

بسمه تعالی

وزیر

جمهوری اسلامی ایران
وزارت بازرگانی

شماره:

۳۶۵

تاریخ:

۱۳۸۷ / ۱۱ / ۱۱

پوست:

سال نوآوری و شکوفایی گرامی باد

صلوات خدا بر محمد و آل محمد

جناب آقای مهندس مفتاح

معاونت محترم توسعه بازرگانی داخلی

سلام علیکم

در راستای اجرای بخشی از تکالیف ناشی از تبصره ذیل بند «ی» ماده «۳۳»
قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و
به منظور فراهم کردن بسترهای لازم جهت تنظیم فعالیت شرکت‌های پخش کالا،
بدینوسیله «دستورالعمل ساماندهی فعالیت‌های شرکت‌های پخش کالا در کشور» جهت

اجرا ابلاغ می‌گردد. ۱-۸/س

سید مسعود میرکاطمی

رونوشت:

جناب آقای جلیلیان، معاون محترم وزیر، رئیس هیات مدیره و مدیرعامل سازمان حمایت
مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به انضمام دستورالعمل جهت اطلاع و اقدام لازم
دفتر وزارتی

« دستورالعمل ساماندهی فعالیت شرکت‌های پخش کالا در کشور »

مقدمه:

با عنایت به تبصره ذیل بند «ی» ماده (۲۳) قانون برنامه چهارم توسعه و به استناد بند «ز» و «ه» ماده (۱) قانون تشکیل وزارت بازرگانی، در راستای نوین‌سازی شبکه‌های توزیع و به منظور شناسایی، ساماندهی و نظارت بر نحوه فعالیت شرکت‌های پخش کالا در کشور دستورالعمل ذیل ابلاغ می‌گردد:

ماده (۱) هدف:

پخش کالا در زمان و مکان مناسب، قیمت‌های یکسان و با کیفیت مطلوب در سطح کشور و با رعایت نرخهای سود تأیید شده از سوی مراجع قیمت‌گذاری (سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و هیأت عالی نظارت) در راستای تأمین حقوق مصرف‌کنندگان.

ماده (۲) تعاریف:

• شرکت‌های پخش: شرکت‌های پخش، شرکت‌هایی هستند که یا بهره‌گیری از امکانات و تجهیزات مورد نیاز خرید، نگهداری و حمل کالا (غذایی، بهداشتی، آرایشی، شوینده‌ها و داروها و مواد بیولوژیک دامپزشکی) را از مبادی تولید و یا واردات تهیه و بلاواسطه به واحدهای خرده‌فروشی در محل این واحدها تحویل می‌دهند.

تبصره ۱: فروش مستقیم هرگونه کالا توسط شرکت‌های پخش به مصرف‌کننده نهایی (به استثنای واکسن‌های دام و طیور) ممنوع می‌باشد.

تبصره ۲: صدور مجوز جهت پخش سایر کالاها منوط به بررسی و تأیید کارگروهی مرکب از دفتر توسعه بازار کالا و خدمات و نظارت بر استانداردهای مصرف (حوزه تابعه معاونت توسعه بازرگانی داخلی) که منبع در این دستورالعمل دفتر توسعه بازار نامیده خواهد شد، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و سازمان بازرگانی استان مربوطه و دستگاه‌های زیربط خواهد بود.

شرکت‌های پخش کالا براساس محدوده فعالیت و گستردگی منطقه تحت پوشش خود به ۲ دسته تقسیم می‌شوند:

الف - شرکت‌های پخش استانی: شرکت‌هایی هستند که محدوده فعالیت آنها حداقل یک استان بوده و کالا را به تمام نقاط استان مربوطه تحویل می‌نمایند.

تبصره ۱: شرکت‌های پخش استانی می‌توانند با توجه به وسعت جغرافیایی استان محل فعالیت، اقدام به ایجاد شعبه یا نمایندگی در شهرستان‌های تابعه نمایند.

تبصره ۲: در صورت پوشش تمام نقاط استان مربوطه شرکت‌های پخش استانی می‌توانند مشروط به رعایت درصدهای سود تعیین شده استانی و کسب موافقت دفتر توسعه بازار در مورد استان‌های مقصد، به پخش کالا در استان‌های همجوار (حداکثر ۳ استان مشخص) مبادرت نمایند.

ب - شرکت‌های پخش منطقه‌ای: شرکت‌هایی هستند که در سطح یک منطقه شامل چند استان همجوار فعالیت می‌کنند و کالاهای توزیعی را به تمام واحدهای خرده‌فروشی در آن منطقه تحویل می‌نمایند.

تبصره: تعیین منطقه فعالیت شرکت متقاضی پخش منطقه‌ای به عهده کارگروه موضوع تبصره (۲) ذیل ماده (۲) این دستورالعمل می‌باشد.

ج - شرکت‌های پخش سراسری: شرکت‌هایی هستند که در سطح کل کشور فعالیت نموده و علاوه بر تجهیزات و امکانات کافی می‌باید حداقل در ۵ استان پرجمعیت کشور (بنابر تشخیص دفتر توسعه بازار کالا) دارای شعبه و در سایر استان‌ها (حداقل ۱۰ استان) دارای نمایندگی باشند.

• نمایندگی: شخصی حقیقی یا حقوقی است که در قالب یک قرارداد نمایندگی با شرکت اصلی و با استفاده از امکانات خود، وظایف پخش در یک یا چند استان را برعهده دارد. مسئولیت عملکرد کلیه نمایندگی‌ها در هر شرایطی بعهده شرکت اصلی می‌باشد.

• شعبه: بخشی از ساختار سازمانی شرکت پخش اصلی می‌باشد که با استفاده از مدیریت و امکانات آن شرکت به امر توزیع در استان‌های تحت پوشش می‌پردازد.

• انجمن شرکت‌های صنعت پخش ایران: شخصیتی حقوقی و غیرانتفاعی است که اعضای آن را شرکت‌های پخش تشکیل می‌دهند و توسط هیأت مدیره‌ای که منتخب

اعضاء می باشد اداره می شود. وظایف انجمن شرکت های صنعت پخش ایران در این دستورالعمل به شرح ذیل می باشد:

۱. ابلاغ کلیه دستورالعمل ها، مقررات و ضوابط اعلامی از سوی دفتر توسعه بازار و سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان به اعضا.

۲. ارایه هرگونه آمار، اطلاعات، نظرات کارشناسی و مشورتی حسب درخواست دفتر توسعه بازار و سایر مراجع ذیربط.

ماده (۳):

کلیه شرکت های پخش منطقه ای و سراسری در کشور می بایست مجوز فعالیت خود را از دفتر توسعه بازار اخذ نمایند.

ماده (۴):

تأیید و صدور مجوز فعالیت شرکت های پخش استانی با هماهنگی دفتر فوق الاشاره به عهده سازمان بازرگانی استان مربوطه می باشد. سازمان بازرگانی استان موظف است یک نسخه از مجوزهای صادره را به انضمام آخرین فهرست کالاهای توزیعی شرکت به دفتر توسعه بازار ارسال نماید و در صورت هرگونه تغییر در وضعیت قانونی شرکت، مراتب را کتباً به دفتر یاد شده اعلام نماید.

ماده (۵):

مرجع صادرکننده مجوز می بایست رونوشت مجوز صادره به انضمام یک نسخه از فهرست اقلام توزیعی شرکت پخش مورد نظر را به سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان ارسال نماید.

ماده (۶):

درصدهای سود پخش اقلام توزیعی توسط شرکت های پخش منطقه ای و سراسری که مبادرت به حمل کالا از انبار مرکزی به انبار شعب یا نمایندگی استان نموده و از آنجا به درب مغازه خردهفروشی تحویل می نمایند در کلیه مناطق تحت پوشش یکسان خواهد بود. تبصره: حمل کالا می بایست توسط وسایط نقلیه نشان دار که در اجاره و یا مالکیت شرکت پخش یا نمایندگی های مربوطه می باشد، صورت پذیرد. مضافاً اینکه حمل و نقل بین شهری کالاها مستلزم ارایه بارنامه تمبردار می باشد.

ماده ۷):

درصد ضرایب سود و هزینه‌های پخش استانی، منطقه‌ای و سراسری براساس مصوبات کمیسیون هیأت عالی نظارت و ضوابط قیمت‌گذاری سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان خواهد بود.

ماده ۸):

شرکت‌های تعاونی توزیعی که امر تأمین و توزیع کالا را برای فروشگاه‌های تحت پوشش خود بعهده دارند، عمده فروش محسوب شده و صرفاً می‌توانند از ضرایب سود عمده‌فروشی استفاده نمایند.

ماده ۹):

کلیه شرکت‌های تولیدکننده و واردکننده که متقاضی فعالیت در زمینه پخش کالا می‌باشند، می‌توانند با رعایت مقررات مندرج در این دستورالعمل و ضوابط مربوطه پس از تأسیس شرکت پخش اقدام به فعالیت نمایند.

تبصره: نمایندگی‌های واحدهای تولیدکننده که در مناطق مختلف کشور در زمینه عرضه محصولات واحد متبوع خود فعالیت می‌کنند در فروش کالا صرفاً مشمول ضرایب سود عمده‌فروشی می‌باشند.

ماده ۱۰):

کلیه شرکت‌های متقاضی پخش کالا (اعم از منطقه‌ای و سراسری) موظفند درخواست خود را کتباً به دفتر توسعه بازار تسلیم نمایند. دفتر مزبور پس از استعلام از انجمن شرکت‌های صنعت پخش ایران و تأیید صلاحیت تخصصی شرکت نسبت به اخذ اسناد مثبت و مدارک معتبر مبنی بر داشتن امکانات مورد نیاز به شرح ذیل اقدام خواهد نمود.

۱. اساسنامه معتبر و شرکت نامه منضم به روزنامه رسمی با درج آخرین تغییرات.
۲. مدارک مربوط به دفتر مرکزی (اسناد مالکیت و یا اجاره نامه معتبر رسمی).
۳. امکانات و تجهیزات اختصاصی شرکت در خصوص نگهداری کالا از جمله انبار و سردخانه متناسب با نوع فعالیت شرکت بر سطح استان و یا استان‌های تحت پوشش.

۴. اسناد مالکیت یا اجاره نامه رسمی و معتبر مربوط به ناوگان حمل و نقل (وسایط نقلیه از جمله وانت، کامیونت و کامیون از نوع ساده یا یخچالدار متناسب با کالاهای توزیعی).

۵. قرارداد فی مابین شرکت اصلی با نمایندگی‌های مربوطه در سطح استان‌های تحت پوشش (در مورد شرکت‌های پخش سراسری و منطقه‌ای).

۶. رایه تأییدیه از دستگاه متولی برای شرکت‌هایی که در زمینه داروهای دام و طیور فعالیت می‌نمایند.

۷. رایه فهرست کلیه کالاهای توزیعی ممه‌ور به مهر شرکت.

تبصره ۱: انجمن شرکت‌های صنعت پخش ایران موظف است حداکثر ظرف مدت یک ماه نسبت به رایه پاسخ استعلام دفتر توسعه بازار اقدام نمایند در غیر این صورت دفتر یاد شده رأساً بررسی و تصمیمات مقتضی اتخاذ خواهد نمود.

تبصره ۲: شرکت‌های پخش موظفند هر نوع تغییرات قانونی در شرکت را کتباً به مرجع صدور مجوز اعلام نمایند. در خصوص شرکت‌های پخش استانی سازمان بازرگانی استان مربوطه موظف است مراتب را به اطلاع دفتر توسعه بازار برساند.

ماده (۱۱):

نظارت بر حسن اجرای این دستورالعمل بعهده دفتر توسعه بازار و سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان (رعایت درصدهای سود) و بررسی نحوه فعالیت شرکت‌های پخش بعهده سازمان بازرگانی استان‌ها خواهد بود. سازمان‌های مذکور موظفند حداقل هر شش ماه یکبار گزارشی از فعالیت شرکت‌های پخش در سطح استان مربوطه تهیه و به دفتر فوق‌الذکر رایه نمایند.

تبصره: انجمن شرکت‌های صنعت پخش ایران موظف به رایه هرگونه همکاری در موارد مندرج در ماده فوق می‌باشد.

ماده (۱۲):

در صورتی که فعالیت شرکت‌های پخش به دلایل:

(۱) عدم رعایت ضوابط و مقررات این دستورالعمل

(۲) انحلال یا تغییر فعالیت‌های شرکت بدون اطلاع و کسب موافقت مرجع صدور مجوز

۳) ایجاد وقفه در جریان کار و یا توزیع ناکافی کالا

۴) خودداری از ارائه اطلاعات لازم به مراجع قانونی ذیربط

و یا هر نوع اقدام دیگر موجب اختلال در جریان توزیع کالا گردد، به ترتیب ذیل عمل خواهد شد:

مرحله اول: اخطار کتبی توسط سازمان بازرگانی استان مربوطه و تعیین مهلت ۲ ماهه برای رفع نقیصه یا تخلف

مرحله دوم: لغو موقت مجوز فعالیت شرکت به مدت ۲ ماه

مرحله سوم: تغییر وضعیت شرکت از پخش سراسری به منطقه‌ای و از منطقه‌ای به استانی حسب مورد (در خصوص شرکت‌های پخش سراسری و منطقه‌ای)

مرحله چهارم: لغو دائم مجوز فعالیت شرکت

ماده ۱۳):

در صورتی که شرکت‌های پخش مرکب تخلفات تعزیراتی از جمله فروش کالای قاچاق، گرانفروشی، کم‌فروشی، احتکار، عرضه خارج از شبکه و یا عدم ارائه صورتحساب کردند، سازمان بازرگانی استان براساس ضوابط و قوانین موضوعه شرکت پخش متخلف را به مراجع ذیربط معرفی می‌نماید.

ماده ۱۴):

سازمان‌های بازرگانی استانها می‌بایست در صورت شناسایی شرکت‌های پخش فاقد مجوز مورد تأیید دفتر توسعه بازار، ضمن انعکاس موضوع به دفتر مذکور مراتب را وفق موارد مندرج در ماده (۱۳) به مراجع قضایی ذیصلاح اعلام نمایند.

ماده ۱۵):

مدت اعتبار کلیه مجوزهای صادره از تاریخ صدور به شرح ذیل خواهد بود:

۱. یکساله برای بار اول اخذ مجوز

۲. دو ساله در صورت تأیید عملکرد سال اول

۳. پنج ساله در صورت تأیید عملکرد سنوات قبل

تبصره: دفتر توسعه بازار می‌تواند حسب مورد مجوزی موقت و مشروط (۲ یا ۳ ماهه) به منظور تکمیل مراحل صدور مجوز و جهت آغاز فعالیت شرکت متقاضی پخش سراسری یا منطقه‌ای صادر نماید.

ماده ۱۶:

کلیه شرکت‌های پخش فعال در کشور موظفند حداکثر ظرف مدت شش ماه پس از ابلاغ این دستورالعمل نسبت به اخذ مجوز فعالیت از دفتر توسعه بازار و یا تکمیل و به روز رسانی پرونده مربوطه اقدام نمایند. در غیر این صورت دفتر مذکور می‌تواند توسط مراجع قانونی ذیصلاح از فعالیت آنها ممانعت بعمل آورد.

تبصره: صدور مجوز فعالیت شرکت‌های پخش استانی بعهده سازمان بازرگانی استان مربوطه خواهد بود.

ماده ۱۷:

کلیه شرکت‌های پخش دارای مجوز می‌بایست حداقل ۲ ماه قبل از انقضای اعتبار مجوز کتباً نسبت به تمدید آن اقدام نمایند.

این دستورالعمل در ۱۷ ماده و ۱۲ تبصره تنظیم گردیده و از تاریخ ابلاغ لازم‌الاجرا

می‌باشد.

سید مسعود میرکاظمی

وزیر بازرگانی