزوم تدوین قوانین موردنیاز در خصوص نظام بیمه‌ای کشور که بتواند گستردگی کامل بر تمام افراد جامعه داشته و خصوصاً افراد شاغل در زمینه فضای کسب و کار مجازی که امروزه طیف وسیعی از شاغلین کشور را تشکیل می‌دهند را دربرگیرد، کاملاً احساس می‌گردد. خوشبختانه مسئولین ذی‌ربط نیز در بیانات خود به ضرورت فوق رسیده‌اند که این موضوع نوید تدوین قوانین لازم در آینده‌ای نزدیک را می‌دهد تا در راستای آن شاغلین در فضای کسب و کار مجازی نیز بتوانند از خدمات یکسان نظام تأمین اجتماعی برخوردار بوده و دارای امنیت شغلی، بازنشستگی و درمانی مناسب باشند.



## فصل ۳. راهبرد عملیاتی و اجرایی تأمین اجتماعی برای کسب‌وکار مجازی

مخاطراتی که در واقع یا در نظر مردم، تجارت از طریق ارتباطات الکترونیکی را تهدید می‌کند، می‌تواند در گسترش و نفوذ عمومی این نوع از تجارت، تأثیر منفی داشته باشد. به‌علاوه، سامانه‌هایی که برای فضای مجازی به کار گرفته می‌شوند، اغلب گران‌قیمت هستند و خسارت به آنها می‌تواند بازرگانان الکترونیکی را در معرض خطر ورشکستگی قرار دهد. همچنین، زبان‌های فراگیری معاملات اینترنتی را تهدید می‌کند که بیمه می‌تواند تضمین مطمئنی برای در امان ماندن از بخشی از چنین خسارت‌هایی باشد. دلایل فوق به‌خوبی ضرورت طراحی و اجرای بیمه فضای مجازی را نشان می‌دهد.

یکی از ملاک‌های مطرح برای ارزیابی پیشرفت و توسعه هر کشور، بررسی این نکته است که تا چه حد کشوری نظام بیمه‌ای خود را در جهت حمایت از فعالیت‌های اقتصادی و تجاری (از جمله تجارت الکترونیکی)، انعطاف نسبت به مخاطرات جدید قابل بیمه، به‌روزرسانی اطلاعات و پذیرش شرکت‌های خارجی در کنار مؤسسات داخلی توسعه داده است. با در نظر گرفتن علاقه و تلاش کشورمان برای عضویت در سازمان تجارت جهانی باید توجه داشت که یکی از امتیازاتی که پیوستن یک کشور به سازمان تجارت جهانی در اختیار سایر رقبا و شرکای تجاری آن کشور قرار می‌دهد، آزادی حضور در صحنه بین‌المللی و رقابت در این عرصه می‌باشد. بنابراین، با توجه به مقبولیت بیمه تجارت الکترونیکی در سطح جهانی، شرکت‌های بیمه کشورمان باید درصدد برنامه‌ریزی و پوشش بیمه‌ای در این حوزه برآیند. در غیراین صورت، رقبای خارجی خواهند توانست به استفاده از فرصت‌های جدیدی که برای بانکداری و بیمه خارجی در کشورمان گشوده شده، به ارایه خدمات بیمه فضای تبادل اطلاعات در کشورمان بپردازند.

در مورد بیمه فضای مجازی، خسارات ناشی از تبلیغات، رقابت ناعادلانه، نشر

اکاذیب، توهین، نمایش محصولات تقلبی با علامت تجاری بیمه‌گذار و ارسال پیام‌های الکترونیکی انبوه به مشتریان ثابت بیمه‌گذار برای جازدن خود به جای تأجر اصلی (مؤسسه بیمه‌گذار) یا جلب مشتریان وی از طریق معرفی تسهیلات و تخفیف‌های واقعی یا دروغین، از مسایلی است که باید تکلیف آنها در زمان طراحی این نوع از بیمه‌نامه روشن شود.<sup>۱</sup>

### ۳-۱. جنبه‌های اجتماعی - اقتصادی بیمه مشاغل مجازی

در دهه‌های اخیر افزایش میزان آگاهی عموم جامعه کنونی کشور از کارکردها و نقش‌های بیمه‌های اجتماعی و تغییر نگرش آنان به این گونه مباحث، میزان اقبال و علاقمندی به این گونه بیمه‌ها را از سوی افراد فعال در بازار کار افزایش داده به طوری که تقاضا برای بیمه اجتماعی در سبد تقاضای خانوارهای ایرانی در اهم اولویت‌ها قرار گرفته است. در مقابل پاسخگویی به حجم قابل اعتنا به این تقاضاها و نحوه ساماندهی به آن از چالش‌های برجسته سازمان‌های بیمه‌گر همچون سازمان تأمین اجتماعی است.

به‌هرحال با افزایش مطلق و نسبی نیروی انسانی جمعیت بازار کار و ایجاد و گسترش کسب و کارهای جدید چالش‌های این صندوق‌ها دوجندان خواهد شد. چراکه از یک‌طرف ساختار سازمان تأمین اجتماعی که در ذیل روابط سه‌گانه کارگر، کارفرما و دولت طراحی شده، برای گسترش و پوشش بیمه‌ای مشاغل جدید با چالش‌های قانونی روبه‌رو می‌باشد. به نحوی که قوانین و مقرراتی قدیمی کشورمان، و ادبیات آن با بازار کنونی و فضای کسب و کارهای جدید و قواعد تنظیم‌کننده به‌ویژه در حوزه اشتغال مجازی سنخیت همخوانی ندارد. آثار این امر منجر به عدم موفقیت بیمه‌های اجتماعی در تعمیم و گسترش پوشش بیمه‌ای که از مؤلفه‌های اصلی پایداری صندوق بیمه‌های اجتماعی می‌باشد، گردیده است. از سوی دیگر، سمت و سوی تقاضای گروه‌های شاغل در فضای کسب و کار مجازی که روابط کاری متفاوت از روابط کار سنتی داشته و بسیاری از مؤلفه‌ها و اجزاء و عناصر «کار» و «نهاده‌های

1- Grzebiela, T., "Insurability of electronic commerce risks", Proceedings of 35th Hawaii International Conference on System Sciences 2002.

تولید» آن دستخوش تغییر شده و مفهوم کارگاه، ساعت کار، قرارداد کار، دستمزد کارگر و کارمند و... به کلی دچار دگردیسی شده است. این تحولات، ارایه بیمه‌های اجباری را در زمینه کسب و کار مجازی بیش از پیش ضروری می‌سازد.

برایند دو موضوع سبب‌ساز آن شده که بخش قابل‌توجهی از شاغلان که خارج از چارچوب و استانداردهای بیمه‌های اجباری بوده و نحوه مزد و حقوق و اشتغال آن متفاوت از آن است خود را از حقوق اولیه قانون اساسی کشور و مصداقاً اصل ۲۹ و متفرعات آن همچون بندهای ۳، ۱۲ و ۳۲ اصل سوم و اصول ۲۹ و ۸۹ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، محروم می‌بینند.

به همین منظور و به دلیل رشد و گسترش اینگونه مشاغل در کشور و نیز لزوم مقابله با ریسک کاهش جمعیت تحت پوشش لزوم ارزیابی مسائل و مشکلات این بخش از جمعیت فعال کشور و نحوه تعامل آنان با سازمان تأمین اجتماعی می‌تواند منجر به ایجاد یک راهبرد برد-برد چه برای سازمان تأمین اجتماعی و چه افراد فاقد پوشش شاغل در حوزه بازار دیجیتال شود.

#### ▲ بند اول. مبانی و ادبیات نظری

بیمه‌های اجتماعی به‌عنوان مهمترین ابزار ارائه خدمات حمایت‌های اجتماعی بوده و نقش مهمی را در مقابله با مخاطرات مختلف از جمله تغییرات جمعیتی، محیطی، سیاستی، اقتصادی و غیره ایفا نموده و از طریق بازتوزیع درآمد و ریسک بین‌نسلی و ارتقای سرمایه انسانی و حمایتها از افرادی که به‌طور غیرارادی شغل خود را از دست داده‌اند، میزان تاب‌آوری آن را در برابر تکانه‌های اقتصادی-اجتماعی افزایش داده و ریسک مخاطرات مالی و جانی را کاهش می‌دهند و منجر به رفاه نسبی و کاهش شکاف طبقاتی عموم مردم می‌گردد.

این بیمه‌ها به‌عنوان یکی از عناصر هویتی دولت‌ها شناخته می‌شود که با کاهش رشد اقتصادی در بازارهای داخلی آن ابعاد کارکردی آن مورد پرسمان احزاب، جناحهای سیاسی، گروه‌ها و فعالان کارگران و اصناف و سندیکاها قرار گرفته و در جوامع روبه‌رشد من‌جمله ایران که در مرحله گذار به سمت پیشرفت و تعالی قرار دارند، با افزایش آگاهی از کارکردها و اهداف عالی نظام‌های بیمه‌های اجتماعی و تغییر نگرش فعالان عرصه کار نسبت به آن،

افزایش روز افزون تقاضا را برای بیمه‌های اجتماعی و کسب آرامش خاطر نسبت به آینده دربر خواهد داشت و نیازمند پاسخگویی مطلوب از سوی سازمان بیمه‌گر اجتماعی همچون تأمین اجتماعی است و هرگونه ناتوانی در سامان‌دهی اینگونه تقاضاها و مطالبه‌گری ضمن کاهش رفاه و افزایش شکاف طبقاتی در بین طبقات مختلف شغلی اعتماد و اطمینان مردم به حاکمیت و نظام را کاهش می‌دهد.

بدیهی است که این مهم با وقوع انقلاب اطلاعاتی در دهه ۷۰ خورشیدی و رویارویی جامعه با ابزارهای هوشمند و جدیدی نظیر رایانه، اینترنت، موبایل، ماهواره، شبکه‌های اجتماعی مجازی و شکل‌گیری مشاغل نوظهور و رادیکال در بازار کار میزان این تقاضاها را دوچندان نموده و نتیجه آن شده که مشاغل یا خرده مشاغل جدید با مختصات متفاوت از ذهنیت عموم اقشار مردم با هویتی برگرفته از نظام صفر و یک، به شدت در فضای دیجیتالی در حال شکل‌گیری است و سرعت این تغییرات به حدی بوده که ممکن است شکل دیروز و امروز این شغل با همدیگر متفاوت باشد و فارغ از همه نقاط مثبت و منفی شکل‌گیری این‌گونه مشاغل، ورود یا عدم ورود افراد شاغل به این مشاغل به جرگه بیمه‌شدگان سازمان می‌تواند آینده سازمان تأمین اجتماعی را از یک‌سوی به دلیل استیصال در تعمیم‌دادن پوشش بیمه‌ای برای مشاغل جدید و از سوی دیگر به دلیل سیالیت و یا هویت زله‌ای این مشاغل رادیکالی به چالش کشانیده و با تأثیر در سبب جمعیتی بیمه‌شدگان سازمان، پایداری مالی آن را با تهدید یا فرصت مواجهه نماید.

#### ▲ بند دوم. نظام تأمین اجتماعی و جایگاه بیمه‌های اجتماعی در این نظام

نظام تأمین اجتماعی یکی از اساسی‌ترین پیش‌نیازهای توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها تلقی گردیده و به همین دلیل به‌عنوان مهمترین اهرم برقراری عدالت اجتماعی در جوامع مدنی محسوب می‌شود و همواره مباحث حقوق انسانی، حاکمیت ملی و در راستای صلح، ثبات و امنیت اجتماعی نقش عمده‌ای ایفا کرده، به‌گونه‌ای که توسعه پایدار هر کشور در درازمدت با کمیت و کیفیت نظام رفاه و تأمین اجتماعی آن کشور همبستگی و رابطه‌ای مستقیم و معنادار دارد.

بنا بر تعریف تأمین اجتماعی در مقاله‌نامه شماره ۲۷۹ سازمان بین‌المللی کار (ILO) تأمین اجتماعی به منزله حمایتی است که جامعه (دولت‌ها) در قبال

پریشانی‌های اجتماعی و اقتصادی پدید آمده به واسطه قطع یا کاهش شدید درآمد افراد بر اثر بیکاری، بیماری، بارداری، ازکارافتادگی، سالمندی، فوت و همچنین افزایش هزینه‌های درمان و نگهداری خانواده به اعضای خود ارائه می‌دهد؛ در واقع براساس تعاریف سازمان‌های بین‌المللی، تأمین اجتماعی ابزاری جهت مقابله با مخاطرات و بحران‌های اجتماعی و اقتصادی ناشی از قطع یا کاهش درآمد افراد در دوران مختلف، تعریف شده است که هدف محوری آن فراهم آوردن امنیت اجتماعی و اقتصادی برای اقشار فعال و بازنشسته جامعه و خانواده و بازماندگان آنها بوده و نقش غیرقابل‌انکاری در برنامه‌های توسعه پایدار؛ گسترش عدالت اجتماعی، حفظ کرامت انسانی و تقویت مبانی همبستگی ملی دارد<sup>۱</sup> و دولت‌ها و حاکمیت‌ها معمولاً بخشی از فعالیت خود را که به زیرشاخه رفاه اجتماعی معطوف بوده به این عرصه اختصاص داده و راهبردهای خود در این حوزه را در ۳ بخش بیمه‌های اجتماعی، حمایت اجتماعی و برنامه‌های مشارکت بازار تدوین و تبیین می‌نمایند.

بر اساس مطالعات و تحقیق‌های صورت‌پذیرفته امروزه نظام‌های تأمین اجتماعی متکی بر دولت در بیش از ۲۰۹ کشور جهان در حال اجرا و قابل رؤیت هست و علت این سطح گستردگی از مداخلات توسط دولت‌ها به نظر اندیشمندان این حوزه به ۳ نظریه شکست بازار<sup>۲</sup>، نظریه شکست دولت و نظریه شکست ارزشهای عمومی

---

۱- کرباسیان، مهدی، تأمین اجتماعی و بازنشستگی در ایران، شرکت سهامی انتشار، تهران ۱۳۸۴.

۲- شکست بازار یک اصطلاح اقتصادی است و توجیهی برای مداخله دولت در مواردی که بازار آزاد نمیتواند آنها را تأمین و برآورد نماید و یا در صورت سپردن آنها به دست بازار میزان تولید محصول کمتر از میزان بهینه خواهد بود که اصطلاحاً آن را شکست بازار (Market Failure) نامیده‌اند در این موارد دولت به عنوان برطرف‌کننده شکست بازار (عدم موفقیت در تولید کالا به‌طور مناسب) و ایجادکننده "کارآمدی"، در ایجاد رفاه دخالت میکند. مثالهای کلاسیک برای شکست بازار عبارتند از خدمات اجتماعی و درمانی، بازتوزیع درآمد به نفع طبقات فقیر، خدمات عمومی مثل دفاع و امنیت، توسعه علوم پایه و نهایتاً دفاع از حقوق مالکیت. مؤلفه‌های متعددی را می‌توان نام برد که مکانیزم بازار در رسیدن به هدف "کارآمدی" شکست خورده و دولت ناگزیر است که به عنوان برطرف‌کننده شکست بازار و ایجادکننده "کارآمدی"، در اقتصاد و بازار دخالت نماید. از جمله مؤلفه‌های مؤثر می‌توان به نبود رقابت، نبود بازار، اثرات برون‌ریزها (اثرات خارجی)، کالاهای عمومی، اطلاعات و دانش و ایجاد ثبات اقتصادی اشاره داشت. اما به اعتقاد نظریه‌پردازان حوزه رفاه اجتماعی بازار به سه دلیل اصلی زیر در ارائه کالای تأمین اجتماعی شکست خورده و لزوم وجود دولت جهت ساماندهی این بازار احساس می‌گردد.

۱. عمومی بودن کالای تأمین اجتماعی: کالای عمومی دارای دو خاصیت مهم هستند اول آنکه که مصرف یک کالای عمومی توسط یک فرد نمی‌تواند مانع از مصرف سایر افراد از آن کالا گردد و دوم آنکه که ممانعت

برمی‌گردد و از میان این سه نظریه نظریه شکست بازار مبنای ورود دولت‌ها به عرصه ارائه خدمات تأمین اجتماعی است.<sup>۱</sup>

خاطرنشان می‌سازد توسعه و گسترش نظام تأمین اجتماعی در جهان همواره با تحولات تدریجی در مبنای، اهداف و وسعت سیاست‌های اجتماعی همراه بوده و در این بین نظام بیمه‌های اجتماعی از اصلی‌ترین و محوری‌ترین ابزار نظام تأمین اجتماعی در یک کشور و از عمده سیاست‌های اساسی دولت‌ها محسوب می‌گردد که عمده‌ترین هدف آن تأثیرگذاری مطلوب، جامع و فراگیر بر وضعیت معیشتی و اجتماعی گروه‌های مختلف شغلی از طبقات اجتماعی شاغل است که در وهله نخست از سلامت و توان نیروی کار شاغل و مولد جامعه و در مراحل بعد در برابر رخدادهای و حوادث غیرمترقبه من جمله کاهش یا قطع درآمد حاصل از بیکاری، بیماری و سالخوردگی و حتی تأمین معاش بازماندگان بیمه شده اصلی حمایت می‌کند.

بدیهی است که دوام و مانایی این نظام بیمه‌ای در درازمدت متضمن موجودیت یک نظام اقتصادی کارا است که در آن سهم بازار کار از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده و عموم افراد آن جامعه معیشت خود را از طریق درآمد ناشی از اشتغال مولد و سازمان‌یافته تأمین می‌کنند. البته قابل درک است که تحقق این اهداف به سادگی

---

از استفاده یک فرد از این کالاها هزینه بسیار بالایی دارد، خواه بهای (مالیات) آن را پرداخت کرده باشند یا نکرده باشند که در اقتصاد به آن سواری مجانی می‌گویند (دانایی فرد، حسن، روش‌شناسی تدوین خط مشی ملی کارآفرینی کشور، چهارچوبی مفهومی، فصلنامه توسعه کارآفرینی سال دوم، ۱۳۸۸) لذا بازار آزاد که نفس آن سودآوری است انگیزه لازم برای ارائه یا تولید این کالا یا خدمات را ندارد.

۲. عدالت: اساساً نظام بازار گرایش به توزیع نابرابر درآمد دارد بدیهی است که برخی اقشار و گروه‌های آسیب‌پذیر به علت عدم حصول درآمد کافی و سایر مشکلات اقتصادی و اجتماعی در این بازار قادر به تأمین منابع مالی خود و یا خانواده تحت تکفل خود نبوده و دچار عسر و حرج می‌گردند به همین دلیل این بخش از جامعه نیازمند حمایت‌های اجتماعی شده و لزوم دخالت دولت را حس می‌نمایند (پناه‌ی).

۳. نبود بازار: سازوکار نظام بازار فقط وقتی خوب عمل می‌کند که وجود داشته باشد! در گذشته تصور غالب این بود که وقتی دولت عرصه را برای سازوکار بازار خالی کند، این سازوکار خود به خود باعث ایجاد نهادهای و سازمان‌های لازم خواهد شد. در حالی که امروزه بازار خود به عنوان یک کالای تا حدی عمومی نگرسته می‌شود که شکل‌گیری آن در برخی موارد نیازمند دخالت دولت است. بسیاری از انواع بیمه‌ها مانند بیمه بیکاری، بیمه ازکارافتادگی، تأمین اجتماعی و بیمه محصولات کشاورزی در حد وسیع، فقط با دخالت دولت فراهم آمده است.

۱- اخوان بهبهانی، علی، اصول و مبنای بیمه‌های اجتماعی، موسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی، چاپ نخست، تهران ۱۳۹۶.

امکان‌پذیر نبوده که کلیه آحاد جامعه به‌طور یکسان و کاملاً عادلانه از حداقل معاش و آرامش خاطر و امید به زندگی برخوردار باشند. حتی در پیشرفته‌ترین نظام‌های تولید و توزیع درآمدها همواره افرادی هستند که به علت عدم فقدان اراده و توانایی کافی و بنا به دلایل متعددی همچون ازکارفتادگی، سالخوردگی، ناتوانیهای جسمی و ذهنی و ابتلا به بیماری، عدم رونق اقتصادی و بیکاری گسترده، امکان تأمین معیشت و رفاه نسبی را نداشته چه آنکه در شرایط بحران و رکود تورمی و کساد بازار، بر تعداد این محرومان و شدت محرومیت آنها افزوده می‌شود.

هرچند بیمه‌های اجتماعی در آغاز راه نظام‌های بیمه‌های اجتماعی بیشتر به شکل رابطه‌ای اقتصادی و مالی بین کارگر و کارفرما بوده اما به دلیل اثربخشی گسترده‌ای که داشت در کانون توجه دولت‌ها قرار گرفته و دولت‌ها با ورود به تفاهمات دوجانبه کارگر- کارفرما آن را به تفاهمات سه جانبه کارگر- کارفرما- دولت تبدیل نموده و به قلمرو ماهوی آن پایداری و گستردگی ویژه‌ای بخشیدند و از این طریق با شکل دادن نظام‌های تأمین اجتماعی آن را به مقوله‌ای ملی، توسعه‌ای و بین‌النسلی تبدیل نمودند بدین ترتیب امور مرتبط با ارائه هرگونه تعهد کوتاه‌مدت و بلندمدت از حالت جزیره‌ای، پراکنده و غیرپایدار در ساختار و کارکرد به حالت به‌هم‌پیوسته و منسجم و با نام نظام تأمین اجتماعی درآمده و از آن به‌عنوان حق عمومی و همگانی که انجام آن تکلیفی است بر دولت‌ها یاد شد.

با عنایت به مفاهیم کلیدی و اساسی تعریف مورد توافق از تأمین اجتماعی و همچنین مدنظر قراردادن دیگر اسناد بالادستی به‌ویژه قانون اساسی و به‌طور مشخص اصل ۹۲ و همچنین بندهای ۳، ۸، ۹، ۱۲ و ۱۴ از اصل سوم و اصول ۹۲ و ۹۸ می‌توان مبانی و فروض اساسی و بنیادین زیر را برای نظام تأمین اجتماعی در ایران برشمرد :

- حقی است همگانی و عمومی.
- تکلیفی است که دولت باید انجام دهد.
- ادای این حق باید از کفایت لازم برخوردار باشد.
- این نظام باید دارای جامعیت باشد.
- این نظام باید فراگیر باشد.
- این نظام باید به شکل حمایتی و بیمه‌ای مورد عمل قرار گیرد .



علی‌هذا مستندات و تجارب قابل‌ملاحظه در ایران از دیرباز مبین ایفای این نقش توسط سازمان تأمین اجتماعی در سطح جامعه است و به استناد دو اصل اساسی همبستگی و مشارکت انجمن بین‌المللی تأمین اجتماعی (ISSA) دولت جمهوری اسلامی ایران نیز علاوه بر سرلوحه قرا دادن مفاد اصل ۹۲ قانون اساسی خود را مکلف به اجرای اصول مربوط دانسته است و حجم عمده این مسئولیت را بر عهده سازمان تأمین اجتماعی نهاده و براساس همین اصول و فلسفه ذاتی حمایت‌های خود از تک‌تک افراد جامعه در این ایام را به دو بخش «حمایت از نیروی کار و افراد تحت پوشش سازمان تأمین اجتماعی» و «حمایت از افراد فاقد پوشش بیمه‌ای» تقسیم‌بندی نموده و توانسته بخشی عظیمی از جمعیت شاغل کشور را تحت پوشش قرار دهد. ولی با گذشت بیش از نیمه قرن از سابقه نظام بیمه‌های اجتماعی در کشور از ثبات و پایداری نسبی برخوردار نبوده و مهمترین نارسایی آن مواجهه با بازار جدید کار و تغییر ساختار اشتغال و ادبیات کلاسیک روابط کارگر و کارفرمایی (مزد و حقوق بگیران) بوده است. که در صورت عدم توجه به پوشش بیمه اجتماعی گروه‌های مذکور فارغ از تضييع حقوق اجتماعی آنان، مسائل و چالش‌های گسترده را برای سازمان فراهم آورده و موجبات سست‌شدن پایه‌های نظام بیمه‌ای سازمان تأمین اجتماعی را فراهم خواهد آورد.

### ▲ بند سوم. دوگانگی بازار کار و نوزایی بازاری جدید به نام بازار کار فضای مجازی و اقتصاد بی‌وزن

براساس مدل دوگانگی بازار کار لوئیس نیروی بالقوه بازار کار که در بخش رسمی کاری پیدا نمی‌کند اشتغال در بخشی غیر از بخش رسمی حتی با دستمزد پایین‌تر مشغول به کار خواهد شد.

از دیدگاه حامیان مکتب دوگانگی در اقتصاد بخش غیررسمی به مجموع فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که تحت استانداردهای سازمان یافته کشورهای صنعتی شده یا استانداردهای بخش رسمی کشورهای در حال توسعه قرار نداشتند و اساساً ناکارآمدی نهادهای بازار کار منجر به سوق دادن نیروی کار به حوزه کسب و کار غیررسمی شده است. هدف جایجایی نیرو و منابع مولد از بخش‌هایی مثل کشاورزی، صنعت و تجارت به حوزه خدمات ارزش‌آفرین با نرخ عایدی فزاینده انتقال یابد.<sup>۱</sup>

۱- رزانی، محسن، ساختار اشتغال در اقتصاد غیررسمی ایران، روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۳۸۵.



امروزه با ظهور پدیده دنیای دیجیتال و گسترش روزافزون آن در کشورهای درحال توسعه، فلسفه اصلی نظریه دوگانگی بازار کار - که همانا فرایند انتقال نیروی کار به بخش‌های مدرن و رشد اشتغال و افزایش میزان بهره‌وری است - با وجود ابزارهای دنیای مجازی به شکل بهتری تحقق پیدا کرده است. این امر، رنسانس اقتصاد جدیدی را به نام اقتصاد بی‌وزن<sup>۱</sup> رقم زده و خروج بخشی از فعالیت‌ها را از بخش رسمی اقتصاد و سوق آن به بخش غیررسمی یا به تعبیر بهتر بخش انعطاف‌پذیر فراهم نموده و متعاقباً محصولات و خدمات ویژه آن را نیز روانه بازار نموده است.

در این اقتصاد عناصر فناوری اطلاعاتی و ارتباطات (ICT)، اینترنت و دارایی معنوی (که شامل گستره وسیعی از دارایی می‌شود) از مهمترین مؤلفه‌های چهارگانه این اقتصاد بوده و در دنیای کنونی سریع‌ترین میزان رشد را میان بخشهای اقتصادی محقق خواهد نمود. پدیده‌ای که شاید بتوان آن را باطل سحر رکود بازار اقتصادی، عدم رشد و توسعه داخلی و بیکاری فلج‌کننده جامعه امروزی ایران دانست و به کارگیری صحیح و مناسب از این واسطه‌ها را سبب ارتقای سطح تعادل در بازار و ایجاد اشتغال و درآمد ملی نامید.

طبیعتاً تبادل کالاها و خدمات از تولیدکننده به مصرف‌کننده در این بستر منوط به فضای جدید است؛ فضایی که امروزه با نام فضای کسب و کار مجازی شناخته می‌شود و گستره فروش و تبادل خدمات و کالاهای آن محصور و موقوف ظرف مکان و زمان نیست. به بیان دیگر دنیای الکترونیک همه ابعاد زندگی و جوامع اعم توسعه‌یافته و درحال رشد را دستخوش تغییر و تحول کرده و متأثر از این رخداد بازارها نیز دچار تغییرات ماهیتی و شکلی شده‌اند.

با توجه به روند اشاره شده خواهیم یافت که سرعت حرکت از جامعه سنتی به سمت جامعه اطلاعاتی، با شتاب چشمگیری در حال افزایش است اما عرصه‌های مبتلا به دیجیتالی‌شدن در جامعه، همه به یک اندازه تحت تأثیر قرار نگرفته‌اند. این وضعیت در مورد بخش‌های گوناگون متفاوت است. این تفاوت به میزان تأثیر حوزه دیجیتال بر عملکرد هر یک از عرصه‌ها به وجود آمده است.

---

۱- به آن اقتصاد دانایی، اقتصاد ناملموس، اقتصاد غیرمادی یا اقتصاد جدید نیز گفته می‌شود.

مطابق آمار بانک جهانی نرخ بازگشت سرمایه در سال ۹۷۲۰ در بخش‌های مختلف به صورت زیر است:

«نرخ بازگشت سرمایه در بخش کشاورزی ۳۷ درصد، صنعت ۰۷ درصد و خدمات ۲۷۷ درصد» اما در این میان آنچه شایسته توجه است آن است که نرخ بازگشت سرمایه براساس اعلام بانک جهانی در حوزه استارت‌آپها ۳ هزار درصد است، یعنی صاحب یک کسب‌وکار اگر در یک صنعتی از حوزه‌های زیرمجموعه کسب‌وکار خدمات مدیریتی، فرانچایز<sup>۱</sup> یا استارت‌آپ‌های مدیریتی سرمایه‌گذاری کند، به ازای هر ۲۷۷ هزار تومان در سال باید ۳ میلیون تومان بازگشت سرمایه داشته باشد.

طبق پیش‌بینی‌ها در سه حوزه اصلی کاری، برآورد اشتغال نیروی انسانی کشورهای توسعه‌یافته در سال ۹۷۱۰ به شکل زیر خواهد بود: (احمد سیف)

کشاورزی ۳ درصد

صنعت ۱ درصد

خدمات ۲۳ درصد



این روند نشان‌دهنده این مهم است که جامعه اطلاعاتی و نیروی کار آن به سمت حوزه خدمات، توجه خاص نشان خواهد داد. این توانمندی در برخی فعالیت‌های خدماتی تا ۲۷۷ درصد پوشش از سوی دنیای دیجیتال پیش رفته است. بدون شک در برخی فعالیت‌های دیگر ارائه بخشی از کار یا خدمات در دنیای غیردیجیتال و به شکل مکمل ضروری بوده و تشخیص کارشناسانه نوع حضور در دنیای دیجیتال و لحاظ کردن مقتضیات مختلف زمانی و حرفه‌ای حیاتی می‌باشد.

هرچند که روند این تغییرات در کشورهای پیشرفته و توسعه‌یافته نسبت به کشورهای درحال توسعه یا کمتر توسعه‌یافته به لحاظ تقدم و پیشگامی علوم انفورماتیک و وجود مقدمات و زیرساخت‌های لازم و همچنین روزآمدی قوانین و مقررات و ... سریع‌تر بوده اما به هر حال به لحاظ تأثیرات ابزار اینترنت، ماهواره و رسانه‌های جمعی و انتقال پیشرفت‌ها و فناوری‌های نوین مرتبط با آن به

---

۱- گونه ای از کسب و کار که بر پایه آن به شرکت اختیار داده می شود که تولیدات و فرآورده های شرکت دیگری را بفروشند و در مقابل آن مبلغی دریافت کند که به آن مبلغ فرانچایز می گویند.

کشورهای کمتر توسعه یافته بازار سنتی آنها نیز تغییر یافته که ایران نیز به عنوان یک کشور در حال توسعه از این قاعده مستثنی نیست و فقدان قوانین مالی و تجاری مقوم، چالش‌های پرخطر و پراهمیتی را برای فضای کسب و کار و افراد شاغل در آن به همراه خواهد داشت (علی حیدری (چرا که از نظر ماهوی این مشاغل زائیده علوم الکترونیک و رایانه‌ای بوده و به دلیل تغییر و تحول مستمر و پرشتاب این حوزه ممکن در آینده به شکلی دیگر درآمده و یا حتی وجود خارجی نداشته باشد و طبیعتاً بسته به این شرایط قوانین آن برپایه نوع نگرش دولت‌ها به این حوزه نیز علی‌القاعده تغییر خواهد یافت.

پرواضح است که این قبیل قوانین، پاسخگوی نیازها و شرایط روز ایران نیستند و تغییر و تحولات تکنولوژیک و بروز پدیده‌های مدرن و امروزی و ابزارها و سازوکارهای وارداتی که به سرعت در جامعه ایران گسترش و تعمیم می‌یابد، قوانین و مقررات روزآمد را ایجاب می‌نماید.

لذا این حوزه بیش از حوزه دیگری، درگیر مشکلات خاص خود بوده و با وجود تمام مزایای ویژه‌ای که برای فعالان این بخش از دنیای دیجیتال در نظر گرفته شده، در بعد حمایت اجتماعی و رفاه نسبی و مشخص‌تر در حوزه تأمین اجتماعی و شمول حمایت‌های آن برای بازی‌سازان این عرصه به وجود آورده است. به هر شکل انتظار افرادی که در این عرصه به فعالیت مشغول هستند و آن را جزء حقوق شهروندی خود تلقی می‌کنند آن است که نوع برخورد در این حوزه نیز باید مانند برخورد با بازار سنتی باشد و علاوه بر قوانین مالیاتی، حمایتی و بازدارنده مواردی مانند تشکیل اتحادیه و صنف مشخص برای رسیدگی به مسائل آنان و از همه مهمتر پوشش بیمه تأمین اجتماعی در دستور کار متولیان امر قرار گیرد.

#### **بند چهارم. رویارویی نظام بیمه‌های اجتماعی با دنیای بازار کنونی و پدیده اقتصاد بی‌وزن**

همان‌طور که پیش‌تر بدان اشارت شد یکی از دستاوردها و محصولات انقلاب صنعتی نظام بیمه‌های اجتماعی است که بر اصول مهمی همچون روابط رسمی کار، پایداری مزد و حقوق و نیز اجبار قانونی از سوی دولت‌ها بنا شده و تغییر یا حذف هر یک از این اصول می‌تواند به منزله فروریختن شالوده نظام‌های بیمه‌ای تلقی شود که به نظر می‌رسد رنسانس عصر دیجیتال مقدمات این موضوع را فراهم نموده است.

با ظهور عصر اطلاعات و ارتباطات که مشهور به عصر فراصنعتی بوده، آرمان شهر جامعه بشری از رویکرد تأکید بر ابزار و تکنولوژی برای تحقق سرآمدی به تأکید بر دانش، تغییر جهت پیدا نموده و همراهی و همگامی با محیط از امری مقطعی و بر حسب ضرورت به امری داینامیک و پویا تبدیل شده است. به بیان دقیق تر شاخص‌های اصلی انقلاب اطلاعاتی و انفورماتیک ناپایداری و تغییر مداوم و مستمر است و آنقدر شتاب این تغییرات توفنده و برق‌آسا بوده که نیاز به روزآمدی فرآیندها، فعالیت‌ها و ساختار عناصر فعال بازار کار به صورت روزآمد احساس شده و گریزی از آن نیست و عدم اتخاذ چاره و تمهیدات مقتضی از سوی گردانندگان سازمان‌ها و بنگاه‌های خرد و کلان (من جمله تأمین اجتماعی) و بازیگران این عرصه حتی اجازه تغییر ساختار، قوانین و مقررات جدید تغییر مرز و چارچوب و ترسیم قانون جدید جهت مواجهه با شرایط جدید را نخواهد داد.

در جریان این تحولات :

- ساختار بازار از تولیدات صنعتی به سمت و سوی خدمات تغییر خواهد نمود.
- فعالیت کار و تولید کالا و خدمات از قید مکان و زمان و فرآیند طولانی رها خواهد شد.
- فناوری‌های نوین و پدیده‌های نسل جدید نظیر رایانه، اینترنت، موبایل، ماهواره، شبکه‌های اجتماعی مجازی منجر به جابجایی نیروی شاغل از بخش رسمی به فضای مجازی خواهد شد.
- روابط کارگری و کارفرمایی اسلوب و ساختار پیشین را نخواهد داشت.
- کارایی ابزارهای قانونی و اراده جدی دولت‌ها در حمایت از نظام بیمه‌های اجتماعی برای این حوزه از کسب و کار در محل ابهام خواهد ماند.
- اشتغال نیروی کار از ثبات مکانی به تحرک، از درخواست دستمزد مستمر به درخواست دستمزد غیرمستمر و مقطعی، از اشتغال در مکان خاص به اشتغال در زمان و از کار جسمی به کار فکری تغییر پیدا خواهد کرد.

با وجود این تغییرات و تحولات در عرصه بازار کار اصول بنیادی نظام بیمه‌ای اجتماعی در مواجهه با کسب و کارهای جدید به چالش خواهد رسید و بدیهی است



که عدم هرگونه تغییر و نداشتن انعطاف با این تحولات، موجب تقبل هزینه بیشتر برای سازمان‌های بیمه‌گر من جمله سازمان تأمین اجتماعی خواهد داشت. بر این اساس نظام بیمه‌های اجتماعی مستلزم تحول بزرگ جهت مقابله با این تهدید یا تبدیل آن به فرصت جهت پایداری صندوق‌های خویش می‌باشد. از این رو، ضرورت دارد تا در راستای مدیریت فضای مجازی تمهیدات لازم را بر اصلاح قوانین و مقررات و ساز و کارهای اجرایی به منظور مدیریت و حضور فعال در فضای کسب و کار مجازی اتخاذ نمایند.

### ▲ بند پنجم. لزوم یا عدم لزوم مداخله سازمان تأمین اجتماعی و نقش آفرینی آن در کسب و کارهای جدید

همان‌طور که پیش‌تر بدان اشاره شد پوشش‌های بیمه‌ای تکلیف همه دولت‌ها و حقی برای همه شهروندان است و بایستی هرکدام در ظرف خود و متناسب با مکانیسم‌های مشارکت بیمه شده، دولت، کارفرما و اصول حاکم بر نظامات بیمه‌ای قرار گیرند.

براین اساس در قانون ساختار نظام جامع رفاه و تأمین اجتماعی ضمن تأکید بر اجرای اصل بیست و نهم قانون اساسی که برخورداری از تأمین اجتماعی از نظر بازنشستگی، بیکاری، پیری، ازکارافتادگی، بی‌سرپرستی و ... به صورت بیمه و غیره را حقی همگانی می‌داند، دولت را نیز مکلف نموده تا طبق قوانین از محل درآمد عمومی و درآمد حاصل از مشارکت مردم، خدمات و حمایت‌های مالی فوق را برای یک‌یک افراد کشور تأمین نماید.

مقتن در ماده ۵۷ قانون احکامی دائمی برنامه‌های توسعه کشور و و نیز بندهای ۲ و ۴ اصل بیست و یکم قانون اساسی توجه خاصی را معطوف به اقشار و گروه‌های مختلف جامعه و حقوق آنان از رفاه و تأمین اجتماعی داشته و دولت را مکلف به تهیه و تدوین اجرای بسته‌های سیاستی در چارچوب چهار حوزه نموده است.

**الف)** حوزه بیمه‌ای شامل بخش بیمه‌های اجتماعی از جمله افزایش ضریب نفوذ بیمه‌های اجتماعی درمانی و بازنشستگی در کشور، بازنشستگی، بیکاری، حوادث و سوانح، ازکارافتادگی و بازماندگان و بخش بیمه‌های درمانی

**ب)** حوزه حمایتی شامل ارائه خدمات اجتماعی و حمایتی متناسب با نیازهای جسمی و روانی افراد آسیب‌دیده در اجتماع از طریق اعطای یارانه و کمک‌های مالی به این

افراد و خانواده‌های آنها که به دلایل گوناگون قادر به کار نیستند و یا درآمد آنان تکافوی حداقل زندگی آنان را نمی‌نماید، جهت برابرسازی فرصت‌ها

**ج)** حوزه مساعدت اجتماعی و ترمیمی شامل ارائه خدمات جبرانی و توان‌بخشی از طریق توانمندسازی، کارگستری، مهارت‌آموزی و ایجاد زمینه‌های خوداتکایی (ج) حوزه صیانت اجتماعی شامل پیشگیری و مصون‌سازی از بروز مخاطرات و آسیب‌های اجتماعی

#### **د) حوزه صیانت اجتماعی**

همچنین در ماده ۳ قانون ساختار نظام جامع رفاه و تأمین اجتماعی به اهداف و وظایف حوزه بیمه‌ای به خوبی اشاره گردیده است و با یک تقسیم کار منطقی در چارچوب اصول حاکم بر صندوق‌های بیمه‌ای<sup>۱</sup> و با لحاظ شرایط متفاوت لزوم ایجاد صندوق‌های جدیدی را برای طبقات مختلف جامعه ترسیم نموده است.

لذا بر اساس ادله و استناد به مبانی بیمه‌ای و قانونی که ذکر شد اثبات پوشش‌های بیمه‌ای جز حق طبیعی کلیه احاد جامعه است اما اینکه سیاست گسترش جمعیت بیمه‌ای برای افراد شاغل در بازار مجازی و نگاه سازمان تأمین اجتماعی به این بخش از جامعه شغلی چگونه خواهد بود و نحوه تقابل آن قابل تأمل، مذاقه و جای سؤال دارد و آن اینکه:

آیا نظام بیمه‌ای فارغ از فلسفه وجودی و جایگاه این نظام‌ها و نیز اثرگذاری در جامعه، به‌منظور پایایی و ماندگاری نبایستی به تحولات بازار کار، نیروی شغال و در طیف گسترده‌تر پارامترهای جمعیتی، اقتصادی و سیاسی آن واکنش دهد؟

آیا اساساً استراتژی تعمیم و گسترش جمعیت تحت پوشش نباید جز الزامات و اولویت این صندوق‌ها باشد؟



۱- ا. گسترش نظام بیمه‌ای و تأمین سطح بیمه همگانی برای احاد جامعه با اولویت دادن به بیمه‌های مبتنی بر بازار کار و اشتغال

ب. ایجاد هماهنگی و انجام بین بخش‌های مختلف بیمه‌های اجتماعی و درمانی.

ج. اجرای طرح بیمه اجباری مزدبگیران.

د. تشکیل صندوق‌های بیمه‌ای مورد نیاز از قبیل حرف و مشاغل آغاز (خویش‌فرمایان و مشاغل غیردائم) بیمه روستاییان و عشایر، بیمه خاص زنان بیوه و سالخورده و فرد سرپرست و بیمه خاص حمایت از کودکان.

پاسخ به این موضوع نیازمند مجال وسیع تری است اما اجمالاً یادآور می‌شود از آنجا که صندوق‌های بازنشستگی کشور ما - از جمله تأمین اجتماعی - از منظر نحوه هزینه‌کرد درآمدها یا نحوه پرداخت مزایا، مبتنی بر سیستم مزایای معین (Defined Benefit) است به این معنا که هیچ رابطه حقوقی تعریف شده میان حقوق و مزایای بازنشستگی با وضعیت سودآوری صندوق وجود ندارد و صندوق از قبل تضمین نموده است که در صورت احراز شرایط استفاده، مزایای تعیین شده به افراد پرداخت شود و نیز با توجه به آنکه این صندوق‌ها کارکردهای ویژه و سیاست‌های بازتوزیعی و انتقال بین‌نسلی را دنبال می‌نمایند حساسیت بالایی در مقابل متغیرها و پارامترهای جمعیتی داشته و تغییر در نسبت‌های جمعیتی تأثیرات عمیق و پایدار بر این صندوق‌ها می‌گذارد. به بیان دیگر از معایب این سیستم آن است که در نظام‌های اقتصادی بی‌ثبات و دارای تورم شدید، نرخ بیکاری بالا و افزایش امید به زندگی و تغییرات هرم جمعیتی به سوی سالمندی به شدت آسیب‌پذیر است.

در واقع در این صندوق‌ها شاخص‌های متعددی مانند ضریب نفوذ بیمه‌های اجتماعی، نسبت شاغلان بیمه‌شده، نسبت فعالان اقتصادی بیمه‌شده، نسبت پشتیبانی صندوق‌های بیمه، نرخ جایگزینی، تعادل منابع و مصارف صندوق‌های بیمه، نرخ مشارکت دولت در حق بیمه‌ها و ثبات قانونگذاری در بیمه‌ها حائز اهمیت است اما با عنایت به واکنش بالای صندوق‌های DB به شاخص‌های جمعیتی آنچه که در حفظ تعادل و پایداری صندوق‌های بازنشستگی نقش مهمی داشته نسبت پشتیبانی (نسبت جمعیت بیمه‌پرداز به جمعیت مستمری‌بگیر) است.

نسبت پشتیبانی نشان می‌دهد به ازای هر یک نفر مستمری‌بگیر (دریافت‌کننده حقوق از صندوق) چند نفر بیمه‌شده اصلی (پرداخت‌کننده حق بیمه) وجود دارد. نسبت پشتیبانی دارای دو جزء «تعداد بیمه‌شده اصلی» و «تعداد مستمری‌بگیر» است. در نتیجه، هر عاملی که بر هر یک از این دو جزء به صورت افزاینده یا کاهنده اثر بگذارد، بر این شاخص تأثیرگذار خواهد بود.

عوامل اثرگذار بر نسبت پشتیبانی به شرح زیر است:

نرخ رشد اشتغال؛ دوره پایداری مشاغل و دوره بیکاری؛ سهم اشتغال رسمی در بازار کار (میزان مشاغل غیررسمی، پاره‌وقت، اشتغال پنهان و...؛ سن ورود به بازار کار؛ متوسط

دوره اشتغال و ساعات کار رسمی؛ سن قانونی بازنشستگی (بازنشستگی عادی، پیش از موعد، سخت و زیان آور و...)؛ نرخ وقوع حوادث و بیماری‌های منجر به معلولیت و از کارافتادگی یا فوت؛ شرایط قانونی برقراری مستمری و مزایای از کارافتادگی و بازمندگان؛ دوره زمانی برخورداری بازمندگان از مزایای بیمه‌ای و...

بر اساس توضیحات ارائه شده مشخص است که در پایداری و نامیرایی سازمان بیمه‌ای نقش ورودی‌های جدید به صندوق یکی از فاکتورهای اساسی محسوب می‌گردد لذا علی‌القاعده سازمان تأمین اجتماعی می‌بایست از گسترش پوشش بیمه‌ای برای شاغلین مشاغل مجازی استقبال نمود و اصطلاحاً مداخله در این حوزه برای طرفین مورد بحث می‌تواند یک راهبرد برد-برد تلقی گردد.

#### ▲ بند ششم. بررسی ابعاد مختلف مشاغل مجازی

اینکه آیا همه شغل‌ها مناسب فضای مجازی نیستند خود جای بحث است و معتقدیم هر کسب‌وکاری قابلیت مجازی شدن ندارد. توسعه سریع کسب‌وکار در فضای مجازی سبب شده که بسیاری از کسب‌وکارها بدون اینکه احتیاج به سرمایه‌گذاری زیادی مانند مکان فیزیکی، انبار، مجوز و... داشته باشند، به راحتی به مصرف‌کننده یا مشتری پایانی دست پیدا کند؛ همین عامل، اصلی‌ترین دلیل رواج کسب‌وکارهای مجازی است.

سرعت توسعه کسب‌وکار در بستر فضای مجازی به اندازه‌ای زیاد است که بسیاری از کارشناسان حوزه دیجیتال‌مارکتینگ آینده مطلوبی برای آن متصور هستند. اما از منظر حوزه کسب‌وکار و سازمان این موضوع مورد مناقشه است و ورود و بررسی در این حوزه بایستی ابعاد فنی، تجاری، فرهنگی و حقوقی آن و... بررسی شود. به نظر می‌رسد در این بین ابعاد اقتصادی، تجاری و فنی موضوع به جهت اینکه می‌تواند در پایداری اشتغال و در نتیجه بیمه‌پردازی مستمر و افزایش منابع ورودی سازمان تأمین اجتماعی که در پایداری صندوق نقش مهمی را ایفا کند نسبت به سایر ابعاد و مؤلفه‌ها از اهمیت بیشتری برخوردار باشد.

با عنایت به تحولات بازار و حرکت آن به سمت آرمان‌شهر (اتوپیا) بنام حاکمیت الکترونیک - دولت الکترونیک - تجارت الکترونیک و... در آینده فروش در فضای نوظهور بهتر خواهد شد و همه به این نتیجه می‌رسند سهم بیشتری از مشتریان‌شان



را در فضای مجازی جست‌وجو کنند و حضور هوشمندانه‌تری در این حوزه داشته باشند؛ بنابراین مباحثی مثل بازاریابی اینترنتی بسیار بیشتر به چشم خواهد خورد و صاحبان کسب‌وکار هم ناگزیر هستند کسب‌وکارشان را به این صورت توسعه دهند.

بدون شک کسب‌وکار سنتی نیز ناگزیر قدم در این عرصه خواهد گذاشت اما بایستی در نظر داشت که موفقیت کسب‌وکارهای سنتی در فضای مجازی نیازمند آزمون و خطاست چراکه نمی‌توان به‌صورت مشخص تعیین کرد که این حضور برای چه کسب‌وکاری مؤثر است و برای چه کسب‌وکاری نیست به‌ویژه در کشور ما که این موضوع بسیار نو است. لذا از این منظر بایستی مذاقه نمود که ورود یا عدم ورود نیاز به سعی و خطا و تجربه دارد و در حال حاضر نمی‌توان برای آن نسخه جهان‌شمول پیچید.

#### اول. از جایگاه قوانین بالادستی کشور

بهبود فضای کسب‌وکار مجازی در برنامه پنجم توسعه اقتصادی-اجتماعی، فرهنگی و از همه مهتر ابلاغ سیاست‌های مقام معظم رهبری در حوزه اصلاح نظام اداری با رویکرد چابک‌سازی و منطقی‌نمودن ساختار دولت‌ها و حرکت به‌سوی پارادیم دولت الکترونیک به شدت مورد توجه قرار گرفته است. اختصاص ۱۰ ماده از ۲۳۵ ماده این برنامه نشان از آشکارشدن اهمیت موضوع نزد سیاستگذاران کشور است. با توجه به اهمیت آن نگاهی به موارد مورد توجه در این برنامه خواهیم داشت.

• ابلاغ ضوابط و سیاست‌های تشویقی لازم از جمله اهدای جوایز یا اعطای تسهیلات یا کمک‌های مالی، برای استفاده کالاها و خدمات از نام تجاری در بازار خرده‌فروشی و عمده‌فروشی با حفظ حقوق معنوی صاحب نشان تا پایان سال اول برنامه توسط وزارت بازرگانی و مشارکت سایر دستگاه‌های ذی‌ربط؛

• ارائه خدمات دولتی و عمومی در تمام ساعات شبانه روز به شهروندان به‌منظور بهبود بهره‌وری نظام اداری، افزایش رضایت عمومی و دسترسی آسان و سریع شهروندان به خدمات عمومی و دولتی؛

• اقدامات قانونی لازم برای اصلاح قانون کار و قانون تأمین اجتماعی و روابط کار؛

• توجه به رقابتی نمودن بازارها و کسب‌وکارها؛





- تشکیل شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی به منظور تبادل نظر دولت و بخش‌های خصوصی و تعاونی و تسهیل فعالیت‌های اقتصادی این بخش‌ها، بررسی و رفع موانع کسب‌وکار و اتخاذ تصمیم مؤثر برای اقدامات لازم در چارچوب قوانین و مقررات موجود و ارائه پیشنهادها و راهکارهای اجرایی مناسب به مراجع ذی‌ربط؛
- شناسایی قوانین، مقررات و بخشنامه‌های محل تولید و سرمایه‌گذاری در ایران<sup>۱</sup> و تلاش جهت بهبود آنها از طریق پیشنهاد راه‌کارهای قانونی لازم؛
- ارائه خدمات بازاریابی، مشاوره‌ای و کارشناسی و تقویت و ساماندهی تشکلهای خصوصی و تعاونی؛
- علاوه بر برنامه پنجم در سیاست‌های کلی اشتغال نیز به بهبود فضای کسب‌وکار توجه شده و در بند ۵ آن به‌طور مستقیم و در سایر بخش‌های این سیاست‌ها نیز به بسترهای مورد نیاز آن توجه لازم شده است. از جمله موارد قابل توجه در آن عبارتست از:
- توجه بیشتر در پرداخت یارانه‌ها به حمایت از سرمایه‌گذاری، تولید و اشتغال مولد در بخش‌های خصوصی و تعاونی؛ ترویج و تقویت فرهنگ کار، تولید، کارآفرینی؛
- جذب فناوری، سرمایه و منابع مالی، مبادله نیروی کار و دسترسی به بازارهای خارجی کالا و خدمات از طریق تعامل مؤثر و سازنده با کشورها، سازمان‌ها و ترتیبات منطقه‌ای و جهانی
- حمایت از بخش‌های خصوصی و تعاونی و رقابت از راه اصلاح قوانین، مقررات و رویه‌های ذی‌ربط در چارچوب قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران؛
- هماهنگ‌سازی و پایداری سیاست‌های پولی، مالی، ارزی و تجاری و تنظیم

۱- شامل قوانین و مصوبات و بخشنامه‌های مزاحم، خلاف قانونی، اجرای نادرست یا ناقص قوانین و همچنین پیشنهاد اصلاح قوانین و مقررات و ارتقاء امنیت اقتصادی، حقوق مالکیت و حمایت از سرمایه‌گذاری و تولید و صادرات و اشتغال و چگونگی کاهش قیمت تمام‌شده کالاها و خدمات در ایران همراه با ارتقاء کیفیت و رشد تولید و موارد مربوط به سرمایه‌گذاری و تولید و استفاده بهینه از سرمایه‌گذاران و ظرفیتهای موجود.



بازارهای اقتصادی در جهت کاهش نرخ بیکاری توأم با ارتقاء بهره‌وری عوامل تولید و افزایش تولید؛

و البته از همه مهمتر حمایت از تأسیس و توسعه صندوق‌های شراکت در سرمایه برای تجاری‌سازی ایده‌ها و پشتیبانی از شرکت‌های نوپا، کوچک و نوآور

بدیهی است که تمامی مفاد و نص صریح در قوانین بالادستی کشور صراحتاً بر لزوم و اهمیت سرمایه‌گذاری و پشتیبانی از این حوزه کسب‌وکار دلالت داشته و روند روبه‌رشد جهان کنونی بر این مدار قرار گرفته که سایر حوزه کسب‌وکار سنتی نیز به این سو حرکت نماید. لذا بر اساس رویکرد جهان و خط مشی مدیریت کلان کشور در حوزه تدوین سیاست‌ها بر ان اصل استوار است که این‌گونه مشاغل در آینده جز موارد بدیهی بازار کار خواهد بود. سازمان تأمین اجتماعی ناگزیر به توجه به این بخش از گروه‌های شغلی خواهد بود.

## دوم. از جایگاه و منظر فرهنگی

شاید اغراق نباشد که بگوییم یکی از عمده معضلات استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای مجازی در ایران مربوط به امور فرهنگی و مسائل مرتبط با آن باشد. بدون شک از نقطه‌نظر امور فرهنگی چالش پیش‌رو، الگوی رفتاری افراد استفاده‌کننده از فضای مجازی و افزونه‌ها است. تجربه نشان داده یک الگوی سینوسی در رفتار کاربران ایرانی در مواجهه با بسترهای نوین وجود دارد که بخشی از آن به دلیل فیلترینگ بوده و بخشی به دلیل فضای جامعه و نیازی که در آن وجود دارد. این موضوع، حضور و سرمایه‌گذاری کسب‌وکارها را با ریسک زیادی مواجه می‌کند و از سوی دیگر نیز در آینده شبکه‌های اجتماعی به سمت کاربری واحد و حرفه‌ای خواهند رفت و باید افراد سیاست‌های مشخصی برای حضور کسب‌وکارشان در هر یک از آن شبکه‌ها و منطبق بر نیازهای زمان و سیاست‌های آن شبکه اتخاذ کنند.

قطعاً در این فضا سوال مهمی که برای تصمیم‌گیران سازمان تأمین اجتماعی می‌تواند از حیث پرداخت حق بیمه این افراد می‌تواند مهم باشد آن است که :

در این فضا اگر برای مدتی فضای مجازی فیلتر شود، چه رخدادی در پرداخت حق

بیمه‌این افراد خواهد افتاد؟ تبعات این امر چه میزان بر استارت‌آپ‌ها و سازمان تأمین اجتماعی خواهد گذاشت؟

از آنجایی که استارت‌آپ‌ها در بستر فضای مجازی شکل گرفته‌اند و حتماً بایستی در بستر آنلاین فعالیت نمایند بدون شک فیلترینگ یکباره این فضا موجب فلج شدن این حوزه خواهد شد. براساس گزارش‌های موجود با مسدود شدن تلگرام و اینستاگرام به‌عنوان دو محیط مهم رونق استارت‌آپ‌ها در ماههای پیشین، حدود ۱۵ هزار کسب و کار مجازی (نظر نایب رییس کمیسیون کسب و کارهای نوین اتاق ایران)، دچار شوک شده‌اند. به نقل از خبرگزاری فارس، تأثیر اختلال‌های اخیر اینترنت بر بازار اینترنت و کسب و کارهای اینترنتی برآورد زیان ۵۰۰ میلیارد تومانی را رقم زده است. خاطر نشان می‌سازد از آنجایی که یکی از مؤلفه‌های اساسی ساختن استارت‌آپ‌ها امکان‌سنجی است، چنانچه زمانی دولت‌ها اراده و تصمیم قطع اینترنت را نماید عملاً دیگر حتی راهکارهای امکان‌سنجی هم به کار نخواهد آمد و این موضوع موجب عدم اعتماد جامعه به این نوع کسب و کار و نهایتاً منجر به ورشکسته شدن قطعی این کسب و کار خواهد شد.

قطعاً پیامد چنین بحرانی، منجر به ایجاد مخاطرات برای صندوق سازمان تأمین اجتماعی خواهد شد هرچندکه بحث در این موضوع نیازمند زمان وسیع‌تری است و جای آن در این مقال نمی‌گنجد اما اجمالاً یادآور می‌شود از آنجاکه یکی از اهداف افزایش ضریب نفوذ سازمان در کشور، حفظ و بقای صندوق در کنار انجام مطلوب‌تر تعهدات قانونی آن است، ارتباط این بررسی با نحوه کسب درآمدها و مدت ماندگاری آن در صندوق سازمان نمود بیشتری پیدا خواهد کرد. در این میان حق بیمه‌های پرداخت‌شده توسط بیمه‌پردازان به‌عنوان مهمترین منبع درآمدی و چگونگی تعداد دفعات پرداخت حق بیمه در هر دوره زمانی (چگالی پرداخت)<sup>۱</sup> کمک مؤثری در این زمینه خواهد بود. چراکه با محاسبه آن علاوه بر شناخت پایداری درآمدها به تفکیک متغیرهای

---

۱- چگالی پرداخت حق بیمه، میانگین تعداد حق بیمه‌های پرداختی در طول یک سال مالی به حداکثر تعداد بالقوه ای که می‌تواند در طول یک سال مالی پرداخت شود می‌باشد. رجوع کنید: Plamondon, P ; Drouin, A ; Binet, G ; Cichon, M ; Mc Gillivray, W. r ; Bedard, M ; Perez -Montas, H, „Actuarial Practice in social security, International labor office, Geneva. 2002

مطرح در سازمان، راهی برای تخصیص بهینه منابع در سطح کشور جهت بودجه‌بندی‌های مناسب در رده‌های مختلف گشوده می‌شود.

افزافه می‌نماید شاخص مذکور با در نظر گرفتن فراوانی افراد بیمه شده بر حسب تعداد ما های پرداخت حق بیمه محاسبه می‌گردد و صرفاً پرداختی‌های مربوط به هر ماه لحاظ می‌شود. شایان ذکر است افرادی که طی دوره زمانی مشخص حداقل یک ماه حق بیمه داده و پس از آن ترک کار کرده باشند نیز در این شاخص منظور می‌شوند و به همین دلیل تعداد بیم پردازان در محاسبه این شاخص بیش از تعداد بیم شدگان واقعی سازمان خواهد بود.

لذا به نظر می‌رسد با توجه به نگاه پراهمیت و معنادار اهالی سازمان تأمین اجتماعی به این شاخص و نیز در نظر داشتن ریسک فرهنگی و تبعات آن (مانند فیلترینگ) و امکان عدم توانایی در پرداخت حق بیمه افراد شاغل در کسب و کارهای دنیای الکترونیک و مجازی، ورود این دسته از مشاغل به حوزه بیمه شدگان سازمان چه در جرگه بیمه شدگان اجباری، چه توافقی و چه اختیاری، مطمئناً منازعه خواهد بود.

به هر حال، آنچه که مسلم است عدم ورود همه جانبه دولت و نیز عدم سیاست گذاری در این بخش نه تنها بسیاری از کسب و کارهایی که در این شبکه ارتباطی ایجاد شده است را از بین خواهد برد بلکه می‌تواند ضریب اعتماد و اطمینان بدنه فعال این بخش را به دولت کاهش و نرخ بیکاری را افزایش دهد.

### سوم. از جایگاه و منظر ابعاد اقتصادی

شورای ملی فناوری آمریکا در گزارش خود با عنوان «توجه به فناوری در سطح ملی» بیان می‌کند که پیشرفت فناوری، به تنهایی مهمترین عامل تعیین کننده رشد پایدار اقتصادی کشور آمریکا است. تحقیقات بوسکین و لائو<sup>۱</sup> نشان داد که در دوره تحت مطالعه، حدود نیمی از رشد اقتصادی درازمدت ۵۰ سال گذشته کشورهای توسعه یافته ناشی از فناوری بوده است به عبارتی، پیشرفت‌های فناوری مهمترین

---

1- Boskin & Lao.

عامل رشد اقتصادی بوده و بیش از ۵۰ درصد تأثیر گذاشته است.<sup>۱</sup>

البته ناگفته نماند در دنیای انقلاب اطلاعاتی کماکان افرادی هستند که ادعا می‌کنند که فناوری، می‌تواند جای انسان را بگیرد و فرهنگ اجتماعی را تهدید نماید و با این ادعاها سعی می‌کنند تصویر تاریک و مبهمی از فناوری ارائه دهند. هرچند فناوری به‌طور موقت می‌تواند جایگزین شکل خاصی از نیروی کار (مثل نیروی کار فیزیکی) شود ولی افراد می‌توانند از طریق بازآموزی، در سطح وظایف بالاتری (مثل کارهای فکری) به‌کارگرفته شوند. گزارش رییس جمهور ایالات متحده در فوریه ۱۹۹۴ این حقیقت را تأیید می‌کند: از زمان انقلاب صنعتی، خیلی‌ها ادعا کرده‌اند که فناوری و اتوماسیون، مشاغل را تهدید می‌نماید. اما تاریخ نشان داده که در گذشته هیچ‌گاه این ادعا صحت نداشته و احتمالاً در آینده نیز اینگونه نخواهد بود. به مرور زمان پیشرفت‌های فناوری، زمینه افزایش دستمزدها و بهبود سطح زندگی را فراهم آورده ولی هیچ‌گاه موجب بیکاری گسترده نشده است.<sup>۲</sup>

این دقیقاً چیزی است که انتظار است در قرن ۲۱ نیز به وقوع بپیوندد و دولت و سازمان‌های و نهادهای اجرایی تأثیرگذار و نیز سازمان تأمین اجتماعی به‌عنوان متولی و حامی نیروی کار باید به این فرآیند کمک کرده و زمینه رشد را فراهم نماید.

بر اساس شواهد موجود در دوره‌ای که رشد فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک در کشور بیش از سایر کشورهای خاورمیانه گسترش داشته، از نظر اقتصادی، سهم فروش اینترنتی در آینده قطعاً بیشتر از اکنون خواهد بود. در سطح خرد اقتصادی، استفاده از فناوری و کسب و کارهای فضای مجازی، صرفه‌جویی در هزینه، کاهش هزینه مبادلاتی، افزایش کارایی، مهندسی مجدد، تغییر و بهبود فرآیندها و رویه‌ها، کاهش هزینه کاوش، دسترسی بیشتر و راحت‌تر به اطلاعات، تعدیل قدرت بین تولیدکننده و مصرف‌کننده، کاهش محدودیت ورود به بازار، افزایش رقابت، کاهش سود انحصاری و ... را به‌دنبال خواهد داشت. همچنین می‌توان به مواردی دیگر اشاره کرد ازجمله:

● رشد تجارت، فروش، درآمد و سرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد در نتیجه سطح

۱- نیرومند، پوراندخت، نقش فضای کسب و کار در کارآفرینی و توسعه فناوری اطلاعات در اولین همایش بین‌المللی صنعت و صادرات و فن‌آوری اطلاعات؛ تهران ۱۳۹۲.

۲- خلیل، طارق، مدیریت فناوری، ترجمه کامران باقری، مرکز فناوری وزارت نیرو (متن)، تهران ۱۳۸۱.

رفاه جامعه ارتقا می‌یابد موضوعی که یکی از اهدافی است که سازمان تأمین اجتماعی به دنبال تحقق آن می‌باشد.

● کشور ایران در شمار کشورهای دارای منابع و ذخایر فراوان و کم‌نظیر است. از ذخایر عظیم نفت و گاز و معادن مختلف گرفته تا مناطق دریایی سرشار از آبزیان، ظرفیت‌های بالقوه گردش‌گری، نیروی انسانی ارزان و بسیاری دیگر از این قبیل نعمت‌هایی هستند که در کشور ما وجود دارد. شناخت صحیح آنها براساس مزیت‌های موجود در هرکدام و اولویت پرداختن به آنها می‌تواند اقتصاد کشور را به سوی رونق و رشد همه‌جانبه سوق دهد و استفاده از فناوری و تجارت الکترونیکی زمینه را برای شناسایی صحیح و واقعی مزیت‌های نسبی فراهم می‌آورد.

● تجارت الکترونیک پس از مشخص کردن مزیت‌های نسبی کشور موجب می‌شود، سرمایه‌گذاران خارجی با رغبت بیشتری در کشور سرمایه‌گذاری کنند.

● فناوری اطلاعات و فضای دنیای الکترونیک فرصت‌های جدید و یکسانی را برای صنایع و بنگاه‌های متعدد در اثر رفع تبعیض‌ها و تحصیل امتیازات در بازار کار به وجود می‌آورد.

● استفاده از بازار الکترونیک، به افزایش بهره‌گیری از منابع و تسریع رشد اقتصادی و توسعه پایدار منجر خواهد شد.

● نوآوری در محصول از دیگر مزایای مهم تجارت الکترونیک و به معنی ایجاد و یا تحصیل روش‌های نوین در ارائه محصولات و خدمات جدید است که با روش‌های سنتی امکان‌پذیر نبوده است.

● از اتلاف وقت و کاهش تردهای بی‌مورد جلوگیری به عمل می‌آید.

● ورود به بازارهای فرامنطقه‌ای در راستای نیل به بازاریابی جهانی ممکن می‌شود.

● نهایتاً فضای مجازی سهولت در برقراری ارتباط مستقیم و بدون واسطه با مشتری فراهم نموده و سبب‌ساز حذف واسطه‌ها و دلالتان می‌شود و طبیعتاً هزینه تبادلات را کاهش می‌دهد.<sup>۱</sup>

بر پایه گزارش‌های مرکز ملی فضای مجازی کشور (گزارش نیمه دوم سال ۱۳۹۶) هم‌اکنون ۵۸۸ هزار شغل ایرانی در فضای مجازی مشغول کسب و کار هستند که این رقم بر اساس برآورد این مرکز و باتوجه به دلایلی که ذکر آن از خاطر گذشت تا سه سال آینده به بیش از ۸۰۰ هزار شغل خواهد رسید.

اضافه می‌نماید همین اکنون به دلیل سهولت دسترسی و فرار از ترافیک و شلوغی، استقبال افراد به خرید اینترنتی و در مقابل رشد سایت‌های خرید اینترنتی مطمئن در یکی دو سال افزوده شده است، به گونه ای که حتی مغازه‌دارانی که به شیوه سنتی و مرسوم فعالیت می‌نمودند نیز با ساخت کانال و صفحه‌های مجازی سعی کردند جایی برای خود در این فضا باز کرده و نظر مشتریان را جلب کنند.

با توجه به موارد پیش‌گفت و از آنجاکه رشد کسب و کار آنلاین در حال حاضر تقریباً یک درصد معاملات کل کشور را تشکیل داده و نیز به جهت آن که در آینده نزدیک تجارت الکترونیک یکی از ابعاد کسب و کار بازار خواهد بود، می‌توان استمرار درآمد افراد شاغل در این حوزه و امکان پرداخت حق بیمه با چگالی پرداخت درخور و قابل توجه را برای سازمان تأمین اجتماعی متصور نمود.

#### چهارم. از منظر فضای کسب و کار

به‌دور از ملاحظات قانون‌گذار و دولت و نیز نقش و مأموریت اساسی سازمان تأمین اجتماعی مبنی بر حمایت از نیروی کار، اگر بپذیریم که در برخی مشاغل گروه‌های شغلی مجازی، رابطه کارگر و کارفرمایی موجود است، دیدگاه کارآفرینی که وارد حوزه کسب و کار نوظهور شده نیز در تصمیم‌گیری اهمیت دارد. چراکه نظام تأمین اجتماعی بدون در نظر گرفتن اصل سه‌جانبه‌گرایی و مشارکت جدی و واقعی شرکای اجتماعی (بیمه شده - کارآفرین که قرار است به‌عنوان کارفرما لحاظ شود و ۹۰ درصد منابع صندوق‌های تأمین اجتماعی را فراهم کند و دولت به‌عنوان ناظر باشد، عملاً پیش نخواهد رفت و تمام راهبردهای اتخاذی در تعمیم و گسترش پوشش بیمه‌ای را عقیم و نازا خواهد نمود.

---

۱- جعفرنژاد، احمد، علی سجادی نیا، سید رحیم صفوی میرمحلله، مهدی اجلی قشلاجوقی، بررسی موانع و ارئه راهکارهای بکارگیری تجارت الکترونیکی در زمینه توسعه صادرات فرش دستباف ایران، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۵۲ پاییز ۱۳۸۸.



با در نظر گرفتن مجموع این مباحث و نیز توجه شرایط بازار اقتصاد ایران، فرد یا افرادی به عنوان کارآفرین، با هر دیدگاه و هدفی که قابل تقدیر و ارزش است، تصمیم گرفته‌اند که در راستای توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور نقش شایسته‌ای را با استفاده ابزار قدرتمند فناوری و اطلاعات و بستر دیجیتال مارکتینگ که بی‌تردید امروز به عنوان اجرایی‌ترین و عملی‌ترین راهبرد برون‌رفت از بن‌بست‌ها و مشکلات اقتصادی و اجتماعی می‌تواند تلقی شود برای حضور فعال در بازارهای جهانی، اشتغال‌زایی پایدار، توسعه عدالت، کاهش فقر و حل مشکلات جامعه، دولت و بخش عمومی ایفا نمایند.<sup>۱</sup>

اما موانع موجود در زمینه‌های متعدد مانند قوانین و مقررات اداری و انحصارات دولتی، توسعه این‌گونه فعالیت‌ها را می‌تواند کند و بلکه ناممکن سازد. هرچند که موانع و چالش‌های توسعه فضای کسب و کار مجازی و کارآفرینی در ایران از سه بعد عوامل ضد انگیزشی، موانع قانونی و محیط کسب و کار احصا گردید و مباحثی همچون فقدان زیرساخت‌های مناسب فیزیکی، نبود فضای آزاد بازار برای مشاغل نوپا و نوظهور، فقدان یا ناکافی بودن سیاست‌های دولتی برای شرکت‌های دیجیتالی در حال رشد، هزینه‌ها/ خطرات اجتماعی احتمالی نقش تأثیرگذاری داشته اما در این سالیان انگشت اتهام در اغلب محافل اقتصادی و اجتماعی-سیاسی بیش از پیش به سمت و سوی موضوعات قانونی و قوانین ذیل بوده است:

۱) قوانین مالیاتی

۲) قانون کار و تأمین اجتماعی

۳) قوانین تجارت

۴) قوانین و مقررات بانکی

۵) قانون شهرداری

۶) وجود انحصارات دولتی ناشی از قوانین و مقررات

---

۱- مطالعات و بررسی‌های جهانی کارآفرینی نشان می‌دهد که میان نرخ فعالیت‌های از این دست و تولید ناخالص داخلی در برخی از کشورها به میزان ۵۷ درصد همبستگی معنادار و قابل توجهی وجود دارد (۲۰۰۶). از این رو افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه همواره با افزایش تولید ناخالص ملی و در نتیجه افزایش درآمد ملی، رفاه و آسایش در جامعه می‌باشد.

۷) قوانین و مقررات گمرکی

۸) قوانین و مقررات صادرات و واردات

۹) قانون و مقررات ورشکستگی

۱۰) قوانین ثبت شرکت‌ها

۱۱) قانون تجمع عوارض

۱۲) قوانین حقوق مالکیت معنوی و ثبت اختراع

۱۳) قوانین زیست محیطی

در این خصوص گزارش پایش محیط کسب و کار در ایران توسط مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد که از نظر تشکلهای خصوصی، کسب و کارها و مدیران بنگاه‌ها، «نرخ بالای بیمه اجباری نیروی انسانی» به‌عنوان یکی از ۲۲ مؤلفه اثرگذار بر محیط کسب و کار توسط تشکلهای اقتصادی کشور معرفی شده<sup>۱</sup> و در رتبه‌بندی‌ها نیز معمولاً در رتبه‌های بالا قرار داشته است به‌نحوی که در بدترین ارزیابی‌ها (تابستان ۱۳۹۳) به‌عنوان سومین عامل محل کسب و کار شناخته شده است. نکته قابل توجه بالابودن نمره ارزیابی این شاخص از میانگین وزنی ارزیابی‌ها در دوره مورد بررسی است که این امر به معنای بدتر بودن وضعیت این شاخص نسبت به میانگین شاخص‌ها از دید کارفرمایان است.<sup>۲</sup>

همچنین حق بیمه تأمین اجتماعی طبق گزارش بانک جهانی جزء نماگر پرداخت مالیات محسوب می‌شود. در سال ۲۰۱۵ ایران بین ۱۸۹ کشور در رتبه ۱۲۴ ام از نظر سهولت پرداخت مالیات قرار گرفته است نرخ حق بیمه تأمین اجتماعی سهم کارفرما

---

۱- اخیراً مرکز ملی فضای مجازی کشور در این خصوص ۹۶ مانع کسب و کارهای نوپا را در کشور را شناسایی کرده است.

۲- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، پایش محیط کسب و کار ایران، فصول مختلف؛ مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، گزارش ۱۲ دوره پایش محیط کسب و کار در ایران، دفتر مطالعات اقتصادی، ۱۳۹۲؛ علوی منش، بررسی چالش‌های فضای کسب و کار، تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی سال ۱۳۸۸.

در ایران) ۲۵,۹ درصد از سود است درحالی که در عربستان، امارات، قطر، اردن، عمان، کویت، عراق، بحرین، کره جنوبی، آمریکا، انگلستان (بین ۹ تا ۱۴ درصد) بسیار بالاتر است وضعیت ایران از این نظر نیز نامناسب است.

بر اساس نتایج موجود و فارغ از هرگونه قضاوت و پیش‌داوری، می‌توان به وجود ذهنیت (ضدتولید و اشتغال‌زای بودن قوانین تأمین اجتماعی و قوانین مالیاتی سازمان تأمین اجتماعی و سایر قوانین مرتبط با حوزه کسب و کار نزد بازیگران بازار کار پی برد. بدیهی است که عدم توجه به اصلاح و بازنگری قوانین با رویکرد کارآفرینی و پایداری بنگاهها (نه رویکرد کارگر مدار) و نیز الزام کارآفرینان این حوزه به برقراری نظام بیمه اجباری می‌تواند موجب سرخودگی کارآفرینانی بوده که سعی دارند با کمترین هزینه، ارزش افزوده بهینه و مطلوبی را برای نظام اقتصادی کشور ایجاد کنند.

پنجم. از منظر سایر ابعاد تأثیر گذار

#### الف. فقدان حقوق مالکیت معنوی و حق کپی‌رایت در کارآفرینی

حقوق مالکیت معنوی و حق کپی‌رایت یکی از الزامات موفقیت استارت‌آپ‌ها است. متأسفانه عدم وجود قوانین مناسب در حوزه حقوق مالکیت و اجرایی‌نشدن قوانین موجود برای کسب‌وکار آنها چالش جدی ایجاد خواهد نمود. در چنین شرایطی و به جهت عدم اجرای حقوق مالکیت به‌صورت مناسب و کارا، کارآفرینان نمی‌توانند امید چندانی به موفقیت کسب‌وکار خود داشته باشند چرا که ممکن است افراد دیگری از ایده و محصولات آنها کپی‌برداری کنند و از همین‌رو و تا زمانی که این قوانین به درستی تدوین و اجرایی نشوند امکان موفقیت استارت‌آپ‌ها وجود ندارد.

#### ب. چالش ریسک بالا و عدم تأمین منابع مالی

فرق کسب‌وکارهای فضای مجازی با یک کسب و کار نوپای عادی در فقدان تجربه قبلی است به همین دلیل این‌گونه گروه‌های شغلی ریسک‌های خاص خود را دارند. متأسفانه به دلیل همین ویژگی خاص ۸۰ تا ۹۰ درصد آنها با شکست مواجه می‌شوند. لذا این وضعیت سبب شده است تا سرمایه‌گذاران و نظام بانکی رغبت کمی برای مشارکت داشته باشند. در حقیقت در نظام بانکی ما بانک‌ها اصلاً خود را متوجه ریسک نمی‌دانند و تمام مسئولیت آن را بر عهده کارآفرین قرار می‌دهند.

این شرایط سبب شده است که تمامی استارت‌آپ‌ها در ایران سرمایه اولیه خود را از سوی پس‌اندازهای شخصی خود و یا قرض از اقوام به‌دست می‌آورند.<sup>۱</sup> در نتیجه این فقره جذب سرمایه برای استارت‌آپ‌ها بسیار دشوار بوده و فعالیت آنها با مانعی جدی روبه‌رو خواهد شد.

با نگاهی به وضعیت کشور مشاهده می‌شود که در کشور ما زیست‌بوم<sup>۲</sup> مناسبی برای فضای کسب‌وکار مجازی و استارت‌آپ‌ها وجود نداشته و به نظر شکل‌گیری و تداوم حیات کسب‌وکار فضای مجازی علاوه بر قابلیت‌ها و شایستگی‌های درونی، فناوری و سرمایه، استراتژی و مدل کسب و کار آن، نیاز به عوامل و بسترهای مساعد محیطی، از جمله اخذ مجوز آسان، قوانین مناسب جهت حمایت از مالکیت فکری، قوانین مناسب مالیاتی و گمرکی و... دارد.

البته باید این مطلب را نیز اضافه نمود که استفاده محض و ناآگاهانه از این شاخص‌ها بدون توجه به عوامل فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، سطح توسعه اقتصادی و توسعه صنعتی و ظرفیت انسانی می‌تواند نتایج نامطلوبی برای کشور و سازمان اجرایی آن و بالاتر از آن ناپایداری صندوق تأمین اجتماعی را به بار آورد.

### **ج. چالش‌های سازمان تأمین اجتماعی با محیط کسب‌وکار مجازی و مشاغل مرتبط با آن**

بیمه‌های اجتماعی در نقطه شروع با ماهیتی اجباری متولد شدند و فشار اقتصادی وارده بر اقشار کم‌درآمد با اعتراضات این قشر دولت را مجبور نمود تا گروه کارفرمایان را به‌ویژه در بخش فعالیت صنعتی ملزم نماید که به‌منظور حمایت از نیروی کار در برابر مخاطرات آنان را بیمه نماید. اما همان‌طور که گفته شد تحولات و تغییرات مداوم و گسترده اقتصادی در سطح جهان و ایران ناشی از انقلاب اطلاعاتی، ساختار اشتغال را در کلیه کشورهای جهان من جمله ایران دگرگون نمود و سبب‌ساز ایجاد

---

۱- چاره‌خواه، ج.، فرطوسی، م.، و ملایری، م. سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای نوپا با نگاهی به وضعیت کشورهای و منطقه، مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال، تهران ۱۳۹۳.

۲- اکوسیستم یا زیست‌بوم در تعریف ساده، مجموعه‌ای از عناصر برای شکل‌گیری استارت‌آپ است که تا آنها وجود نداشته باشند نمی‌توان به موفقیت استارت‌آپ امید داشت. مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها، مراکز سرمایه‌گذاری، رسانه‌ها، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی، سازمان‌های دولتی مرتبط و نظام حقوقی از جمله اجزا اکوسیستم استارت‌آپ هستند.

بازار فضای مجازی در کنار بازار موجود گردید به طوری که در این بازار، دیگر آن رابطه سنتی کارفرما و کارگر قابل لمس و احساس نیست. لذا متقاضیان این حوزه از یک طرف شرایط و الزامات ملموس و مستدل (از دید کارشناسان بیمه‌های اجتماعی) برای پوشش بیمه‌های اجباری را نداشته و از سوی دیگر نیز تحت هیچ طرح یا نظام بیمه‌ای و حمایتی دیگری هم قرار ندارند. مضاف بر آن که قوانین و مقررات حاکم بر کشور هم در نگاه کلی در قالب و سنخیت مشاغل جدید نیز نمی‌باشد.

شایان ذکر است که این فضای کسب و کار جدید و ویژگی‌های شغلی شاغلان این حوزه، اهالی سازمان تأمین اجتماعی را در راهبرد شناسایی، تعمیم و گسترش پوشش بیمه‌ای آن با چالش مواجهه نموده است که علل اصلی تردیدها و چالش‌های موجود به خصوصیات و مؤلفه‌های شغلی و همچنین رابطه کارگری و کارفرمایی و سایر مؤلفه‌های تأثیرگذار در آن برمی‌گردد که در ادامه ضمن اشاره به مهمترین چالش‌های سازمان تأمین اجتماعی در مواجهه با این مشاغل، اعلام می‌دارد که بدون شک رسالت اصلی سازمانی ایجاب می‌کند که به حمایت از گروه‌های شغلی مختلف در بازار کار (چه سنتی چه مجازی) بپردازد. به موجب عدم توجه به پوشش بیمه‌های اجتماعی گروه مذکور و حرکت منفعلانه در این موضوع، فارغ از تضييع حقوق اجتماعی و عمومی آنان، علاوه بر نمایش کج‌سلیفگی این نهاد تأثیرگذار در انجام وظایف ذاتی خود می‌تواند چالش‌های گسترده‌ای را برای آنان به همراه داشته باشد. چراکه همان‌گونه که گفته شد ساختار تأمین اجتماعی ایران به لحاظ اینکه از الگوی طرح تأمین اجتماعی با سهم حق بیمه معین پیروی می‌کند و شدیداً تحت تأثیر تغییرات جمعیتی افراد تحت پوشش است و نمی‌تواند نسبت به تحولات بازار کار بی‌اعتنا باشند.

لذا می‌تولد سازمان تأمین اجتماعی در رویارویی با بسط دولت الکترونیک، تجارت الکترونیک و شکل‌گیری بنگاه‌های مجازی و به تناسب با شرایط و مقتضیات جدید، قواعد، قوانین، روشها و ابزارهای متناسب با آن را تدوین و تدارک نموده و بتواند به‌طور فعال و مؤثر اقدام مقتضی را در این حوزه ایفا نماید.

#### د. چالش‌ها و ابهامات موجود مرتبط با مکان و فضای کسب و کار جدید

۱. همان‌طور که پیش‌تر نیز بیان شد در دنیای دیجیتال تخصصات صفر و یک

جایگزین مختصات طول و عرض و ارتفاع خواهد شد. در نتیجه در این فضا، وسیله نقلیه، خانه یا محل زندگی نیروی کار مجازی به کارگاه تبدیل شده و به نظر می‌سد انجام کار مطابق با ماده ۱۳ قانون کار و به صورت مقاطعه‌پذیر صورت می‌گیرد که در این صورت و به صرف تأیید فرض موجود، بسیاری از وظایف و مسئولیت‌های کارفرمایان بازار کار واقعی از دوش کارفرمایان مجازی برداشته شده و به تبع آن نقشی و الزامی را که باید در قبال این نیروی کار و پوشش نظام بیمه‌ای آن عهده‌دار شود، به دلیل خارج شدن از حیطه نظارت قانون کار سنتی ضروری نمی‌بیند.

بدیهی است در این رهگذر، هرچه بر ضرب‌آهنگ تجارت الکترونیکی بیشتر نواخته شود، بر تعداد شهروند الکترونیکی و حجم و مقیاس فضای کسب و کار مجازی اضافه می‌گردد و در مقابل افراد شاغل در این حوزه از حقوق اولیه خود از قانون کار و دایره شمول سازمان تأمین اجتماعی کاسته شده و گریز از پرداخت حق بیمه عمق و دامنه بیشتری می‌یابد.

۲. یکی از ابزارهای پایش و پیمایش حقوق بنیادین کار و قانون اجتماعی و مشتقات آن که از مؤلفه‌های اصلی تنظیم روابط کار بوده، فرآیند بازرسی می‌باشد. هرچند که سازمان تأمین اجتماعی در راستای مکانیزه کردن امور بازرسی که یکی از ابزارهای جلوگیری از گریز پرداخت حق بیمه شاغلین است قدم‌های قابل قبولی را برداشته است ولیکن این ابزار جدید نیز پاسخگوی نیاز بازار کار جدید نخواهد بود چه اینکه شمولیت این ابزار تنها قابل بهره‌برداری برای کارگاه‌ها، بنگاه‌ها و غیره می‌باشد و ظاهراً قابل تسری به فضای کسب و کار مجازی که فاقد مختصات فیزیکی بوده نمی‌باشد. در حقیقت سازمان تنها بسنده به تغییر شکل این ابزار سنتی نموده درحالی که تغییرات بایستی هم شکلی و هم ماهوی صورت می‌پذیرفت تا در فضای کسب و کار مجازی امروزی نیز کارایی و اثربخشی مدنظر را ارائه می‌نمود.

#### هـ. چالش‌ها و ابهامات موجود مرتبط با عقد قراردادها و توافقتنامه‌ها

۱. بسیاری از مؤلفه‌ها و اجزا و عناصر کار دچار تحول کارکردی می‌شوند. در این شرایط تعریف نهادهای تولید تغییر می‌کند و مفهوم کارگاه، ساعت کار، محیط‌ها، قرارداد کار، دستمزد کارگر و کارمند و... به کلی دگرگون می‌شود. همچنین در محیط کسب و کار مجازی، کارفرما و کارگر یا کارمند مجازی براساس یک توافقتنامه یا قرارداد الکترونیکی روابط فیما بین خود را تعریف و تنظیم می‌کنند به طوری که در بیشتر

اوقات حتی کارفرما و کارگر بدون اینکه همدیگر را ملاقات نمایند فعالیت و استمرار کار را در دنیای مجازی دنبال می‌نمایند، بدیهی است که در این شرایط تشخیص رابطه کارگری و کارفرمایی و رابطه مزدبگیری و مزددهی در هاله ابهام خواهد بود و سازمان نیز مستأصل از اثبات این رابطه و وصول حق بیمه چه اینکه وصول حق بیمه‌های تأمین اجتماعی مبتنی بر احراز رابطه مزدبگیری و براساس بازرسی‌های کارگاهی و دفاتر قانونی و... انجام می‌پذیرد.

۲. یکی از خصوصیات و مشخصات شغلی فضای کسب و کار مجازی آن است که بخش قابل توجهی از تبادلات تجاری، خرید خدمت و تعاملات مالی و پولی مربوطه در فضای مجازی و از طریق بانکداری الکترونیکی صورت می‌گیرد و این موضوع منجر به آن شده است که متولیان و کارآفرینان این حوزه الزامی به استفاده از دفاتر قانونی نداشته باشند. به تعبیر دیگر نداشتن مکاتبات و دفاتر قانونی و عدم شفافیت مالی جزء ویژگیهای شغلی این مشاغل بوده است. طبیعتاً اگر سازمان موفق به اثبات رابطه مقاطعه کار و مقاطعه‌گری در این فضا نیز شود امکان استفاده از ابزار ماده ۳۸ قانون تأمین اجتماعی و ضرایب آن محقق نخواهد شد و یا در صورت تحقق با تورش و خطای زیادی روبه‌رو خواهد بود.

۳. در بندهای پیشین گفته شد که اطلاق شمول تأمین اجتماعی به افراد مستلزم تشخیص رابطه مزدبگیری بین آنها و یک کارفرما است و تأمین اجتماعی به تبع احراز رابطه مزدبگیری وارد عمل شده و به استیفای حقوق ازدست‌رفته نیروی کار می‌پردازد.

فقدان قرارداد فیزیکی و نیز عدم وجود مکان ثابت جهت بازرسی از محل و نیز عدم ورود قوانین و مقررات سازمان به حوزه کسب و کار مجازی مرجعیت سازمان در ماده ۱۴۸ قانون کار و ماده ۱۸۳ را در مظان شک و تردید قرار خواهد داد.<sup>۱</sup>

۴. دنیای دیجیتال و انقلاب اطلاعاتی منجر به سیالیت فضای کار و سیالیت نیروی انسانی و سبب ظهور و بروز پدیده‌هایی همچون شبکه‌های مجازی (اجتماعی)، موبایلی، ماهواره‌ای و...، دورکاری، برون‌سپاری و... می‌شود. پدیده «خوداشتغالی» شکل

---

۱- ماده ۱۴۸ به «الزام کارفرما به بیمه نمودن کارگر و ماده ۱۸۳ اعمال جریمه درخصوص کارفرمایی که از بیمه کارگران خود استنکاف می‌نمایند» را تصریح نموده است.

وسیعی به خود گرفته و در حال حاضر افراد زیادی هستند که به‌طور همزمان هم کارفرما بوده و هم کارگر به دلیل عدم محدودیت در زمان و مکان- و خدماتی را متقابلاً یا به‌عنوان یک کارفرما یا یک واگذارنده کار (پیمان) یا کارفرما ارائه می‌نمایند که در این شرایط نه به سبب عدم امکان بازرسی کارگاهی و نه به سبب دسترسی به دفاتر قانونی و بازرسی از آن هیچ امکانی برای استفاده از ابزار مواد ۳۸ و ۳۹ و ۴۷ قانون تأمین اجتماعی و متفرعات آن و نیز امکان پایش و رصد رابطه مزدبگیری یا پیمانکاری جهت اخذ وصول حق بیمه از حقوق یا مبلغ پیمان در حیطه فضای مجازی کسب و کار وجود ندارد.

#### **۷. چالش‌ها و ابهامات موجود مرتبط با متون قانون کار و قانون تأمین اجتماعی**

در قانون کار مصوب سال ۱۳۶۹ در ماده ۴ در تعریف کارگاه آمده است که «کارگاه محلی است که کارگر به درخواست کارفرما یا نماینده او در آنجا کار می‌کند، از قبیل مؤسسات صنعتی، کشاورزی، معدنی، ساختمانی، ترابری، مسافری، خدماتی، تجاری، تولیدی، اماکن عمومی و امثال آنها» به‌همین تناسب در موارد ۲ و ۳ تعریف «کارگر» و «کارفرما» و در ماده ۷ «قرارداد کار» و در ماده ۳۴ «حق‌السعی» و در ماده ۵۱ «ساعت کار» آمده است که این تعاریف عملاً تناسب و مطابقتی با شرایط فضای کسب و کار مجازی و ملاحظات و مقتضیات نداشته چراکه با این تعاریف منازل مسکونی یا محل استقرار کاربر حرفه‌ای رایانه، اینترنت، ناوگان مسافری اینترنتی را نمی‌توان کارگاه تلقی نمود.

همان‌طور که مشاهده می‌شود ساختار، سازوکار و تعاریف مندرج در قانون کار نمی‌تواند به‌خودی‌خود مبنای تنظیم روابط کار در فضای مجازی قرار گیرد. دیری نخواهد پایید که بخش قابل‌توجهی از شاغلین کشور و سهم معتناهی از تعاملات اقتصادی و خرید خدمات از حیطه نظارت وزارتخانه متولی اجرای قانون کار خارج می‌گردند.





نباید انکار کرد که ورود به عصر ماشین و سپس رایانه و شبکه‌های ارتباطی موجب کاهش نیاز به نیروی انسانی و در نتیجه کاهش درآمد سازمان تأمین اجتماعی می‌شود. هرچند که میان رشد فناوری و افزایش درآمد و توان اقتصادی ملی رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد.

در عین حال، در حوزه بیمه و تأمین اجتماعی وجود فضای مجازی شفاف و استفاده درست از فناوری‌های نوین موجب کاهش هزینه‌های سازمان تأمین اجتماعی و نیز شفافیت درآمد و جلوگیری از تخلفات و قانون‌گریزی خواهد بود به شرطی که زیرساخت‌های لازم برای تحقق این امر فراهم آید. در واقع، عدم تحول سازمانی در تأمین اجتماعی و ناهماهنگی با تحولات جدید یا مقاومت در برابر آنها و نیز نبود یا ضعف تعامل میان نهادهای ارائه‌دهنده خدمات مالی (بانک‌ها، بیمه‌ها و بازار بورس) در عصر فناوری موجب بروز مشکلات و چالش‌های متعدد می‌گردد که اثر فوری آنها، کاهش درآمد و ورودی سازمان تأمین اجتماعی و اثر پایدار آن، نارضایتی کارگران فعال در فضای مجازی و فرار بیمه‌ای کاسبان و تاجران مجازی خواهد بود.<sup>۱</sup>

باید یادآوری نمود که الکترونیکی و شبکه‌ای شدن کسب‌وکار و نیز تحقق دولت الکترونیکی اساساً سودمند است و موجب کاهش هزینه‌های نهادهای دولتی و شفافیت در مدیریت عالی و میانی نهادهای دولتی و شبه‌دولتی شده است. کارکنان این نهادها به هر حال تحت پوشش قوانین استخدامی و بیمه‌ای خاص خود می‌باشند و فرار بیمه‌ای و مالیاتی در مورد آنها قابل تصور نیست؛ حتی اگر تمام یا بخشی از خدمات اداری و شغلی آنها با استفاده از شبکه‌های ارتباطی و یا در فضای مجازی ارائه گردد. زیرا رابطه شغلی و دریافت حقوق و مزایا از دولت، مانع از فرار بیمه‌ای و مالیاتی آنها می‌گردد.

اما در مورد آن بخش از کارگران و کارکنان که غیردولتی بوده و از حیث حقوق و مزایا به‌طور مستقیم به دولت وابسته نیستند، فرار بیمه‌ای و عدم پوشش مقررات تأمین اجتماعی به همان دلایلی که پیش‌تر تشریح گردید، قابل تصور و غیر قابل انکار است.

۱- حیدری، علی، تحلیلی کلی بر سیر تطور ساختاری تأمین اجتماعی در ایران و تبیین عوامل مساعد و نامساعد توسعه آن، فصلنامه تأمین اجتماعی، شماره ۱۵، زمستان ۱۳۸۲.

با توجه به مشخص بودن منابع درآمد سازمان تأمین اجتماعی و مستمر بودن فعالیت این سازمان از حیث درآمد و مخارج، تعادل میان این دو در طول زمان، نیازمند تناسب نسبی میان درآمد و هزینه می‌باشد. انتقال برخی از مشاغل به فضای مجازی بدون اینکه این مشاغل وابستگی بیمه‌ای به سازمان تأمین اجتماعی داشته باشند، حداقل در کوتاه‌مدت موجب می‌شود که تعادل میان درآمد و هزینه سازمان به هم بریزد. چراکه سازمان باید به تعهدات سابق خود عمل کند در حالی که ورودی درآمد آن به شدت یا تا حد قابل ملاحظه‌ای پایین آمده است.

تنها راه برای کاستن از این چالش یا حتی تبدیل آن به فرصت، هماهنگ‌سازی قوانین و مقررات تأمین اجتماعی در سریع‌ترین زمان ممکن برای همگامی با تحولاتی است که فناوری‌های ارتباطی موجب شده و باعث انتقال کامل یا جزئی برخی از مشاغل به فضای مجازی گردیده است. این مقررات باید تا حد امکان در درون سازمان تأمین اجتماعی یا وزارت کار به تصویب رسیده و اجرایی گردد. زیرا پیمودن راه و تشریفات تصویب طولانی و پرفراز و نشیب «قانون» در چنین شرایطی از نظر اقتصادی به صرفه نمی‌باشد.

در مجموع، الکترونیکی شدن فضای کسب و کار بهره‌گیری از سامانه‌های الکترونیکی برای تأمین اجتماعی و در واقع سامانه‌های همسان را اقتضا می‌کند. بدین معنا که نمی‌توان با همان روش‌ها و ابزارهای سنتی به تعامل یا تقابل با شیوه‌ای پرداخت که تقریباً همه حوزه‌ها، از جمله کسب و کار را تحت تأثیر خود قرار داده است.

پیش‌بینی نهاد یا واحدی که عملیات اجرایی موضوع ماده ۸۳ قانون تأمین اجتماعی را در فضای مجازی کسب و کار رصد نماید، ضرورتی است که سازمان تأمین اجتماعی باید گام‌های عملی و سریع را برای اجرایی کردن آن در اولین فرصت بردارد.

همچنین، گسترش شمول بیمه و حمایت‌های تأمین اجتماعی، آنگونه که در ماده ۷ قانون تأمین اجتماعی مقرر شده، به حوزه کسب و کار مجازی امری ضروری است. در این مورد باید تدابیر لازم برای توسعه و ایجاد انگیزه برای انواع مختلف بیمه‌های اجتماعی اعم از اجباری و اختیاری به کار گرفته شود.

تغییر در مفهوم کارگاه و تسری آن به کارگاه‌های مجازی و نیز توسعه مفهوم پیمانکاری

و مقاطعه کاری به توافق‌های کلان یا خردی که از طریق وسایل ارتباط الکترونیکی اعم از رایانه، تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی منعقد می‌شود، یکی از لوازم مدیریت بیمه تأمین اجتماعی در کسب و کار مجازی است.

### ۳-۳. ضرورت همگامی با فناوری اطلاعات



پیشرفت‌های روزافزونی که در حوزه‌های مختلف فناوری روی می‌دهد، مزایایی که این پیشرفت‌ها برای زندگی اجتماعی دارند، شهروندان را به بهره‌برداری از آنها ترغیب می‌کند. به کارگیری فناوری اطلاعات از سوی شهروندان عملاً دولت‌ها را مجبور به مدیریت این فضا و قاعده‌مند کردن آن می‌نماید. به نحوی که قوانین و مقررات متعددی در خصوص تجارت الکترونیکی، جرایم رایانه‌ای و دادرسی الکترونیکی به تصویب رسیده است.<sup>۱</sup>

به این دلیل فراهم نبودن زیرساخت‌های لازم برای نفوذ و اجرایی شدن فناوری، در اوایل استفاده از ارتباطات الکترونیکی، مشکلات همچون گمنامی، سرقت هویت، سوءاستفاده، پول‌شویی، فرار از مالیات و فرار از تعهدات بیمه‌ای در این فضا به وجود می‌آید. اما ضابطه‌مند شدن تدریجی این فضا و منتقل شدن بخشی از کسب و کار به فضای مجازی موجب می‌شود که از یک طرف کاسبان و کارکنان این فضا و از سوی دیگر دولت‌ها، تمهیدات جدی را برای مدیریت اجتماعی و پوشش‌های بیمه‌ای در فضای مجازی به کار گیرند.

حاکمیت قانون در فضای مجازی با حضور پلیس فتا و جرم‌انگاری برای بزهکاری‌های مجازی، موجب تهیه زیرساخت‌های کافی و ضروری برای مدیریت اولیه فضای مجازی شده است. به نحوی که در گام بعدی باید کسب و کار اینترنتی با هر وسیله ارتباطی که باشد، ضابطه‌مند گردد و حاکمیت قانون به روابط کارگر و کارفرما و کسب و کارهای مجازی نیز گسترش یابد.

۱- از جمله: قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم‌افزارهای رایانه‌ای مصوب ۱۳۷۹/۱۰/۰۴؛ قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲/۱۰/۱۷؛ قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸/۱۱/۱۱ و قانون آیین دادرسی جرایم نیروهای مسلح و دادرسی الکترونیکی مصوب ۱۳۹۳/۰۷/۰۸ کمیسیون قضایی و حقوقی مجلس شورای اسلامی.



با بررسی انواع مختلف نهادها و اشخاص که در فضای مجازی مشغول به فعالیت هستند، از قبیل شرکت‌ها، سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن‌ها)، نهادهای دولتی و شهروندان مستقل، باید قبول کرد که امروزه کسب و کار مجازی طیف مختلف و متفاوتی از اشخاص اعم از حقیقی و حقوقی، دولتی و غیردولتی، مستقل یا وابسته، کارفرما یا کارگر را شامل می‌شود.

در این فضا، هرچند ارتباطات از طریق شبکه‌های رایانه‌ای و مخابراتی برقرار می‌شود، اما به‌رحال ارایه بسیاری از خدمات اعم از فنی، عملیاتی و اجرایی بدون دخالت انسان غیرممکن است. بنابراین همواره باید افرادی باشند که به‌طور مستقیم به سامانه‌های ارتباطی متصل بوده و امور و فعالیت‌های ارجاعی یا وظایف قانونی یا قراردادی خود را - که به‌طور مستقیم مرتبط با فضای مجازی است - انجام دهند.

با این اوصاف، روابط کار در فضای مجازی نیز وجود دارد. زیرا اشخاص، کسب و کار در فضای مجازی به نام و حساب خود یا به نام خود و به حساب دیگری یا به نام و حساب دیگری را شغل روزمره و مستمر خود قرار می‌دهند. بنابراین در مورد بسیاری از این اشخاص، تعریف کارگر یا کارفرما مذکور در مواد ۲ و ۳ قانون کار صدق می‌کند.<sup>۱</sup>

سنجش کارایی و نیز میزان کار و حق السعی کارگران فضای مجازی یا اشخاص خویش‌فرما<sup>۲</sup> در این فضا با معیارها و استانداردهای خاص انجام می‌شود که ویژه

۱- ماده ۲: «کارگر از لحاظ این قانون کسی است که به هر عنوان در مقابل دریافت حق السعی اعم از مزد، حقوق، سهم سود و سایر مزایا به درخواست کارفرما کار می‌کند». ماده ۳: «کارفرما شخصی است حقیقی یا حقوقی که کارگر به درخواست و به حساب او در مقابل دریافت حق السعی کار می‌کند. مدیران و مسئولان و به‌طور عموم کلیه کسانی که عهده‌دار اداره کارگاه هستند، نماینده کارفرما محسوب می‌شوند...».

۲- نحوه پوشش بیمه‌ای بر اساس قانون تأمین اجتماعی به دو دسته عمده تقسیم می‌شود: الف) بیمه اجباری: بیمه اجباری شامل کلیه مشمولین قانون کار و کسانی است که در قبال دریافت مزد و حقوق در کارگاهها، کارخانه‌ها و شرکتها مشغول به کارند.

ب) بیمه‌های خویش‌فرما: بیمه خویش‌فرما به دو دسته تقسیم می‌شود: ۱. بیمه اختیاری ۲. بیمه صاحبان حرف و مشاغل آزاد.

بیمه اختیاری برای کسانی است که تحت پوشش بیمه خاصی نیستند. متقاضی این نوع بیمه، مستقیماً با مراجعه به شعب سازمان تأمین اجتماعی خواهان انعقاد قرارداد بیمه اختیاری می‌شود و موظف است خود حق بیمه را در زمان تعیین شده پرداخت کند. در صورت عدم پرداخت حق بیمه در موعد مقرر قرارداد بیمه او باطل می‌شود و متقاضی موظف است در چارچوب ضوابط مجدداً درخواست خود را ارایه کند.

فضای مجازی است. به گونه‌ای که حضور و غیاب کارکنان ممکن است به صورت کاملاً آنلاین و مکانیزه انجام گیرد یا دورکاری، کار در منزل یا هر محل دیگری، در شب یا در روز انجام می‌گیرد یا مفهوم کارگاه با آنچه که به‌طور سنتی از این عنوان فهمیده می‌شود، متفاوت می‌گردد. بدین معنا که برخلاف آنچه که در ماده ۴ قانون کار<sup>۱</sup> ذکر شده، خانه یا محل زندگی یا حتی سکونت‌گاه موقت یک کاربر اینترنتی در هر محلی می‌تواند به کارگاه تبدیل شود. کار نیز لزوماً مفهومی فیزیکی و یدی نداشته و می‌تواند با یک دستگاه متصل به اینترنت انجام شده و در همان فضا، تأیید یا مورد جرح و تعدیل قرار گیرد.

همانند فضای سنتی باید قبول کرد که در فضای مجازی نیز امکان دارد قرارداد کتبی کار میان کارگر و کارفرما وجود داشته یا رابطه طرفین بدون قرارداد صریح یا صرفاً با توافق‌های شفاهی محقق شده باشد. در هر حال، اگر ایمیل یا پیام تلگرامی یا هر نوع پیام دیگری بین طرفین مبنی بر توافق بر انجام کار از سوی کارگر و پرداخت دستمزد مشخص یا قابل تعیین از سوی کارفرما وجود داشته باشد، باید آن را مانند توافق کتبی محسوب داشت. زیرا در ماده ۶ قانون تجارت الکترونیکی و ماده ۶۵۵ قانون آیین دادرسی جرایم نیروهای مسلح و دادرسی الکترونیکی بر اعتبار بی‌قید و شرط اسناد و مدارک الکترونیکی تأکید شده است.<sup>۲</sup>

شکل‌گیری فضای کسب و کار الکترونیکی و لذا تسری قوانین و مقررات کار و تأمین

---

۱- ماده ۴ قانون کار: «کارگاه محلی است که کارگر به درخواست کارفرما یا نماینده او در آنجا کار می‌کند، از قبیل مؤسسات صنعتی، کشاورزی، معدنی، ساختمانی، ترابری مسافری، خدماتی، تجاری، تولیدی، امکان عمومی و امثال آنها». ذکر عبارت «امثال آنها» در آخر این ماده، امکان گسترش مصادیق کارگاه به مواردی که در قانون کار نیامده را فراهم می‌سازد.

۲- ماده ۶ قانون تجارت الکترونیکی (مصوب ۱۳۸۲/۱۰/۱۷) مقرر می‌دارد: «هرگاه وجود یک نوشته از نظر قانون لازم باشد، داده‌پیام در حکم نوشته است». به علاوه، به موجب ماده ۱۲ همان قانون، «اسناد و ادله اثبات دعوا ممکن است به صورت داده‌پیام بوده و در هیچ محکمه یا اداره دولتی نمی‌توان بر اساس قواعد ادله موجود، ارزش اثباتی «داده‌پیام» را صرفاً به دلیل شکل و قالب آن رد کرد». در ماده ۶۵۵ قانون آیین دادرسی کیفری (قانون آیین دادرسی جرایم نیروهای مسلح و دادرسی الکترونیکی، مصوب ۱۳۹۳/۰۷/۰۸ کمیسیون قضایی و حقوقی مجلس شورای اسلامی) نیز تصریح شده: «در هر مورد که به موجب قوانین آیین دادرسی و سایر قوانین و مقررات موضوعه اعم از حقوقی و کیفری، سند، مدرک، نوشته، برگه اجراییه، اوراق رأی، امضاء، اثر انگشت، ابلاغ اوراق قضایی، نشانی و مانند آن لازم باشد، صورت الکترونیکی یا محتوای الکترونیکی آن حسب مورد با رعایت سازوکارهای امنیتی مذکور در مواد این قانون و تبصره‌های آن کافی و معتبر است».

اجتماعی به فضای مجازی ناگزیر است. زیرا کسب و کارهای الکترونیکی در حال گسترده‌تر شدن می‌باشد و بنابراین ضرورت دارد که مفاهیم کارگر، کارفرما و کارگاه در فضای مجازی نیز بازسازی شود. طبیعی است که مفاهیم دیگری که قانون کار و قانون تأمین اجتماعی به‌عنوان لوازم و مؤلفه‌های کار و تأمین اجتماعی مقرر داشته اند نیز باید با فضای مجازی تطبیق داده شوند؛ مانند ایمنی و بهداشت محیط کار، آموزش و پشتیبانی کارکنان، اتحادیه‌های کارگری و...

به همین ترتیب نیز برخلاف آنچه که از ظاهر ماده ۴ قانون کار برمی‌آید، مفهوم کارگاه را نمی‌توان محدود به کارگاه‌های فیزیکی کرد. بنابراین «محل» در ماده مذکور باید علاوه بر اماکن فیزیکی مانند سوله، کارخانه و... به فضاهای مجازی نیز تسری داده شود و اگر قوانین و دستورالعمل‌های مرتبط در این مورد گویا نیستند، باید اصلاحات ضروری انجام گرفته و قوانین موردنیاز به تصویب برسند. به نظر می‌رسد در وضعیت فعلی کارگاه مذکور در ماده ۴ قانون کار شامل محل استقرار سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی که کاربران در آنجا مشغول فعالیت هستند، می‌شود؛ زیرا هرچند کارها به‌صورت الکترونیکی و مجازی انجام می‌گیرد، اما به هر حال این کارها از محل خاصی مدیریت و عملیاتی می‌شود که باید آن را کارگاه محسوب داشت.

مفاهیم دیگری مانند «کارهای سخت و زیان‌آور» نیز باید با توجه به تحولاتی که در عرصه فناوری اطلاعات وجود دارد، بازتعریف شوند. از جمله اینکه اگر قرار گرفتن در مجاورت پژواک‌های تلفن همراه و اینترنت (وای‌فای) زیان‌بار باشد، این امر در تعیین ساعات کار، سن و زمان بازنشستگی و نیز میزان حقوق و مزایای کارکنان مرتبط با این وسایل و ابزارها مد نظر قرارگیرد. ماده ۵۲ قانون کار و آیین‌نامه مربوط به آن، در این مورد گویایی کافی را نداشته و نیاز به اصلاح و شفاف سازی دارد.<sup>۱</sup>

---

۱- مطابق با ماده ۵۲ قانون کار: «در کارهای سخت و زیان‌آور و زیرزمینی، ساعات کار نباید از شش ساعت در روز و ۳۶ ساعت در هفته تجاوز نماید». طبق تبصره این ماده، «کارهای سخت و زیان‌آور و زیرزمینی به موجب آیین‌نامه‌ای خواهد بود که توسط شورای عالی حفاظت فنی و بهداشت کار و شورای عالی کار تهیه و به تصویب وزرای کار و امور اجتماعی و بهداشت، درمان و آموزش پزشکی خواهد رسید».

عدم اقدام در اصلاح قوانین یا صدور مصوبات و دستورالعمل‌های مرتبط با حقوق کار و تأمین اجتماعی فعالان عرصه کسب و کار مجازی موجب می‌شود که به مرور زمان بخش قابل توجهی از کارکنان این بخش‌ها از شمول قوانین و مقرراتی که حداقل حقوق تکالیف را برای آنها فراهم می‌سازد، خارج شوند. این امر تا حدود زیادی به نفع کارفرمایان و به طور قطع به زیان کارگران مجازی می‌باشد.

در روند اصلاح قوانین و مقررات باید توجه داشت که برخی از فعالیت‌های حرفه‌ای، هرچند به صورت الکترونیکی مدیریت می‌شوند، اما به صورت فیزیکی و در فضای واقعی اتفاق می‌افتند. مانند خدمات حمل و نقل اعم از کالا یا مسافر که با توجه به نرم‌افزارها و برنامه‌های عملیاتی موجود مثل اسنپ، تپ‌سی، کارپینو و... به صورت الکترونیکی قابل فراخوان هستند، اما فرایند حمل و نقل کماکان به صورت فیزیکی و با استفاده از وسایل حمل و نقل سنتی انجام می‌شود.

در مورد این دسته از مشاغل، شناسایی و رتبه بندی آنها توسط نهادهای ذی ربط، تنها در حوزه خدماتی که به صورت الکترونیکی و شبکه‌ای انجام می‌گیرد. ضروری است. بدیهی است که کارگران و کارکنان این شبکه‌ها که به صورت فیزیکی (به عنوان راننده، بازاریاب و...) فعالیت می‌کنند، از حیث پوشش بیمه‌ای و خدمات تأمین اجتماعی تابع قواعد عمومی می‌باشند.

عمده مشکلات و مسایل مربوط به مقررات کار و تأمین اجتماعی در حوزه کسب و کار و فعالیت‌های مجازی از قدیمی بودن قوانین و مقررات مرتبط با این حوزه‌ها ناشی می‌شود. قانون تأمین اجتماعی کشورمان در سال ۱۳۵۴ و قانون کار جمهوری اسلامی ایران پس از کش و قوس‌های فراوان میان مجلس شورای اسلامی و شورای نگهبان در سال ۱۳۶۹ به تصویب مجمع تشخیص مصلحت نظام رسیده است.

قدیمی بودن این دو قانون و نیز فاصله زمانی تصویب آنها در حالی است که مقررات و الزامات بیمه‌ای و تأمین اجتماعی مقرر در آنها اغلب در حوزه واحدی یعنی روابط کارگر و کارفرما قابلیت اجرایی دارد. در کنار قدیمی بودن و عدم سازگاری با نیازهای روز و رشد سریع فناوری، ناهماهنگی میان این دو قانون نیز در روند بیمه و تأمین اجتماعی کسب و کار مجازی ایجاد اختلال می‌کند.

برای مثال، شمول تأمین اجتماعی نسبت به افراد، مستلزم «تشخیص رابطه مزدبگیری بین آنها و یک کارفرما»<sup>۱</sup> می‌باشد. تنها در صورت وجود چنین رابطه‌ای است که طبق ماده ۱۴۸ قانون کار، کارفرما ملزم به بیمه کارگران می‌گردد.<sup>۲</sup> در صورت عدم انجام این تکلیف، طبق ماده ۱۸۳ قانون کار، کارفرمایانی که از بیمه کارگران خویش خودداری کنند، مشمول جریمه‌های قانونی خواهند شد.<sup>۳</sup>

در واقع، این موضوع که تأمین اجتماعی پس از احراز رابطه مزدبگیری به شخص کارگر تعلق می‌گیرد از یک طرف و اینکه قانون کار تعریف و توضیحی در مورد رابطه کارگر-کارفرمایی در فضای مجازی ندارد از سوی دیگر، موجب خواهد شد که عده‌ای با این استدلال که کسب و کار مجازی مشمول قوانین سنتی موجود نمی‌باشد، خود را تا زمانی که قوانین و مقررات صریحی در خصوص شمول قوانین تأمین اجتماعی و قانون کار بر این نوع از کسب و کارها به تصویب نرسد، از انجام تکالیف مرتبط با تأمین اجتماعی کارگران و رعایت الزامات قانون کار و قانون تأمین اجتماعی معاف بدانند.

در ادامه این روند، با انتقال بسیاری از کسب و کارها به فضای مجازی (که می‌تواند به‌طور واقعی یا صوری - برای دور زدن قوانین و مقررات - باشد)، سازمان تأمین اجتماعی همانند کارگران فضای مجازی متضرر خواهد شد. چراکه مجازی‌شدن کسب و کار، موجب فرار بیمه‌ای خواهد شد و نبود مراجع و نهادهای خاص برای کنترل نظام کسب و کار در فضای مجازی، موجب خروج بسیاری از کسب و کارهای الکترونیکی از شمول کنترل و نظارت مراجع کار و تأمین اجتماعی خواهد شد.

چالش دیگری که قوانین و مقررات فعلی باید برای آن چاره‌اندیشی کنند، تبدیل کارگر و کارفرمای فضای سنتی به پیمانکار و مقاطعه‌کار (کارپذیر) در فضای مجازی

---

۱-رجوع کنید: عالی، مهدی، نحوه احراز رابطه کارگری و کارفرمایی، مجله کار و جامعه، شماره ۱۳۴، مرداد ۱۳۹۰.

۲-ماده ۱۴۸ قانون کار: «کارفرمایان کارگاه‌های مشمول این قانون مکلف هستند بر اساس قانون تأمین اجتماعی، نسبت به بیمه نمودن کارگران واحد خود اقدام نمایند».

۳-ماده ۱۸۳ قانون کار: «کارفرمایانی که بر خلاف مفاد ماده ۱۴۸ این قانون از بیمه نمودن کارگران خود خودداری نمایند، علاوه بر تأدیه کلیه حقوق متعلق به کارگر (سهام کارفرما) با توجه به شرایط و امکانات خاکی و مراتب جرم به جریمه نقدی معادل دو تا ده برابر حق بیمه مربوطه محکوم خواهند شد».



است. زیرا پیمانکاران قدرتمند فضای مجازی که عملاً در کشورهای توسعه نیافته، قدرت انحصاری داشته و به منابع اطلاعاتی مرتبط با کسب و کار خود دسترسی و اشراف کافی دارند، تنها اشخاصی را به کار می‌گیرند که برای آنها مشکلات و هزینه‌های تأمین اجتماعی و بیمه را نداشته باشند. به قول خود این کارفرمایان، آنها به دنبال دردرس و تشریفات اداری و بار مالی تأمین اجتماعی نیستند.

بدیهی است که هرگاه رابطه طرفین از حالت کارگر-کارفرمایی خارج شده و به صورت کارفرما-پیمانکار یا پیمانکار-مقاطععه کار درآید، از شمول مقررات تأمین اجتماعی و کار خارج شده و کارگر واقعی، حمایت‌های قانونی لازم را در اختیار نخواهد داشت.

برای حل این مشکل، باید همان فلسفه‌ای که در قانون کار مدنظر قرار گرفته، با وضع مقررات شایسته اجرایی و عملیاتی گردد. بدین معنا که قصد و رابطه واقعی طرفین در یک رابطه کاری مجازی احراز گردد. حقیقت این است که احراز چنین رابطه‌ای نیز مستلزم بروز اختلاف و طرح دعوا از سوی کارگر می‌باشد. امری که تضمینی برای رویداد آن در تمامی کسب و کارهای مجازی وجود ندارد.

راهکار دیگر برای حل مشکل، تفسیر واژه «کارمزد» در بند (پاراگراف) پنجم از ماده ۲ قانون تأمین اجتماعی می‌باشد.<sup>۱</sup> بدین معنا که تا زمان اصلاح قوانین و وضع قوانین مناسب، چنین استدلال شود که چون واژه کارمزد در قانون تأمین اجتماعی به مفهوم گسترده‌تری در مقایسه با «حق‌السعی» مذکور در ماده ۳۴ قانون کار مورد استفاده قرار گرفته،<sup>۲</sup> بنابراین عدم شمول عنوان کارگر-کارفرمایی بر رابطه طرفین در کسب و کار مجازی، لزوماً به معنای عدم شمول قوانین حمایتی تأمین اجتماعی نمی‌باشد. زیرا کار در برابر کارمزد نیز کارکننده را مشمول پوشش‌های حمایتی تأمین اجتماعی می‌سازد. به علاوه، ماده ۳۸ قانون تأمین اجتماعی تصریح دارد:

«در مواردی که انجام کار به‌طور مقاطعه به اشخاص حقیقی یا حقوقی واگذار می‌شود کارفرما باید در قراردادی که منعقد می‌کند مقاطعه کار را متعهد نماید که کارکنان

---

۱- «مزد یا حقوق یا کارمزد در این قانون شامل هرگونه وجوه و مزایای نقدی یا غیرنقدی مستمر است که در مقابل کار به بیمه‌شده داده می‌شود».

۲- ماده ۳۴ قانون کار: «کلیه دریافتهای قانونی که کارگر به اعتبار قرارداد کار اعم از مزد یا حقوق کمک عایله‌مندی، هزینه مسکن، خواربار، ایاب و ذهاب، مزایای غیرنقدی، پاداش افزایش تولید، سود سالانه و نظایر آنها دریافت می‌نماید را حق‌السعی می‌نامند».

خود و همچنین کارکنان مقاطعه کاران فرعی را نزد سازمان بیمه نماید و کل حق بیمه را به ترتیب مقرر در ماده ۲۸ این قانون بپردازد. پرداخت پنج درصد بهای کل کار مقاطعه کار از طرف کارفرما موقوف به ارائه مفصاحساب از طرف سازمان خواهد بود. در مورد مقاطعه کارانی که صورت مزد و حق بیمه کارکنان خود را در موعد مقرر به سازمان تسلیم و پرداخت می کنند، معادل حق بیمه پرداختی بنا به درخواست سازمان از مبلغ مذکور آزاد خواهد شد. هرگاه کارفرما آخرین قسط مقاطعه کار را بدون مطالبه مفصاحساب سازمان بپردازد، مسئول پرداخت حق بیمه مقرر و خسارات مربوط خواهد بود و حق دارد وجوهی را که از این بابت به سازمان پرداخته است از مقاطعه کار مطالبه و وصول نماید، کلیه وزارتخانه‌ها و مؤسسات و شرکت‌های دولتی همچنین شهرداری‌ها و اتاق اصناف و مؤسسات غیر دولتی و مؤسسات خیریه و عام‌المنفعه مشمول مقررات این ماده می‌باشند».

بنابراین حتی در صورتی که کار به صورت مقاطعه کاری به شخص حقیقی یا حقوقی واگذار گردد، مورد شمول قانون تأمین اجتماعی بوده و از جمله تکلیف به پرداخت حق بیمه برقرار می‌باشد.

نکته مثبت دیگر در قانون تأمین اجتماعی در مقایسه به قانون کار این است که ماده ۷ قانون تأمین اجتماعی، گسترش پوشش‌های بیمه‌ای و حمایت‌های مقرر در این قانون را در اختیار هیئت‌مدیره و وزیر مربوط قرار داده است.<sup>۱</sup> از این رو، سازمان تأمین اجتماعی می‌تواند با گسترش شمول پوشش‌های تأمین اجتماعی به کسب و کارهایی که در فضای مجازی انجام می‌گیرد، ضوابط و دستورالعمل‌های مورد نیاز برای مدیریت این کسب و کارها را تدوین و اجرایی نماید.

در انجام فرایند فوق‌الذکر، ضروری است که مصادیق بارز کسب و کارهای مجازی مانند تجارت موبایلی (همراه)، برنامه‌های سراسری کسب و کارهای تمام‌مجازی یا مجازی-حضوری مانند دیجی کالا، اسنپ، کارپینو و... تصریح شده و نحوه مدیریت این فعالیت‌ها به طور مشخص و حسب مورد به تفکیک نوع، حجم و میزان فعالیت در فضای مجازی تعیین گردد.

---

۱- ماده ۷ قانون تأمین اجتماعی: «افراد شاغل در فعالیت‌هایی که تا تاریخ تصویب این قانون مشمول بیمه‌های اجتماعی نشده‌اند... به پیشنهاد هیأت‌مدیره و تصویب وزیر رفاه اجتماعی مشمول مقررات این قانون قرار خواهند گرفت».

یکی از مباحث بنیادین که در مورد بیمه‌پذیری کسب و کارهای مجازی مطرح می‌شود این است که اساساً میان این نوع از مشاغل و کسب و کارهای سنتی تفاوتی وجود ندارد. وقتی در فضای مجازی، عده‌ای در قالب رابطه کارگر - کارفرمایی فعالیت می‌کنند (پرداخت حق‌الزحمه وجود دارد) یا اینکه اشخاصی به‌صورت خویش‌فرما در این فضا اشتغال به فعالیت دارند، نمی‌توان گفت که مقررات حاکم بر بیمه کارگر و کارفرمایی و تأمین اجتماعی در این فضا تغییر یافته است. بنابراین هر کسب و کار و فعالیت جدیدی، تغییر در قوانین و مقررات مرتبط با کار و تأمین اجتماعی را اقتضا نمی‌کند.

به علاوه، تحول مفهوم کارگاه یا نبود کارگاه به مفهوم سنتی آن، بیرون از فضای مجازی نیز قابل تصور است مثل ویزیتورها یا پورسانت‌بگیرها که اساساً در کارگاه حضور ندارند. بنابراین می‌توان از تجاری که در چنین مشاغلی وجود دارد، در مورد کسب و کار مجازی نیز بهره گرفت.

در مورد اختیاری یا اجباری بودن بیمه تأمین اجتماعی برای مشاغل مجازی، قایل شدن به اختیار در این مورد، مغایر قانون تأمین اجتماعی و قانون کار به‌نظر می‌رسد. زیرا مواد متعددی در این قانون وجود دارد که پوشش بیمه و خدمات اجتماعی را در صورت تحقق رابطه کارگر-کارفرمایی یا معادل آن الزامی می‌نماید. البته این دیدگاه نیز باید بررسی شود که بسیاری از کسب و کارهای مجازی، کوچک و خانگی و به‌صورت خویش‌فرما هستند، از این رو نباید در همه موارد سراغ بیمه اجباری رفت.

با این اوصاف، دغدغه اصلی بیمه مشاغل مجازی، موضوع تاب‌آوری اجتماعی و نیز بسترسازی فرهنگی است. امروزه کسب و کارهای مجازی، بر مبنای فرار یا کاستن از مالیات و دیگر هزینه‌ها با مشاغل سنتی یا با همدیگر در رقابت هستند. بنابراین، الزام تبعیض‌آمیز برخی از فعالان این فضا به پوشش بیمه تأمین اجتماعی می‌تواند رقبا را در وضعیت بهتری - حداقل در کوتاه‌مدت - قرار دهد. زیرا پوشش بیمه و خدمات اجتماعی، هزینه تمام‌شده کالاها و خدمات را افزایش می‌دهد و اگر الزام در این حوزه نابرابر یا موردی باشد، شرکت یا شخصی که این هزینه‌ها به آن تحمیل می‌شود، زیان خواهد دید.

چالش عمده دیگر، نحوه ارائه لیست کارکنان و سایر فهرستها و حساب و کتابهایی است که برای محاسبه نرخ حق بیمه و سرمایه قابل پرداخت ضروری است. در این رابطه، موضوع مهم این است که آیا می‌توان به سازمان تأمین اجتماعی یا دیگر نهادهای ذی‌ربط این مجوز را داد که به اطلاعات و داده‌های کلان شرکت‌ها و استارت‌آپ‌هایی که به‌صورت عمده در فضای مجازی مشغول به کارند (مثل دیجی کالا یا اسنپ و...) برای اهداف سازمانی و حرفه‌ای خود دسترسی داشته باشند؟ از یک‌سو، دسترسی مستلزم وجود قانون یا به هر حال مصوبه است و از سوی دیگر، این دسترسی باید گستره مشخصی داشته باشد. به‌نحوی که منجر به نقض حریم خصوصی یا سایر حقوق مالکیت فکری و صنعتی اشخاص نشود.

چالش نبود آمار را نیز نمی‌توان نادیده گرفت. این چالش در مورد برخی از مشاغل سنتی، مانند لنج‌هایی که دارای کارگران متعدد هستند و نیز نحوه تقسیم سود و منفعت در آنها چندان معلوم نیست. مطرح است؛ اما این امر مانع از پوشش بیمه تأمین اجتماعی در چنین مواردی نشده است. به علاوه، تمام مشاغل مجازی را نباید در یک قالب قرار داد. برای مثال، اسنپ و کارپینو از رانندگان برای جابجایی مسافر استفاده می‌کنند. بسیاری از این رانندگان به دلیل داشتن شغل ثابت دیگر، مشمول بیمه هستند؛ برخی دیگر فقط ساعات مشخصی با این سامانه همکاری می‌کنند و به هر حال ماهیتاً رابطه «راننده» بودن آنها با بهره‌گیری از سامانه‌های الکترونیکی تغییر نیافته است.

در عین حال، برخی سامانه‌ها مثل دیجی کالا و شیپور، بیشتر فعالیت خود را به‌صورت مجازی انجام می‌دهند و تشخیص تعداد کارکنان و همکاران آنها تنها با دسترسی به سامانه و کلان‌داده آن امکان‌پذیر است.

در رویکرد آتی سازمان تأمین اجتماعی باید:

۱. بر این امر تأکید شود که «کارگاه» محور تحقق رابطه کار و نیز معیار محاسبه هزینه و حقوق تأمین اجتماعی نیست. زیرا در آینده، کارگاه بیش از پیش، حداقل مفهوم سنتی خود را از دست خواهد داد و در صورت عدم همگامی سازمان با چنین تغییراتی این نهاد به ویژه از نظر اقتصادی و مالی به شدت زیان خواهد دید.

۲. باید بررسی جامعی در این خصوص صورت گیرد که کدامیک از مشاغل و

کسب و کارها، در حال گذار به سوی الکترونیکی و مجازی شدن هستند؟ اگر پاسخ این باشد که اکثریت یا تعداد زیادی از مشاغل دارای این ویژگی هستند، سازمان تأمین اجتماعی باید از پیش آماده هماهنگ ساختن ساختار و الگوها و مقررات خود با چنین تحولاتی باشد. در غیر این صورت، سازمان به لحاظ مالی و اقتصادی به شدت در معرض خطر قرار خواهد گرفت.

**۳.** رویکرد کشورهای دیگر در زمینه نحوه تعامل با فضا و مشاغل مجازی باید بررسی شده و راهکارهای عملی و اجرایی آنها در اسرع وقت در کشورمان نیز به کار گرفته شود. زیرا به هر حال ماهیت و شکل فضای مجازی در همه دنیا یکسان است و می‌توان رویکردها و راهبردهای اجرا شده در کشورهای دیگر را در کشورمان نیز اجرایی نمود. از جمله اینکه:

**اولاً:** بخش مالی یا بخش‌های خاصی از داده‌های آماری سامانه مشاغل مجازی به سازمان امور مالیاتی و سازمان تأمین اجتماعی وصل شود و این دو سازمان بتوانند به‌صورت آنلاین و مستمر، ضمن رصد فعالیت‌های مجازی، هزینه‌های مالیاتی و تأمین اجتماعی را کسر نمایند. اجرای این راهبرد نیازمند «فرهنگ‌سازی» و «شفافیت» در نظام‌های شغلی، حرفه‌ای و اجتماعی می‌باشد و بسترسازی آن محدود به فضای مجازی نیست.

**ثانیاً:** شاید در آینده‌ای نه چندان دور لازم باشد تا از راهبرد أخذ حقوق تأمین اجتماعی مستمر و پایدار به رویکرد وضع مالیات اجتماعی برای تمام مشاغل مجازی - حتی فعالیت‌های پاره‌وقت و ساعتی - تغییر جهت دهیم. بدین معنا که در تمامی کسب و کارهای مجازی که کلان‌داده آنها به‌صورت آنلاین به سامانه تأمین اجتماعی ارسال می‌گردد، درصدی به‌عنوان سرانه یا آبونمان تأمین اجتماعی کسر گردد.

در راستای راهبرد فوق، می‌توان به ماده ۳۱ قانون تأمین اجتماعی کشورمان استناد کرد که تصریح دارد: «در مورد بیمه‌شدگانی که تمام یا قسمتی از مزد و درآمد آنها به وسیله مشتریان یا مراجعین تأمین می‌شود درآمد تقریبی هر طبقه یا حرفه، به پیشنهاد هیئت مدیره و تصویب شورای عالی تعیین و مآخذ دریافت حق بیمه قرار خواهد گرفت».

در خصوص کارهای سخت و زبان‌آوری که ممکن است در فضای مجازی به کارگر/ کارپذیر واگذار شود، شاید بتوان از کفایت قوانین و مقررات سنتی راجع

به طبقه‌بندی مشاغل و تعیین کار مراجعه کرد که در این خصوص تعیین تکلیف کرده‌اند. از جمله آیین‌نامه اجرایی بند (۵) جزء (ب) ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) الحاقی ماده (۷۶) قانون اصلاح مواد (۷۲) و (۷۷) و تبصره ماده (۷۶) قانون تأمین اجتماعی مصوب ۱۳۵۴ و الحاق دو تبصره به ماده (۷۶) مصوب ۱۳۷۱ - مصوب ۱۳۸۰ - موضوع تصویب‌نامه شماره ۱۵۳۶۵/ت-۳۶۰۰۵-هـ مورخ ۱۳۸۶/۲/۵ و بخش اول بند (ب) تبصره ۲ قانون بازنشستگی پیش از موعد در مشاغل سخت و زیان آور، به هر حال، در صورت ضرورت باید توسط قانونگذار مصادیق خاص مشاغل مجازی سخت و زیان آور که با موارد مذکور در مقررات فوق قابل تطبیق نیست، به موارد موجود اضافه شود.

مؤلفه‌های ویژه فضای مجازی یعنی تغییرات مداوم و مستمر و ناپایداری آن نیز باید در ارایه هرگونه الگو برای بیمه و تأمین اجتماعی در این فضا لحاظ شود. به طوری که مقررات نباید مصادقی باشد؛ زیرا نوع کسب و کارها در این فضا مدام در حال تغییر است و امکان هماهنگی مستمر میان قوانین و مقررات مصادقی با چنین فضایی وجود ندارد.

مسأله تعامل با سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با فضای مجازی، از جمله وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و استارت‌آپ‌ها و نیز پلیس فتا موضوع دیگری است که باید خط‌مشی و سازوکارهای دقیقی در خصوص آنها اندیشیده شده و اجرایی گردد. زیرا در صورت وجود مشکل تعامل، امکان دریافت آمار، پیش‌بینی آینده و انتظارات و سایر مسایل مرتبط وجود نخواهد داشت.

به‌عنوان نکته آخر، مشکل عمده سازمان تأمین اجتماعی، کاهش ضریب پوشش به دلیل تفاوت فضا و آماده‌نبودن نظام اقتصادی و مالی کشورمان برای چنین تغییراتی است. سازمان در تلاش است تا نسبت پشتیبانی خود را بالا ببرد و تحولات محدودکننده یا گسترش دهنده فضای مجازی می‌تواند در سود و زیان سازمان مؤثر باشد. به هر حال، کسب و کار مجازی به‌طور فزاینده‌ای هم از حیث نیروی انسانی مرتبط و هم از نظر گردش مالی در حال رشد است و این رشد مستقیماً در میزان کاهش کارگران و کارکنان سنتی و نیز کاهش مشاغل سنتی مؤثر بوده و موجب زیان نهادهایی می‌شود که وابسته ساختار سنتی هستند و خود را با تغییرات و تحولات هماهنگ نکرده‌اند.



## منابع فارسی:



- الف. کتب و مقالات به زبان فارسی:
- اخوان بهبهانی، علی، اصول و مبانی بیمه‌های اجتماعی، مؤسسه عالی پژوهش تامین اجتماعی، چاپ نخست، تهران ۱۳۹۶.
  - السان، مصطفی؛ رضا کلانتری؛ سیدهادی سجادی، بیمه مسئولیت و خسارت‌های وارده در فضای مجازی، فصلنامه پژوهشنامه بیمه، دوره ۳۲، شماره ۱، شماره پیاپی ۱۲۵، بهار ۱۳۹۶.
  - السان، مصطفی (مجری طرح و همکاران/دانشگاه شهیدمدنی آذربایجان)، تهیه و تدوین طرح عمل ایجاد بیمه افتا در کشور، با تأکید بر جنبه‌های حقوقی، اقتصادی، تجاری و مطالعات بازار، مرکز تحقیقات مخابرات ایران، ۱۳۸۸.
  - السان، مصطفی (مؤسسه دادپژوهان آرمان)، بیمه فضای مجازی: مفاهیم اساسی و برنامه عملیاتی، طرح پژوهشی اجرا شده در پژوهشکده بیمه (بیمه مرکزی ایران)، ۱۳۹۴.
  - السان، مصطفی؛ همتی، مجتبی، ۱۳۸۴، روند شکل‌گیری حقوق تأمین اجتماعی در اسناد و موازین بین‌المللی، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال پنجم، شماره ۱۹.
  - پناهی، بهرام، نظام تأمین اجتماعی و اقتصاد بازار، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، شماره ۳۹، پاییز ۱۳۸۳.
  - جعفرنژاد، احمد، علی سجادی نیا، سید رحیم صفوی میرمحل، مهدی اجلی قشلاجوقی، بررسی موانع و اریه راهکارهای بکارگیری تجارت الکترونیکی در زمینه توسعه صادرات فرش دستباف ایران، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۵۲ پاییز ۱۳۸۸.
  - جلالی لواسانی، احسان؛ اسدالله‌زاده‌بالی، میررستم، ۱۳۸۹، بیمه عدم‌النتفع و عوامل مؤثر بر تقاضای آن، تازه‌های جهان بیمه، شماره‌های ۱۴۱-۱۴۰، تهران.





- چاره خواه، ج.، فرطوسی، م.، و ملایری، م. سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای نوپا با نگاهی به وضعیت کشورهای و منطقه، مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال، تهران ۱۳۹۳.
- حیدری، علی، تحلیلی کلی بر سیر تطور ساختاری تأمین اجتماعی در ایران و تبیین عوامل مساعد و نامساعد توسعه آن، فصلنامه تأمین اجتماعی، شماره ۱۵، زمستان ۱۳۸۲.
- خانی، جمال، تجارت الکترونیک، مجله پیام مدیریت، شماره ۲۵، زمستان ۱۳۸۶.
- خلیل، طارق، مدیریت فناوری، ترجمه کامران باقری، مرکز فناوری وزارت نیرو (متن)، تهران ۱۳۸۱.
- دانایی‌فرد، حسن، روش‌شناسی تدوین خط‌مشی ملی کارآفرینی کشور، چارچوبی مفهومی، فصلنامه توسعه کار آفرینی سال دوم، ۱۳۸۸.
- ذاکریان امیری، مهدی و سررشته ایزدموسی، فاطمه؛ حق بر تأمین اجتماعی در روابط بین‌الملل، مجله مطالعات سیاسی، شماره ۳۰، زمستان ۱۳۹۴.
- ذاکریان، مهدی، ۱۳۹۲، متون کلیدی حقوق و روابط بین‌الملل، تهران، انتشارات تپسا.
- رزانی، محسن، ساختار اشتغال در اقتصاد غیررسمی ایران، روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۳۸۵.
- ساروخانی، باقر، ۱۳۸۶، اصول پایه در تدوین نظام جامع تأمین اجتماعی، فصلنامه تأمین اجتماعی، شماره اول.
- سام‌آرام، عزت‌اله، سیاست اجتماعی و خدمات اجتماعی فردی (مددکاری اجتماعی)، مجله رفاه اجتماعی، ویژه نامه شماره ۱۰، پاییز ۱۳۸۲.
- سام‌آرام، عزت‌الله، ۱۳۸۳، بررسی تطبیقی بیمه تأمین اجتماعی صاحبان حرف و مشاغل آزاد در شش کشور اروپایی، ترکیه و ایران، فصلنامه علمی و پژوهشی رفاه اجتماعی، سال چهارم، شماره ۱۵.
- صالح‌خو، قاسم، ۱۳۷۸، نهادهای بین‌المللی و تأمین اجتماعی، فصلنامه تأمین اجتماعی، شماره اول، تهران، انتشارات موسسه عالی تأمین اجتماعی.





- عالی، مهدی، نحوه احراز رابطه کارگری و کارفرمایی، مجله کار و جامعه، شماره ۱۳۴، مرداد ۱۳۹۰.
- عراقی، عزت الله، حقوق کار، جلد اول، انتشارات سمت، تهران ۱۳۸۶.
- عراقی، سیدعزت الله، تأثیر معیارهای بین المللی تأمین اجتماعی بر حقوق داخلی، فصلنامه تأمین اجتماعی، سال نهم، شماره ۳۰.
- علوی منش، بررسی چالش های فضای کسب و کار. تهران: مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی سال ۱۳۸۸.
- علی حسینی، محمدتقی، ۱۳۸۲، نظام تأمین اجتماعی در آلمان، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
- کرباسیان، مهدی، تأمین اجتماعی و بازنشستگی در ایران، شرکت سهامی انتشار، تهران ۱۳۸۴.
- لاودن، کنت و جین لاودن، «فصل اول». در سیستم های اطلاعاتی مدیریت، ترجمه سیداکبر مصطفوی و سیدمجتبی حسینی، ویرایش یازدهم، چاپ اول. فدک ایسانیس، تهران ۱۳۸۹.
- مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی، گزارش ۱۲ دوره پایش محیط کسب و کار در ایران، دفتر مطالعات اقتصادی، تهران ۱۳۹۲.
- نیرومند، پورانخت، نقش فضای کسب و کار در کارآفرینی و توسعه فناوری اطلاعات در اولین همایش بین المللی صنعت و صادرات و فن اوری اطلاعات؛ تهران ۱۳۹۲.

#### ب. قوانین داخلی:

- آیین نامه نظام بانکداری الکترونیکی مصوب ۱۳۸۶/۱۲/۲۶.
- قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات مصوب ۱۳۸۸.
- قانون آیین دادرسی جرایم نیروهای مسلح و دادرسی الکترونیکی مصوب ۱۳۹۳/۰۷/۰۸ کمیسیون قضایی و حقوقی مجلس شورای اسلامی.



- قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲/۱۰/۱۷.
- قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸/۱۱/۱۱.
- قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم افزارهای رایانه‌ای مصوب ۱۳۷۹/۱۰/۰۴.
- ماده‌واحد قانون اصلاح بند ب و تبصره ۳ ماده ۴ قانون تأمین اجتماعی، مصوب ۱۳۶۵/۰۶/۳۰.

#### ج. منابع اینترنتی:

- پناهی، بهرام، تأمین اجتماعی در ایران و جهان.  
<http://donya-e-eqtasad.com/news/701618>
- کامفیروزی، آرمین و جهان‌شاه، شراره، ۱۳۹۰، استاندارد مدیریت امنیت اطلاعات،  
<https://earmin.com/assets/uploads/2012/05/ISO17799.pdf>
- کرمی، نفیسه، ۱۳۹۱، آشنایی با سیستم تأمین اجتماعی کشور آلمان، ۵،  
<http://www.tamin.ir/Images/News/Editor/file/tamin-ravabet%20omomi/beinolmelal/germany.pdf>
- فتح نژاد، فرامرز، راه‌اندازی بیمه فضای مجازی در دستور کار بیمه مرکزی،  
<https://www.sinainsurance.com/index.php?name=news&file=article&sid=28112>



### منابع خارجی:

- A brief history of Cyber Insurance Cover, Geoff Stanbridge, 2012
- Cyber First Principles, Matthew Rhoades, Truman National Security Project & Center for National Policy, 2014.
- Cyber Insurance: An Efficient Way to Manage Security and Privacy Risk in the Cloud?, InfoLawGroup LLP , 2012
- Cyber risks explained, what they are, what they could cost and how to protect against them, Marsh Ltd, 2011.
- Cyber/Privacy Insurance Market Survey,The Betterley Report, June 2013.
- Davidson, Alan, the Law of Electronic Commerce, Cambridge University Press 2009.
- Dhamija, Rachna and J. D. Tygar. The battle against phishing: Dynamic security skins, In SOUPS '05: Proceedings of the 2005 symposium on Usable privacy and security, New York, NY, USA, 2005, ACM Press.
- Gauntlett, David A, Insurance Coverage of Intellectual Property Assets, Second Edition, Wolters Kluwer Law & Business, Apr 2013.
- Glossary of Key Information Security Terms, Richard Kissel, Editor, 2013.
- Grzebiela, T. , "Insurability of electronic commerce risks", Proceedings of 35th Hawaii International Conference on System Sciences 2002.
- Healthcare report, Protecting Hospitals and Healthcare Operations from Cyber Liability 2011, Victor O. Schinnerer & Company, Inc.
- How to protect your business in the digital age, Mark Greisiger, business insurance white paper, 2010 Crain communications inc.



- <http://www.titanpower.com/blog/damage-caused-downtime/>, The Damage Caused by Downtime, Posted on December 1, 2013 by titan power.
- IBM Security Services 2014 Cyber Security Intelligence Index, Analysis of cyber attack and incident data from IBM's worldwide security operations.
- Insurance Probability: Comparison & Analysis of Consumer Psychology and Pricing Strategy in U.S. and China, Wenjun Dong, Wanyue Zhang, 2011, p3
- Jakobsson, Markus. Modeling and Preventing Phishing Attacks, Phishing Panel of Financial Cryptography 2005.
- Majuca, Ruperto P& Yurcik, William and Kesan, Jay P (2006), "The Evolution of Cyber insurance", National Center for Super Computing Applications (NCSA), University of Illinois at Urbana-Champaign USA.
- Majuca, Ruperto P& Yurcik, William and Kesan, Jay P (2006).
- Managing the Risks of Cyberspace, Steve Durbin, commentary on [www.cioinsight.com](http://www.cioinsight.com), posted on 2013
- MessageLabs Intelligence Annual Email Security Report, 2004, See: <https://eu.scc.com/sch/cms-scc.nsf>.
- PwC's Global State of Information Security Survey in 2010, Incentives and barriers of the cyber insurance market in Europe, ENISA, 2012.
- Robert H. Jerry & L. Mekel Follow, Cybercoverage for Cyber-Risks: An Overview of Insurers' Responses to the Perils of E-Commerce, University of Florida Levin College of Law, 2011; OECD, Supporting an effective cyber insurance market, OECD Report for the G7 Presidency May 2017; At: [www.oecd.org](http://www.oecd.org)
- SIFT Special Publication (2006), "The Economic Viability of Cyber Insurance: Seeking Finance in IT Security", Version: 1, Australia.





- Social Security (Minimum Standards) Convention, 1952 (No. 102) Convention concerning Minimum Standards of Social Security (Entry into force: 27 Apr 1955); Servais, Jean-Michel, International Standards on Social Security Lessons from the past for a better implementation (Manila, November 19-21 2014).
- Symantec Corporation, Internet Security Threat Report 2014: Volume 19
- The IT Industry's Cyber security Principles for Industry and Government, information technology industry council, 2011.
- The Truman|CNP Cyberspace & Security Program, Matthew Rhoades, Director, Cyberspace & Security Program Truman National Security Project & Center for National Policy. <http://trumanproject.org/>
- Third-Party vs. First-Party Cyber Risk Insurance: Protect Your IT Firm Right, Brenna, 2013.
- Tsow, Alex. Phishing with Consumer Electronics – Malicious Home Routers, School of Informatics, Indiana University 2005.
- Vatis, Michael (2002), "Cyber Attack: Protecting America's Security against Digital Threats", ESDP.