وزارت کشور
سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور

بسمه تعالی

سال "تولید؛ دانش بنیان، اشتغال آفرین"

شماره: ۵۸۴۶۶
تاریخ: ۱۴۰۱/۱۰/۱۸
پیوست: دارد

معاونین محترم هماهنگی امور عمرانی استانداری های کشور

موضوع: ابلاغ شیوه‌نامه احداث و توسعه مراکز عرضه محصولات و فرآورده‌های کشاورزی

باسلام و احترام؛

در راستای اجرای بند ۱۸ ماده ۵۵ قانون شهرداری مصوب ۱۳۳۴، لایحه قانونی راجع به نحوه واگذاری اماکن و میادین و غرفه‌ها به‌منظور ایجاد تسهیل در تهیه و توزیع میوه و تره‌بار و فرآورده‌های کشاورزی مصوب ۱۳۵۸/۱۰/۰۵ شورای انقلاب و اصلاحات بعدی و بند۴ بخش(ب) تصویب‌نامه در خصوص مدیریت بخش میادین میوه و محصولات کشاورزی مصوب ۱۳۹۶/۰۲/۰۳هیات محترم وزیران، به پیوست **شیوه‌نامه احداث و توسعه مراکز عرضه محصولات و فرآورده‌های کشاورزی، ارزاق و مایحتاج عمومی تحت نظر شهرداری** که باهدف ارائه خدمات مناسب و موردنیاز شهروندان از طریق افزایش سرانه خدماتی و تسریع و تسهیل در احداث این مراکز تهیه‌شده است، جهت ابلاغ به شهرداری‌های تابعه آن استان ارسال می‌گردد. نظارت بر حسن اجرای این شیوه‌نامه بر عهده آن معاونت محترم می‌باشد.

مهدی سلیمی
رئیس سازمان

تهران- خیابان کارگرشمالی، بالاتر از بلوارکشاورز، پلاک۱۱۸۴ کدپستی:۱۴۱۸۷۳۳۵۱۶ تلفن: ۱۹الی ۶۳۹۰۱ www.imo.org.ir

وزارت کشور

سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور

معاونت امور شهرداری‌ها

شیوه‌نامه احداث و توسعه

مراکز عرضه محصولات و فرآورده‌های کشاورزی، ارزاق و مایحتاج عمومی تحت نظر شهرداری

دفتر محیط‌زیست و خدمات شهری

دی ماه ۱۴۰۱

کارگروه تهیه و تدوین شیوه‌نامه

آقای هاشم نوروزی فرد سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور- دفتر محیط‌زیست و خدمات شهری
آقایان: سید حسین اعرابی، داود داداشی چوان ، فرزاد بلندی ، بهزاد عبدالمحمد ، ایمان رادی پور و خانم شهلا جمشیدی شهرداری‌های تهران- سازمان مدیریت میادین میوه و تره‌بار
آقای امیر پاینده شهرداری مشهد- سازمان ساماندهی مشاغل شهری و فرآورده‌های کشاورزی
آقای ارکان کریمی شهرداری سقز- سازمان ساماندهی مشاغل شهری و فرآورده‌های کشاورزی
آقای حمیدرضا دهقانی شهرداری کاشان- سازمان ساماندهی مشاغل شهری و فرآورده‌های کشاورزی

ازجمله تأسیسات خدمات شهری که به‌موجب قوانین و مقررات مربوطه، وظیفه تهیه و تعیین آن بر عهده شهرداری واگذارشده است، احداث و توسعه مراکزی جهت عرضه مناسب محصولات کشاورزی و ارزاق عمومی موردنیاز شهروندان می‌باشد که نقش و اهمیت وجود این مراکز بیش‌ازپیش موردتوجه دولت قرارگرفته است.

نقش اثرگذار بازارهای عرضه محصولات و فرآورده‌های کشاورزی(میوه، تره‌بار، پروتئینی، لبنی و...) در اجرای سیاست‌های تنظیم بازار و کاهش حاشیه بازاریابی از طریق عرضه مستقیم محصولات کشاورزی باقیمت مناسب، موجب کاهش نرخ کالاها و نظارت کارآمدتر و اثربخش‌تر می‌شود و در مناطق مختلف کشور در تنظیم بازار کالاهای اساسی و مایحتاج عمومی مردم به‌ویژه دسترسی آسان‌تر در راستای امنیت غذایی و تأمین نیاز شهروندان نقش مهمی ایفا می‌کنند، لذا ایجاد و توسعه این تأسیسات خدمات شهری امری ضروری است(به دلیل نوع و ماهیت فعالیت و نحوه اداره میادین و بازارها که بر جنبه‌های نظارتی تکیه و تأکید داشته و امکانات و زیرساخت‌های عرضه را تأمین می‌نماید).

در این راستا به‌منظور تسریع و تسهیل در احداث، ساماندهی و توسعه مراکز عرضه محصولات و فرآورده‌های کشاورزی، ارزاق و مایحتاج عمومی در شهرها، این شیوه‌نامه تهیه و تدوین گردیده است و با توجه به شرایط و مقتضیات هر شهر قابل اقتباس و بهره‌برداری می‌باشد.

بخش اول) کلیات

ماده۱: قوانین و مقررات مربوطه

- بند۱۸ ماده ۵۵ قانون شهرداری مصوب ۱۳۳۴
- لایحه قانونی راجع به نحوه واگذاری اماکن و میادین و غرفه‌ها به‌منظور ایجاد تسهیل در تهیه و توزیع میوه و تره‌بار و فرآورده‌های کشاورزی مصوب ۱۳۵۸/۱۰/۵ شورای انقلاب جمهوری اسلامی ایران
- قانون اصلاح ماده‌واحده قانون نحوه واگذاری اماکن و میادین و غرفه توزیع میوه(مصوب ۱۳۵۸/۱۰/۵) مصوب ۱۳۷۲/۵/۲۰ مجلس شورای اسلامی
- بند۴ بخش(ب)تصویب‌نامه در خصوص مدیریت بخش میادین میوه و محصولات کشاورزی مصوب ۱۳۹۶/۰۲/۰۳ هیات وزیران

ماده۲: دامنه کاربرد

در شهرداری‌هایی که دارای شرایط و ظرفیت‌های لازم برای احداث مراکز عرضه محصولات و فرآورده‌های کشاورزی، ارزاق و مایحتاج عمومی هستند.

ماده۳: ضرورت و اهداف

با توجه به وظیفه مهم میادین و بازارهای میوه و فرآورده‌های کشاورزی در نظام توزیع و تنظیم بازار کشور، لزوم تدوین ضوابط و دستورالعمل‌ها و ایجاد زیرساخت‌ها برای رشد و شکوفایی هر چه بیشتر این مجموعه‌ها در سطح کشور ضروری به نظر می‌رسد. آثار و نتایج مثبت فعالیت و حضور این مراکز از جنبه‌های مختلف در کمک به معیشت و اقتصاد خانوار و صرفه‌جویی‌های اقتصادی در هزینه‌های تأمین سبد مصرفی خانوار(کمک به اقتصاد خانوار شهری) و همچنین کمک به اعتلا و توسعه بخش کشاورزی و تولیدکنندگان آن محصولات (اقتصاد خانوار روستایی) به‌طور مستقیم و غیرمستقیم اثرگذاراست:

۱- نقش مستقیم آن از طریق عرضه میوه، تره‌بار، فرآورده‌های کشاورزی و مایحتاج عمومی، باقیمت‌هایی پایین‌تر از میانگین قیمت‌های سطح شهر و کمک به‌صرفه جویی اقتصادی در هزینه‌های تأمین سبد مصرفی خانوار.

۲-نقش و آثار غیرمستقیم آن به دلیل حضور و فعالیت این مراکز که باعث تعدیل قیمت‌های عرضه میوه و تره‌بار، فرآورده های کشاورزی و مایحتاج عمومی در واحدهای صنفی فعال در محدوده این مراکز می‌گردد و به تعدیل قیمت در سطح شهر کمک می‌نماید. از طرفی با توجه به نوع و ماهیت فعالیت و کارکرد این سازوکار به دلیل نظارت‌های مستمر و نظام‌مند بر نحوه فعالیت بهره‌برداران فعال در غرف تحت اختیار ، باعث اثربخشی و کارآمدی بیشتر این نظارت‌ها و شاهد بروز نتایج مؤثرتری در این امر بوده ، به‌گونه‌ای که موجبات جلب اعتماد و رضایت هر چه بیشتر مصرف‌کنندگان را از بابت نظارت‌های سازمانی فراهم آورده است.

ماده٤: تعاریف و اصطلاحات

عبارات و اصطلاحات بکار رفته در این شیوه‌نامه دارای مفاهیم زیر است:

سازمان: منظور از سازمان در این شیوه‌نامه، سازمان ساماندهی مشاغل شهری و فرآورده‌های کشاورزی شهرداری می‌باشد.

مرکز عرضه: مکانی است برای تسهیل در امر عرضه محصولات و فرآورده‌های کشاورزی، ارزاق و مایحتاج عمومی خانوار که به‌صورت دائمی یا موقت تحت نظر شهرداری/سازمان ایجاد و در این شیوه‌نامه به‌اختصار مرکز نامیده می‌شود و در سطح میدان منطقه‌ای، بازار و بازارچه(بازار محله‌ای) قابل‌اجرا می‌باشد.

میدان منطقه‌ای: مرکز عرضه و فروش و یا ارائه جزئی(خرده) و یا کلی(عمده) محصول، کالا و خدمات که به‌صورت متمرکز و وابسته به هم بوده و مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد و تحت نظارت و مدیریت واحد اداره می‌شود. مساحت عرصه آن حدود ۱۵۰۰ مترمربع و دارای ساختمان اداری به همراه کلیه فعالیت‌های تعریف‌شده اعم از میوه، سبزیجات، مواد پروتئینی، مواد لبنی و محصولات و کالاهای فرآوری شده با حداقل تحت پوشش قرار دادن ۵ بازار ثابت و کلیه بازارچه‌های واقع در نواحی تحت نظر را شامل و دارای تأسیسات، امکانات، تسهیلات و خدمات جانبی لازم نظیر؛

پارکینگ، سرویس بهداشتی عمومی، نمازخانه، دستگاه‌های خودپرداز، محوطه بازی، همچنین امکانات اختصاصی ازجمله خوابگاه ، غذاخوری و حمام کارگری باشد. این سطح از مراکز عمدتاً در کلان‌شهرها و شهرهای بزرگ قابل‌اجرا می‌باشد. در ساختار سازمانی و سلسله‌مراتب اداری ، به‌منظور تقسیم‌کار و تفکیک وظایف و انجام بخشی از نظارت و کنترل ، امور هماهنگی، تدارک بهتر منابع، تسهیل دسترسی جغرافیایی و مکانی و افزایش بهره‌وری و کارایی، تعدادی از بازارها و بازارهای محله‌ای زیرشاخه یک میدان قرار می‌گیرند.

بازار: به مرکزی اطلاق می‌شود که به‌منظور تسهیل در امر عرضه و فروش جزئی(خرده) محصول، کالا و خدمات، مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد و تحت پوشش میدان مربوطه بوده که کلیه امور پرسنلی، اداری، هماهنگی و ارتباط سازمانی آن از طریق میدان ذی‌ربط میسر می‌گردد که حدود مساحت عرصه آن ۴۰۰ مترمربع می‌باشد و دارای چهار فعالیت اصلی شامل میوه، سبزیجات، مواد پروتئینی، مواد لبنی و حداقل دو فعالیت از محصولات و کالاهای فرآوری شده شامل شوینده و بهداشتی، حبوبات و خشکبار باشد و کلیه بازارچه‌های واقع‌شده در ناحیه ذی‌ربط را تحت پوشش قرار دهد.

بازارچه(بازار محله‌ای): به مرکزی اطلاق می‌شود که به‌منظور عرضه و فروش جزئی(خرده) محصول، کالا و خدمات بنا به‌ضرورت در نقطه‌ای از شهر ایجاد و مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد و تحت پوشش بازار خاصی اداره می‌شود که مساحت عرصه آن در مراکز دائمی با سازه ثابت، ۱۵۰ تا ۲۰۰ مترمربع می‌باشد و حداقل دارای دو فعالیت از چهار فعالیت اصلی شامل میوه، سبزیجات، محصولات و فرآورده‌های پروتئینی و لبنی باشد.

غرفه: مکان مستقل یا فضای تفکیک‌شده در هریک از میادین منطقه‌ای، بازارها و بازارچه‌ها که محصولات یا خدمات در آن عرضه می‌شود.

کیوسک،کانکس، کانتینر و جایگاه: نوعی از غرف به‌صورت اتاقک‌های منقولی هستندکه مطابق نیاز و اولویت اجرا در مقاطع زمانی مشخص مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند.

عرضه سیار(خودرویی): نوعی از غرف به‌صورت سیار که مطابق نیاز و اولویت اجرا مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند.

محل عرضه مستقیم تک‌محصولی: به محل مورد بهره‌برداری اعم از غرفه، کیوسک،کانکس، کانتینر و جایگاه اطلاق می‌شود که در مقاطع زمانی و مکانی و بنا به تصمیمات متخذه مبتنی بر سیاست‌های سازمانی در راستای حمایت از تولیدکنندگان و یا تأمین نیاز شهروندان از طریق انتشار آگهی و یا مکاتبات با دستگاه‌های متولی تولید در قطب‌های عمده تولید جهت فراخوان تولیدکنندگان صرفاً برای عرضه یک محصول در بازه‌های فعالیت کوتاه‌مدت(چندماهه) اختصاص می‌یابد.

اماکن عرضه: به کلیه مکان‌های ارائه محصولات، کالا و خدمات (شامل غرفه،کیوسک، کانکس، کانتینر، جایگاه و...) گفته می‌شود که در هریک از مراکز عرضه راه اندازی می‌شوند.

فعالیت(کاربری): به هر یک از گروه‌های محصولی و یا خدمات قابل‌عرضه و ارائه در هر مکان عرضه گفته می‌شود که مطابق ضوابط و مقررات شهرداری/ سازمان برای آن مجوز بهره‌برداری صادر و توسط بهره‌بردار، محصول یا خدمات مربوطه در محل مورد بهره‌برداری ارائه می‌گردد.

فعالیت‌های خدماتی: به فعالیت‌هایی که صرفاً جنبه ارائه خدمات جانبی به شهروندان و بهره‌برداران دارد و کالایی در آن عرضه نمی‌شود.

لیست نیاز اماکن عرضه: به مشخصات اماکن قابل تخصیص ازلحاظ نوع فعالیت و تعداد آن بر اساس کشش و نیاز هر مرکز(میدان منطقه‌ای/ بازار/ بازارچه) در آن دوره به فعالیت موردنیاز اختصاص و تعداد آن در هر مرکز تعیین و لیست این اماکن جهت برگزاری مزایده یا فراخوان و سایر روش‌های قانونی، جهت تخصیص به متقاضیان واجد شرایط برای آن دوره تهیه و تنظیم می‌گردد.

توزیع عمده(کلی‌فروشی): عبارت است از عرضه و فروش محصولات و تولیدات دارای مجوز موضوع بهره‌برداری به توزیع‌کنندگان (خرده‌فروشان) دربسته بندی‌هایی نظیر جعبه، کارتن، گونی و غیره.

عرضه خرده (جزئی‌فروشی): عبارت است از عرضه و فروش محصولات و تولیدات دارای مجوز موضوع بهره‌برداری به‌صورت فله‌ای یا بسته‌بندی در اندازه و میزان قابل‌عرضه برای مصرف خانوار.

بهره‌بردار: منظور از بهره‌بردار هر شخص حقیقی و یا حقوقی است که به‌موجب قرارداد فی‌مابین، مکان عرضه محصولات یا ارائه خدمات موردنظر از سوی شهرداری/ سازمان به وی جهت فعالیت در مدت تعیین‌شده واگذار گردیده است.

مکان‌یابی مرکز عرضه: فرآیندی به‌منظور بررسی و ارزیابی در خصوص تعیین زمین‌های دارای پتانسیل ایجاد و راه‌اندازی مراکز عرضه می‌باشد.

مشارکت: سازوکاری که در آن شهرداری/ سازمان به‌منظور تأمین منابع جهت ایجاد، توسعه و یا بهسازی و نوسازی بازار با استفاده از ظرفیت بخش خصوصی، تعاونی و دولتی استفاده می‌نماید.

شیوه‌نامه راه‌اندازی مراکز مشارکتی عرضه : شیوه‌نامه‌ای باهدف افزایش سرانه خدماتی از طریق جذب و مشارکت سرمایه‌گذاران به‌منظور راه‌اندازی و توسعه مراکز عرضه می‌باشد که طی نامه شماره۵۶۰۸۴ مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۵ از سوی سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور ابلاغ‌شده است.

بخش دوم) فرآیند ایجاد، راه‌اندازی و توسعه مراکز

به‌طورکلی می‌توان فرآیند احداث و توسعه میادین منطقه‌ای ، بازارها و بازارچه‌ها توسط شهرداری/ سازمان را به سه بخش کلی به شرح زیر تقسیم نمود:

۱) مکان‌یابی و انتخاب زمین جهت ایجاد و راه‌اندازی مراکز عرضه
۲) طراحی، اجرا و ساخت مراکز عرضه
۳) مدیریت، نظارت، پشتیبانی و بهره‌برداری از اماکن فعالیت‌های عرضه محصولات و خدمات موجود در مراکز عرضه

ماده ۵: شاخص‌ها و عوامل اثرگذار در مکان‌یابی مراکز عرضه

انتخاب مکان استقرار هر فعالیت/عملکرد شهری در موقعیت فضایی-کالبدی در سطح شهر می‌بایست تابع اصول، قواعد و سازوکارهای استاندارد باشد تا موفقیت و کارایی عملکردی آن فعالیت در مکان انتخاب‌شده، افزایش یابد. بنابراین بررسی و انتخاب صحیح شاخص‌های مکان‌یابی مراکز در این راستا دارای اهمیت می‌باشد به همین منظور مهم‌ترین شاخص‌ها و عوامل مؤثر در مکان‌یابی بهینه مراکز عرضه شهرداری/ سازمان به شرح زیر می‌باشد:

- شاخص مساحت زمین: وسعت و اندازه زمین موردنیاز، یکی از عوامل مؤثر در مکان‌یابی مراکز عرضه محصولات، فرآورده‌های کشاورزی و مایحتاج عمومی است، چراکه مکان موردنظر باید ازلحاظ مساحت، تأمین‌کننده نیاز جمعیت موجود و آینده باشدکه این وسعت برای میدان منطقه‌ای حدود ۱۵۰۰ مترمربع، برای بازار حدود ۴۰۰ مترمربع و برای بازارچه(بازار محله‌ای) دائمی با سازه ثابت ۱۵۰ تا ۲۰۰ مترمربع می‌باشد. این شاخص شامل: مساحت زمین، ابعاد و اضلاع زمین حتی‌الامکان به‌صورت منتظم است.

- شاخص نحوه توزیع و تمرکز جمعیت(تراکم جمعیتی): این شاخص یکی از شاخص‌های مهم در خصوص احداث یا گسترش مراکز عرضه و از مهم‌ترین معیارهای ارزیابی ناحیه تجاری به شمار می‌رود. تراکم و روند رشد و افزایش جمعیت از مهم‌ترین عواملی هستند که باید موردتوجه قرار گیرند و با توجه به نقش مراکز عرضه محصولات در تأمین مایحتاج روزانه شهروندان، مکان‌گزینی این مراکز و نحوه پراکنش آن‌ها باید متناسب با تراکم جمعیت صورت پذیرد.

- شاخص دسترسی و فاصله : دسترسی راحت و آسان به این مراکز عبارت از میسر بودن عمل رسیدن به بازار از طریق تسهیلات و شیوه‌های گوناگون حمل‌ونقل و دسترسی مطلوب آن است. قابلیت دسترسی و فاصله تا بازار، متأثر از عوامل مختلفی ازجمله مسافت سواره، مسافت قابل پیاده‌روی، ترافیک محدوده، انواع وسایل نقلیه در دسترس، راه‌ها و مسیرهای مختلف می‌باشند.

- شاخص تقاضا برای خدمات مرکز(حوزه نفوذ و پوشش): فلسفه وجودی مراکز عرضه محصولات، فرآورده‌های کشاورزی و مایحتاج عمومی ، تقاضای ساکنین محله می‌باشد و مهم‌ترین عاملی که شهروندان را به مراکز عرضه محله از

سراسر شهر می‌کشاند، عامل تقاضا بوده که از نوع تقاضای ضروری می‌باشد.حداقل شعاع دسترسی برای بازار و بازارچه‌های محلی حدود ۵۰۰ متر معادل ۵ دقیقه پیاده‌روی می‌باشد.

- شاخص ارزیابی رقبای داخلی و خارجی: این شاخص شامل فاصله با میادین و بازارهای سازمانی هم‌جوار، پراکندگی و وسعت فروشگاه‌های زنجیره‌ای و تخفیفی محدوده زمین ، قیمت خرده‌فروشی واحدهای صنفی با فعالیت‌های مشابه در محدوده زمین و میزان فروش در میادین و بازارهای سازمانی نزدیک به زمین می‌باشد.

- شاخص دسترسی به امکانات و زیرساخت‌ها: پیش‌بینی و تدارک فضای کافی برای پارکینگ وسایل نقلیه و دیگر زیرساخت‌ها و خدمات جانبی از عوامل تأثیرگذار برجذب مشتری و خدمات‌رسانی مطلوب‌تر و موفقیت فعالیت بازار محسوب می‌شود. این شاخص شامل: امکان دسترسی زمین به امکانات، تأسیسات و خدمات جانبی از قبیل پارکینگ اعم از پیرامونی و یا اختصاصی، سرویس‌های بهداشتی عمومی و... می‌باشد.

- شاخص سازگاری و ناسازگاری فعالیت‌های هم‌جوار: یکی از شاخص‌های مهم در مکان‌یابی، سازگاری موجود بین فعالیت‌های شهری است. ارزیابی فعالیت‌های مختلف شهری به‌منظور اطمینان خاطر از استقرار منطقی آن‌ها و رعایت تناسب لازم است. ازنظر برنامه‌ریزی شهری، کاربری‌هایی که در حوزه نفوذ یکدیگر قرار می‌گیرند باید ازنظر سنخیت و هم‌خوانی فعالیت با یکدیگر منطبق باشند و باعث مزاحمت و مانع انجام فعالیت یکدیگر نشوند. اولویت سازگاری مراکز عرضه با واحدهای مسکونی تحت پوشش، فضای سبز، مراکز تجاری، تفریحی، ورزشی، بهداشتی و خدمات محله‌ای می‌باشد.

- شاخص امکان توسعه فیزیکی: انتخاب زمین جهت احداث مراکز عرضه باید به‌گونه‌ای باشد که امکان توسعه و گسترش آن‌ها را در آینده فراهم کند به‌عبارت‌دیگر امکان پیش‌بینی فضای ذخیره برای گسترش آتی این مراکز مقدور باشد بدیهی است این شاخص صرفاً برای مراکز با سازه دائمی و با فعالیت متناسب می‌باشد.

- شاخص زیست‌محیطی: این شاخص شامل بررسی عوامل زیست‌محیطی در محدوده زمین موردبررسی می‌باشد.

- شاخص مربوط به مکان(موضع): این شاخص شامل بررسی موقعیت توپوگرافی، شیب زمین ، جنس و ترکیبات خاک و ... می‌باشد.

ماده٦: مکان‌یابی و انتخاب زمین جهت ایجاد و راه‌اندازی مراکز عرضه

الف–کمیته مکان‌یابی متشکل از نمایندگان واحدهای مرتبط در شهرداری‌های دارای سازمان و یا ادارات مربوطه در شهرداری‌های فاقد سازمان به‌منظور بررسی و ارزیابی درخصوص زمین‌های دارای پتانسیل ایجاد مراکز عرضه تشکیل خواهد شد.

ب- زمین‌های قابل معرفی و یا شناسایی‌شده توسط شهرداری/ سازمان به یکی از روش‌های ذیل فراهم می‌گردد:

۱- زمین‌های تحت اختیار شهرداری/ سازمان که قابلیت اجرای پروژه را بر اساس نتیجه ارزیابی کمیته مکان‌یابی دارند.

۲- زمین‌ها و املاک قابل‌ارائه از سوی مراجع ذی‌صلاح ازجمله وزارت جهاد کشاورزی، وزارت راه و شهرسازی و یا دیگر نهادها، دستگاه‌ها و سازمان‌های مربوطه که قابلیت اجرای پروژه را بر اساس نتیجه ارزیابی کمیته مکان‌یابی دارند.

۳- زمین‌های معرفی‌شده از سوی متقاضیان حقیقی و حقوقی بخش خصوصی و تعاونی که متقاضی مشارکت با شهرداری/ سازمان می‌باشند که به لحاظ شاخص‌ها و ارزیابی‌ها، امتیاز لازم را کسب نموده و اجرای پروژه راه‌اندازی مرکز عرضه مورد تائید شهرداری قرارگرفته باشد.

تبصره : پس از انجام ارزیابی از سوی کمیته مکان‌یابی، چنانچه هر یک از زمین‌های یادشده امتیاز موردنیاز را در انجام ارزیابی و بررسی‌های کمیته مکان‌یابی مطابق شاخص‌ها و عوامل اثرگذار تعیین‌شده (بر اساس ماده ۵ این شیوه‌نامه) کسب و مورد تأیید قرار گیرد، مقدمات تحویل زمین صورت خواهد پذیرفت.

ماده۷: طراحی، اجرا و ساخت مراکز عرضه

الف - طراحی و سطح اجرا: پروژه‌های احداث مراکز عرضه محصولات و فرآورده‌های کشاورزی، ارزاق و مایحتاج عمومی در سه سطح به شرح ذیل و مطابق جدول فعالیت‌های مندرج در ماده۸ این شیوه‌نامه قابل‌اجرا می‌باشد:

۱. میدان عرضه منطقه‌ای
۲. بازار عرضه
۳. بازارچه(بازار محله‌ای) عرضه

ب- نحوه تأمین منابع مالی و فیزیکی جهت ساخت مراکز:

۱. **از طریق منابع مالی شهرداری** : کلیه هزینه کرد ساخت از طریق منابع مالی شهرداری/ سازمان تأمین می‌شود.
۲. **از طریق جلب مشارکت:** ساخت با تأمین منابع به‌ویژه منابع فیزیکی نظیر ملک و زمین از طرف مشارکت‌کننده برای ایجاد مرکز بر اساس طرح و نقشه مورد تائید شهرداری/ سازمان و یا تأمین منابع مالی جهت ساخت مرکز که پس از اتمام پروژه کلیه هزینه‌های ساخت مورد تائید شهرداری/ سازمان به‌عنوان آورده مشارکت‌کننده موردمحاسبه قرار می‌گیرد(نحوه و روش مشارکت و جزئیات انجام آن بر اساس شیوه‌نامه ابلاغی طی نامه شماره۵۶۰۸۴ مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۵سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور می‌باشد).

ماده ۸ : فعالیت‌های متداول عمومی در مراکز عرضه

جدول شماره۱- دسته‌بندی فعالیت و گروه‌های محصولی

گروه فعالیت	فعالیت‌های اصلی	فعالیت‌های فرعی (تکمیلی و جانبی)
گروه محصولات باغی زراعی	میوه‌جات	محصولات ارگانیک
	سبزیجات برگی و غیر برگی	سبزی پاک
	سبزیجات برگی	انواع برنج داخلی
	سبزیجات غیر برگی	قارچ خوراکی و انواع جوانه‌ها
		انواع خرما
گروه محصولات و فرآورده‌های پروتئینی	مرغ و تخم‌مرغ	محصولات پروتئینی و مواد غذایی آماده طبخ
	انواع گوشت قرمز	
	انواع آبزیان	
	فرآورده‌های گوشتی	
گروه محصولات فرآوری شده (غیر پروتئینی و لبنی)	کالاهای اساسی	انواع گیاهان دارویی، دم‌نوش‌ها، عرقیات گیاهی ، ادویه‌جات و...
	انواع عسل ، چای و خرمای بسته‌بندی	سوغات خوراکی شهرستان
	انواع حبوبات و غلات	بیسکوئیت- ویفر- کیک- کلوچه- شکلات- تافی- آب‌نبات- آدامس- چیپس- انواع پفک- انواع اسنک و فرآورده‌های حجیم‌شده غلات- انواع پودر شربت فوری- ژله و دسر بسته‌بندی- انواع غذاهای آماده از غلات و...
	انواع آجیل و خشکبار	سلولزی ، آرایشی ، شوینده و بهداشتی
		انواع کمپوت- کنسرو- مربا- ترشی- شور- آبلیمو-آبغوره- سرکه- سس- رب و...
گروه محصولات و فرآورده‌های لبنی	انواع محصولات و فرآورده‌های لبنی	-

جدول شماره ۲- حداقل فعالیت‌های قابل‌اجرا در سطوح مختلف مراکز عرضه

مقیاس مرکز	حداقل فعالیت الزامی
میدان عرضه منطقه‌ای	فعالیت‌های اصلی از گروه محصولات باغی زراعی و پروتئینی و تعدادی از فعالیت‌های جانبی از گروه‌های : محصولات لبنی و محصولات و کالاهای فرآوری شده
بازار عرضه	حداقل چهار فعالیت اصلی از گروه محصولات باغی زراعی و پروتئینی شامل : میوه‌جات ، سبزیجات برگی و غیر برگی ، مرغ و تخم‌مرغ ، گوشت قرمز و همچنین محصولات لبنی و حداقل دو فعالیت جانبی از گروه محصولات و کالاهای فرآوری شده با اولویت فعالیت‌های شوینده و بهداشتی، حبوبات و خشکبار
بازارچه(بازار محله‌ای) عرضه	حداقل دارای دو فعالیت از چهار فعالیت اصلی از گروه‌های : محصولات باغی زراعی و محصولات و فرآورده‌های پروتئینی و لبنی

ماده ۹ : انواع سازه مراکز عرضه

سازه موقت: هرگونه بنای غیراساسی که به‌صورت موقت با مصالح سبک و باقابلیت جمع‌آوری، جابجایی و انتقال ساخته می‌شود و دارای پایداری و استحکام لازم در مقابل بارهای وارده می‌باشد.

سازه دائم: هرگونه بنای اساسی که مطابق مقررات ملی ساختمان و با توجه به موقعیت و شرایط ملک ساخته می‌شود و غیرقابل جابجایی و انتقال می‌باشد.

جدول شماره۳- نوع سازه قابل‌اجرا در سطوح مختلف مراکز عرضه

نوع سازه	میدان منطقه‌ای	بازار	بازارچه(بازار محلی)
موقت	-	✓	✓
دائم	✓	✓	✓

ماده۱۰: مدیریت، نظارت و پشتیبانی

۱۰-۱- مدیریت، نظارت و بهره‌برداری از مراکز عرضه

- نظارت روزانه بر فعالیت و عملکرد بهره‌برداران
- نظارت‌های کیفی و بهداشتی
- کنترل و نظارت‌های کمی
- نظارت بر محصولات و کالاهای قابل‌عرضه (دارای مجوز عرضه)
- نظارت بر اعمال و اجرای قیمت‌های مصوب
- رسیدگی به شکایات، دریافت انتقادات و پیشنهادات و پاسخگویی به مراجعین (امور مشتریان)
- اطلاع‌رسانی و افزایش آگاهی شهروندان نسبت به فعالیت مراکز (میادین ، بازارها و بازارچه‌ها)
- نظارت و پایش عملکرد مراکز به‌صورت دوره‌ای

۱۰-۲- پشتیبانی، برنامه‌ریزی و تدارکات مراکز عرضه

- تعیین فعالیت و لیست نیاز اماکن عرضه بر اساس کشش و نیاز هر مرکز و نیازمندی‌های مراجعین
- نرخ گیری و نرخ‌گذاری محصولات
- تهیه آمار و اطلاعات ورود و عرضه محصولات و مراجعین
- واگذاری اماکن موجود در مراکز عرضه بر اساس لیست نیاز مربوطه
- تعمیر و نگهداری مراکز عرضه (میادین ، بازارها و بازارچه‌ها) به‌صورت دوره‌ای
- تدارک و تأمین ملزومات و مواد مصرفی موردنیاز
- استفاده از ظرفیت فناوری‌های نوین به‌منظور خدمات‌رسانی مطلوب‌تر به شهروندان

ماده ۱۱: این شیوه‌نامه در ۱۱ ماده و یک تبصره تنظیم‌شده و ملاک عمل شهرداری‌ها خواهد بود. همچنین حسب ضرورت، از سوی سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور بازنگری و تکمیل خواهد شد.