یادداشت

سیدمجتبی هاشمی | پژوهشگر اقتصاد

نقش‌آفرینی فعالانه مردم در زنجیره ارزش‌ها

جستاری در باب جهش تولید با مشارکت مردم در اقتصاد ایران

طیف قابل توجهی از اقتصاددانان، راه رسیدن به رفاه و برخورداری از توزیع مناسب منابع را در گرو رشد اقتصادی بادوام و پایدار می‌دانند. بنا بر مطالعات پژوهشی صورت گرفته، رشد اقتصادی بادوام در گرو متوسط نرخ درآمد سرانه یک اقتصاد است. رشد درآمد سرانه یک اقتصاد در بلندمدت نیز متأثر از تولید است. به عقیده اقتصاددان‌ها، این نوع از رشد اقتصادی است که می‌تواند کیک اقتصاد را بزرگ‌تر و از روان و معاش مردم در برابر تکانه‌های داخلی و خارجی محافظت کند. این موضوع برای اقتصاد ایران نیز جاری است. یکی از مسائل اساسی اقتصاد ایران، کم‌رشدی و ناپایداری روند آن است. این امر نیز به واسطه رشد اقتصادی مبتنی بر رشد موجودی سرمایه از محل درآمدهای نفتی است. به بیان دیگر نهاده‌های تولید و عوامل مؤثر بر رشد اقتصادی سهم قابل توجهی در خلق و حفظ یک روند کم‌نوسان و پایدار نداشته‌اند. با درنظر گرفتن این حقایق، می‌توان یک سؤال اساسی طرح کرد؛ چگونه اقتصادها- به صورت ویژه اقتصاد ایران- می‌توانند با رشد درآمد سرانه خود، رشد اقتصادی بادوام و پایداری را تجربه کنند؟!

یک پاسخ به این سؤال با توجه به ادبیات رشد اقتصادی، فهم و بسط نقش‌پذیری فعالانه مردم در زنجیره ارزش داخلی و جهانی است.

سالیان سال زنجیره ارزش به نحوی فهم شده بود که از نقطه ایده تا تولید و توزیع به وسیله نهاده‌های تولید خودی اجرا و در نهایت محصول نهایی به خریدار داخلی و خارجی فروخته شود، اما امروزه زنجیره ارزش تبدیل به یک شبکه شده است. زنجیره‌ها در و میان اقتصادها قرار دارند و از بنگاه‌هایی متشکلند که در حال تبادل و بده‌بستان اطلاعات، کالا و خدمات هستند. به بیان دیگر این شبکه است که بازارها را در خود جای می‌دهد و فرصت تولید، خلق ارزش و نوآوری در محصول را برای بزرگ‌ترشدن اندازه بنگاه و بیشترشدن روابط اقتصادی آن در اختیار افراد قرار می‌دهد. این فرم نه فقط برای یک خدمت یا کالا بلکه برای تمامی خدمات و کالاها تعریف و به کار گرفته می‌شود. اساس و تمرکز این زنجیره‌ها، مبادلات محصولات و خدمات واسطه‌ای است، یعنی ابزار و وسایلی که می‌تواند ما را به نقطه پایانی تولید یک محصول برساند. ممکن است در نهایت نام یک نشان تجاری روی محصول حک شود اما در دل آن، قطعات مختلفی از نشان‌های دیگر قرار گرفته شده باشد که به سفارش شرکت سازنده محصول طراحی و تولید شده است.

بنا به نتایج پژوهشی و شواهد تجربی موجود، اقتصاد پویا و موفق از زنجیره‌های ارزش در دو صحنه بده‌بستان‌های داخلی و تجارت جهانی بهره می‌گیرد. زنجیره‌های ارزش در درون اقتصاد با به‌هم‌پیوستگی خود می‌توانند زمینه فعالیت و مشارکت بیشتر افراد در اقتصاد را فراهم کنند. در این زنجیره‌ها خلاقیت و مزیت نسبی هر بنگاه از اهمیت بالایی برخوردار است که همین امر موجب می‌شود زنجیره‌ها خوداصلاح‌گر باشند و اجازه ندهند چرخه تجاری درون اقتصاد از تکانه‌ها آثار منفی جدی بگیرد. در صحنه تجارت جهانی نیز این توصیف از حیث ارزش بازار و کیفیت تبادلات اقتصادی حکمفرماست، به نحوی که اگر گروه‌های اقتصادی بتوانند در نقطه‌ای از این شبکه قرار بگیرند، آنگاه حکم یک بازیگر تجاری را نیز ایفا خواهند کرد، بنابراین می‌توان گفت نقش‌پذیری مردم در این زنجیره چه در داخل و چه در صحنه جهانی مهم است.

در دل مشارکت مردم در اقتصاد و زنجیره‌های ارزش، عوامل مؤثر بر بهبود درآمد سرانه و به تبع از آن، رشد اقتصادی قرار دارد. نوآوری، ایده‌پردازی و سرمایه انسانی، سه جزء اساسی در نظریه‌های رشد است. در صورتی که یک اقتصاد بتواند مردم (یا سرمایه انسانی) را در زنجیره‌های ارزش خود درگیر کند، آنگاه این زنجیره‌ها برحسب ماهیت خوداصلاح‌گرانه‌ای که دارند، از نوآوری و خلق ایده همان سرمایه انسانی مردم بهره می‌گیرند، در نتیجه بهره‌مندی از این ظرفیت نوآورانه و دانشی- مهارتی، محصول یا خدمت، تولید و تهیه می‌شود. پیامد این چرخه، رشد جمع ارزش‌افزوده‌های بخش‌های اقتصاد و به تبع آن رسیدن به رشد اقتصادی است. به بیان دیگر جهش تولید زمانی روی می‌دهد که مردم بازیگران اصلی اقتصاد باشند.

با توجه به بحث ارائه‌شده می‌توان ادعا کرد یکی از چارچوب‌های نظری قابل بیان در رابطه با جهش تولید با مشارکت مردم، نقش‌پذیری سرمایه انسانی در زنجیره ارزش درون و بیرون اقتصاد است. شرط لازم حضور سرمایه انسانی، نقش‌پذیری فعالانه است، یعنی افراد و بنگاه‌ها بتوانند با حضور همه‌جانبه خود و به صورت شبکه‌ای، محصولی با دانش و توان درونی و بین‌کشوری طراحی و روانه بازار کنند، اما شرط کافی آن توجه به دو ساحت سرمایه و مناسبات کارپذیری است. ایده نویسنده طرح تعاونی و رویکرد پایین به بالا در ساختار اقتصادی نیست بلکه نگارنده معتقد است می‌توان نسبت به دو ساحت مذکور طرح بحث‌های جدی داشت که در آینده به صورت مبسوط درباره آن صحبت خواهد شد. در این متن به صورت گزیده تنها دو گریز به دو ساحت سرمایه و مناسبات کارپذیری زده می‌شود.

یکی از راه‌های بهره‌مندی از ظرفیت سرمایه‌ای، توجه به نوعی از سرمایه‌گذاری و تأمین مالی مرسوم برای مجموعه‌های دانش‌پایه نوپاست. سرمایه‌گذاری فرشته (یا انجل) راهی برای پیوند مالی مردم با مردم یا نهادهای عمومی غیردولتی با مردم است. در این نوع سرمایه‌گذاری بازگشت سرمایه منوط به ضمانت‌های سنگین مالی نیست و طرفین با توافق بر امتیاز و فناوری ساخت به اشتراک نذار و عقد قرارداد می‌رسند. این نوع سرمایه‌گذاری مختص بنگاه یا افرادی است که در ابتدای راه فعالیت اقتصادی هستند. ساحت دوم، مناسبات کارپذیری است. مناسبات کارپذیری یعنی شأنیت و نوع رابطه کاری، کارفرما- کارگری نیست بلکه طرفین همکار و عهده‌دار سود و زیان هستند. این نوع مناسبت خصوصاً برای ارتباط مردم با نهادهای عمومی غیردولتی قابل طرح است، زیرا معمولاً روابط چندلایه در تعریف پروژه‌ها، به فاصله گرفتن نظارت بر عملکرد کارفرما و رعایت توزیع مناسب حقوق و منابع منجر خواهد شد و به تبع، طرف کارگر است که معمولاً دچار تضییع حق می‌شود. طبیعتاً تضییع حق در شرایطی که کنش سوداگرانه می‌تواند در کوتاه‌مدت منافع شخصی فرد را تأمین کند، راهی برای کنار گذاشتن کنش مولد است و این امر به نفع اقتصاد و زنجیره ارزش و تولید نیست!

اقتصاد ایران از کم‌رشدی رنج می‌برد و راه درمان آن، توجه به ادبیات نظری توأم با درگیر کردن مردم در حوزه تولید و خلق ارزش افزوده است. این امر لوازمی و شروطی دارد که متناسب با هر اقتصاد تعریف می‌شود. یک اقتصاد بخش خصوصی فعالانه‌ای دارد، دیگری مبتنی بر نهادهای عمومی غیردولتی مسیر خود را پیش می‌برد و اقتصادهایی هستند که در آن دولت چه از نظر نسبت خود با تولید ناخالص داخلی و چه از حیث نیروی انسانی، اندازه قابل توجهی دارد. به نظر می‌رسد همانطور که در شعار سال ۱۴۰۳ به درستی از حضور مردم در رونق تولید صحبت شده است، می‌توان با طرح نظری و عملیاتی آن در قالبی اقتصادی‌تر، مسیری برای رسیدن به متوسط درآمد سرانه بادوام و به تبع آن، رشد اقتصادی پایدار طی کرد.

«جوان» ابعاد سهامداری احتمالی چینی‌ها در ۲ خودروساز بزرگ را بررسی می‌کند

خودروسازی چینی‌ها در جاده مخصوص

گزارش
بهناز قاسمی

واگذاری سهام خودروسازان با توجه به شعار سال (جهش تولید با مشارکت مردم) و تأکید مقام‌معظم رهبری بر اداره خودروسازان از سوی سهامداران خصوصی در بهمن ماه سال گذشته بستری شده است تا موضوع واگذاری سهام خودروسازان در سال جاری بیش از گذشته قوت بگیرد. خبرهای رسیده حاکی است چینی‌ها مشتری این دو غول خودروسازی هستند، علاوه بر این شرکت‌های بزرگ متعلق به بخش خصوصی صنعت خودرو (که همه در شراکت با چینی‌ها هستند) نیز مشتری ایران‌خودرو و سایپا شده‌اند. با توجه به اینکه در حال حاضر خودروهای چینی مونتاژی در ایران تولید می‌شود، با سهامدارشدن چینی‌ها در این صنعت، انتظار می‌رود کیفیت خودروهای داخلی بهبود یابد. در غیر این صورت، حتی واگذاری سهام دولتی این دو غول خودروسازی نیز نمی‌تواند گرهی از این صنعت آشفته باز کند.

موضوع واگذاری سهام دولتی خودروسازان از چند سال پیش به یکی از مسائل اصلی این صنعت بدل شده است. با وجود آنکه تقریباً هر ساله وعده‌وعیدهایی در این رابطه داده می‌شود، اما هنوز اقدام جدی صورت نگرفته است. با اینکه دولت سهام کمی از شرکت‌های بزرگ خودروسازی کشور دارد، اما عملاً این دولت بوده که در این سال‌ها به عنوان تصمیم‌گیر اصلی و نهایی این شرکت‌ها ایفای نقش کرده است. بر این اساس عنوان می‌شود که سهام «تودلی» مهم‌ترین ابزار دولت برای اعمال نفوذ درخودروسازی‌هاست که از طریق آنها می‌تواند به‌رغم آنکه تنها یک کرسی در هیئت‌مدیره شرکت‌ها دارد، سیاست‌های خود را پیش ببرد.

طبق گزارشی که چندی پیش از سوی مرکز پژوهش‌های مجلس منتشر شد، طی سال‌های اخیر سهام دولت در ظاهر به ۵/۷۱ درصد در شرکت ایران‌خودرو و ۱۷/۳۱ درصد در شرکت سایپا کاهش یافته است، اما در واقع با واگذاری سهام این دو شرکت به شرکت‌های عمومی وابسته و تحت کنترل دولت (۲۱/۱۲ درصد از سهام ایران‌خودرو و ۱۵/۶ درصد از سهام سایپا) و همچنین ایجاد یک نظام سهامداری چرخه‌ای در شرکت‌های خودروسازی (۲۵/۲۴ درصد از سهام ایران‌خودرو و ۳۹/۶۶ درصد از سهام سایپا) عملاً مدیریت ایران‌خودرو و سایپا در اختیار دولت باقی مانده است.

فرمان برای واگذاری خودروسازان به بخش خصوصی

رئیس‌جمهور در اسفند سال ۱۴۰۰ در فرمانی ۸ماده‌ای، دستور واگذاری سهام دولتی خودروسازان به بخش خصوصی را صادر کرد، اما وجود سهام تودلی یا همان سهام شرکت‌های زیرمجموعه این دو غول جاده مخصوص مانع اجرای این دستور شد. آنطور که منوچهر منطقی، معاون سابق صنایع حمل‌ونقل وزارت صمت اعلام کرد: «روند واگذاری خودروسازان پیچیده است و اینگونه نیست که به راحتی این سهام‌ها را واگذار کنیم. این واگذاری پیچیدگی‌های مختلف مالی و سیاستی دارد. اهلیت یکی از پارامترهای مهم در واگذاری سهام خودروسازان است، برای مثال نمی‌توان به کسی که تجارت قند دارد سهام فروخت، زیرا این صنعت آسیب خواهد دید.»

تأخیر در واگذاری این سهام و بهانه‌جویی‌ها، بهمن ماه سال گذشته، واکنش‌هایی در برداشت. مقام معظم رهبری در دیدار تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی فرمودند: «شنیدم در بعضی شرکت‌هایی که دولت و بخش خصوصی شریک هستند، با اینکه دولت سهم زیادی ندارد، اما مدیریت در اختیار دولت است. به نظر من این منطق ندارد. از شیوه‌های قانونی استفاده کنند و به خود مردم و سهامداران اختیار بدهند، منتها نظارت شود.» اشاره ایشان به گلایه برخی سهامداران خصوصی خودروسازان بزرگ کشور در جریان نمایشگاه دستاوردهای داخلی بابت دخالت و نفوذ دولت در امور آنها (ایران‌خودرو و سایپا) با وجود دارابودن سهامی کمتر از بخش خصوصی بود.

تأکید مقام معظم رهبری بر رعایت حقوق سهامداران خصوصی شرکت‌ها، در واقع این پیام را به دنبال داشت که باید امور شرکت‌های دارای مدیریت مشترک دولتی و خصوصی، منصفانه و طبق قانون اداره شود و هر سهامداری (حتی دولت) به اندازه سهم خود در این امور دخالت کند. این پیام حالا با انتخاب شعار «جهش تولید با مشارکت مردم» برای امسال، قوی‌تر و رساتر از قبل مخابره شده و از همین رو انگیزه بخش خصوصی واقعی برای خرید سهام دو خودروساز بزرگ کشور بسیار بیشتر و جدی‌تر از گذشته است. به عبارت بهتر، تأکید سال گذشته رهبر معظم انقلاب بر رعایت حقوق سهامداران بخش خصوصی در اداره امور شرکت‌ها، به خودروسازان خصوصی انگیزه داد تا شانس خود را در خرید سهام ایران‌خودرو و سایپا و به دست گرفتن مدیریت آنها، امتحان کنند و حالا شعار امسال نیز این انگیزه را مضاعف کرده است.

رقابت قطعه‌سازان و چینی‌ها بر سر سهام خودروسازان

تا پیش از این، تنها مشتری جدی سهام خودروسازان بزرگ کشور قطعه‌سازان بودند، اما حالا شرکت‌های خودروساز بخش خصوصی یا همان مونتاژکاران و البته خودروسازان چینی که در ایران حضور ندارند نیز به این عرصه ورود کرده‌اند و شاید رقابتی نزدیک و سخت بین آنها بر سر خرید سهام غول‌های جاده‌مخصوص شکل بگیرد. چینی‌ها البته در گذشته نیز علاقه خود را به حضور در خودروسازی بخش دولتی ایران نشان داده‌اند و حتی در اواسط دهه ۸۰ قرار بود با ایران‌خودرو وارد جوئینت ونچر شوند. در آن دوران، مذاکراتی بین ایران‌خودرو و شرکت چری- شرکتی که در حال حاضر بازیگر چینی اصلی در بازار خودروی ایران است و با بزرگ‌ترین خودروساز خصوصی ایران یعنی مدیران‌خودرو شراکت دارد- بر سر فعالیت مشترک شکل گرفت.

مذاکرات بسیار خوب پیش رفت و دو طرف حتی محصول تولیدی مشترک خود را نیز مشخص کردند و قرار بود کار در ایران‌خودرو آغاز شود، اما در دقیقه ۹۰ و وقتی گمان می‌رفت شراکت ایران‌خودرو و چری قطعی شده، به این بهانه که چینی‌ها هنوز شایستگی شراکت با خودروسازی ایران را ندارند، مانع اجرای این شراکت شدند، البته آن زمان خودروسازان چینی ابهت امروز را نداشتند و نوپا و به نوعی کارآموز محسوب می‌شدند، هرچند اینکه در آینده جزو بازیگران اصلی خودروسازی جهان خواهند شد، پیش‌بینی سختی نبود.

با توجه به حضور چینی‌ها در جمع مشتریان سهام خودروسازان بزرگ کشور، این پرسش مطرح است که آیا چینی‌ها به خرید سهام سایپا و پارس‌خودرو رضایت می‌دهند یا با ورود به عرصه خرید سهام ایران‌خودرو، با قطعه‌سازان داخلی وارد رقابت یا شاید هم ائتلاف می‌شوند؟

به گزارش «نبض صنعت» در حال حاضر، آخرین خبرها حکایت از این دارد که یکی از قطعه‌سازان بزرگ کشور، با افزایش سهم خود به زودی مدیریت این خودروساز بزرگ را به دست خواهد گرفت. همچنین دو خودروساز بزرگ دیگر (سایپا و پارس‌خودرو) نیز مشتری چینی پیدا کرده‌اند. علاوه بر این یکی از خودروسازان مشهور چین به نام چانگان، برای خرید سهام پارس‌خودرو (که خود زیرمجموعه سایپا به شمار می‌رود) اقدام کرده است، بنابراین در مجموع قطعه‌سازان داخلی، شرکت‌های چینی (در قالب خودروسازان بخش خصوصی ایران) و خودروسازان چینی که در کشور حضور ندارند، سه مشتری اصلی سهام ایران‌خودرو و سایپا به شمار می‌روند که احتمالاً طی امسال اگر اتفاق خاصی رخ ندهد، رسماً به خرید سهام غول‌های جاده‌مخصوص ورود خواهند کرد.

با توجه به اینکه در حال حاضر برخی از خودروهای مونتاژی چینی در ایران تولید می‌شود، حضور چینی‌ها در ایران‌خودرو و سایپا اگر با بهبود کیفیت و کمیت خودروهای داخلی همراه شود، می‌توان به آینده این صنعت امیدوار بود، در غیر این صورت حتی خصوصی‌شدن ۱۰۰ درصدی نیز نمی‌تواند صف‌های انتظار مردم را کوتاه کند یا از میان بردارد و کیفیت را نیز بهبود بخشد.

یادداشت ۲

فهیمه بهرامی | عضو هیئت علمی مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

جایگاه اصناف عمده‌فروشی و خرده‌فروشی در رشد اقتصاد

به طور کلی صنعت خرده‌فروشی و عمده‌فروشی که معمولاً از آن به عنوان بخش تجارت توزیع نام برده می‌شود، مرحله واسطه‌ای از توزیع بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان کالاهاست. عمده‌فروشی‌ها و خرده‌فروشی‌ها در مؤثر و کاراکردن جریان کالا نقش حائز اهمیتی دارند. این نقش چنان مهم است که بدون وجود این ارکان نظام تولید و همچنین بخش مصرف که سهم بالا و مؤثری را در هر اقتصادی ایفا می‌کند، به چالش کشیده خواهد شد. در بیان اهمیت جایگاه فعالیت‌های مربوط به خرده‌فروشی و عمده‌فروشی در اقتصاد می‌توان به یافته‌های محققان این حوزه مبنی بر اینکه عمده‌فروشی‌ها و خرده‌فروشی‌ها همانطور که شکل‌دهنده زندگی روزانه ما هستند، شکل‌دهنده اقتصاد نیز به شمار می‌روند، اشاره کرد. درک این حقیقت تأثیر بسزایی در توجه و رفع چالش از این بخش بزرگ اقتصادی خواهد داشت.

در بیان اهمیت بخش تجاری نظام توزیع کالا می‌توان به سهم این پایگاه‌های کلیدی اقتصاد در ایجاد ارزش افزوده و اشتغال اشاره کرد. بخش خدمات عمده‌فروشی و خرده‌فروشی در ایران به طور میانگین طی سال‌های ۱۳۹۹- ۱۳۹۰ حدود ۱۰/۴ درصد از ارزش افزوده کل اقتصاد و حدود ۱۶/۵ درصد از کل اشتغال را به استناد آمار سال ۱۳۹۹ مرکز آمار شامل شده است. این مقادیر برای کشورهای عضو اتحادیه اروپا به طور میانگین طی سال‌های ۲۰۲۱- ۲۰۱۲ به ترتیب حدود ۱۱/۶ و ۱۳/۴ درصد بوده است.

هرچند به نظر سهم موارد مذکور به صورت مستقل و منفعل چندان کلیدی و مهم به نظر نمی‌آیند، ولی واقعیت امر آن است که اهمیت این نقش در پویایی تولید و به تبع آن در رشد اقتصاد را می‌توان به نوعی یک ضریب تکاثری تلقی کرد که باعث محقق‌شدن نقش صنایع (فعالیت‌های) پیشین و پسین خود در رشد اقتصادی می‌شوند.

نقش دوگانه عمده‌فروشی‌ها در حوزه تأمین و انتقال کالا به بخش‌های مختلف اقتصادی: جایگاه عمده‌فروشی در نظام اقتصادی به گونه‌ای است که هم تأمین‌کننده کالاهای واسطه‌ای برای بخش تولید هستند و هم کالای نهایی را برای بازار نهایی مصرف مهیا می‌سازند، از این رو به درستی می‌توان استنباط کرد که عمده‌فروشی‌ها در حمایت از تولید نقش کلیدی را ایفا می‌کنند، به این ترتیب که از یک سو در ابتدای خط تولید مواد اولیه و واسطه‌ای را تأمین می‌کنند و از سوی دیگر کالاهای تولیدشده در انتهای خط را به مسیرهای مدنظر انتقال می‌دهند تا روند تولید با کمترین مانع به حرکت خود ادامه دهد. آخرین حلقه انتقال کالا از محل تولید(داخلی یا خارجی) واحدهای خرده‌فروشی هستند. در واقع زنجیره ارزش یک کالا زمانی تکمیل می‌شود که کالا در اختیار مصرف‌کننده قرار گیرد و سهم خرده‌فروشی‌ها در تکمیل این فرایند بسیار حیاتی است.

نقش واحدهای توزیعی عمده‌فروشی و خرده‌فروشی در ایجاد ارزش‌افزوده به ویژه در خصوص محصولات غذایی تازه: در هر یک از حلقه‌های توزیعی بسته به حجم توزیع و نوع تقاضا اقداماتی نظیر سورتینگ، بسته‌بندی و فرآوری صورت می‌گیرد که هر یک از این اقدامات در ایجاد ارزش افزوده کالا نقش قابل توجهی ایفا می‌کنند.

نقش کلیدی عمده‌فروشی‌ها در برندسازی: عمده‌فروشی‌ها با توجه به ارتباط نزدیک با تولیدکننده یا واردکننده می‌توانند در معرفی یا حتی ایجاد یک برند نقش مهمی را ایفا کنند.

نقش مهم عمده‌فروشی‌ها در شکل‌گیری الگوهای تولید و تجارت: عمده‌فروشی‌ها با نوع تقاضایی که به بخش تولید یا واردات معرفی می‌کنند (که این الگو می‌تواند به صورت مستقل از بخش خرده‌فروشی یا مصرف یا متأثر از هر یک از بخش‌های مذکور باشد) در خصوص نوع کالا، حجم تولید، الگوهای آتی تولید و تجارت تأثیرگذار هستند.

نقش عمده‌فروشی‌ها در شکل‌گیری الگوهای سرمایه‌گذاری و تخصیص: بخش عمده‌ای از اطلاعات مربوط به نوع و حجم تولید از طریق عمده‌فروشی‌ها به مراکز تولید و بخش تجارت بین‌الملل منتقل می‌شود، از این‌رو الگوهای سرمایه‌گذاری و تخصیص منابع اعم از مالی و فیزیکی متأثر از عملکرد این حوزه است. بدیهی است نقش‌هایی که در اهمیت و تأثیرگذاری اصناف توزیعی خرده‌فروشی و عمده‌فروشی عنوان شد، برای هر اقتصادی قابل توجه است، ولی با وجود این، نقش اصناف مذکور برای اقتصادی با شرایط ایران که تحت تأثیر تحریم‌های مدت‌دار بوده است، بسیار حیاتی و کلیدی است.

در شرایط تحریم که احتمال رفتارهای سوء اقتصادی از قبیل احتکار، ورود کالاهای قاچاق و بی‌کیفیت به بازار مصرف وجود دارد، نقش این ارکان کلیدی نظام توزیع، در صورت عملکرد شفاف و درست در کنترل و جلوگیری از رخداد چنین رفتارهایی، بسیار مؤثر و مفید خواهد بود و از سوی دیگر در صورت ناکارایی مجموعه مذکور، هزینه‌های مبادله کالا را برای بخش تولید و مصرف بسیار بالا خواهد برد و در مجموع رفاه و شرایط اقتصادی را با تنگناهای بیشتری مواجه خواهد ساخت.

همچنین اجرای برنامه‌ها و تحقق اهداف کلیدی سیاست‌های تنظیم بازار که با دو رویکرد کلیدی تأمین معیشت و رساندن کالا به دست مصرف‌کنندگان نهایی با حاشیه سود منطقی و منصفانه همراه است نیز در گرو عملکرد مناسب اصناف توزیعی کشور است، از این‌رو و به استناد تجربه کشورهای موفق در حوزه اصناف توزیعی و به منظور بهره‌مندی از ظرفیت‌های قابل توجه عمده‌فروشی‌ها و خرده‌فروشی‌ها در پویایی تولید و رفاه مصرف‌کنندگان مورد لحاظ قرار دادن یکسری موارد ضروری به نظر می‌رسد.

تکذیب شایعات رفع ممنوعیت واردات آیفون

واحدهای متخلف شناسایی شدند

خبر

سخنگوی ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز با بیان اینکه تا این لحظه رفع ممنوعیت واردات آیفون ۱۴ و ۱۵ مطرح نیست، گفت: اواخر سال واحدهای فروشنده این کالاهای ممنوعه شناسایی شدند و در سال جاری برخورد با این واحدها در دستور کار جدی ستاد قرار دارد.

حمیدرضا دهقانی‌نیا، سخنگوی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز در پاسخ به سؤال تسنیم در خصوص اظهار نظر رئیس انجمن واردکنندگان تلفن همراه که گفته بود این انجمن پیگیر رفع ممنوعیت واردات آیفون‌های ۱۴ و ۱۵ است و ممکن است در آینده نزدیک این اتفاق رخ دهد، گفت: تا این لحظه پیشنهادی در دولت برای رفع ممنوعیت واردات آیفون ۱۴ و ۱۵ مطرح نشده است.

وی در پاسخ به سؤالی در مورد فروش آیفون‌های ۱۴ و ۱۵ که به علت ممنوعیت واردات کالای قاچاق محسوب می‌شوند اما تاکنون برخوردی با فروشندگان آن صورت نگرفته است، گفت: موضوع مقابله با تلفن همراه محرز قاچاق که مصداق آن آیفون ۱۴ و ۱۵ است، در برنامه‌های ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز قرار دارد و ستاد قصد دارد به صورت جدی به این موضوع ورود کند. در انتهای سال گذشته نیز بررسی از پاساژهای تهران انجام شد.

دهقانی‌نیا افزود: بر این اساس شناسایی انجام شد که آیا تبلیغاتی در خصوص کالاهای قاچاق انجام می‌شود یا خیر. اگر انجام می‌شود کدام واحدها این کار را انجام می‌دهند. اگر معامله‌ای انجام می‌شود نیز بیشتر کدام واحدها این کار را انجام می‌دهند. این اطلاعات جمع‌آوری شده و در سال جاری اقدامات لازم در برابر فروشندگان کالای قاچاق انجام خواهد شد.

Javanonline.ir

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
حوزه ثبت ملک کرج – ناحیه سه
آگهی فقدان سند مالکیت

خانم مهروز افخمی ضمن تسلیم دو برگ استشهادیه تصدیق شده اعلام نموده است که سند مالکیت سه دانگ مشاع از ششدانگ یکدستگاه آپارتمان مسکونی به مساحت ۱۵۴/۹۵ متر مربع قطعه ۴ تفکیکی به شماره ۱۹۰۳۰ فرعی از ۱۴۹ اصلی مفروز از پلاک ۳۲۳ فرعی از اصلی مذکور واقع در اراضی حوزه ثبتی شهرستان کرج به شماره چاپی ۹۱۰۶۹۹۲۲ مفقود گردیده و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده است. لذا مراتب به استناد تبصره یک اصلاحی به ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی وجود سند مالکیت نزد خود و یا انجام معامله نسبت به ملک مذکور باشد از تاریخ انتشار این آگهی به مدت ده روز اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت به این اداره تسلیم تا وفق مقررات عمل گردد بدیهی است چنانچه ظرف مدت مقرر اعتراضی واصل نشود و یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نگردد سند مالکیت المثنی طبق مقررات به متقاضی تسلیم خواهد شد.
رونوشت: به ستاد اجرائی فرمان امام (ره)

شناسه آگهی: ۱۶۹۱۶۳۳
حسین رضا نوری شاد
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه سه کرج

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
حوزه ثبت ملک کرج – ناحیه سه
آگهی فقدان سند مالکیت

خانم گلناز مدنی راد ضمن تسلیم دو برگ استشهادیه تصدیق شده اعلام نموده است که تعداد ۱ جلد سند مالکیت تک برگی ۵ دانگ مشاع از ششدانگ یکدستگاه آپارتمان مسکونی به مساحت ۸۵/۶۹ متر مربع قطعه ۷ تفکیکی پلاک ۳۸۲۷۰ فرعی از ۱۷۰ اصلی مفروز و مجزی شده ۲۲۰۲۰ فرعی از اصلی مذکور واقع در اراضی حوزه ثبتی شهرستان کرج به شماره چاپی ۶۲۲۰۳۵ الف ۹۴ ذیل دفتر ۲۳۶ صفحه ۲۵۳ شماره ثبت ۲۸۹۵۴ بنام خانم گلناز مدنی راد صادر گردیده که بدلیل سهل انگاری مفقود گردید و مالک تقاضای صدور سند مالکیت المثنی ششدانگ پلاک مرقوم را نموده است. لذا مراتب به استناد تبصره یک اصلاحی به ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی وجود سند مالکیت نزد خود و یا انجام معامله نسبت به ملک مذکور باشد از تاریخ انتشار این آگهی به مدت ده روز اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت به این اداره تسلیم تا وفق مقررات عمل گردد. بدیهی است چنانچه ظرف مدت مقرر اعتراضی واصل نشود و یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نگردد سند مالکیت المثنی طبق مقررات به متقاضی تسلیم خواهد شد.
رونوشت: به ستاد اجرائی فرمان امام (ره)

شناسه آگهی: ۱۶۹۱۷۳۸
حسین رضا نوری شاد
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه سه کرج