

## به نام خدا

### دستورالعمل اجرایی بازارسازی سهام (حمایتی)

#### ماده ۱. تعاریف

- بازارسازی: عملیاتی است که به منظور افزایش نقدینگی برای سهامداران جزء و کنترل دامنه نوسان قیمت انجام می‌پذیرد.

- بازارسازی: شخصی است که به موجب قرارداد با یک شرکت بورسی قسمتی از منابع خود را به منظور عملیات بازارسازی اختصاص داده است. سهامدار عمده بر حسب این دستورالعمل می‌تواند رأساً بازارسازی نماید.

- کارگزار/بازارساز: شرکت کارگزاری بورس است که انجام عملیات بازارسازی را در سامانه معاملات به عهده داشته و از سوی بازارساز معرفی می‌شود.

- قرارداد بازارسازی: قراردادی است که به منظور عملیات بازارسازی بین بازارساز و کارگزار/بازارساز منعقد می‌شود.  
- درخواست بازارسازی: درخواستی است که کارگزار/بازارساز براساس قرارداد بازارسازی آمادگی خود را به منظور آغاز عملیات بازارسازی به سازمان اعلام می‌نماید.

- کد بازارسازی: کد سهامداری بازارساز است که قسمتی از سهام بازارساز در یک شرکت به آن منتقل می‌شود.  
- درخواست انتقال: درخواستی است که بازارساز از طریق کارگزار/بازارساز به سازمان داده و موافقت انتقال بخشی از سهام خود را در یک شرکت به کد بازارساز در آن اعلام می‌نماید.

- سفارش بازارساز: سفارش خرید و فروش بازارساز است که با کد بازارساز وارد سامانه معاملات شده است.

ماده ۲. احراز شرایط کارگزار/بازارساز و اعطای مجوز به آن بر عهده سازمان است.

ماده ۳. در "قرارداد بازارسازی" منعقد شده که باید به تأیید سازمان رسیده باشد، کلیه تعهدات طرفین در عملیات بازارسازی به یکدیگر و به سازمان مشخص خواهد شد.

**ماده ۴.** به منظور آغاز عملیات بازاریابی، کارگزار/بازارساز با توجه به "قرارداد بازاریابی" باید "درخواست بازاریابی" خود را به همراه "درخواست انتقال" در صورت وجود، به نمایندگی از طرف بازارساز به سازمان ارائه نماید.

**ماده ۵.** "درخواست بازاریابی" باید به صراحت موارد زیر را بیان نماید.

- نام بازارساز
- نام شرکت مورد نظر برای بازاریابی
- دوره بازاریابی (بر حسب روزهای معاملاتی)
- کل سهام تعهد شده در دوره بازاریابی
- تعداد سهام تعهد شده روزانه بازارساز
- حداکثر خرید سهام از هر کد معاملاتی در یک روز معاملاتی توسط بازارساز

**ماده ۶.** "درخواست بازاریابی" توسط سازمان مورد بررسی قرار گرفته و در صورت مقبولیت تمامی موارد مندرج در آن، به عنوان درخواستی قابل اجرا مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

**ماده ۷.** روزهایی که نماد معاملاتی در حالت توقف است جزء دوره تعهد شده بازاریابی منظور نخواهد شد.

**ماده ۸.** کارگزار/بازارساز موظف است سفارش‌های روزانه خرید بازاریابی را به میزان تعهد شده، قبل از بازار حداقل ۱۰ دقیقه قبل از شروع و حداکثر طی ۱۵ دقیقه اول ساعات معاملات با کد بازاریابی مربوطه وارد سامانه نماید. حجم سفارش نمی‌تواند کمتر از میزان تعهد شده باشد.

**تبصره ۱:** در صورتی که کارگزار بازارساز سفارش خرید خود را ۱۰ دقیقه قبل از شروع معاملات وارد سامانه نماید سایر کارگزاران می‌بایست سفارش‌های فروش خود را به نحوی اعمال نمایند که سقف حداکثر تعداد فروش سهام به بازارساز، رعایت شود.

**تبصره ۲:** بازارساز نمی‌تواند در طول ساعات معاملات بدون هماهنگی با ناظر بازار درخواست بازاریابی خود را حذف یا تغییر دهد.

**ماده ۹.** بازارساز نمی‌تواند با کد بازاریابی اقدام به خرید و فروش سایر اوراق بهادار نماید.

**ماده ۱۰.** سفارش بازارساز تنها می‌تواند از طریق ایستگاه کاری مشخص شده کارگزار/بازارساز وارد سامانه معاملاتی شود. در کد بازارساز نام ایستگاه مشخص شده است.

**تبصره:** در قرارداد بازسازی اولیه باید در خصوص احتمال تعلیق یا محرومیت از انجام معاملات کارگزار بازساز اولیه و فراهم نمودن شرایط انجام بازسازی از طریق کارگزار دیگر پیش‌بینی‌های لازم در نظر گرفته شود.

**ماده ۱۱.** در صورتی که قبل از ورود سفارش بازساز به سیستم، صف فروش با حداقل قیمت مجاز بازار، بیش از حداقل امکان فروش هر کد به کارگزار وجود داشت، کارگزار بازساز باید روز بعد سفارش خرید معادل تعداد سهام متعهد شده روزانه را به حداقل قیمت مجاز بازار قبل از شروع بازار وارد سیستم نماید.

**ماده ۱۲.** استفاده از دستور Range برای سفارش بازساز مجاز نیست.

**ماده ۱۳.** فروش به کد بازسازی برای هر کد معاملاتی بیش از سهمیه تعیین شده در یک روز معاملاتی مجاز نیست. در این صورت کل فروش ابطال خواهد شد.