

راه اندازی میادین میوه و تره بار در ۳۱ استان با استفاده از تجربه تهران

مدیرعامل سازمان میادین میوه و تره بار با اشاره به راه اندازی میادین میوه و تره بار در ۳۱ استان کشور با استفاده از «تجربه موفق» تهران گفت: این سازمان آمادگی دارد که تجربیات خود را در اختیار استان‌های کشور قرار دهد.

به گزارش گروه اجتماعی ایسکانیوز، قائم مقام وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) با اشاره به بخشنامه‌ای که خطاب به استانداران سراسر کشور صادر شده است گفت: در این بخشنامه خواستار استفاده از تجارب موفق میادین میوه و تره بار شهرداری تهران در استان‌های سرتاسر کشور شده‌ایم.

بر اساس این گزارش، در این بخشنامه، از تنظیم بازار کالا به عنوان یکی از اولویتهای مهم و سیاست‌های راهبردی دولت و دستگاه‌های ذیربط آن نام برده شده که در شرایط کنونی جنگ اقتصادی و تحریم‌های ناجوانمردانه دشمنان، از اهمیت دوچندان برخوردار است و تامین به موقع کالاهای اساسی را با تکیه و حمایت از تولیدات داخلی و برنامه ریزی دقیق‌تر در تامین، توزیع و مصرف کالاهای اساسی، الزامی ساخته است.

قائم مقام وزیر صمت، بهره‌مندی از ظرفیتهای موجود و بهره‌گیری از زیرساخت‌های تجاری، خصوصاً شبکه‌های توزیع کالا با اصل توجه به کوتاه شدن فاصله تولید تا مصرف و کاهش هزینه‌های مبادله به نفع مصرف‌کنندگان نظیر مراکز عرضه مستقیم کالا از جمله میادین میوه و تره بار را از برنامه‌های دولت در این ایام اعلام کرده که اثرات مثبتی در فرآیند تسهیل توزیع کالاهای پرمصرف داشته است.

بخشنامه مذکور با استناد به تجربه موفق میادین میوه و تره بار شهر تهران، وجود چنین زیرساخت‌هایی در مناطق مختلف کشور برای تنظیم بازار کالاهای اساسی و مایحتاج عمومی را ضروری دانسته و اهمیت آن را مورد تاکید قرار داده و تصریح کرده است: راه اندازی میادین میوه و تره بار به صورت ویژه در دستور کار ستاد تنظیم بازار استان یا کارگروه‌های استانی قرار گرفته و با فراهم کردن الزامات آن جهت عملیاتی شدن این مراکز، اقدام لازم صورت گیرد.

این در حالی است که راد مدیرعامل سازمان مدیریت میادین شهرداری تهران با اشاره به بخشنامه وزارت صمت خطاب به استانداران سراسر کشور گفت: این سازمان آمادگی دارد که تجربیات خود را در اختیار استان‌های سرتاسر کشور قرار دهد.

وی با تاکید بر دستاوردهای سازمان مدیریت میادین شهرداری تهران در حذف واسطه‌ها و تعدیل قیمت‌ها، گفت: اختلاف قیمت ۴۰ درصدی محصولات در میادین میوه و تره بار نسبت به سطح شهر با حفظ کیفیت، نشان دهنده موفقیت این سازمان در کاهش فاصله بین تولید تا مصرف است.

راد به تعامل و همکاری سازمان مدیریت میادین شهرداری تهران و مجموعه دولت در عرضه کالاهای تنظیم بازار در میادین میوه و تره بار، اشاره و تصریح کرد: برای ارائه خدمات به شهروندان و یاری رساندن به دولت در راستای حمایت از مردم، با تمام توان در کنار دولت

بوده و خواهیم بود.

مدیرعامل سازمان مدیریت میادین شهرداری تهران با تاکید بر تنوع محصولات در میادین میوه و تره بار، گفت: با رعایت سه اصل کیفیت مطلوب، قیمت مناسب و مشتری‌مداری، موفق شده‌ایم تا علاوه بر نیمی از میوه و تره بار شهر تهران، بخش قابل توجهی از محصولات پروتئینی و سایر محصولات مورد نیاز شهروندان تهرانی را در ۲۴۶ میدان و بازار میوه و تره بار تامین کنیم.

بر اساس طرح هر محله یک بازار و طبق برنامه ریزی‌های انجام شده، به موازات تسری تجربه موفق سازمان مدیریت میادین در ۳۱ استان کشور، توسعه بازارهای میوه و تره بار در محله‌های پرجمعیت پایتخت که فاقد بازار هستند نیز ادامه دارد و تا پایان سال جاری، ۱۰ بازار جدید میوه و تره بار در تهران ساخته می‌شود.

انتهای پیام/