

## آیین نامه انضباطی

شرکت بازاریابی شبکه ای گسترش بهداشت ارغوان

### هدف

در جهت ارتقاء انضباط کاری ، رفع تضییع حقوق شرکت و بازاریابان محترم و به منظور فراهم آوردن محیطی سالم ، پویا ، جلوگیری از بی نظمی و برخورد با عوامل تنش زا ، ناهنجار و متخلف و به منظور اتخاذ یک روش ثابت در اداره شرکت ، بالا بردن سطح کارآیی بازاریابان ، افزایش بهره وری ، بهبود کمی و کیفی فروش ، ارائه خدمات مطلوب ، ترغیب بازاریابان به انجام وظایف و رعایت مقررات و بر حذر داشتن آنان از انجام هرگونه تخلفی که منجر به عدم اجرای ضوابط و مقررات شرکت گردد، آیین نامه انضباطی شرکت بازاریابی شبکه ای گسترش بهداشت ارغوان تهیه و تدوین گردیده است .

لازم به توضیح است کلیه بازاریابان باید قبل از شروع ثبت نام آیین نامه انضباطی و منشور اخلاقی شرکت را مطالعه نموده و سپس قرار داد را امضاء نمایند. پس از شروع و در طول مدت همکاری با شرکت نیز اگر در مستندات مذکور تغییری صورت پذیرد از طریق سایت به اطلاع کلیه بازاریابان می رسد.

### ۱. دامنه کاربرد

مشمول بر کلیه بازاریابان شرکت بازاریابی شبکه ای گسترش بهداشت ارغوان

### ۲. تعاریف

**شرکت:** شرکت بازاریابی شبکه ای گسترش بهداشت ارغوان به شماره ثبت ۴۹۵۷۹۵ در اداره کل ثبت شرکتها و مؤسسات تجاری در قالب شرکت سهامی خاص و مجوز بازاریابی شبکه ای به شماره ۰۴۴۷۸۱۳۶۶۴ از وزارت صنعت، معدن و تجارت است که افرادی را به صورت مستقیم یا غیر مستقیم به عنوان بازاریاب جذب کرده و تحت حمایت و آموزش مستمر شرکت قرار می دهد.

**بازاریابی شبکه ای:** روشی است که طی آن بازاریاب کالا را به صورت مستقیم و بدون نیاز به واسطه، به مصرف کننده نهایی می رساند.  
**کالا:** همه کالاهای عرضه شده شرکت که توسط پایگاه اینترنتی رسمی شرکت ([www.gostareshmlm.ir](http://www.gostareshmlm.ir)) جهت فروش به نمایش گذاشته می شود.  
**ثبت نام:** مرحله ای است به منظور دریافت اطلاعات شخصی افرادی که مایل به همکاری با طرح فروش شرکت می باشند. که ثبت نام نهایی در صورت تایید شرکت انجام می پذیرد.

**قرارداد:** فرمی است مشتمل بر شرایط همکاری بازاریاب و شرکت و تعهدات طرفین که هنگام احراز هویت بازاریاب توسط وی تکمیل و امضاء می شود.  
**بازاریاب:** شخصیتی حقیقی است که با تکمیل نمودن مراحل ثبت نام در سایت شرکت گسترش بهداشت ارغوان و سپس در صورت تایید شرکت به عنوان بازاریاب شناخته میگردد، که با فروش کالا به مصرف کننده نهایی و حمایت و تشویق مجموعه خود باعث افزایش فروش کالاهای شرکت می شود.  
**مشتری عادی:** شخصیتی حقیقی است که که محصولات شرکت را صرفاً برای استفاده شخصی خود یا اطرافیان خود از طریق یکی از نمایندگان فروش شرکت یا به طور مستقیم از طریق وب سایت شرکت خریداری می کند و با شرکت هیچ تعاملی ندارد.  
**بازاریاب مستقل:** به کسی گفته می شود که توان فروش دارد، اما توان شبکه سازی ندارد.

**خریدار:** کسی است که یک یا چند کالا که در سایت شرکت ([www.gostareshmlm.ir](http://www.gostareshmlm.ir)) است را به روش مشتری عادی یا بازاریاب خریداری نماید.  
**معرف:** بازاریابی است که شخص یا اشخاص دیگری را برای همکاری به عنوان بازاریاب به شرکت معرفی می کند.  
**کد واحد:** کد منحصر به فردی است که پس از تکمیل روند ثبت نام ، احراز هویت و پس از تایید شرکت به عنوان بازاریاب جهت شناسایی کلیه ارتباطات کاری و مالی بازاریاب با شرکت به وی اختصاص داده می شود.

**دفتر کار اینترنتی:** منظور محیطی است مجازی در پایگاه اینترنتی شرکت که توسط شرکت به هر متقاضی همکاری که تقاضای همکاری وی توسط شرکت پذیرفته شده باشد، اختصاص می یابد تا بتواند قدرت نظارت کامل به فعالیت خود و زیر مجموعه هایش را داشته باشد و بتواند تمامی فعالیت ها و امور مالی خود را کنترل و مدیریت نماید.

**تیم فروش:** هر گاه هر بازاریاب به عنوان فروشنده کالایی را فروخت و خریدار تمایل به بازاریابی کالا نمود آنگاه فروشنده به منظور بالا بردن فروش میتواند خریدار کالا را که تمایل به کار بازاریابی دارد به شرکت به عنوان متقاضی همکاری معرفی کند و شرکت متقاضی همکاری جدید را به عنوان بازاریاب در گروه فروش فروشنده معرف در نظر میگیرد این مرحله میتواند درباره بازاریاب جدید نیز انجام گیرد.

**طرح درآمدزایی:** طرحی است که بر اساس آن پورسانت ها و پاداش های بازاریابها محاسبه شده و پرداخت می شود. این طرح در وبسایت شرکت به تفصیل توضیح داده شده است.

**پورسانت:** حق الزحمه ای است که در قبال فروش کالاهای شرکت توسط بازاریاب و مجموعه اش، مطابق با طرح درآمدزایی شرکت به بازاریاب پرداخت می شود.

## آیین نامه انضباطی

**دفتر رسمی:** هر دفتر شرکت که مجوز کمیته نظارت بر فعالیت شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای را کسب کرده باشد که شامل دفتر مرکزی و شعبه‌های دیگر شرکت است.

**رده‌ها:** سطوح مختلف فعالیت و کسب درآمد و به تبع جایگاه کاری است که در ازای فعالیت بازاریابان در شرکت و بر اساس شرایط خاص درج شده در طرح، اختصاص می‌یابد.

### ۳. قوانین

۳-۱ متقاضی باید به سن قانونی رسیده باشد

۳-۲ متقاضی باید هنگام آغاز به کار و در طول مدت کار ممنوع معامله، ممنوع الکار و کارمند رسمی شرکت نباشد.

۳-۳ متقاضی باید دارای صلاحیت‌های عمومی برای کار باشد.

3-4 بعد از بررسی درخواست ثبت نام متقاضی، شرکت بر مبنای اهداف، حقوق و قوانین خود می‌تواند او را به عنوان بازاریاب شرکت قبول یا رد کند.

۳-۵ متقاضی جهت ثبت نام در شرکت باید از طریق وبسایت شرکت اقدام کند و جهت احراز هویت بوسیله ارائه مدارک و اطلاعات کامل هویتی و امضای قرارداد حداکثر تا ۱۰ روز کاری بعد از ثبت نام به دفتر رسمی شرکت یا اداره پست اعلام شده توسط سایت رسمی شرکت مراجعه کند. در پایان ثبت نام و تایید شرکت کد واحد بازاریاب برای او صادر شده و دفتر کار الکترونیکی او فعال می‌شود و در صورت عدم مراجعه ثبت نام وی کأن لم یکن تلقی شده و دفتر کار الکترونیکی او مسدود می‌گردد .

۳-۶ هر بازاریاب حق دارد فقط یک جایگاه و دفتر کار الکترونیکی در اختیار داشته باشد.

۳-۷ دفتر کار الکترونیکی به صورت رایگان به بازاریاب اعطا می‌شود. هیچ وجهی تحت عنوان حق عضویت، حق جایگاه یا عناوین دیگر برای شروع کار بازاریاب از وی دریافت نمی‌شود.

۳-۸ بازاریاب برای شروع به کار مجبور به خرید کالا نیست و پس از گذراندن دوره آموزشی ابتدایی می‌تواند فعالیت خود را آغاز کند.

3-9 متقاضی و بازاریاب باید اطلاعات شخصی (نام، نام خانوادگی، کد ملی، آدرس، کدپستی و ...) خود و کد واحد معرف را کاملاً دقیق و بدون خطا درج کند. نام، نام خانوادگی و کد ملی بازاریاب در دفتر کار الکترونیکی قابل تغییر نیستند. درج اطلاعات نادرست منجر به عدم پرداخت پورسانت‌ها و تعقیب شخص متخلف به عنوان کلاهبردار خواهد شد.

۳-۱۰ بازاریاب حق ندارد پس از صادر شدن کد واحد در هیچ شرکت بازاریابی دیگری تحت هر عنوانی فعالیت کند..

۳-۱۱ بازاریاب اختیار اهداء، فروش، واگذاری یا انتقال امتیاز توزیع‌کنندگی خود را به دیگران ندارد.

۳-۱۲ مالیات بر ارزش افزوده کالا که توسط قانون تعیین می‌شود به قیمت کالا اضافه می‌شود و خریدار آن را پرداخت می‌کند سپس طبق قانون توسط شرکت از درآمد وی کسر شده و به مراجع ذی‌ربط پرداخت می‌شود.

۳-۱۳ پورسانت بازاریاب از قیمت درج شده کالا در وبسایت شرکت پرداخت می‌شود.

۳-۱۴ همه پرداخت‌ها و دریافت‌های مالی از طریق حساب‌های بانکی فقط به نام بازاریاب انجام می‌گردد.

3-15 بازاریاب برای سفارش کالا باید از طریق گزینه خرید کالا که در دفتر کار الکترونیکی وی تعبیه شده است اقدام کرده و در ادامه وجه آن را به صورت آنلاین از طریق درگاه‌های مالی بانکی موجود شرکت پرداخت کند.

۳-۱۶ بازاریاب هم از طریق پست و هم مراجعه حضوری به دفتر رسمی شرکت می‌تواند کالایش را دریافت کند.

۳-۱۷ کالای خریداری شده توسط بازاریاب فقط به خود او یا نماینده قانونی او تحویل داده می‌شود.

۳-۱۸ زمان دریافت کالا از طریق پست حداقل یک هفته و از طریق مراجعه حضوری حداقل یک ماه پس از خرید کالا است.

۳-۱۹ بازاریاب هنگام خرید کالا باید فرم سفارش را به طور دقیق و کامل پر کند. شرکت در صورت خطا و به وجود آمدن مشکل در تحویل کالا هیچ مسئولیتی نمی‌پذیرد و مسئولیت آن بر عهده بازاریاب است.

۳-۲۰ در صورتی که کالا نقص داشته باشد خریدار باید برای تعویض آن تا ۴۸ ساعت اقدام کند. شرکت موظف است آن را تعویض کرده و تمام هزینه‌ها به عهده شرکت است.

۳-۲۱ تمامی اطلاعات مربوط به کالاها (نوع، ابعاد، وزن، تصاویر کامل، قیمت، و ...) به طور کامل و صحیح در وبسایت شرکت درج شده است .

## آیین نامه انضباطی

**۳-۲۲** بازاریاب هیچ وکالتی از طرف شرکت ندارد؛ یعنی حق ندارد برای مذاکره و عقد قرارداد خود را نماینده شرکت اعلام کرده و با شخص حقیقی یا حقوقی دیگری قرارداد امضاء کند، مگر آنکه مجوز رسمی از شرکت داشته باشد.

**3-23** شرکت در قبال گفتار و وعده‌های دروغین بازاریاب که خارج از قوانین و مقررات شرکت است، اغفال مشتری یا متقاضی همکاری توسط بازاریاب، اطلاعات نادرست و بزرگنمایی‌های ناصحیح درباره مدیران شرکت، گران فروشی و کم فروشی بازاریاب و موارد دیگر تخطی بازاریاب از مفاد قوانین و قرارداد، هیچ مسؤولیتی نداشته و مسؤولیت آن مستقیماً بر عهده بازاریاب است. اگر به این واسطه خسارتی مالی یا اعتباری به شرکت وارد شود بازاریاب موظف است خسارات وارده را جبران کند. شرکت حق اقامه دعوی را برای خود محفوظ می‌داند.

**۳-۲۴** بازاریاب حق دارد فقط کالاهای شرکت را بر اساس روش مورد تأیید شرکت معرفی کرده و بفروشد.

**۳-۲۵** درآمد بازاریاب تنها از طریق پورسانت فروش کالاهای شرکت طبق طرح درآمدزایی حاصل می‌شود.

**۳-۲۶** بازاریاب باید بازاریاب‌های مجموعه خود را آموزش داده و آن‌ها را تشویق و حمایت کند.

**۳-۲۷** بازاریاب باید همه اطلاعات و اسناد فراهم شده توسط شرکت را اکیداً محرمانه تلقی کرده و از آن‌ها در راستای منافع خود یا شخص ثالث استفاده نکند.

**۳-۲۸** بازاریاب قبل از توضیح به مشتری یا متقاضی احتمالی باید کارت عضویت خود را که حاوی کد ملی، کد واحد و کد شرکت است ارائه دهد. توضیحات نباید بدون رضایت طرف مقابل صورت پذیرد و هر جا او درخواست کرد باید به توضیحات پایان دهد.

**۳-۲۹** بازاریاب نباید به هیچ وجه شخصی را مجبور به ثبت نام، بازاریابی یا خرید کالای شرکت کند. در صورت محرز شدن این امر شرکت دفتر کار الکترونیکی وی را مسدود کرده و فرد خاطی را به مراجع ذیصلاح معرفی می‌کند.

**3-30** بازاریاب حق ندارد هیچ‌گونه وجه نقدی را از بازاریاب‌های مجموعه خود جهت خرید کالا درخواست یا دریافت کند. ارتباط مالی بین بازاریاب‌ها جهت خرید کالا مطلقاً ممنوع است. اگر چنین تخلفی صورت پذیرد شرکت دفتر کار الکترونیکی وی را مسدود کرده و اقدام‌های قانونی علیه وی انجام خواهد شد.

**3-31** بازاریاب می‌تواند داوطلبانه از طریق بخش مربوط در دفتر کار الکترونیکی لغو قرارداد و اتمام ادامه همکاری با شرکت را درخواست کند. انصراف بازاریاب حداکثر تا یک هفته پس از دریافت درخواست و احراز هویت وی توسط شرکت بررسی و قطعی خواهد شد.

**۳-۳۲** بازاریاب اجازه ندارد متقاضی بازاریاب دیگر را جذب کند.

**۳-۳۳** بازاریاب نباید کالاهای شرکت را از طریق حراج اینترنتی عرضه کرده و بفروشد. فروش به غیر از مصرف‌کننده نهایی ممنوع است.

**۳-۳۴** بازاریاب نباید ادعا کند که در استخدام شرکت است. به هنگام معرفی فرصت‌های شغلی شرکت باید تأکید کند که پیشنهاد این کار، پیشنهاد راه اندازی یک تجارت مستقل است نه پیشنهاد استخدام. به علاوه، بازاریاب به هیچ وجه اختیار ندارد مسؤولیتی را از طرف شرکت بر عهده کسی بگذارد یا کسی را مقید به انجام وظیفه ای از طرف شرکت کند.

**۳-۳۵** از آنجایی که بازاریاب، کارمند یا استخدام شده شرکت نیست، لذا نمی‌تواند برای بیمه اجباری، بیمه بیکاری، حقوق ثابت، پاداش، عیدی، سنوات و هزینه‌های انجام شده برای امور بازاریابی ادعایی کند.

**3-36** تحت هیچ شرایطی بازاریاب حق بسته بندی مجدد و هرگونه تغییر در بسته بندی یا برچسب‌های محصولات را ندارد. محصولات شرکت فقط باید در بسته‌بندی اصلی خود به فروش برسد.

**۳-۳۷** بازاریاب بدون داشتن مجوز کتبی از شرکت اجازه ندارد از ابزارهای تبلیغاتی نظیر اینترنت (سایت‌ها و وبلاگ‌ها، انجمن‌های گفتگو، شبکه‌های اجتماعی و غیره)، پیام کوتاه، برگزاری همایش‌ها، تبلیغات شهری، توزیع تراکت و بروشور، رادیو، تلویزیون یا هر وسیله‌ای غیر از تبلیغ کلامی و شفاهی استفاده کند.

**۳-۳۸** برگزاری جلسات عمومی خارج از دفتر رسمی شرکت مانند سمینارهای آموزشی، همایش‌ها و ... منوط به داشتن مجوز از شرکت و همانگی با کمیته نظارت بر فعالیت شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای است. در صورت تخلف مسؤولیت آن به عهده بازاریاب‌های خاطی است و شرکت هیچ مسؤولیتی بر عهده نخواهد گرفت.

**۳-۳۹** ارسال هرنامه اینترنتی (ارسال ایمیل به کسانی که مایل به دریافتش نیستند) کاملاً غیر مجاز است.

**۳-۴۰** رعایت پوشش و شئونات مطابق قوانین جمهوری اسلامی ایران در تمام دفاتر رسمی کار توسط بازاریاب الزامی است. شرکت در صورت عدم رعایت می‌تواند از حضور او جلوگیری کند.

## آیین نامه انضباطی

۳-۴۱ بازاریاب موظف است کلیه قوانین و مقررات وزارت «صنعت، معدن و تجارت» در خصوص بازاریابی شبکه ای را مطالعه و رعایت کند. مطالعه قوانین و مقررات شرکت، تعهدات مفاد قرارداد، منشور اخلاقی، آیین نامه انضباطی و قوانین مرتبط دیگر نیز برای بازاریاب الزام آور است. در صورت هر گونه تغییر در این قوانین، بازاریاب باید خود را با این تغییرات همگام سازد. در صورت عدم رعایت، شرکت اختیار دارد که قرارداد همکاری را به طور یک طرفه لغو کند.

۳-۴۲ بازاریابان ملزم به رعایت امانتداری در نگهداری اموال و اطلاعات شرکت می‌باشند.

۳-۴۳ بازاریابان مکلف به رعایت حُسن ادب در برخورد با اربابان رجوع و مشتریان، همکاران و بازاریابان دیگر می‌باشند.

۳-۴۴ بازاریاب حق ندارد کالای شرکت را به قیمتی گران‌تر از قیمت درج شده در وبسایت شرکت به اضافه مالیات بر ارزش افزوده و هزینه‌های دیگر به مشتری بفروشد.

۳-۴۵ با توجه به حذف ماده ۱۰۴ قانون مالیات‌های مستقیم لازم اجرا از ۱۳۹۵/۰۱/۰۱، مالیات بر درآمد این قرارداد برعهده بازاریاب است که خود مکلف به اظهار آن به مراجع زیربط و پرداخت آن می‌باشد.

**تبصره:** عدم رعایت موارد فوق متناسب با شرایط متخلف و دفعات تکرار آن مشمول تنبیهات خواهد شد.

## ۴. عناوین و مفاهیم

**تخلف:** هرگونه بروز اخلاقی و بی نظمی در روند طبیعی کار و کاهش کمی و کیفی خدمات که موجب خسارت گردد.

**پاداش:** جوایز نقدی و غیر نقدی است که شرکت در هنگام رسیدن بازاریابان به شرایط خاصی که در پلن ذکر شده است، به آنها پرداخت می‌کند.

**تشویق:** مبلغ نقدی یا غیر نقدی است که در ازای ارائه برخی خدمات از قبیل ایده، پیشنهاد و ... بوسیله بازاریابان که منجر به ایجاد ارزش افزوده در شرکت شود، به آنها تقدیم می‌شود. ملاک پرداخت، تایید شرکت است.

**تنبیه:** اقداماتی است که در ازای هر عملی که خلاف قوانین و ارزشهای شرکت باشد، اعمال می‌گردد.

## ۵. اجرای آیین نامه

به منظور اجرای دقیق و صحیح این آیین نامه، کمیته انضباطی با ترکیب زیر تشکیل و به موضوعات رسیدگی می‌نمایند.

- مدیر عامل یا نماینده وی

- مدیر اداری یا نماینده وی

- مدیر مالی یا نماینده وی

- مدیر آموزش یا نماینده وی

- سرپرست بازاریاب

- در صورت لزوم شخص بازاریاب

- دبیر

**تبصره ۱:** کلیه مکاتبات و دعوتنامه‌ها توسط دبیر کمیته تنظیم و با امضای مدیر عامل بعنوان رئیس ارسال می‌شود.

**تبصره ۲:** دبیر کمیته موظف است بطور منظم و ماهیانه گزارش عملکرد کمیته را با امضای مدیر عامل تنظیم و در صورت لزوم به کمیته

نظارت بر بازاریابی شبکه ای ارسال نماید.

**تبصره ۳:** به منظور تسریع در جمع آوری دلایل و تهیه و تکمیل اطلاعات و مدارک، کمیته می‌تواند حسب مورد از یک یا چند گروه تحقیق

استفاده نماید و یا جهت ادای توضیحات الزام از بازاریاب خاطی دعوت بعمل آورد.

## آیین نامه انضباطی

**تبصره ۴:** در صورت فوت، استعفا، اخراج و یا عدم حضور هر یک از افراد در جلسات، مدیر عامل فرد دیگری را بجای وی منصوب می نماید.

**تبصره ۵:** عدم حضور در سه جلسه متوالی به منزله استعفا از کمیته تلقی خواهد شد و مدیر عامل فرد دیگری را جایگزین خواهد کرد.

**تبصره ۶:** حد نصاب حضور اعضاء در کمیته انضباطی جهت رسمیت جلسه ۴ نفر می باشد که تصمیمات کمیته در کلیه موارد با اکثریت آراء معتبر است.

**تبصره ۷:** تصمیم کمیته پس از اخذ نظر مدیر عامل و لحاظ مصالح شرکت توسط مدیر عامل تایید و توسط دبیر کمیته ابلاغ خواهد شد.

**تبصره ۸:** کمیته انضباطی می تواند در جلسات خود از نظر مشورتی سایر بازاریابان یا شهود ذیربط استفاده نماید که ایشان در جلسات مذکور فاقد حق رای هستند، مگر در مواردی که خود عضو کمیته باشد.

کلیه آراء کمیته در ۲ نسخه صادر و توسط دبیر کمیته به شرح ذیل ابلاغ خواهد گردید:

- یک نسخه جهت بایگانی در مستندات کمیته

- یک نسخه جهت ثبت و درج در پرونده بازاریابی بازاریاب

## ۶. موارد تشویق

موارد ذیل در صورت بروز از طرف هر یک از بازاریابان و به منظور قدردانی از ایشان در راستای ایجاد محیطی فعال ، پویا و ترغیب دیگر بازاریابان به انجام این امور توسط کمیته انضباطی و با تأیید مدیریت عامل با توجه به میزان اهمیت موضوع مورد تشویق قرار خواهند گرفت .

۱. ارائه ابتکار و طریقه عملی در افزایش کیفیت خدمات فروش و بهبود شرایط کار
۲. ارائه راه کار عملی که منجر به کاهش اتلاف زمان و هزینه و افزایش بهره وری برای شرکت با حداقل هزینه و در حد توان شرکت..
۳. رضایت سرپرست مستقیم یا بازاریابان ارشد بازاریاب مربوطه.
۴. اقدامات موثر و به موقع در هنگام قرار گرفتن در شرایط حساس و هزینه ساز
۵. احساس مسئولیت نسبت به شرکت و همکاران و سایر بازاریابان.
۶. عملی که موجب غرور ملی و افزایش حیثیت و اعتبار برای شرکت گردد .
۷. حمایت از منافع شرکت که از این طریق موجب افزایش اعتبار شرکت و یا کاهش هزینه و یا افزایش سود شرکت گردد.
۸. و مواردی که بعدها توسط مدیریت یا کمیته انضباطی تدوین گشته به آئین نامه اضافه میگردد .

با توجه به موارد مطروحه و بنا به تشخیص و تصویب کمیته انضباطی و مدیریت عامل در جهت تشویق بازاریابان با توجه به اهمیت موضوع اعمال و ابلاغ میگردد.

۱. تشویق کتبی و درج در پرونده
۲. اعطای پاداش نقدی و یا جنسی
۳. ارتقاء
۴. اعزام به کلاسهای آموزشی در جهت ارتقاء
۵. مواردی که بعدها در کمیته انضباطی لحاظ و مورد نظر قرار خواهد گرفت.

## ۷. تخلفات

هر گونه کوتاهی در انجام امور و یا هر گونه فعل و یا ترک فعل که موجب نقض مقررات شرکت (آئین نامه ها ، بخش نامه ها ، احکام و دستورات کتبی و شفاهی مدیریت و بروز اختلال در روند فروش و بهره وری ، افزایش هزینه ها، ایجاد ضرر و زیان برای شرکت را فراهم سازد قصور و تخلف محسوب می‌گردد.

– تخلفات :

الف: تخلفات گروه ۱: تخلفاتی است که انحصاراً توسط شرکت رسیدگی می شود.

۷-۱) - (کد تخلف ۱۰۱) عدم رعایت آئین نامه ها، بخشنامه ها، مقررات کمیته نظارت بر بازاریابی شبکه ای و شرکت شبکه ای گسترش بهداشت ارغوان

۷-۲) - (کد تخلف ۱۰۲) طرح مسائل و معضلات اجتماعی و سیاسی و بزرگ سازی موارد ضعف دولتی و مدیریتی و دست آویز قرار دادن آنها برای توجیه کردن رفتار.

۷-۳) - (کد تخلف ۱۰۳) فروش کالال زیر قیمت مصوب و درج شده بر روی کالال.

۷-۴) - (کد تخلف ۱۰۴) پرداخت هر گونه پاداش و مشوق های کاذب به اعضاء سازمان فروش توسط بازاریابان به بازاریابان زیر مجموعه (خارج از طرح درآمدزایی شرکت).

۷-۵) - (کد تخلف ۱۰۵) تحت شعاع قراردادن ارزش های انسانی و هدف های عالی نظام و مقام معظم رهبری.

۷-۶) - (کد تخلف ۱۰۶) دادن وعده های دروغین و خالف برنامه های شرکت.

۷-۷) - (کد تخلف ۱۰۷) ارائه هر گونه اطلاعات یا گزارش خالف واقع یا قانون به همکاران، مدیران و یا بازاریابان.

۷-۸) - (کد تخلف ۱۰۸) عدم رعایت حقوق افراد

۷-۹) - (کد تخلف ۱۰۹) ایجاد روابط دوستانه و صمیمانه با فرد جنس مخالف در هر رده ای در مجموعه

۷-۱۰) - (کد تخلف ۱۱۰) ترغیب و تشویق سایر بازاریابان به جابجایی جایگاه بازاریابی شان از شرکتی دیگر.

۷-۱۱) - (کد تخلف ۱۱۱) برقراری جلسات خارج از محیط دفتر مرکزی و شعبه شرکت

۷-۱۲) - (کد تخلف ۱۱۲) برخورد نامناسب که منجر به درگیری لفظی و فیزیکی با مشتریان و همکاران و بازاریابان، مشروط بر آن که شاکه خصوصی نداشته باشد.

۷-۱۳) - (کد تخلف ۱۱۳) کوتاهی بازاریابان در انعکاس به موقع تخلفات بازاریابان زیر مجموعه خود.

۷-۱۴) - (کد تخلف ۱۱۴) انجام اعمال و اقدامی که موجب تاخیر در انجام عملیات کاری شرکت گردد.

۷-۱۵) - (کد تخلف ۱۱۵) ایجاد مزاحمت برای نوامیس.

۷-۱۶) - (کد تخلف ۱۱۶) ترغیب به خرید و یا فروش اجباری

۷-۱۷) - (کد تخلف ۱۱۷) عدم استفاده از لباس متناسب با شئونات اسالمی و اداری به هنگام کار در محل دفتر مرکزی یا سایر شعب شرکت.

توجه: برای خانم ها در این شرکت رعایت کامل حجاب و پوشش اسالمی الزامی می باشد.

برای آقایان پوشش طبق شئونات اسالمی و عرف جامعه الزامی است.

۷-۱۸) - (کد تخلف ۱۱۸) رفتار دور از نزاکت و ناشایست نسبت به سایر بازاریابان، مراجعان یا کارمندان و ایجاد نزاع و درگیری و تشویش اذهان.

- ۱۹-۷) - (کد تخلف ۱۱۹) برهم زدن نظم کالس و مجموعه و ...
- ۲۰-۷) - (کد تخلف ۱۲۰) انجام و یا اشاره به انجام کاری قبیح و ناپسند
- ۲۱-۷) - (کد تخلف ۱۲۱) استعمال دخانیات در محل های ممنوع در دفتر مرکزی شرکت و یا شعب شرکت.
- ۲۲-۷) - (کد تخلف ۱۲۲) توهین به کلیه عوامل اجرایی شرکت (مدیریت، بازرسین، نگهبان و سایر کارمندان)
- ۲۳-۷) - (کد تخلف ۱۲۳) تحت فشار قراردادن افراد جهت ترک کار حاضر خود و پیوستن به مجموعه
- ۲۴-۷) - (کد تخلف ۱۲۴) انجام تبلیغات اغوا کننده.
- ۲۵-۷) - (کد تخلف ۱۲۵) تسامح و سهل انگاری در حفظ اموال و اسناد و یا اهمال و قصور که موجب بروز حادثه گردد و یا موجب آسیب دیدن اموال شرکت شود.
- ۲۶-۷) - (کد تخلف ۱۲۶) هر گونه عملیات بازاریابی و فروش در محیط های اداری، نظامی، آموزشی و فرهنگی.
- ۲۷-۷) - (کد تخلف ۱۲۷) استفاده از کلمات نامناسب و توهین آمیز و ناسزا در آموزش ها .
- ۲۸-۷) - (کد تخلف ۱۲۸) استفاده از مثال های مادیگرایانه، کومونیستی و فراماسونری و سایر مکاتب منافی با مکاتب اسلامی
- ۲۹-۷) - (کد تخلف ۱۲۹) نقل قول نادرست و فاقد سند از اشخاص سیاسی و مراجع اعظام و تحریف سخنان آنها
- ۳۰-۷) - (کد تخلف ۱۳۰) استفاده از جاذبه های غیر متعارف برای جذب بازاریاب در سیستم
- ۳۱-۷) - (کد تخلف ۱۳۱) نسبت دادن شرکت به ارگانها و سازمان های دولتی و...
- ۳۲-۷) - (کد تخلف ۱۳۲) تغییر تحریف و یا استفاده نادرست از مفاهیم آیات، روایات و تفاسیر آنها، قسم خوردن بر نام خدا، پیامبر اکرم و ائمه اطهار در تمامی مراحل آموزش
- ۳۳-۷) - (کد تخلف ۱۳۳) استفاده از نمادها و جمالتی که سیستم فروش را به سیستم هرمی شبیه می سازد، استفاده از ایده ها و مثال های هرمی
- ۳۴-۷) - (کد تخلف ۱۳۴) تخریب شرکتهای دیگر و یا تیمهای بازاریابی دیگر و یا بازاریابان دیگر
- ۳۵-۷) - (کد تخلف ۱۳۵) مقایسه تیم خود و فعالیت های تیم خود با سایر تیم ها و فعالیت آنها
- ۳۶-۷) - (کد تخلف ۱۳۶) دادن قول های سود و فروش های ویژه در تمامی محافل که مورد تایید شرکت نیست
- ۳۷-۷) - (کد تخلف ۱۳۷) ترغیب کارمندان شرکت شبکه ای گسترش بهداشت ارغوان و یا افراد درجه یک آنان به انجام کار بازاریابی شبکه ای
- ۳۸-۷) - (کد تخلف ۱۳۸) توهین و تمسخر گویش یا لهجه مختص به قشری از جامعه ، توهین به اقلیت های مذهبی و اجتماعی
- ۳۹-۷) - (کد تخلف ۱۳۹) اشاعه فرهنگ بی بند و باری و یا غربی
- ۴۰-۷) - (کد تخلف ۱۴۰) هر گونه سوء استفاده از مقام و موقعیت بازاریابی خود
- ۴۱-۷) - (کد تخلف ۱۴۱) استفاده از هیجانان خارج از عرف
- ۴۲-۷) - (کد تخلف ۱۴۲) عدم درج کارت شناسایی
- ۴۳-۷) - (کد تخلف ۱۴۳) برقراری استراتژی فروش (پیش انباشته سازی)

## آیین نامه انضباطی

- ب - تخلفات گروه ۲: شامل تخلفاتی است که علاوه بر برخورد توسط شرکت در صورت صالح‌دید به مراجع ذیصلاح قانونی نیز ارجاع داده می‌شود.
- ۷-۴۴ ( - کد تخلف ۱۴۴ ) بی حرمتی به موازین شرع مقدس اسلام و شئون نظام جمهوری اسلامی ایران و همچنین انجام بحث‌های سیاسی و یا گروهی و یا فرقه‌ای در محل دفتر مرکزی و یا شعب شرکت.
- ۷-۴۵ ( - کد تخلف ۱۴۵ ) رشوه دادن، رشوه گرفتن، سرقت، اختلاس و هرگونه سوء استفاده از اموال و دارئیهای شرکت.
- ۷-۴۶ ( - کد تخلف ۱۴۶ ) اختفاء، حمل مواد مخدر و مشروبات الکلی CD های غیر مجاز، صالح سرد و گرم و موضوعات خالف شرع.
- ۷-۴۷ ( - کد تخلف ۱۴۷ ) توزیع و خرید و فروش مواد مخدر و مشروبات الکلی CD های غیر مجاز، صالح سرد و گرم و موضوعات خالف شرع.
- ۷-۴۸ ( - کد تخلف ۱۴۸ ) افشای اخبار، اطلاعات و آمار محرمانه شرکت یا نشر آن به هر ترتیب.
- ۷-۴۹ ( - کد تخلف ۱۴۹ ) کارشکنی، شایعه پراکنی و شرکت در تحصن‌ها، تظاهرات و اعتصابات غیر قانونی در شرکت.
- ۷-۵۰ ( - کد تخلف ۱۵۰ ) ایراد ضرب و جرح در شرکت نسبت به همکاران و بازاریابان در موردی که شاکی خصوصی دارد.
- ۷-۵۱ ( - کد تخلف ۱۵۱ ) توقف، اختفاء بازرسی یا بازکردن پاکت‌ها و محمولات پستی یا معدوم کردن آنها و استراق سمع.
- ۷-۵۲ ( - کد تخلف ۱۵۲ ) فحاشی، توهین، تهمت، افتراء و بی حرمتی نسبت به مدیران یا همکاران و یا بازاریابان.
- ۷-۵۳ ( - کد تخلف ۱۵۳ ) جعل، الحاق، مخدوش و تحریف اسناد و مدارک شرکت و ارائه مدارک تقلبی به قصد سوء استفاده شخصی و گروهی.
- ۷-۵۴ ( - کد تخلف ۱۵۴ ) انجام رفتار و یا اقدامی که منجر به گرفتن اختاریه شرکت توسط کمیته محترم نظارت بر بازاریابی شبکه‌ای گردد.
- در مورد تخلفات گروه ۲ مدیران شرکت می‌توانند موضوع را جهت رسیدگی به مراجع قضائی احاله نمایند، در صورت توقیف بازاریاب مربوطه، قرارداد کاری وی در مدت توقیف به حالت تعلیق در می‌آید.**

تبصره ۱: در موردی که در اثر اهمال بازاریاب ضرر و زیانی متوجه مدیران و یا شرکت گردد، جبران ضرر و زیان طبق رای مراجع قضائی به عهده بازاریاب مربوطه خواهد بود.

### ۸. تنبیهات

- ۱- تذکر کتبی با درج در پرونده بازاریابی و میزکار و کمیته انضباطی و فرصت ده روز جهت اصلاح عملکرد و ارائه مدارک مثبتة اصلاح عملکرد.
  - ۲- تذکر کتبی به بازاریاب با درج در پرونده بازاریابی و میزکار و کمیته انضباطی و فرصت ده روز جهت اصلاح عملکرد و ارائه مدارک مثبتة اصلاح عملکرد، تعلیق جایگاه بازاریابی وی به مدت یک ماه و عدم دریافت پورسانت در دوران تعلیق.
  - ۳- تذکر کتبی به بازاریاب با درج در پرونده بازاریابی و میزکار و کمیته انضباطی و فرصت ده روز جهت اصلاح عملکرد و ارائه مدارک مثبتة اصلاح عملکرد و تعلیق جایگاه وی به مدت دو ماه و عدم دریافت پورسانت در کل دوران تعلیق.
  - ۴- تذکر کتبی به بازاریاب با درج در پرونده بازاریابی و میزکار و کمیته انضباطی و فرصت ده روز جهت اصلاح عملکرد و ارائه مدارک مثبتة اصلاح عملکرد و تعلیق جایگاه وی به مدت سه ماه و عدم دریافت پورسانت در کل دوران تعلیق.
  - ۵- تذکر کتبی به بازاریاب با درج در پرونده بازاریابی و میزکار و کمیته انضباطی و فرصت ۱۵ روز جهت لغو جایگاه.
- نحوه اعمال تنبیهات بر تخلفات به شرح ذیل می‌باشد.



## آیین نامه انضباطی

جدول تخلفات گروه یک

تندیها			كد تخلف
نوبت سوم	نوبت دوم	نوبت اول	
			101
5	4	3	102
5	4	3	103
4	3	2	104
*	5	4	105
3	2	1	106
3	2	1	107
3	2	1	108
5	4	3	109
4	3	2	110
4	3	2	111
3	2	1	112
3	2	1	113
3	2	1	114
*	5	4	115
5	4	3	116
3	2	1	117
3	2	1	118
3	2	1	119
3	2	1	120
3	2	1	121
3	2	1	122
3	2	1	123
5	4	3	124
5	4	2	125
4	2	1	126
4	2	1	127
*	5	4	128
*	5	4	129
5	4	3	130
5	4	3	131
5	4	3	132
5	3	2	133
4	2	1	134
3	2	1	135
4	2	1	136
4	2	1	137
4	3	2	138
3	2	1	139
3	2	1	140
5	3	2	141
3	2	1	142
5	4	2	143

## آیین نامه انضباطی

### جدول تخلفات گروه دو

تنبیهاات			كد تخلف
نوبت سوم	نوبت دوم	نوبت اول	
*	*	5	144
*	*	5	145
*	*	5	146
*	*	5	147
*	*	5	148
*	*	5	149
*	*	5	150
*	*	5	151
*	*	5	152
*	*	5	153
*	*	5	154
*	*	5	155
*	*	5	156
*	*	5	157
*	*	5	158
*	*	5	159

در مورد وقوع تخلف، جهت رسیدگی به فعل فرد متخلف، به ترتیب زیر عمل خواهد شد :

سرپرست مستقیم بازاریاب و یا بازاریابان ارشد و مدیران ، برحسب مورد، نسبت به نوع تخلف، موضوع را کتباً گزارش نموده و از طریق دبیر کمیته موضوع به کمیته انضباطی ارجاع می گردد.

در مورد هر یک از قصورات ذکر شده به دستور مدیریت و تصمیمات متخذه در کمیته انضباطی شرکت وبا توجه به میزان تخلف تنبیهات در نظر گرفته شده برای تخلفات با توجه به جداول اعمال میگردد.