



جمهوری اسلامی ایران

وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی

دستورالعمل نحوه صدور مجوز، چگونگی تاسیس و بهره‌برداری از

## خانه‌های صنایع دستی بخش خصوصی

به ضمیمه دستورالعمل نحوه نظارت بر فروش صنایع دستی توسط خانه‌های صنایع دستی به روش

## بازارسازی نوین شبکه‌ای

اداره کل بازاریابی و تجاری سازی معاونت صنایع دستی

تیرماه ۱۴۰۱

دستورالعمل نحوه نظارت بر فروش صنایع دستی توسط خانه‌های صنایع دستی بخش خصوصی به روش

## بازارسازی نوین شبکه‌ای

## ماده ۱: تعاریف

۱- **بازارسازی نوین شبکه‌ای:** روشی مرسوم از روشهای فروش کالا است که فروشنده به واسطه آن مجاز خواهد بود از طریق وبسایت و یا اپلیکیشن خود افرادی را به عنوان بازاریسازان صنایع دستی با هدف فروش مستقیم مصنوعات که رسماً به عنوان صنایع دستی ایرانی توسط معاونت صنایع دستی وزارت میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی مورد تایید باشند، سازماندهی نموده، به نحوی که هر بازاریساز بتواند با معرفی و فروش صنایع دستی به دیگران و آموزش بازاریسازان جدید، سازمان فروشی ایجاد نموده و با سازه‌های چند سطحی موجب گسترش و افزایش فروش صنایع دستی گردد.

۲- **فرد صنفی مجاز به بازاریسازی نوین شبکه‌ای:** فرد حقیقی یا حقوقی که مجوز خانه صنایع دستی با نشان اعتماد درجه یک اخذ نموده، مشروط بر انطباق طرح کلان حق‌العمل کاری شبکه‌ای اش با ضوابط این دستورالعمل توسط اداره کل بازاریابی و تجاریسازی معاونت صنایع دستی، مجاز خواهد بود صرفاً صنایع دستی ایرانی را از طریق بازاریسازی نوین شبکه‌ای، به فروش برساند.

۳- **بازارساز:** هر شخص حقیقی که خارج از خانه صنایع دستی اولاً و ماهیتاً به عنوان خریدار صنایع دستی وارد فرایند بازاریسازی صنایع دستی شده و با روش بازاریسازی نوین، در قالب قرارداد با خانه صنایع دستی از طریق فروش مستقیم صنایع دستی متعلق به خانه صنایع دستی به خریداران و یا با حمایت و آموزش بازاریسازان جدید که در سازه‌های چند لایه ایشان قرار گرفته و موجب افزایش فروش خانه صنایع دستی گشته و مبالغ مشخصی را در قالب طرح حق‌العمل کاری مصوب دریافت نماید.

۵- **طرح حق‌العمل کاری صنایع دستی:** برنامه خانه صنایع دستی برای محاسبه و پرداخت دستمزد بازاریسازانی که در حوزه‌های فروش، جذب، آموزش، مدیریت سازه‌های چند لایه و راهبری گروه‌های فروش به عنوان حق‌العمل و یا پاداشی از طریق آن به بازاریسازان خود پرداخت می‌نماید.

۶- **خریدار صنایع دستی:** هر شخصی که در ازای پرداخت پول با هدف غیر تجاری و صرفاً برای مصرف شخصی مبادرت به خرید صنایع دستی نماید.

۷- **کالای صنایع دستی:** کالای دست‌سازانی که ذیل کد رشته‌های صنایع دستی ایرانی به تایید وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی رسیده باشد.

## ماده ۲: عناوین تخلفات بازاریابی نوین شبکه‌ای در صنایع دستی

- ۱- فروش هرگونه کالایی غیر از صنایع دستی ایرانی مندرج در کد رشته‌های رسمی معاونت صنایع دستی وزارت میراث فرهنگی
- ۲- عدم ارائه اطلاعات ( طرح حق العمل کاری ) بر روی وبسایت یا اپلیکیشن دارنده مجوز خانه صنایع دستی
- ۳- تغییر مفاد اساسنامه بدون هماهنگی با دفتر بازاریابی و تجاری سازی معاونت صنایع دستی وزارت میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی
- ۴- تاسیس شعب ثبت نشده و غیر مجاز
- ۵- عدم رعایت حق انصراف خریدار از خرید کالای صنایع دستی فروخته شده
- ۶- عدم استفاده از میز کار برای بازار سازان جهت ذخیره اطلاعات مربوط به ایشان
- ۷- تحمیل شروط خارج از طرح حق العمل کاری
- ۸- عدم تحویل به موقع صنایع دستی فروخته شده و رعایت نکردن تعهدات موضوع قرارداد فروش از جمله تاخیر در ارسال و بازپس گیری محصول
- ۹- عدم پاسخگویی به نارضایتی خریدار ( حداکثر ظرف سه روز کاری)
- ۱۰- عدم شفاف سازی در خصوص تولید و یا تهیه صنایع دستی
- ۱۱- عدم رعایت قوانین مربوط به خانه صنایع دستی
- ۱۲- نقض قواعد حفاظت از داده های مصرف کننده
- ۱۳- عدم انعقاد قرارداد الکترونیک با بازارسازان از طریق وب سایت خانه صنایع دستی، که با تیک زدن توسط بازارساز مورد تایید وی قرار می گردد.
- ۱۴- عدم درج مقررات مربوط به بازاریابی نوین و طرح حق العمل کاری در حوزه صنایع دستی بر روی سامانه شرکت دارای مجوز خانه صنایع دستی
- ۱۵- عدم اتصال وب سایت خانه صنایع دستی که اقدام به بازاریابی نوین نموده، به سامانه مجازی معاونت صنایع دستی وزارت میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی و قطع اتصال گزارش دهی لحظه‌ای و آنلاین
- ۱۶- جذب بازارسازان از بین افراد کمتر از ۱۸ سال سن
- ۱۷- اخذ هرگونه وجه یا مابه ازاء برای ورود به سامانه خانه صنایع دستی شرکتی که دارای مجوز خانه صنایع دستی با روش بازاریابی نوین است.

- ۱۸- عدم رعایت ممنوعیت بکارگیری بازاریاران از بین کارکنان خانه صنایع دستی بازاریابی نوین و دستگاه ها و نهاد های دارای مسئولیت نظارت بر خانه های صنایع دستی با روش بازاریابی نوین.
- ۱۹- عدم پرداخت حق العمل بازاریاران حداکثر تا یک ماه
- ۲۰- برگزاری جلسات گروهی (سمینارها، همایش ها) بدون اطلاع رسانی پیشینی و موثر به اداره کل بازاریابی صنایع دستی و پلیس اماکن
- ۲۱- عدم برگزاری رایگان دوره آموزشی مشتمل بر آموزش فرآیند و مفاهیم بازاریابی نوین و منشور اخلاقی خانه صنایع دستی با مشارکت بازاریاران سطوح بالاتر، برای سایر بازاریاران و ارائه محتوای دوره های آموزشی در دسترس سایر بازاریابانی که بعدها به شرکت اضافه می شوند.
- ۲۲- اقدام به هرگونه اغواگری و تبلیغ خلاف واقع برای جذب بازاریاران، طرح حق العمل کاری و یا در مورد محصولات خانه صنایع دستی
- ۲۳- فروش محصولات از طریق بازاریابان به بازار ساز دیگر (فروش محصولات صرفاً از طریق وبسایت رسمی شرکت باید باشد).
- ۲۴- انجام تمامی پرداخت ها در قالب طرح حق العمل کاری ارائه شده
- ۲۵- عدم تعیین حداکثر میزان خرید، برای واجد شرایط شدن در قالب طرح حق العمل کاری بازاریاران
- ۲۶- پرداخت حق العمل کاری بازاریاران بر اساس عضوگیری. در حالی که پرداخت حق العمل کاری بازاریاران صرفاً بر اساس فروش صنایع دستی و در ازای مشارکت جمعی لایه های بالاتر در جذب و آموزش فروشندگان جدید باید باشد.
- ۲۷- انجام تراکنشهای مالی، از هر طریقی غیر از سیستم بانکی کشور. در حالی که تمام تراکنشهای مالی (از قبیل، خرید، فروش، پرداخت حق العمل بازاریاران و یا پاداش) فقط از طریق سیستم بانکی کشور و به نام شرکت دارای مجوز خانه صنایع دستی مجاز می باشد.
- ۲۸- عدم ارائه کلیه اطلاعات مربوط به عملیات بازاریابان، نظیر میزان فروش شخصی و میزان فروش گروهی توسط میز کار که به ایشان تعلق می گیرد.
- ۲۹- عدم مستندسازی کلیه اطلاعات مربوط به بازاریاران و تولیدکنندگان خانه صنایع دستی
- ۳۰- عدم ایجاد درگاه رسیدگی به شکایات و نارضایتی ها با قابلیت ثبت در پایگاه داده های خانه صنایع دستی و ارائه کد رهگیری و پاسخگویی به شکایات (حداکثر به مدت ده روز کار)
- ۳۱- عدم بازپس گیری صنایع دستی به فروش رفته توسط بازاریاران، مطابق شرایط قرارداد فی مابین خانه صنایع دستی و بازار ساز
- ۳۲- عدم رعایت محدودیتهای طرح حق العمل کاری که عبارتند از
- ۱- (۳۲-۱) اخذ هرگونه وجه و یا مابه ازاء برای ورود به طرح حق العمل کاری جهت بازاریابی ممنوع است.
- ۲- (۳۲-۲) باید حداکثر میزان خرید صنایع دستی ایرانی برای خریداران جهت واجد شرایط شدن دریافت حق العمل ایشان مشخص شود.
- ۳- (۳۲-۳) پرداخت هرگونه حق العمل و پاداش باید بر اساس فروش صنایع دستی و نه جذب بازاریاران و یا آموزش ایشان باشد.

۴-۳۲) هرگونه پرداخت ناشی از فروش ابزارهای جانبی شرکت از جمله کالاهای نمونه فروش، ابزارهای فروش، تبلیغ و آموزش ممنوع است.

۵-۳۲) پرداخت حق العمل بازسازان ضرورتاً نباید مبتنی بر تعادل فروش باشد.

۶-۳۲) بازساز می تواند با روش فروش مستقیم تا ۴۰ درصد از تخفیف فروش بهره مند شود.

۷-۳۲) تجمیع حق العمل بازسازان باید حداکثر ظرف یکماه محاسبه و به حساب بانکی ایشان واریز گردد.

۸-۳۲) پرداخت حق العمل بازسازان باید بصورت نقدی و غیر از محصولات شرکت باشد.

۹-۳۲) قیمت نهایی فروش باید به تایید اداره کل بازاریابی و تجاری سازی معاونت صنایع دستی برسد

۱۰-۳۲) سود تمام شبکه بازسازان باید از حد فاصل قیمت تولید تا فروش پرداخت شود که سقف آن در خصوص صنایع دستی حداکثر ۵۵٪ حجم فروش بوده و نباید در میان بیش از ۷ سطح از بازسازان توزیع شود.

۱۱-۳۲) خانه صنایع دستی مکلف به بازپس گیری بی قید و شرط کالای سالمی که خریدار از خرید آن منصرف گشته به مدت یک هفته با عودت کل وجه بوده و از هفته اول تا ۶ ماه با کسر ۳۰٪ مکلف به بازپس گیری خواهد بود.

### ماده ۳: روش برخورد با تخلفات

الف) در صورت ارتکاب هریک از تخلفات مندرج در ماده ۲، دارنده مجوز خانه صنایع دستی اخطار کتبی دریافت خواهد کرد.

ب) پس از ابلاغ اخطار، دارنده مجوز خانه صنایع دستی که اقدام به فروش با روش بازسازی نوین شبکه ای نموده موظف است ظرف ۱۵ روز نسبت به اصلاح عملکرد خود اقدام نموده و گزارش اصلاحات اعمالی را به دبیرخانه نظارت بر عملکرد بازسازی نوین خانه های صنایع دستی واقع در اداره کل بازاریابی و تجاری سازی صنایع دستی ارسال نماید.

ج) در صورت عدم اصلاح در زمان مقرر نسبت به تعلیق تمام فعالیتهای خانه صنایع دستی اقدام خواهد شد.

د) در صورتی که تخلفات ماده ۲ در طول یک سال، بیش از ۵ بار تکرار شده و اصلاح گردند نیز نسبت به تعلیق فعالیت خانه صنایع دستی اقدام خواهد شد.

ه) دوره تعلیق موقت، یکماهه بوده و در زمان تعلیق، دارنده مجوز خانه صنایع دستی، حق ایجاد تعهدات جدید را نخواهد داشت.

و) در صورتی که بعد از اتمام دوره تعلیق، دارنده مجوز خانه صنایع دستی به اصلاح عملکرد خود و تطبیق آن با مقررات اقدام نماید، تعلیق خاتمه خواهد یافت.

ز) در صورتی که تخلفات ماده ۲ پس از رفع تعلیق یکماهه در همان سال، مجدداً تکرار شوند، مجوز خانه صنایع دستی تعلیق ۳ ماهه خواهد شد.

ح) ابطال مجوز خانه صنایع دستی در موارد زیر

۱- عدم اصلاح عملکرد در دوره تعلیق

۲- تکرار ارتکاب تخلفاتی که منجر به تعلیق ۳ ماهه گذشته، پس از رفع تعلیق و در همان سال مالی

۳- انحلال شرکت

۴- عدم فعالیت شرکت به مدت حداقل شش ماه

۵- عدم تمدید مجوز خانه صنایع دستی بعد از انقضاء مدت اعتبار آن پس از اخطار یک ماهه توسط دفتر بازاریابی و تجاری سازی معاونت صنایع دستی

۶- ابطال مجوز خانه صنایع دستی شرکت

تبصره: در صورت ابطال مجوز خانه صنایع دستی به درخواست مکتوب کارگروه مرکزی رسیدگی به تخلفات، نیروی انتظامی نسبت به پلمپ محل خانه صنایع دستی و یا شعب آن اقدام خواهد نمود.

۷- در صورت بروز تخلفات گسترده، به منظور پیشگیری از عوارض احتمالی و به عنوان اقدامی تامینی، کارگروه مرکزی رسیدگی به تخلفات می تواند ضمن تعلیق فعالیت خانه صنایع دستی فروشنده به روش بازاریابی نوین، همزمان به موضوع تخلفات آن رسیدگی نماید.

#### ماده ۴: مراجع رسیدگی به تخلفات

دبیرخانه نظارت بر خانه های صنایع دستی ای که واجد شرایط بازاریابی نوین شبکه ای می باشند، اداره کل بازاریابی و تجاری سازی معاونت صنایع دستی (بدون ایجاد چارت جدید و تحمیل هزینه از بودجه رسمی) بوده و نظارت اولیه بر حسن اجرای این دستورالعمل، رسیدگی به تخلفات و شکایات واصله بر عهده این دفتر خواهد بود.

در صورت اعتراض دارنده مجوز خانه صنایع دستی به رای یا نحوه رسیدگی، موضوع مورد اعتراض به ترتیب، به کارگروه های استانی و مرکزی رسیدگی به تخلفات (موضوع مواد ۷ و ۸ آئین نامه اجرائی ماده ۱۴ قانون حمایت از هنرمندان، استادکاران و فعالان صنایع دستی - مصوب ۱۳۹۹/۱۲/۲۷ هیئت محترم وزیران) ارجاع شده و رسیدگی نهایی خواهد شد.

#### ماده ۵: نحوه شروع به کار بازاریابی نوین شبکه ای صنایع دستی

شروع به کار بازاریابی نوین شبکه ای برای دارنده مجوز خانه صنایع دستی حائز نشان اعتماد درجه یک در صورتی که بخواهد صنایع دستی را به این روش به فروش رساند مستلزم اخذ مجوز مضاعفی نبوده و لکن دارنده مجوز خانه صنایع دستی موظف است اقدامات زیر را حداکثر تا یک هفته پس از شروع فرایند بازاریابی و فروش انجام دهد. در صورتی که اقدامات زیر در زمان مقرر انجام نشود، فعالیت خانه صنایع دستی در این حوزه غیرقانونی بوده و مشمول ابطال پروانه خانه صنایع دستی خواهد شد.

۱. ارائه مصوبه هیات مدیره جهت اقدام به بازاریابی نوین زیر نظر خانه صنایع دستی به نام مدیرعامل یا یکی از صاحبان امضا مطابق اساسنامه و آخرین آگهی روزنامه رسمی ثبت شرکت (برای اشخاص حقوقی) به معاونت صنایع دستی استان یا اداره کل بازاریابی و تجاری سازی
۲. درخواست معرفی به بانک مرکزی از اداره کل بازاریابی و تجاری سازی معاونت صنایع دستی جهت دریافت درگاه بانکی نقل و انتقال اینترنتی ریالی
۳. ارائه طرح نهایی که حق العمل کاری خانه صنایع دستی بر مبنای آن انجام خواهد گرفت به معاونت صنایع دستی استان یا دفتر بازاریابی و تجاری سازی معاونت صنایع دستی با التزام انطباق آن با شروط این دستورالعمل
۴. اتصال آنلاین پنل اصلی مدیریت وبسایت بازاریابی نوین خانه صنایع دستی از طریق اداره کل فناوری اطلاعات وزارتخانه به اداره کل بازاریابی و تجاری سازی صنایع دستی جهت رصد و نظارت بر عملکرد خانه صنایع دستی

**ماده ۶:** شرکت دارای مجوز خانه صنایع دستی با روش بازاریابی نوین مکلف است در صورت انحلال طبق قرارداد فی مابین خود، بازاریاسازان و تولید کنندگان، به نحوی عمل نماید که تعهدات خود در قبال محصولات خریداری شده توسط بازاریاسازان و خریداران را ظرف یک ماه انجام داده و حداکثر ظرف مدت ۱۵ روز پس از اعلام انحلال، مجوز خانه صنایع دستی و بازاریابی نوین خود را جهت ابطال به دفتر بازاریابی و تجاری سازی معاونت صنایع دستی وزارت میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع دستی تحویل نماید.

**ماده ۷:** این دستورالعمل در راستای اجرای قانون حمایت از هنرمندان، استادکاران و فعالان حوزه صنایع دستی به استناد ماده ۱۶ آئین نامه اجرائی قانون حمایت از هنرمندان، استادکاران و فعالان صنایع دستی (مصوب هیئت محترم وزیران در مردادماه ۱۴۰۰) توسط اداره کل بازاریابی و تجاری سازی معاونت صنایع دستی مشتمل بر ۷ ماده تدوین گشته و از تاریخ ابلاغ لازم الاجرا می باشد.