



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

وزیر

شماره: ۶۰/۲۱۱۷۳۸

تاریخ: ۶ - ۱۴۰۰/۹/۱

پیوست:

قائم مقام محترم وزیر در امور بازرگانی

معاونان محترم

رؤسای محترم سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت ۳۱ استان و جنوب کرمان

باسلام و احترام

به پیوست، «دستورالعمل مدیریت بازار کالاهای واسطه‌ای و نهایی» برای اجرای آزمایشی

به مدت شش ماه ابلاغ می‌شود.

سیدرضا فاطمی‌امین

بسم الله الرحمن الرحيم

دستورالعمل مدیریت بازار کالاهای واسطه‌ای و نهایی

مقدمه

این دستورالعمل شامل قواعد مدیریت بازار کالاهای واسطه‌ای و نهایی در راستای کاهش هزینه‌های توزیع، کنترل قاچاق و تقلب، حذف واسطه‌های غیرضرور، هدایت توامان نقدینگی و موجودی کالا، ممانعت از اغتشاشات قیمتی و ارتقای شفافیت و کنترل زنجیره تأمین و توزیع کالاها تنظیم شده است.

مهمترین مؤلفه‌های ساز و کار مدیریت بازار که مبنای این دستورالعمل هستند عبارتند از: ۱- نظام‌مند شدن فرآیندهای زنجیره تأمین و توزیع ۲- تقویت خودتنظیمی با تأکید بر نظام اعتبارسنجی و رتبه‌بندی واحدهای کسب و کار ۳- ارتقای فضای رقابتی با تأکید بر ارتقای کارآمدی نظام قیمت‌گذاری ۴- افزایش کارایی بازرسی‌ها با تأکید بر بازنگری در شیوه اعلان قیمت‌ها و ارتقای نقش نظارتی مصرف‌کنندگان

فصل ۱. کلیات

ماده ۱- در این دستورالعمل اصطلاحات زیر در معانی به شرح زیر بکار برده می‌شوند:

- الف. تأمین‌کنندگان: واحدهای تولیدکننده و واردکننده
- ب. توزیع‌کنندگان: واحدهای پخش، آماد و عمده‌فروشی
- ج. خرده‌فروشان: فروشگاه‌های زنجیره‌ای و بزرگ، صنوف خرده‌فروشی، میادین میوه و تره‌بار و تعاونی‌های مصرف محلی که به صورت فیزیکی یا مجازی عملیات فروش به مصرف‌کننده را انجام می‌دهند.
- د. شرکت‌های مدیریت زنجیره تأمین: شرکت‌هایی مدیریت جریان‌های کالایی، مالی و اطلاعاتی بین حلقه‌های زنجیره تأمین را انجام می‌دهند.
- هـ. واحدهای کسب و کار: واحدهای تأمین‌کننده، توزیع‌کننده، خرده‌فروش و مدیریت زنجیره تأمین
- و. مصرف‌کنندگان بزرگ: واحدهایی که مقادیر زیادی از کالاهای نهایی را برای مصارف خود خریداری می‌کنند.
- ز. کارگروه: کارگروه مدیریت بازار کالاهای واسطه‌ای و نهایی
- ح. سامانه: سامانه جامع تجارت^۱

^۱ این سامانه بر اساس مواد ۵ و ۶ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز و به‌منظور تجمیع داده‌ها، یکپارچه‌سازی اطلاعات بازار، نظارت بر فرآیند واردات و صادرات و رصدپذیر کردن جریان حمل، نگهداری و مبادله کالا و ارز راه‌اندازی شده است.

ماده ۲ - دامنه شمول این دستورالعمل، همه کالاها بوده و صرفاً ساز و کار قیمت‌گذاری کالاهای مبادله شده در بورس کالا و بورس انرژی خارج از شمول این دستورالعمل است.

فصل ۲. مبادلات و ثبت اطلاعات

ماده ۳ - کالاهای مشمول ثبت اطلاعات در سامانه توسط کارگروه تعیین شده و به لحاظ گستره ثبت مبادلات به دو دسته تقسیم می‌شوند:

الف. کالاهایی که گستره ثبت مبادلات آنها تا سطح تحویل کالا به واحدهای خرده‌فروشی است.
ب. کالاهایی که گستره ثبت مبادلات آنها تا سطح تحویل کالا به مصرف‌کننده نهایی است. در صورت حساب مصرف‌کننده نهایی در صورت تصویب کارگروه، ثبت شناسه ملی و یا تلفن همراه خریدار الزامی است.
ماده ۴ - واحدهای کسب و کار موظف به ثبت اطلاعات میزان تولید، فروش، تأیید خرید، ورود، خروج و موجودی انبارها و مراکز نگهداری اختصاصی، واردات و صادرات در سامانه هستند.

تبصره ۱: مهلت زمانی برای ثبت اطلاعات پس از انجام مبادله، توسط کارگروه تعیین می‌شود.

تبصره ۲: نسبت‌های قابل پذیرش برای ثبت اطلاعات توسط کارگروه تعیین می‌شود.

ماده ۵ - مصرف‌کنندگان بزرگ موظف به تأیید صورت‌حساب‌های خرید (در صورت انجام مبادله) بوده و مجاز به فروش کالا نیستند.

ماده ۶ - واحدهای تأمین‌کننده و توزیع‌کننده تا سقف تعیین شده توسط کارگروه، مجاز به فروش کالا به صورت خرده‌فروشی هستند.

ماده ۷ - خرده‌فروشی‌های متوسط و بزرگ باید میزان موجودی، مقدار و قیمت فروش کالاهایی که توسط کارگروه تعیین می‌شود را در سامانه ثبت نمایند.

ماده ۸ - واحدهای کسب و کار (شامل بازارگاه‌ها و فروشگاه‌های مجازی) موظفند صحت آگهی‌ها را برای کالاهایی که کارگروه تعیین می‌کند در موارد زیر احراز نمایند:

۱. هویت آگهی‌دهندگان فردی؛ از طریق یکی از سامانه‌های دارای مجوز از جمله ام‌تا و سماوا

۲. مجوز کسب و کار؛ در مواردی که تعداد آگهی بیش از حد یک شخص حقیقی بوده و در حد کسب و کارها است.

حد نصاب تعداد آگهی توسط کارگروه تعیین می‌شود.

۳. موجود بودن کالای آگهی شده؛ در مورد کالاهایی که کارگروه تعیین می‌کند.

تبصره: برای سایر کالاهایی که احراز موارد فوق الزامی نیست، نشان مجزا برای اطلاع‌رسانی اثربخش به کاربران درخصوص احرازهای فوق با توضیح شفاف و همچنین مجموع تعداد آگهی‌های منتشره توسط یک آگهی‌دهنده باید نمایش داده شده و امکان مرتب‌سازی و فیلتر کردن آگهی‌ها براساس این نشان‌ها فراهم باشد.

ماده ۹ - در صورت مغایرت میان گزارش موجودی کالا در سامانه و میزان موجودی واقعی، واحد مربوطه مکلف است حداکثر تا ۱۰ روز از زمان وقوع مغایرت، سند اصلاحی را در سامانه ثبت نموده و موجودی کالا را اصلاح نماید.

تبصره: سازمان صنعت، معدن و تجارت استان، صحت سند اصلاحی را بررسی و به تخلف احتمالی رسیدگی می‌کند.

فصل ۳. ضوابط قیمت گذاری و اطلاع رسانی قیمت

ماده ۱۰- تأمین کنندگان مکلف به درج ۳ مولفه قیمت به صورت زیر بر روی کالاهای نهایی هستند. قیمت به گونه ای باید درج شود که برای همگان قابل مشاهده باشد.

الف. قیمت تولیدکننده یا قیمت واردکننده: قیمت فروش تولید کننده یا وارد کننده بدون احتساب مالیات بر ارزش افزوده
ب. قیمت واحد: برای کالاهایی که مقدار کالای داخل بسته بندی کمتر تا بیشتر از واحد مبنا (کیلوگرم، لیتر و ...) باشد، درج قیمت با مقدار واحد مبنا (به عنوان نمونه به این صورت: قیمت یک کیلوگرم: ...) ضروری است.
ج. مالیات بر ارزش افزوده: در کالاهایی که خریدار موظف به پرداخت ارزش افزوده است، درصد مالیات ارزش افزوده باید درج شود. در غیر این صورت، عبارت «معاف» درج می شود.

ماده ۱۱- تأمین کنندگان باید همان قیمت درج شده روی کالا را در صورت حساب فروش درج نماید. مبلغ تخفیف یا کاهش قیمت بابت تأمین مالی تولید توسط خریدار باید در صورت حساب ذکر شود.

ماده ۱۲- تأمین کنندگان مجاز به تخفیف قیمت بیش از ۳ درصد از قیمت درج شده روی کالا نیستند. تخفیف بیش از ۳ درصد، با تأیید سازمان صنعت، معدن و تجارت استان مجاز است.

تبصره: تأمین مالی تأمین کننده توسط خریدار و کاهش دریافتی تأمین کننده از این بابت، تخفیف محسوب نمی شود.

ماده ۱۳- واحدهای کسب و کار در عرضه خرده فروشی موظف به نصب برچسب قیمت مصرف کننده با ۲ مؤلفه به صورت زیر هستند. برچسب قیمت به گونه ای باید درج شود که برای همگان قابل مشاهده باشد.

الف. افزوده توزیع: افزوده توزیع شامل مجموع هزینه ها و سود توزیع کنندگان و خرده فروشی و بدون احتساب مالیات بر ارزش افزوده است. این عدد به صورت درصد درج می شود.

ب. قیمت مصرف کننده: قیمت مصرف کننده مجموع قیمت تولیدکننده یا واردکننده، مبلغ افزوده توزیع و مبلغ مالیات ارزش افزوده (اگر کالا مشمول مالیات ارزش افزوده بوده و این مالیات توسط عرضه کننده پرداخت می شود) است.
تبصره: دریافت مبلغی بیش از قیمت درج شده به عنوان قیمت مصرف کننده، ممنوع است.

ماده ۱۴- حداکثر افزوده (هزینه ها و سود) توزیع کنندگان و خرده فروشان براساس ضوابط سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان، تصویب هیأت عالی نظارت و ابلاغ وزیر صنعت، معدن و تجارت تعیین می شود.

ماده ۱۵- فروش اقساطی با دریافت مبلغی مازاد بر قیمت نقدی کالا مشروط به رعایت موازین قانونی و توافق بین خریدار و فروشنده مجاز است.^۲

تبصره ۱: درصد سود، فرمول محاسبه اقساط، مبلغ فروش اقساطی، تعداد اقساط و نحوه پرداخت و نوع تضمین در صورت حساب فروش باید درج شوند.

^۲ مفاد ماده های ۲، ۳ و ۴ آیین نامه اجرایی چگونگی فروش اقساطی، فوق العاده و حراج (آیین نامه در اجرای تبصره ماده ۷۰ و ماده ۸۴ قانون نظام صنفی)

تبصره ۲: اگر خریدار قبل از سررسید مقرر قصد واریز تمام یا بخشی از بدهی خود را داشته باشد فروشنده مکلف است مدت بازپرداخت را مجدداً براساس فرمول اولیه محاسبه و تسویه حساب نماید.

تبصره ۳: صورت حساب فروش اقساطی باید در سامانه ثبت شود.

ماده ۱۶ - حراج یا فروش فوق العاده برای یک یا چند کالا به دلایلی مانند «پایان فصل مصرف، توسعه اولیه فروش کالا، تغییر شغل، تعطیلی واحد کسب و کار در مدت معین و مناسبت های خاص» با دریافت مجوز از اتحادیه مربوطه امکان پذیر است.^۳

تبصره ۱: درج قیمت اولیه، درصد تخفیف و مدت حراج یا فروش فوق العاده الزامی است.

تبصره ۲: اطلاعیه حراج یا فروش فوق العاده و قیمت ها به گونه ای باید درج شود که برای همگان قابل مشاهده باشد.

تبصره ۳: تعداد دفعات برگزاری حراج حداکثر چهار نوبت در سال و هر نوبت حداکثر به مدت یک ماه می باشد.

تبصره ۴: درخواست و صدور مجوز حراج یا فروش فوق العاده از طریق سامانه انجام می شود.

تبصره ۵: نصاب کاهش قیمت برای حراج یا فروش فوق العاده توسط کارگروه تعیین می شود.

ماده ۱۷ - کالاها به لحاظ رویکرد بررسی قیمت تأمین کننده، به ۲ دسته تقسیم می شوند:

الف - بررسی پیشینی: تأمین کنندگان این دسته از کالاها، موظفند قبل از تعیین و تغییر قیمت، قیمت های پیشنهادی خود را به تأیید سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان برسانند.

ب- بررسی پسینی: تأمین کنندگان این کالاها براساس ضوابط قیمت گذاری اعلام شده توسط سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان، محصولات خود را قیمت گذاری می کنند. سازمان حمایت مصرف کنندگان براساس شکایت های دریافتی یا افزایش نامتناسب قیمت (بر مبنای حدود سلبی تعیین شده)، قیمت گذاری این کالاها را بررسی کرده و در صورت عدم انطباق قیمت های تعیین شده با ضوابط قیمت گذاری، تخلف انجام شده را پیگیری می کند.

تبصره: کالاهای مشمول بررسی پیشینی توسط کارگروه تعیین می شوند.

فصل ۴. ضوابط گارانتی و خدمات پس از فروش

ماده ۱۸ - گارانتی کالا باید با قید مدت، نوع ضمانت، اجرت خدمات و تاریخ عرضه به مصرف کنندگان ارائه شود.^۴

تبصره: فهرست کالاهایی که باید با گارانتی عرضه شوند توسط کارگروه تعیین می شود.

ماده ۱۹ - شرکت های گارانتی کننده باید سند گارانتی را در سامانه ثبت نمایند.

ماده ۲۰ - تأمین کنندگان کالاهای سرمایه ای مکلف به داشتن نمایندگی رسمی و تعمیرگاه مجاز، تأمین قطعات یدکی و ارایه سرویس و خدمات بعد از فروش هستند.^۵

^۳ مفاد ماده های ۵، ۶ و ۷ آیین نامه اجرایی چگونگی فروش اقساطی، فوق العاده و حراج (آیین نامه در اجرای تبصره ماده ۷۰ و ماده ۸۴ قانون نظام صنفی)

^۴ مفاد ماده ۳ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان

^۵ مفاد ماده ۴ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان

فصل ۵. ارزیابی و رتبه‌بندی

ماده ۲۱- شاخص‌های ارزیابی و رتبه‌بندی و موسسات معتبر ارزیابی و رتبه‌بندی محصولات و کسب و کارها توسط کارگروه تعیین می‌شود.

ماده ۲۲- مؤسسات بازرسی، ارزیابی و رتبه‌بندی موظف به ثبت و ارسال داده‌ها به سامانه هستند.

ماده ۲۳- تمامی واحدهایی که عرضه خرده فروشی دارند، باید مشخصات کسب و کار و نتایج ارزیابی و رتبه‌بندی خود را در قالبی که کارگروه تعیین می‌کند، در معرض دید عمومی قرار دهند.

فصل ۶. نظارت بر بازار

ماده ۲۴- کالاها به لحاظ اولویت نظارت به ۳ دسته تقسیم می‌شوند:

الف. کالاهای حساس: نیاز روزمره مردم؛ بازار خرده فروشی و میزان تامین (ورودی زنجیره توزیع) این کالاها روزانه پایش می‌شود.

ب. کالاهای ضروری: نیازهای ضروری مردم، مواد اولیه برای تولید کالاهای حساس و ضروری. بازار این کالاها در دوره‌های هفتگی یا ماهیانه پایش می‌شود.

ج. سایر کالاها

تبصره ۱: متناسب با تغییر شرایط اقتصادی و یا مناسبت‌های تقویمی و خاص، اولویت کالاها تغییر می‌کند.

تبصره ۲: اولویت‌بندی کالاها توسط کارگروه انجام می‌شود.

تبصره ۳: میزان تامین روزانه کالاهای حساس و تامین ماهیانه کالاهای ضروری توسط کارگروه تعیین می‌شود.

ماده ۲۵- نظارت بر قیمت تامین‌کننده براساس صورت‌حساب‌های ثبت شده در سامانه و نظارت بر قیمت‌های مصرف‌کننده از طریق بازرسی‌های دوره‌ای و تصادفی و گزارش‌های مصرف‌کنندگان انجام می‌شود.

ماده ۲۶- واحدهای شهرستانی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان موظف به صحت‌سنجی اطلاعات ثبت شده توسط واحدهای مستقر در محدوده جغرافیایی استان از طریق بازرسی میدانی (براساس برنامه بازدید تولید شده توسط سامانه) و بازرسی موارد مشکوک هستند.

تبصره: بررسی انطباق داده‌ها بین سامانه و سایر سامانه‌های اطلاعاتی توسط مدیریت سامانه انجام می‌شود.

ماده ۲۷- دفاتر تخصصی ستاد وزارت صنعت، معدن و تجارت و سازمان‌های صنعت و معدن تجارت استان باید قیمت و موجودی کالاهای حساس و ضروری را در هر هفته، برای ۳ ماه آتی پیش‌بینی کرده و اقدامات پیشگیرانه را انجام دهند.

ماده ۲۸- کارگروه موظف است گزارش تحلیلی کالاهایی که قیمت آنها در طول یک هفته بیش از ۳ درصد و در طول یک‌ماه بیش از ۱۰ درصد نوسان می‌کنند را به وزیر صنعت، معدن و تجارت ارایه دهد.

ماده ۲۹- سازمان صنعت، معدن و تجارت استان می‌تواند برای پیشگیری یا توقف کمبودهای مصنوعی و تقاضای کاذب، سقف خرید واحدهای خرده فروشی، مصرف‌کنندگان بزرگ و عرضه خرده فروشی تامین‌کنندگان و توزیع‌کنندگان را محدود نماید. این محدودیت‌ها براساس برآورد مقادیر متعارف توزیع کالا و سرانه مصرف واقعی اعمال می‌شوند.

ماده ۳۰- انواع بازرسی‌ها عبارتند از:

الف. بازرسی دوره‌ای: انجام بازرسی در قالب برنامه‌ای منظم بوده و برای حصول اطمینان از رعایت قوانین و مقررات و ثبت صحیح اطلاعات و بررسی وضعیت بازار انجام می‌شود.

ب. بازرسی ویژه: حسب ضرورت و یا دستور مقامات انجام می‌شود و اجرای آن معمولاً در محدوده موضوع خاص ارجاعی و در خارج از برنامه‌های زمان‌بندی شده صورت می‌گیرد.

ج. بازرسی شکایت‌محور: برای رسیدگی به گزارشات و شکایات اشخاص انجام می‌شود.

د. بازرسی داده‌محور: براساس تحلیل داده‌ها، موارد مشکوک یا تخلفات احتمالی شناسایی شده و بازرسی برای بررسی موارد شناسایی شده انجام می‌شود.

ماده ۳۱- عملیات بازرسی توسط ۴ دسته از بازرسان انجام می‌شود:

۱. بازرسان اصناف: این بازرسان در چارچوب بند «ش» ماده (۳۷) قانون نظام صنفی که وظیفه بازرسی از واحدهای صنفی را دارند در چارچوب قانون مذکور و دستورالعمل‌های مصوب آن اقدام می‌نمایند.

۲. بازرسان سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت استان‌ها و سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان

۳. شرکت‌های بازرسی: این شرکت‌ها با مجوز وزارت صنعت، معدن و تجارت فعالیت می‌کنند.

۴. بازرسان افتخاری: بازرسین داوطلب مردمی و سازمان‌های مردمی مانند بسیج مستضعفین

ماده ۳۲- قیمت کالاهای مشمول بررسی پیشینی، حداکثر افزوده توزیع و ضوابط گارانتی و خدمات پس از فروش باید به عموم مردم اطلاع رسانی شود.

ماده ۳۳- سوابق رضایت مشتریان، شکایت‌ها و بازرسی‌ها در سامانه ثبت‌شده و در ارزیابی واحدهای کسب و کار و بازرسان مورد توجه قرار می‌گیرد.

فصل ۷. تخلفات

ماده ۳۴- فعالیت‌های^۶ متخلفانه بازار عبارتند از: گران‌فروشی، کم‌فروشی، تقلب، عرضه خارج از شبکه، عرضه و فروش کالای قاچاق، عدم اجرای ضوابط قیمت‌گذاری و توزیع، عدم درج قیمت و عدم صدور صورتحساب، محدود کردن قیمت فروش مجدد برای خریدار، قیمت‌گذاری تهاجمی، استنکاف از معامله، اظهارات گمراه‌کننده، فروش یا خرید اجباری، سوء استفاده از وضعیت اقتصادی مسلط^۷، عرضه کالای غیراستاندارد (در موارد اجباری بودن استاندارد) و هرگونه تبانی که منجر به اخلاف در رقابت شود، شامل: تحمیل شرایط تبعیض‌آمیز در معاملات همسان به طرف‌های تجاری، تقسیم یا تسهیم بازار کالا بین دو یا چند شخص، محدود کردن یا تحت کنترل درآوردن مقدار تولید، خرید یا فروش کالا در بازار، موکول کردن انعقاد قرارداد به قبول تعهدات تکمیلی توسط طرف‌های دیگر که بنابر عرف تجاری با موضوع قرارداد ارتباطی ندارد، ملزم کردن طرف معامله به عقد قرارداد با اشخاص ثالث یا تحمیل کردن شروط قرارداد به آنها.

^۶ مفاد این ماده مستخرج از قانون نظام صنفی و فصل نهم قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی است.

^۷ مقصود از سوء استفاده از وضعیت اقتصادی مسلط عبارت است از وضعیت مندرج در بند ط ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی می‌باشد.

ماده ۳۵- واحدهای کسب و کار که اطلاعات مبادلات خود را در سامانه ثبت نمی کنند، خارج از شبکه رسمی توزیع محسوب می شوند.

ماده ۳۶- واحدهای کسب و کار و مصرف کنندگان بزرگ مجاز به مبادله (خرید و فروش) با واحدهای خارج از شبکه رسمی نیستند؛ در صورت اقدام به معامله با واحدهای خارج از شبکه رسمی توزیع، فعالیت آنها در سامانه تعلیق شده و در مدت تعلیق، خارج از شبکه رسمی توزیع محسوب خواهند شد.

تبصره: مدت زمان تعلیق توسط کارگروه تعیین می شود.

ماده ۳۷- واحدهای خارج از شبکه رسمی توزیع مجاز به ثبت سفارش واردات، درخواست صادرات و خرید از بورس کالا نیستند.

ماده ۳۸- اعتبار مجوزهای کسب و کار (از جمله پروانه صنفی، پروانه بهره برداری، مجوز پخش، نماد اعتماد الکترونیکی) منوط به فعالیت در شبکه رسمی توزیع کالا است.

فصل ۸. مسئولیت مدیریت بازار

ماده ۳۹- مدیریت بازار شامل تأمین، توزیع و عرضه محصولات در ابعاد مقدار، قیمت و کیفیت است. مدیریت بازار در محدوده جغرافیایی هر استان و شهرستان به عهده سازمان صنعت، معدن و تجارت استان بوده و مدیریت بازار در محدوده هر رشته فعالیت به عهده دفاتر تخصصی ستاد وزارت صنعت، معدن و تجارت است.

تبصره: معیار جغرافیایی برای مدیریت بازار، محل تحویل محصول است. در مواردی که محل کار واحدهای کسب و کار خارج از محدوده استان باشد، نظارت و بازرسی با محوریت استان محل تحویل کالا و با همکاری استان محل استقرار واحد کسب و کار انجام می شود.

ماده ۴۰- مسئولیت های مدیریت بازار عبارتند از:

۱. پایش بازار

۲. تحلیل بازار و پیش بینی آتی قیمت کالاها

۳. اقدام به موقع برای تأمین موجودی کالا در بازار با قیمت و کیفیت مناسب

ماده ۴۱- دفاتر تخصصی ملزم به تحلیل قیمت محصولات مهم و برآورد حدود حداقل و حداکثر قیمت آنها هستند. فهرست محصولات مهم برای تعیین حدود قیمت توسط کارگروه تصویب و ابلاغ می شود.

ماده ۴۲- مسئولیت های سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان عبارتند از:

۱. تعیین حدود مجاز قیمت

۲. تعیین ضوابط و نظارت بر فرایند رسیدگی به شکایات و تخلفات

۳. بررسی و تحلیل تخلفات با هدف ایجاد وحدت رویه در بازرسی و تشکیل پرونده های تخلف و بررسی

عدالانه پرونده ها

ماده ۴۳- اتحادیه ها و اتاق اصناف مکلفند بر قیمت، کیفیت و فروش محصولات تحت پوشش خود نظارت نمایند.

ماده ۴۴- مسئولیت های کارگروه عبارتند از:

۱. هماهنگی بین بخشی مدیریت بازار

۲. تحلیل وضعیت کالاهایی که قیمت آنها در طول یک هفته بیش از ۳ درصد و در طول یک‌ماه بیش از ۱۰ درصد نوسان می‌کند و اتخاذ تصمیمات لازم.

ماده ۴۵- کارگروه مدیریت بازار کالاهای واسطه‌ای و نهایی با عضویت این افراد تشکیل می‌شود:

۱. قائم مقام وزیر در امور بازرگانی (رئیس کارگروه)
 ۲. معاونان ستادی وزارت صنعت، معدن و تجارت
 ۳. رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان
 ۴. رئیس اتاق اصناف ایران
 ۵. ۳ نفر از روسای سازمان صنعت، معدن و تجارت استان‌ها با انتخاب رئیس کارگروه در دوره‌های ۶ ماهه
- تبصره:** جلسات کارگروه با حضور دو سوم اعضاء رسمیت خواهد داشت. تصمیمات کارگروه با رأی اکثریت اعضاء معتبر خواهد بود.

ماده ۴۶- اختیارات کارگروه عبارتند از:

۱. تعیین کالاهای مشمول ثبت اطلاعات در سامانه، تعیین گستره ثبت مبادلات و الزام ثبت شناسه ملی و یا شماره تلفن همراه خریدار
۲. تعیین مهلت زمانی برای ثبت اطلاعات پس از انجام مبادله
۳. تعیین نسبت‌های قابل پذیرش برای ثبت اطلاعات کسب و کارها
۴. تعیین سقف مجاز خرده‌فروشی توسط واحدهای تامین‌کننده و توزیع‌کننده
۵. تعیین معیارهای تشخیص خرده‌فروشی متوسط و بزرگ
۶. تعیین فهرست کالاهایی که ثبت موجودی و فروش آنها توسط خرده‌فروشی‌ها الزامی است.
۷. تعیین کالاهای مشمول گارانتی اجباری
۸. نصاب کاهش قیمت برای حراج یا فروش فوق‌العاده
۹. تعیین کالاهای مشمول بررسی قیمت پیشینی
۱۰. تعیین کالاهای مشمول احراز صحت آگهی، حد نصاب تعداد آگهی‌های شخصی و فهرست کالاهایی که موجودیت فیزیکی آنها در تناظر با آگهی‌های مربوطه باید احراز شود.
۱۱. تعیین شاخص‌های ارزیابی و رتبه‌بندی و موسسات معتبر ارزیابی و رتبه‌بندی محصولات و کسب و کارها
۱۲. تعیین قالب مرجع برای اطلاع‌رسانی مشخصات کسب و کارها و نتایج ارزیابی و رتبه‌بندی آنها به عموم مردم
۱۳. تعیین اولویت کالاهای مشمول نظارت در بازار
۱۴. تعیین میزان تأمین روزانه کالاهای حساس و میزان تأمین ماهیانه کالاهای ضروری
۱۵. تعیین مدت تعلیق فعالیت واحدهای مبادله‌کننده با واحدهای خارج از شبکه رسمی
۱۶. بررسی و تصویب فهرست کالاهای مهم مشمول تحلیل قیمت و تعیین و حدود سلبی مقابل تغییرات قیمت