

مدیریت اجرایی شدن طرح تخفیفات جشنواره نوروزی 1397 در خصوص محصولات کشاورزی پر مصرف (پرتقال تامسون شمال ، سیب زرد و قرمز ، پیاز ، سیب زمینی و گوجه فرنگی) در میادین و بازارهای سازمان مدیریت میادین میوه و تره بار شهرداری تهران با محوریت اقتصاد مقاومتی

ندا فلاح نژاد مجرد

دانش آموخته دوره دکتری تخصصی حشره شناسی کشاورزی ، رئیس بازار لرستان و مسئول علمی و پژوهشی حوزه مقاومت بسیج خدمات شهری

Neda_fallahnegad@yahoo.com

چکیده

صادرات محصولات غیر نفتی به ویژه محصولات کشاورزی نقش مهمی در ارز آوری برای کشور دارد و علاوه بر آن اتکا به اقتصاد تک محصولی را کاهش میدهد. به همین سبب توسعه صادرات این محصولات امری اجتناب ناپذیر و ضروری برای اقتصاد کشور است. در سالهای اخیر تولید و صادرات میوه ای تازه و محصولات باغی، نقش مهمی در اقتصاد ایران داشته است. این مطالعه به دستور مدیر عامل محترم سازمان جناب آقای مهندس رحیمی از 25 اسفند سال 1396 تا 25 فروردین سال 1397 در 22 میدان و 219 بازار به صورت میدانی انجام پذیرفت . بر اساس نتایج بدست آمده که در بازه زمانی 29 اسفندماه سال 1396 تا 25 فروردین ماه سال جاری در 68 میدان میوه و تره بار و 1200 نفر از مراجعه کنندگان در 4 مقطع زمانی در سه حوزه (قیمت ، کیفیت و تخفیفات محصولات کشاورزی) صورت گرفته نشان می دهد عملکرد سازمان مدیریت میادین میوه و تره بار در جلب رضایت حداکثری شهروندان مطلوب بوده و باعث جذب شهروندان به میادین و بازارهای میوه و تره بار سازمان مدیریت میادین شده است ؛ در بخش قیمت محصولات به ویژه میوه و سبزی میزان رضایتمندی شهروندان بیش از 70 درصد بود و این رضایتمندی در سنجش قیمت محصولات فروشگاههای در میادین و بازارهای میوه و تره بار نسبت به فروشگاههای بیرون به بیش از 72 درصد می رسد . همچنین بیش از 70 درصد شهروندان کیفیت محصولات ارائه شده در میادین و بازارهای میوه و تره بار را از موارد مشابه عرضه شده در فروشگاههای سطح شهر بهتر ارزیابی کرده و اعلام رضایتمندی کردند.

واژگان کلیدی: مدیریت اجرایی ، تخفیفات نوروزی 1397 ، محصولات کشاورزی پر مصرف (پرتقال تامسون شمال ، سیب زرد و قرمز ، پیاز ، سیب زمینی و گوجه فرنگی) ، اقتصاد مقاومتی

مقدمه

"فضای اقتصادی ایران امروز، رویدادهای ویژه و منحصر به فرد اقتصادی را شاهد است که وقوع برخی از آنها تاکنون در دنیا سابقه نداشته است؛ از اینرو زمانیکه شرایط ویژه و بدون الگویی به وجود می‌آید، ضرورت نوآوری و ایده‌پردازی از سوی صاحب‌نظران برای برطرف کردن چالشهای اقتصادی ضرورت پیدا میکند. در هیچ یک از مکتوبات و نظریه‌های متداول اقتصادی غرب، الگو و پیشینه نظری و عملی مشخصی درباره اقتصاد مقاومتی نمیتوان یافت که برای مشکلات اقتصادی همچون تحریم بانک مرکزی، تحریم صنعت نفت و ... در آن نسخه شفابخشی ارائه شده باشد؛ شاید تحقیقات محرمانهای در این زمینه انجام شده باشد، اما در ترافیک نظریه‌های اقتصادی، قحطی نظریه اقتصاد مقاومتی به چشم می‌خورد. در شرایطی که انبوه الگوهای اقتصادی از حل مسائل اقتصادی امروز ایران عاجز هستند و تحریمهای گسترده غرب علیه کشورمان رو به گسترش است، ارائه و تبیین الگوی اقتصاد مقاومتی میتواند انقلاب عظیمی را در عرصه اقتصاد ایران ایجاد کند. اقتصاد مقاومتی ادبیاتی است که در مقابله با تحریمهای بینالمللی مطرح شده است. همانگونه که اقتصاد ایران باید بر مبنا و اصول درستی گام نهد تا از این رهگذر بتواند بر تحریمهای بینالمللی فائق آمده و تهدید تحریم را به فرصت تبدیل کند. آن اصول و مبنایی که اقتصاد ایران باید داشته باشد، ادبیاتی را به نام اقتصاد مقاومتی ایجاد کرده است. سیاستهای پولی و مالی باید در این ادبیات اقتصادی مشخص شده و همواره به این پرسش پاسخ دهیم که در سیاستهایی که انجام میدهیم به دنبال چه میباشیم. برای اینکه متوجه شویم که سیاستهای پولی و مالی و غیره چگونه باید باشد و چه جهتگیری را باید دنبال کند، اول باید شناخت درستی از اقتصاد ایران و مشکل اصلی اقتصاد ایران داشته باشیم." (میلانی، 1394)

"به گزارش نامه نیوز، در بازار شب عید تب و تاب خرید تنها برای آجیل و لباس و کیف و کفش نیست، اتفاقاً یکی از بازارهای شلوغ که البته بر خلاف دیگر نیازهای مردم به صورت بوری عرضه نمی‌شود، میوه و تره‌بار است. از سیب تا پرتقال، انار، کیوی و ... که هر کدام با قیمت‌های متفاوتی عرضه می‌شوند. در میان میوه‌های پرتقاضای شب عید، پرتقال گران‌ترین میوه محسوب می‌شود، چراکه در حال حاضر این محصول در انواع مختلف به صورت میانگین کیلویی حدود 5000 تومان در میدان عمده‌فروشی عرضه می‌شود و قیمت آن برای مصرف‌کننده کیلویی 6000 تا بیش از 8000 تومان است. البته پرتقال به ویژه در ایامی مانند نوروز و شب عید یکی از پر بحث‌ترین میوه‌های هر ساله است، چرا که عده‌ای دنبال گرفتن مجوز برای واردات آن و عده‌ای دیگر نیز بدون مجوز آن را قاچاق می‌کنند. جالب‌تر اینکه بازار پرتقال در این روزهای پایانی 1393 داغ‌تر هم شده است و قیمت هر کیلوگرم پرتقال درجه یک حدود 6000 تا 7000 تومان است که با این اوصاف مشخص نیست، چه قیمتی در این ایام نزدیک به نوروز در انتظار مصرف‌کنندگان است. گرچه هر کیلوگرم پرتقال درجه یک شمال که از سوی سازمان تعاون روستایی ذخیره‌سازی شده 2900 تومان در بازار عرضه می‌شود. انار یکی از میوه‌های پرطرفدار به ویژه در ایامی مانند شب یلدا و نوروز است که با کیفیت مطلوب، کمتر سالی برای شب عید و ایام تعطیل سال نو می‌ماند و به دلیل همین کمبود معمولاً قیمت‌های بالایی نیز دارد. هر کیلوگرم انار درجه یک در بازار مصرف حدود 7500 تومان فروخته می‌شود و با این قیمت می‌توان گفت انار دومین میوه گران‌ترین شب عید به شمار می‌رود. سیب به عنوان یکی از میوه‌های اصلی سفره‌های نوروزی مردم جزو ارزان‌ترین میوه‌ها در بازار شب عید به شمار می‌رود، چرا که در حال حاضر قیمت عمده‌فروشی آن کیلویی حدود 2500 تا 3500 تومان است و هر کیلوگرم آن در بازار مصرف حدود 5000 تومان به دست مردم می‌رسد. البته سیب قرمز و زرد نیز جزو اقلامی هستند که سازمان مرکزی تعاون روستایی آن را برای شب عید ذخیره‌سازی کرده و کیلویی حدود 2700 در میادین میوه و تره‌بار فروخته می‌شود. کیوی هم که امسال با رکوردزنی در تولید مواجه شده و میزان تولید آن به حدود 300 هزار تن رسیده است، در بازار قیمتی مشابه سیب دارد؛ به گونه‌ای که هر کیلوگرم کیوی درجه یک در مراکز خرده‌فروشی 4500 تا 5000 تومان عرضه می‌شود. موز تنها میوه وارداتی پر مصرف و مورد نیاز کشور برای ایامی مانند شب عید است که اتفاقاً تنها میوه‌ای است که مجوز از وزارت جهاد کشاورزی دریافت کرده است. این محصول با کمترین نوسان در سال 1393 مواجه شده و در این ایام نزدیک به سال نو نیز حدود 30 درصد نسبت به ابتدای امسال گران‌تر شده است؛ به گونه‌ای که در حال حاضر هر کیلوگرم موز در بازار خرده‌فروشی حدود 6000 تومان فروخته می‌شود. در میان این میوه‌های اصلی و پرتقاضا

برای شب عید دیگر انواع میوه و تره بار نوسانات مختلفی را تجربه کرده اند؛ به گونه ای که هر کیلوگرم سیب قرمز و زرد 5000 تومان، هر کیلوگرم پیاز 1500، هر کیلوگرم سیب زمینی 1200، هر کیلوگرم انار 7500، هر کیلوگرم پرتقال بسته به نوع و کیفیت از 2500 تا 8500 تومان، هر کیلوگرم نارنگی 7500، هر کیلوگرم لیموشیرین 8500، هر کیلوگرم کیوی 5000، هر کیلوگرم فلفل دلمه 3000، کلم 1500، هر کیلوگرم خیار بوته ای 2500، هر کیلوگرم موز 6000، هر کیلوگرم کاهو 2000، هر کیلوگرم هویج 2000 و هر کیلوگرم بادمجان 2500 در بازار میوه و تره بار پایتخت عرضه می شود.

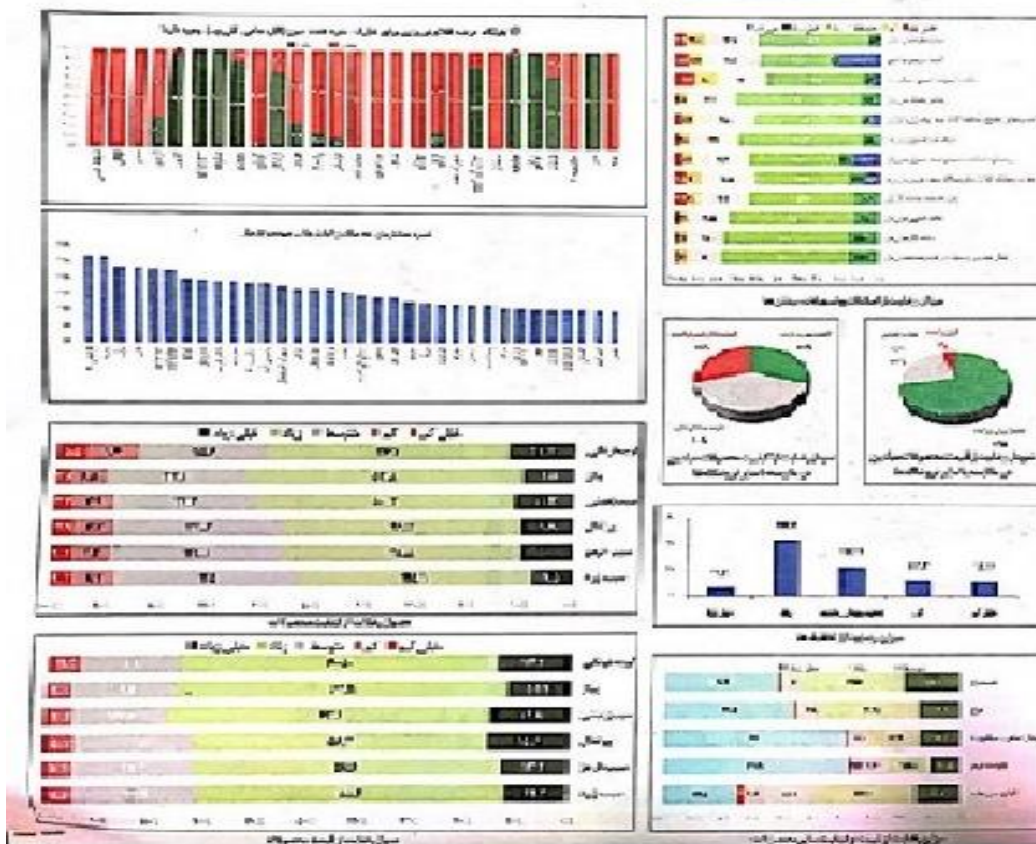
بر این اساس با عنایت به اهمیت موضوع از نظر اقتصادی و همچنین این مهم که تاکنون تحقیقات اندکی در خصوص طرح تخفیفات نوروزی در سازمان میادین میوه و تره بار (مرکز مطالعات شهرداری تهران ، 1397) انجام پذیرفته است ، لذا انجام پژوهش در این زمینه امری ضروری و اجتناب ناپذیر می باشد.

روش تحقیق

این مطالعه به صورت مروری انجام پذیرفته است.

یافته ها

"در طول چند سال گذشته کمتر مفهومی در اقتصاد به اندازه مفهوم اقتصاد مقاومتی برجستگی یافته و مورد بحث ، جدل و تبادل نظر قرار گرفته است. واژه اقتصاد مقاومتی اصطلاح جدیدی در ادبیات اقتصادی ایران است که برای اولین بار توسط مقام معظم رهبری در سال 1389 مطرح شد. از آن زمان تا کنون ابهامات زیادی در مورد مفهوم اقتصاد مقاومتی ، چگونگی دستیابی به اقتصاد مقاومتی و رابطه آن با رشد اقتصادی بلند مدت در میان اقتصاددانان ، سیاستمداران و عموم مردم وجود داشته و بحث های زیادی برانگیخته است ." (نو فرستی ، 1395)



شکل 1- اخذ از روزنامه همشهری مورخ 10 اردیبهشت 1397 شماره 7372

"ارائه محصولات با کیفیت و ارزان قیمت در یمدان و بازارهای میوه و تره بار در بازه زمانی 25 اسفند تا 25 فروردین ماه با استقبال شهروندان تهرانی روبه رو شده است. این یکی از اقدامات ویژه شهرداری تهران برای شهروندان بود که در یک نظر سنجی رضایت حداکثری مشتریان مشخص شده است. طرح تخفیف مشتریان در میدان و بازارهای میوه و تره بار با ارائه 3 قسم از میوه جات شامل سیب زرد، قرمز و پرتقال و 3 قسم سبزیجات شامل سیب زمینی، پیاز و گوجه فرنگی همراه بوه است. به تازگی نظر سنجی خدمات میدان و بازار های میوه و تره بار در 68 میدان و بازار منتخب از 1200 نفر مراجعه کنندگان در فاصله زمانی 29 اسفند تا 25 فروردین در 4 مقطع زمانی منتشر شده است. گزارش مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران از میداین میوه و تره بار ابتدا " رضایت از کیفیت محصولات ارائه شده " را مورد بررسی قرار داده است. بدین ترتیب در هر قسم میوه و سبزی میزان رضایت مردم (زیاد و خیلی زیاد) بالای 50 درصد است و میزان نارضایتی (مجموع رضایت کم و رضایت خیلی کم) نیز در همه محصولات پایین تر از 15 درصد بوده است. البته در نظر سنجی قیمت میوه و سبزی آمار قابل توجهی به دست آمده است. چنان که میزان رضایت شهروندان بالاتر از 70 درصد بوده و نارضایتی از قیمت ها نیز در همه موارد کمتر از 6 درصد را نشان می دهد. تخفیف در محصولات ارائه شده، مورد سومی است که در این نظر سنجی به آن پرداخته شده بنابراین 53.5 درصد از این نظر سوالی درباره تخفیف، اعلام رضایت کرده اند و 25.6 درصد از نفرات حاضر در سوال بعدی مقایسه کیفیت محصولات میدان و بازارها با سایر فروشگاهها آمده است. در اینجا 31 درصد از مراجعه کنندگان اعلام کرده اند کیفیت محصولات بهتر از سایر فروشگاه ها آمده است و 40 درصد هم گفته اند کیفیت محصولات تفادوتی با سایر فروشگاهها ی دیگر ندارد. در سوال دیگر نیز به مقایسه قیمت محصولات در میدان و بازارها با سایر فروشگاه ها پرداخته شده است. در این بخش 72 درصد از شهروندان اعلام کرده اند قیمت محصولات در میدان و بازارها نسبت به سایر فروشگاه ها ارزان تر است و 22 درصد هم گفته اند قیمت ها تفاوتی ندارد. در این پژوهش گسترده درباره سایر محصولات ارائه شده نیز پرسش صورت گرفته است. بنابراین، در سوال بعدی درباره میزان رضایت شهروندان از قیمت و کیفیت مثلاً در مورد سبزیجات، حدود 66 درصد از افرادی که خرید کرده اند از کیفیت محصولات زیاد یا خیلی زیاد راضی بوده اند." (روزنامه همشهری، 1397)

بحث و نتیجه گیری

"در طول چند سال گذشته کمتر مفهومی در اقتصاد به اندازه مفهوم اقتصاد مقاومتی برجستگی یافته و مورد بحث، جدل و تبادل نظر قرار گرفته است. اقتصاد مقاومتی را باید واژه ای جدی دانست که اولین بار توسط مقام معظم رهبری در سال 1389 به ادبیات اقتصادی ایران افزود شد. از آن زمان تا کنون استنباط های متفاوتی از این واژه صورت گرفته است به طوری که برخی آن را اقتصادی بسته، خودکفا و مستحکم و گروهی آن را اقتصادی تاب آور در تعامل با اقتصاد جهانی دانسته اند. چغانی، 1393 و کامرانی راد، 1393 (منظور معظم اله از اقتصاد مقاومتی یک اقتصاد تاب آور و پایدار است. تاب آوری و پایداری را باید دو ویژگی مهم و مطلوب یک سیستم اقتصادی دانست. " (هالینگ، 1973)

" مدیرعامل سازمان مدیریت میداین میوه و تره بار شهرداری تهران از عرضه کالاهای اساسی شب عید مانند سیب قرمز، سیب زرد و پرتقال درجه یک با 50 درصد تخفیف در میداین میوه و تره بار خبر داد. رحیمی با اشاره به اقلامی از قبیل سیب قرمز، سیب زرد، پرتقال، سیب زمینی، پیاز و گوجه فرنگی، گفت: با توجه به اینکه میانگین اختلاف قیمت در سازمان میداین با خرده فروشان 30 درصد بود و در حال حاضر 20 درصد نیز تخفیف لحاظ شده است، این اقلام با 50 درصد تخفیف در اختیار شهروندان قرار می گیرد. بر اساس شاخص های بانک مرکزی سیب قرمز، سیب زرد و پرتقال درجه یک 50 درصد اختلاف قیمت با خرده فروشان سطح شهر دارند؛ این رقم در گوجه فرنگی بیش از 40 درصد، سیب زمینی 28 درصد، پیاز 26 درصد و به طور میانگین 30 تا 39 درصد اختلاف قیمت در طول سال با خرده فروشان سطح شهر دارد." (افکار نیوز، بدون تاریخ)

"پس از عصر روشنفکری و پیدایش اقتصاد کلاسیک، روح سرمایه‌داری و نفع شخصی بر نظریات اقتصادی سایه افکند و اقتصاد کلاسیک و نئوکلاسیک اقتصاد بازار، تجارت آزاد، حذف تعرفه‌ها، خصوصی سازی، حذف یارانه‌ها و تعرفه‌ها را بعنوان سیاستهای اقتصادی که موجب تقسیم کار جهانی بر پایه مزیت‌های نسبی است پیشنهاد نمود. مجموعه به IMF سیاستهای اقتصاد نئولیبرالی با رویکرد حذف مداخله دولت در اقتصاد، توسط نهادهای مالی جهانی از جمله کشورهای در حال توسعه از جمله ایران تحمیل شد و در همان حال کشورهای شرق آسیا با سیاستهای دولتهای هدایتگر توسعه گرای خود در حال پیشرفتهای معجزه آسای خود بودند. نتایج الگوی توسعه نئولیبرال نیز برای کشورهای در حال توسعه نه تنها موجب نابرابری و بی عدالتی گشت، بلکه منجر به توسعه این کشورها نیز نشد. در این مقاله ضمن بررسی این مقوله به بررسی رویکردهای مختلف صنعتی شدن پرداخته شد و تجربه دو کشور ژاپن و کره بعنوان الگوهای توسعه موفق ارائه و نقش دولت در روند توسعه مورد بررسی قرار گرفت. همچنین آثار تحریم‌ها بر اقتصاد ایران مورد بررسی قرار گرفت و نقش آن در جریان توسعه کم اهمیت ارزیابی شد. " (سرخدهی، بدون تاریخ)

"طبق مطالب ذکر شده تحقق عدالت توأم با توسعه و پیشرفت اقتصادی نیازمند یک الگوی توسعه بومی منحصر بفرد اسلامی ایرانی است که در چارچوب اقتصاد مقاومتی و با برنامه ریزی جهت بی اثر نمودن تحریم‌ها باشد. در چارچوب اقتصاد مقاومتی و وجود تحریم‌ها سخن از مزیت‌های نسبی در تولید کالاها و صنایع استراتژیک نامتناسب است و مسلماً باید در تولید محصولات کشاورزی از جمله گندم و نیز صنایع استراتژیک رویکرد خودکفایی وجود داشته باشد. همچنین مانند تجربه شرق آسیا برنامه ریزی منسجم در صنایع با تکنولوژیهای پیشرفته (از جمله خوردو، لوازم میلیونی داخل و البته صادرات به خارج باید صورت گیرد. عدم 10 خانگی و تصویری و ...) برای بازار تقاضای اعتماد به الگوی تقسیم کار جهانی و اتخاذ استراتژی مناسب جهت حمایت از تمام صنایع و بنگاههای داخلی در کنار حمایت از صنایع خاص و بنگاههای خاص راهگشا خواهد بود. حمایت از صنایع استراتژیک مانند فولاد، ماشین آلات، صنایع الکترونیکی و شیمیایی در کنار حمایت از بخشهای استراتژیک مانند کشاورزی در اقتصاد مقاومتی حائز اهمیت است."

منابع :

- افکار نیوز ، بدون تاریخ .
روزنامه همشهری ، 1397 . شماره 7372 .
چغانه ، م. 1393. چیستی اقتصاد مقاومتی در فرمایشات رهبر معظم انقلاب ، پژوهشکده عفاف ، 10 اردیبهشت ماه
سرخدهی ، ف . بدون تاریخ . اقتصاد مقاومتی و راه های دستیابی به حمایت از تولید ملی
کامرانی راد ، س ، ا. ح. 1393 . تعریف جامع و کامل از اقتصاد مقاومتی ، پایگاه اطلاع رسانی حوزه ، 2 خرداد ماه
روزنامه همشهری ، 1397 . مرکز مطالعات شهرداری تهران
نوفرستی ، م. 1395. اقتصاد مقاومتی و راه های دستیابی به آن ، فصلنامه سیاست های راهبردی و کلان ، صفحات 157-168
نت ، بدون تاریخ .
میلانی ، ج . 1394 . اقتصاد مقاومتی و خود باوری ملی ، فرصت ها و چالش های تحقق آن ، صفحات 5-22

References:

Holling, C. (1973), Resilience and Stability of Ecological Systems, *Annu. Rev. Ecol,Syst.*, Vol. 4, Issue 1, pp.1-23.

Abstract:

Managing the implementation of the discount scheme for the Nowruz festival in 2018 on high-consumption agricultural products (North Thomson oranges, yellow and red apples, onions, potatoes and tomatoes) in the squares and markets of the Tehran Municipality's fruit and vegetable fields management centered on resistance economy

Exports of non-oil products, especially agricultural products, play an important role in valuing the country and, in addition, it reduces reliance on the single-product economy. For this reason, the expansion of the export of these products is inevitable and necessary for the economy of the country. In recent years, the production and export of fresh fruits and horticultural products have played an important role in the Iranian economy. **This** study was commissioned by the Managing Director of the Organization, Mr. Rahimi, from March 25, 1396 to April 25, 1397 in 22 fields and 219 markets in the field. According to the results, during the period of March 29, 1396 to April 25, this year, 68 fruit and vegetable fields and 1,200 out of four respondents in four periods in three areas (price, quality and discount on agricultural products) Shows that the performance of the fruit and vegetable sector management organization in order to satisfy the maximum satisfaction of the citizens is desirable and has attracted citizens to the fields and fruit markets and the management of the squadron. In the price of products, especially fruits and vegetables, the satisfaction rate of citizens was more than 70%, and this satisfaction with the price of goods in storehouses and fruit and vegetable markets is more than 72% compared to outsourced stores. Also, more than 70% of the citizens appreciated the quality of the products presented in the squares and the fruit and vegetable markets from the similar ones presented at the city's supermarket stores.

Keywords: Executive management, Nowruz discounts of 2018, Highly consumed agricultural products (North Thomson oranges, Yellow and red apples, Onions, Potatoes and Tomatoes), Resistance Economics