الزامات حمایت از تولید و مصرف کالای ایرانی

در حالی که دور تازه ای از تحریم های ایالات متحده امریکا علیه کشور آغاز شده است تلاش و تکاپوی مسئولان و مدیران ارشد نظام برای حفظ آرامش بازار و برخورد با اخلال گران و فرصت طلبان هم شکل جدی تری به خود گرفته است.

در این فرایند، تلاش برای حمایت موثر و مطلوب از کالای ایرانی و جلب رویکرد جامعه به استفاده از این کالاها از برنامه هایی است که دولت و وزارت صنعت، معدن و تجارت بعنوان متولی اصلی تولید در کشور آن را دنبال می کنند.

حمایت از تولید ایرانی یکی از محورهای مهمی است که هم در اسناد بالادستی مانند سند چشم انداز ایران ۱۴۰۴ و هم در برنامه های اقتصادی بعد از انقلاب مکرر برآن تاکید شده و راهبردهای اقتصاد مقاومتی ابلاغی مقام معظم رهبری هم برآن صحه گذاشته است؛ اما چرا جریان مصرف کالای ایرانی با همه این برنامه ها و سیاست ها هنوز به شرایط مطلوبی از اقبال جامعه مواجه نشده است؟

پاسخ به این سئوال و تلاش برای جستجوی راهکارهای عملی برای حل این موضوع مبحثی است که نویسنده این سطور در صدد است تا پاسخ قانع کننده ای برای آن پیدا کند.

امروزه موضوع اقبال اجتماعی به مصرف تولیدات داخلی در دنیا بعنوان یک شرایط مهم برای رونق فضای کسب کار و رسیدن به توسعه اقتصادی پذیرفته شده است. در کشورهای توسعه یافته حمایت توامان جریان تولید، مصرف و حاکمیت از تولیدات داخلی نقشه راهی است تا مسیر ارتقا جریان تولید در کسب موفقیت برای ارتقاء کیفی و کمی محصول را به دنبال داشته است و آثار و نتایج جانبی آن هم در ارتقا رقابت پذیری بنگاه های اقتصادی، افزایش اشتغال، رونق فضای کسب کار و توسعه تکنولوژیکی کشورها هویدا شده است. لذا حمایت از تولید محصولات داخلی مستلزم مشارکت عملی در تصمیم گیری و اجرای سیاست ها توسط همه بخش های صدرالاشاره است.

بنظر می رسد به واسطه داشتن جنبه های مختلف موضوع و دایره شمول آن نباید موضوع حمایت از تولید داخلی را به عنوان یک موضوع صرفا اقتصادی تلقی کرد؛ چرا که بخشی از این موضوع به سبب ارتباط با ارزش ها و هنجارهای عمومی باید در حوزه جامعه شناسی، بخشی به سبب دیدگاه های مبتنی بر علایق، سلایق و مطلوبیت ها در حوزه روانشناسی،رویکردها و سوابق ذهنی جامعه درتجارب احیانا ناموفق قبلی در حوزه تاریخ اقتصادی و مولفه های موثر در کسب نظر و توجه مشتری و رویکردها و شگردهای تبلیغی در این حوزه در اقتصاد و مشتری مداری خصوصاً اقتصاد بازاریابی باید مورد توجه و بررسی قرار گیرد.

بنابراین، این موضوع بعنوان یک مبحث بین رشته ای در حوزه اقتصاد،جامعه شناسی روانشناسی و اقتصاد تلقی می شود. در ارائه مصادیق و مشکلات عدم اقبال عمومی به تولید می توان موارد زیر را به عنوان برش هایی از مشکلات هر حوزه علمی به شرح زیر ارائه کرد:

اینکه در باور مردم این موضوع وجود دارد که اگر محصولات کشور خوب و با کیفیت است چرا خود تولید کنندگان از کالاهای تولید خود بصورت عملی استفاده نمی کنند یا مسئولینی که ندای استفاده از محصولات داخلی را سر می دهند چرا در زندگی شخصی و خصوصی به استفاده از تولیدات داخلی وقعی گذاشته نمی شود یا اینکه چرا تولید کننده و عرضه کننده محصولات ایرانی نسبت به انجام تعهدات خود مبنی بر ضمانت کالا پایبندی مناسبی نداشته و با استفاده از بعضی عبارات یا واژه ها به راحتی می تواند ضمانت کالارا بصورت یکطرفه لغو و بلا اثر کند یا اینکه بعضاً مشاهده می شود که در تبلیغات کالاهای تولید داخل از شیوه هایی با مظاهر تبلیغات خلاف واقع و اغفال کننده استفاده می شود و دهها دلیل اقتصادی و بعضاً منطقی در عدم اطمینان به مصرف کالای ایرانی از آسیب ها و مشکلات این حوزه تلقی شود.

متاسفانه در سال های اخیر مد گرایی و استفاده های توام با چشم وهم چشمی در بین مردم، مسئولین و حتی صاحبان بنگاه های اقتصادی کشور که عموماً از تمکن مالی نسبتامناسبی برخوردار بوده‌اند،باعث‌شده تا رویکرد و رغبت به استفاده از محصولات داخلی کمتر مورد توجه عموما مردم قرار گیرد.

از سوی دیگر بسیاری ازمدیران حوزه‌های مختلف کشور در زندگی خود کمتر میل و رغبتی به‌استفاده‌از تولیدات‌ایرانی نشام می‌دهند و بالعکس تلاش دارند تا با صرف هزینه های گزاف محصولات دارای برند خارجی را استفاده کنند. نتیجه این رفتارها ایجاد این پرسش است که چطور تولید کننده یا فلان مسئول که باید دغدغه مصرف کالای ایرانی را داشته باشد درعمل کمتر اقبالی به آنچه خود می گوید، نشان می دهد. لذا باورهای اجتماعی در مصرف محصولات داخلی به بهترین شکل ممکن متزلزل می شود.

ترویج مدگرایی های خارجی بجای اشاعه فرهنگ مناسب استفاده از تولیدات داخلی به واسطه منافع مادی زیادی برای برخی از دلالان و واسطه ها، جامعه را از یک انگیزه مطلوبی در خریدهای غیر داخلی برخوردار می کند. البته افزایش هزینه های تولید داخل و ناشناسی بسیار از محصولات با کیفیت داخلی در بین مصرف کنندگان هم در حوزه اطلاع رسانی از آسیب های قابل توجه در این حوزه است.

وقتی مدیران عامل و هیات مدیره های خودرو سازان داخلی خود را در استفاده از تولیدات محصولات سطح متوسط و پایین شرکت خود متعهد سازند، هم می تواند اعتماد مشتری را جلب کنند و هم اشکالات محصولات تولیدات خود را بصورت عینی تر مشاهده کنند. در صورتی که در زندگی خصوصی متولیان امر بصورت واقعی نشانی از استفاده از تولیدات ایرانی دیده شود و مطبوعات و رسانه ها امکانی برای انعکاس رفتار عملی آنها در بین مردم پیدا کنند؛ یقیناً مردم هم به خرید محصولات ساخت داخل رغبت بیشتری نشان خواهند داد.

ازمنظرکیفیت‌واستانداردهم‌تولیدکنندگانی که بتوانند مصرف کننده را از کیفیت و خدمات پس از فروش محصولات خود اطمینان خاطر دهند و در صورت انصراف مصرف کننده از خرید محصول، بدون دغدغه نسبت به عودت کالای فروخته شده اقدام کنند می توانند امیدوار باشند مصرف کننده رویکرد مطلوبتری در خرید از آنها نشان خواهد داد.

دستاوردهای کشورهای توسعه یافته در ارتقاء تولید و توانمندسازی آن حاصل اجماع همه‌ارکان‌ذی‌مدخل‌درتولیداست.تولیدکننده آنها پذیرفته است که در عمل به مصرف کننده تعهد مسئولیت محض استفاده از کالای خریداری شده را می دهد و مصرف کننده هم با مشاهده این حسن نیت، تلاش و جدیت، خود را مکلف به حمایت همه جانبه از محصول تولیدی بنگاه اقتصادی کشور خود می داند.

باید تولید کننده در عمل برای حمایت و حفاظت از تولید کشور و توسعه مصرف آن که ضامن توسعه پایدار است، خود را متعهد نشان دهد تا مصرف کننده از خطرات و آسیب ها و نگرانی های خود در استفاده از محصول تولید شده بکاهد. نباید این ذهنیت وجود داشته باشد که مسئولیت تولید کننده و واحد صنفی عرضه کننده کالا تا مرحله دریافت وجه است و پس از آن دیگر ادبیات گفتاری و پاسخگویی او هم تغییر می کند؛ تغییر رویکرد جریان تولید به سمت احترام به سلیقه خواست و نیاز مشتری، جلوگیری از اجحاف به مصرف کننده، انحصار در فرایند تولید و عرضه، عدم پایبندی به تعهدات و عدم معرفی کالاهای مطلوب و با کیفیت داخلی از آسیب های این حوزه قلمداد می شود.

البته در کشور بنگاه های اقتصادی هم وجود دارند که تلاش می کنند به سلایق، نیازها و حقوق مصرف کننده احترام بگذارند و زمینه های وفاداری او را به کالای خود فراهم سازند.

این بنگاه ها که عمدتاً از جوانان خلاق،باهوش و فعال هستند، توانسته اند در شیوه های نوین و متنوع بازاریابی و فروش محصولات تولیدی خود با کاهش هزینه و افزایش کیفیت خدمات توجه بسیاری از مصرف کنندگان داخلی را بخود جلب کنند. این بنگاه های اقتصادی ضمن ارائه مشاوره های مناسب به مصرف کننده تلاش دارند تا مصرف کننده را در همه مراحل فروش شامل خدمات قبل، حین و پس از فروش محصول حمایت کنند.

البته بخشی از این اقدامات مناسب و موفق به سبب عدم انعکاس مطلوب، برای مصرف کنندگان چندان شناخته شده نیست. شناسایی و معرفی این بنگاه های تولیدی و خدماتی به مردم یکی از راهبردهای ترویج خرید کالای ایرانی است که از تشکل های مردم نهاد و فعال در این حوزه مطالبه می شود.

ایجاد کمپین های حمایت از کالای با کیفیت و موفق داخلی توسط این تشکل ها و حمایت دولت و نهادهای غیر دولتی از آنها می تواند تا حدودی زمینه ترویج استفاده از تولیدات این بنگاه ها را در جامعه فراهم کند.

بایدبراین‌نکته‌تاکیدشودکه‌مصرف‌کنندگان کم توقع داخلی و مردم ایران اسلامی حتماً نسبت به حمایت از تولیدات داخلی متعهد و توانمند خود احساس مسئولیت پیدا خواهند کرد و در هیچ شرایطی او را رها نخواهند کرد در صورتی که عملکرد و رفتاری متناسب با احترام و توجه به خواست و نیاز خود را از او مشاهده کنند.

غلامعلی رموی

*حمایت از تولید ایرانی یکی از محورهای مهمی است که هم در اسناد بالادستی مانند سند چشم انداز ایران ۱۴۰۴ و هم در برنامه های اقتصادی بعد از انقلاب مکرر بر آن تاکید شده و راهبردهای اقتصاد مقاومتی ابلاغی مقام معظم رهبری هم بر آن صحه گذاشته است

برندگان و بازندگان جنگ تجاری آمریکا و چین

تجارت بین دو اقتصاد بزرگ جهان یعنی امریکا با تولید ناخالص داخلی حدود ۲۰ هزار میلیارد دلار و چین با تولید ناخالص داخلی حدود ۱۴ هزار میلیارددلار در سال ۲۰۱۸ نقش مهمی بازی می کند. پیش بینی می شود حجم این تجارت درسال ۲۰۱۸ به حدود ۶۵۰ میلیارد دلار برسد؛ البته با حدود ۳۵۰ میلیارددلار کسری تجاری برای امریکا.

همین کسری بزرگ تجاری، چالشی بزرگ برای کلیت این متغیر مهم اقتصادی ایجاد کرده است که می تواند مشکلاتی برای دو اقتصاد بزرگ و کل اقتصاد جهان در پی داشته باشد. بر پایه نظریه و تئوری های اقتصاددانان کلاسیک، نظام اقتصاد بازار آزاد رقابتی با مکانیزم قیمت، کارامدترین مکانیزم اقتصادی در تولید کالا، خدمات و انباشت ثروت است. در این نظام اقتصادی سه مقوله "تقسیم کار"،"رقابت"و" مالکیت خصوصی" شروط اولیه لازم برای کارامدی اقتصاد هستند و بهبود مداوم شاخص انها به بهبود مداوم عملکرد اقتصاد در سطح منطقه ای، ملی و جهانی می انجامد.

تئوریسین های مکتب اقتصاد کلاسیک، دولت را از مداخله در مکانیزم بازار برحذر داشته اند اما حفاظت و حراست از فضای مناسب فعالیت اقتصاد بازار آزاد رقابتی را به دولت توصیه کرده اند.

دولت فدرال آمریکا بیشترین قرابت در بین همه دولت های مستقر در جهان را با ایده های اقتصاددانان کلاسیک دارد.

دولت امریکا پس ازجنگ دوم جهانی حضور همه جانبه در سطح جهانی را در دستور کار خود قرار داد. در پی این حضور روبه گسترش، تبلیغ و حمایت از اقتصاد بازار آزاد رقابتی، ایجاد قراردادهای منطقه ای، سازمان تعرفه و تجارت جهانی "گات" و نهایتا سازمان تجارت جهانی (WTO) برای بسط و گسترش اقتصاد آزاد رقابتی و جهانی کردن آن تلاش گسترده ای را به راه انداخت و دو نهاد اقتصادی مهم جهان یعنی صندوق بین المللی پول و بانک جهانی با نقش افرینی امریکا در پیدایش و فعالیت انها تلاش بی وقفه ای را در جهت تشویق، ترغیب و حمایت همه کشورها برای بسط و گسترش اقتصاد آزاد رقابتی در دستور کار داشته اند.

نتیجه همه اقدامات ذکر شده و نشده در جهت گسترش اقتصاد بازار آزاد رقابتی که آمریکا از بانیان و حامیان جدی آن بوده است، هم در گستره جغرافیایی و هم در عملکرد، موفقیت آمیز بوده است. پس از روی آوردن هند به اقتصاد با برنامه متمرکز دولتی و چین با اقتصاد سوسیالیستی به اقتصاد بازار محور، موفقیت های بزرگی در فرایند جهانی شدن اقتصاد بازار، افزایش نرخ رشد تولید جهانی با شیب تند و شکوفایی تجارت جهانی را به دنبال داشته است. پس از سقوط اتحاد جماهیر شوروی (۱۹۹۱) تنها آلترناتیو جدی اقتصاد بازار در اشکال مختلف آن بی اعتبار شد و سیستم اقتصادهای ملی تقریبا همه کشورها، اقتصاد بازار محور با درجات متفاوت از مداخله دولت شده است.

اما امریکا پس از نیم قرن تلاش مداوم برای گسترش و جهانی کردن اقتصاد بازار آزاد که با استقبال و در تولید کالا و خدمات با موفقیت جهانی باورنکردنی همراه بوده است، احساس زیان می کند و خود را بازنده جهانی شدن اقتصاد بازار می داند.

نرخ پایین رشد اقتصادی، نرخ بالای بیکاری در اقتصاد بازار محور امریکا، تسخیر بازار آمریکا توسط کالاهای خارجی و سکوت مرگباری که بر بسیاری از شهرهای سابقا صنعتی و فعلا خالی از سکنه امریکا حاکم شده، از جمله دلایل این ناامیدی دولت و کارگزاران اقتصادی امریکا از جهانی شدن اقتصاد بازار است.بخشی از این زیان نشات گرفته از ذات و ماهیت بازار در "تقسیم کار" برپایه مزیت نسبی کشورها یعنی کارایی اقتصادی بازار است. برای مثال چین، هند، برزیل، مکزیک و ... به دلیل پایین بودن تولید ناخالص ملی سرانه، در تولید کالاهای کاربر بر امریکا مزیت نسبی دارند و بنگاه های تولید کالاهای کاربر تمایل به استقرار در این کشورها با نیروی کار ارزان دارند. درمقابل، امریکا در خدمات مالی، تکنولوژی و خدمات الکترونیک، نرم افزاری و فناوری های نوین مزیت دارد و نیروی کار متخصص در این بخش ها را جذب می کند.

در سال ۲۰۱۷ شرکت های نوظهور امریکا از قبیل اپل، گوگل، مایکروسافت، آمازون، ای بی ام و صدها شرکت تولید ایده، فکر و فناوری با تعداد معدود نیروی کار نخبه، بالاتر از فورد، مک دونالد و کوکاکولا با میلیون ها فرصت شغلی در تولید ناخالص ملی امریکا قرار گرفته اند.

خروج سرمایه از امریکا به سایر نقاط جهان و ورود کالای ساخته شده به جای آن تنها مشکل اقتصاد امریکا نیست بلکه صدور بیکاری از طرف دولت سایر کشورها به آمریکا است که دولت مردان امریکا را نگران و آنها را وادار به عکس العمل کرده است. بیش از یک دهه است که دولت مردان آمریکا از مداخله دولت چین در تعیین دستوری نرخ برابری یوان با دلار آمریکا پایین تر از قیمت واقعی آن اعلام نارضایتی می کنند. همین مداخله در بازار ارز است که اجازه نمی دهد عدالت بازار برقرار شود و کسری تجاری سالانه روبه افزایش آمریکا با چین از کانال ۳۵۰ میلیارد دلار (۲۰۱۸) عبور کرده و در نتیجه آن بیکاری گسترده ای به امریکا صادر می شود. همچنین دولت چین به حمایت از شرکت های خودی (دولتی و خصوصی) در قراردادهای آنها با شرکت های امریکایی مداخله می کند و شرایط رقابت در بازار را از بین می برد؛ به همین دلیل است که دونالد ترامپ به زبان مختص خوش گفته است :چینی ها در مشارکت جرزنی می کنند و باید تنبیه شوند. اولین قدم این تنبیه برقراری تعرفه ۲۵ درصدی بر تولیدات فولاد و ۱۰ درصدی بر تولید الومینیم تولید چین بود. واکنش چینی ها به این تعرفه ها اگرچه محدود به چند قلم محصولات کشاورزی از جمله سویا بود، ولی واکنش مجدد ترامپ را در پی داشت که با وضع تعرفه بر گروه دیگری از کالاهای ساخت چین. آنها هم اعلام کرده اند که با وضع تعرفه بر بخش دیگری از کالاهای امریکایی تلافی خواهند کرد و این یعنی شروع یک دومینوی وضع تعرفه بر تجارت کالا بین دو کشور که به جنگ تعرفه ای (تجاری) شهرت یافته است.

حال سئوال مهم این است که این جنگ تجاری بین امریکا و چین تا کجا ادامه پیدا خواهد کرد و نتایج احتمالی و برندگان و بازندگان آن چه کسانی خواهند بود.

برای جواب دادن به سئوالات بالا دو حالت حدی از وضع تعرفه بر مبادله کالا بین دو کشور در سال ۲۰۱۸ را در نظر می گیرم که آنچه در عالم واقع رخ خواهد داد در محدوده آن قرار خواهد گرفت.

الف- حالت حدی پایین: یعنی وضعیت قبل از وضع تعرفه ها که به دلیل سیاست پولی دولت چین کسری بزرگ تجاری امریکا را در پی دارد که مطلوب دولت امریکا نیست. این کسری تجاری زمینه بیش از ۳ میلیون فرصت شغلی در امریکا را ازبین می برد که بازنده آن نیروی کار امریکا باحدود ۱۶۰ میلیون شاغل و نزدیک به ۱۰ میلیون بیکار است و برنده بزرگ این حالت، کارگران چینی هستند با حدود ۲۰ میلیون فرصت شغلی برای تولید ۳۵۰ میلیارد دلار کالا و نزدیک به ۸۰۰ میلیون نیروی کار شاغل و حدود یک میلیون بیکار.

در این حالت دولت چین با پایین نگهداشتن دستوری نرخ برابری یوان در برابر دلار بخشی از درامد تولید کننده چینی را به بودجه خانوار امریکایی هدیه می کند. اگر قیمت دستوری یوان تنها ۱۰ درصد کمتر از قیمت واقعی آن باشد، مبلغ این هدیه به بیش از ۵۰ میلیار دلار می رسد.

ب- حالت حدی بالا: یعنی دولت امریکا تصمیم بگیرد نابرابری تجاری بین امریکا و چین را رفع کند که لازمه آن وضع تعرفه ۱۰۰ درصدی بر کالاهای وارداتی از چین است و به احتمال زیاد چین هم مقابله به مثل خواهد کرد.

در این حالت اگر فرض کنیم مقدار صادرات دو کشور ثابت بماند، امریکا ۱۵۰ میلیارد دلار کالا به چین صادر می کند و ۵۰۰ میلیارد دلار عوارض ورود کالای چینی که مجموعا ۶۵۰ میلیارد دلار نصیب اقتصاد امریکا خواهد کرد و در طرف مقابل چین ۵۰۰ میلیاردلار کالا به امریکا صادر می کند و ۱۵۰ میلیارد دلار عوارض ورود کالای امریکایی دریافت می کند که مجموعا ۶۵۰ میلیاردلار نصیب اقتصاد چین خواهد شد و تجارت بین دو کشور نتایج برابر برای اقتصاد دو کشور خواهد داشت با کسری تجاری صفر. پس از وضع تعرفه ها کاهش حجم تجارت بین دوکشور قطعا رخ خواهد داد که در اثر نهایی وضع تعرفه ۱۰۰ درصدی فقط اعداد بالا را تغییر می دهد و تاثیری در این برابری و صفر شدن تراز تجاری نخواهد داشت. در این حالت با توجه به نیاز متقابل اقتصاد دو کشور و زیر ساخت های هریک می توان به این نتیجه رسید که وضع تعرفه حتی کمتر از ۲۵ درصد فعلی، مزیت نسبی اقتصاد چین یعنی داشتن نیروی کار ارزان را از بین می برد، تولید کننده آمریکایی امکان ورود به بازار و توان رقابت با تولید کننده چینی را پیدا می کند و در پی ان تقاضای کالاهای چینی در بازار امریکا به مقدار زیاد کاهش پیدا خواهد کرد. ولی وضع تعرفه برابر بر صادرات امریکا از طرف چین مزیت نسبی اقتصاد امریکا را بخصوص در بخش تکنولوژی و نرم افزاری از بین نمی برد و صادرات امریکا به چین کاهش چندانی پیدا نمی کند.

برای مثال اقتصاد چین جایگزین بالقوه ای برای محصولات "سیلیکون ولی" امریکا ندارد. اما در این حالت هزینه تعرفه بر کالاهای چینی بر بودجه خانوار امریکایی تحمیل می شود. فرصت های شغلی در چین کاهش و در امریکا افزایش خواهد یافت و بودجه دولت امریکا منبع درامد بزرگی بدست خواهد آورد ولی ورودی بودجه دولت چین از محل وضع تعرفه شاید نتواند کاهش درامد مالیاتی به دلیل کاهش تولید ناخالص داخلی پس از وضع تعرفه های تجاری را جبران کند.

همچنین دو شاخص "تقسیم کار" و "رقابت" جهانی در تولید کالاها افت می کند و در نتیجه هزینه تولید افزایش و نرخ رشد اقتصاد جهان کاهش پیدا می کند. نتیجه کلی آنکه در کوتاه و میان مدت، دولت و نیروی کار امریکا برنده جنگ تعرفه ها و دولت چین، مصرف کننده امریکایی، نیروی کار چین و اقتصاد جهان بازندگان جنگ تعرفه ها خواهند بود ولی در بلند مدت که همه عوامل تاثیر گذار متغیر هستند و پیش بینی نتایج جنگ تعرفه ها بسیار دشوار و نیاز به محاسبات گسترده خاص خود را دارد.

محمد صادق جنت

آگهی تغییرات شرکت فناوری و پژوهش سهند آهن و فولاد خاورمیانه سهامی خاص به شماره ثبت ۱۶۳۴ و شناسه ملی ۱۴۰۰۶۷۵۵۰۰۸

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۳۹۷/۰۴/۰۶ صورت های مالی و ترازنامه منتهی به سال ۹۶ تصویب شد. روزنامه اطلاعات برای چاپ آگهی‌های شرکت تعیین گردید. فریدون واعظ زاده به شماره ملی ۱۸۲۹۴۱۵۷۵۱ به عنوان بازرس اصلی و محمد ناظمی هرندی به شماره ملی ۵۶۵۹۷۰۴۶۴۶ به عنوان بازرس علی‌البدل برای یک سال مالی انتخاب گردید.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان اصفهان
مرجع ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری خمینی شهر (۲۲۱۰۷۰)

آگهی تغییرات شرکت گروه صنعتی پژوهشی فرهیختگان زرنام شرکت سهامی خاص به شماره ثبت ۲۱۵۳ و شناسه ملی ۱۰۱۸۴۰۰۱۶۸۷

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۷/۰۵/۰۲ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: سرمایه شرکت از مبلغ ۱/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ ۲/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال منقسم به ۵۰۰۰۰۰ سهم بانام به ارزش هر سهم ۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال از محل مطالبات حال شده سهامداران افزایش یافت.و ماده مربوطه در اساسنامه اصلاح گردید

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان البرز
مرجع ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری ساوجبلاغ (۲۲۰۹۸۷)

آگهی تغییرات شرکت گروه صنعتی پژوهشی فرهیختگان زرنام شرکت سهامی خاص به شماره ثبت ۲۱۵۳ و شناسه ملی ۱۰۱۸۴۰۰۱۶۸۷

به استناد صورتجلسه هیئت‌مدیره مورخ ۱۳۹۷/۰۴/۰۲ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: -آقای مرتضی سلطانی با شماره ملی ۰۳۷۰۵۸۶۶۶۲ به سمت رئیس هیئت‌مدیره و آقای مهدی امینی با شماره ملی ۰۳۸۴۶۳۸۷۹۱ به سمت نایب رئیس هیئت‌مدیره و آقای محسن امینی با شماره ملی ۰۳۸۴۲۲۴۶۳۶ به سمت عضو هیئت‌مدیره و آقای آرش سلطانی با شماره ملی ۰۰۱۵۴۸۹۸۲۵ به سمت عضو هیئت‌مدیره و آقای حمیدرضا دلاوری با شماره ملی ۰۰۶۸۴۴۸۵۸۹ (خارج از اعضاء هیئت‌مدیره) به سمت مدیرعامل برای مدت دو سال انتخاب گردیدند -کلیه اسناد و اوراق بهادار و تعهدآور و قراردادها با امضاء دو نفر از چهار نفر اعضاء هیئت‌مدیره همراه با مهر شرکت معتبر می‌باشد و نامه ها و مکاتبات عادی و اداری با امضاء مدیرعامل یا یک نفر از اعضاء هیئت‌مدیره همراه با مهر شرکت معتبر می‌باشد.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان البرز
مرجع ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری ساوجبلاغ (۲۲۰۲۷۵)

آگهی تغییرات شرکت صنعتی زر ماکارون شرکت سهامی خاص به شماره ثبت ۳۰۰ و شناسه ملی ۱۰۱۰۰۰۴۷۷۷۳

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۳۹۷/۰۴/۰۲ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: -آقایان مرتضی سلطانی به شماره ملی ۰۳۷۰۵۸۶۶۶۲ و محسن امینی به شماره ملی ۰۳۸۴۲۲۴۶۳۶ و مهدی امینی به شماره ملی ۰۳۸۴۶۳۸۷۹۱ و آرش سلطانی به شماره ملی ۰۰۱۵۴۸۹۸۲۵ برای مدت دو سال به سمت اعضای هیئت‌مدیره انتخاب گردیدند. -موسسه حسابرسی و خدمات مالی حافظ گام به شماره ثبت ۱۲۵۲۹ و شناسه ملی ۱۰۱۰۰۴۸۴۰۳۵ به سمت بازرس اصلی و آقای مهدی رفیعی اردستانی به شماره ملی ۰۰۴۷۳۲۶۸۴۰ به سمت بازرس علی‌البدل برای مدت یکسال مالی انتخاب شدند ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت منتهی به سال ۱۳۹۶ مورد تصویب قرار گرفت. -روزنامه کثیرالانتشار اطلاعات جهت نشر آگهی شرکت انتخاب شدند.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان البرز
مرجع ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری ساوجبلاغ (۲۲۰۲۸۰)

آگهی تغییرات شرکت صنعتی زر ماکارون شرکت سهامی خاص به شماره ثبت ۳۰۰ و شناسه ملی ۱۰۱۰۰۰۴۷۷۷۳

به استناد صورتجلسه هیئت‌مدیره مورخ ۱۳۹۷/۰۴/۰۲ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: -آقای مرتضی سلطانی با شماره ملی ۰۳۷۰۵۸۶۶۶۲به سمت رئیس هیئت‌مدیره وآقای مهدی امینی با شماره ملی ۰۳۸۴۶۳۸۷۹۱ به سمت نایب رئیس هیئت‌مدیره وآقای محسن امینی با شماره ملی ۰۳۸۴۲۲۴۶۳۶ به سمت عضو هیئت‌مدیره و مدیرعامل وآقای آرش سلطانی با شماره ملی ۰۰۱۵۴۸۹۸۲۵ به سمت عضو هیئت‌مدیره برای مدت دو سال انتخاب گردیدند -کلیه اسناد واوراق بهادار و تعهدآور و قراردادها باامضاء دو نفر از چهار نفراعضاء هیئت‌مدیره همراه با مهر شرکت معتبر می‌باشد و نامه ها و مکاتبات عادی و اداری با امضاء یکنفر از اعضاء هیئت‌مدیره یا مدیرعامل همراه با مهرشرکت معتبر می‌باشد

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان البرز
مرجع ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری ساوجبلاغ (۲۲۰۲۷۰)

آگهی تغییرات شرکت شهد ایران شرکت سهامی عام به شماره ثبت ۲۶۳۶ و شناسه ملی ۱۰۳۸۰۲۵۲۸۷۳

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۳۹۷/۰۳/۳۰ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: صورتهای مالی شرکت برای سال منتهی به ۹۶/۱۲/۲۹ به تصویب رسید. موسسه حسابرسی فراز مشاور به سمت بازرس اصلی شماره ثبت ۳۴۹۱شناسه ملی :۱۰۱۰۰۲۱۸۴۰۰ و موسسه حسابرسی دیلمی پور و همکاران شماره ثبت :۱۱۸۶۸ و شناسه ملی :۱۰۱۰۰۴۶۴۶۰۶ به عنوان بازرس علی‌البدل برای مدت یک سال مالی انتخاب گردیدند -روزنامه اطلاعات و خراسان جهت درج آگهی‌های شرکت تعیین گردید

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان خراسان رضوی
اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری مشهد (۲۲۳۶۲۳)

آگهی تغییرات شرکت الکترود کویر کاشان سهامی خاص به شماره ثبت ۱۳۷۸ و شناسه ملی ۱۰۲۶۰۱۸۲۶۱۳

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۳۹۷/۰۴/۱۳ ترازنامه سود و زیان سال مالی ۱۳۹۶ تصویب شد. محمد نوفرستی فرزند حاجی با کدملی ۰۶۵۲۸۲۵۷۲۹ به سمت بازرس اصلی و محمدعلی ملک پور فرزند حسین با کدملی ۲۱۸۰۰۶۱۱۶۱ به سمت بازرس علی‌البدل شرکت برای مدت یکسال انتخاب شدند. روزنامه اطلاعات جهت چاپ آگهیهای شرکت تعیین شد.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان اصفهان
مرجع ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری کاشان (۲۲۱۱۲۷)

آگهی تغییرات شرکت معدنی و فرآوری سرمه فیروزآباد شرکت سهامی خاص به شماره ثبت ۷۰۱ و شناسه ملی ۱۰۵۳۰۱۱۱۷۷۶

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی مورخ ۱۳۹۷/۰۳/۲۳ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: صورتهای مالی شرکت مشتمل بر، ترازنامه و صورت حساب عملکرد و سود وزیان و صورت جریان وجوه نقد برای سال مالی منتهی به ۱۳۹۶/۱۲/۲۹ به تصویب رسید. و موسسه حسابرسی و خدمات مدیریت سیاق نوین جهان بعنوان حسابرس و بازرس قانونی اصلی و موسسه حسابرسی آریا بهروش بعنوان حسابرس و بازرس علی‌البدل برای عملکرد سال مالی منتهی به ۱۳۹۷/۱۲/۲۹ انتخاب شدند. و روزنامه اطلاعات به عنوان روزنامه کثیرالانتشار جهت درج آگهی‌های شرکت تعیین گردید و شرکت فراآذین البرز (سهامی خاص) به شناسه ملی ۱۰۱۰۰۵۶۴۵۶۲ -شرکت پیمان آفرینان امین (سهامی خاص) به شناسه ملی ۱۰۱۰۰۵۶۴۵۱۰ -شرکت مهرخاوران الوند (سهامی خاص) به شناسه ملی ۱۰۱۰۰۵۶۴۵۰۵ بسمت اعضای اصلی هیئت‌مدیره برای مدت دو سال انتخاب گردیدند

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان فارس
مرجع ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری فیروز آباد (۲۲۳۲۳۹)

آگهی تغییرات شرکت گاز استان اصفهان شرکت سهامی خاص به شماره ثبت ۲۳۷۲۷ و شناسه ملی ۱۰۱۰۱۸۹۱۷۸۱

به استناد صورتجلسه هیئت‌مدیره مورخ ۱۳۹۷/۰۳/۰۷ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: ۱- آقای سید مصطفی علوی با کد ملی (۴۱۷۱۹۹۱۵۹۵) به عنوان رییس هیئت‌مدیره و مدیرعامل. ۲- آقای غلامرضا اسماعیلیان با کد ملی (۱۲۸۶۵۸۶۷۶۳) به عنوان نائب رییس هیئت‌مدیره. ۳- آقای سید مجتبی گلستانه با کد ملی (۱۱۴۱۰۰۰۶۶۰) به عنوان عضو اصلی. ۴- آقای داود سامری با کد ملی (۱۸۱۸۹۵۶۶۱۶) به عنوان عضو اصلی. ۵- آقای حسین بندگانی با کد ملی (۱۲۸۵۵۷۶۷۴۸) به عنوان عضو اصلی برای مدت دو سال انتخاب شدند. اختیارات مدیرعامل برابر ماده (۱۳) اساسنامه و کلیه اوراق و اسناد مالی و تعهدات شرکت با امضاء مدیرعامل و یکی از اعضاء هیئت‌مدیره با مهر شرکت معتبر می‌باشد.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان اصفهان
اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری اصفهان (۲۲۳۵۰۴)

آگهی تغییرات شرکت گاز استان اصفهان شرکت سهامی خاص به شماره ثبت ۲۳۷۲۷ و شناسه ملی ۱۰۱۰۱۸۹۱۷۸۱

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۳۹۷/۰۳/۰۶ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: اعضای جدید هیئت‌مدیره شرکت را که عبارتند از: ۱- آقای سید مصطفی علوی با کد ملی (۴۱۷۱۹۹۱۵۹۵) ۲- آقای غلامرضا اسماعیلیان با کد ملی (۱۲۸۶۵۸۶۷۶۳). ۳- آقای سید مجتبی گلستانه با کد ملی (۱۱۴۱۰۰۰۶۶۰). ۴- آقای داود سامری با کد ملی (۱۸۱۸۹۵۶۶۱۶) ۵- آقای حسین بندگانی با کد ملی (۱۲۸۵۵۷۶۷۴۸) به عنوان اعضای اصلی هیئت‌مدیره. ۶- آقای اسماعیل هیبتیان قلعه سلیمی با کدملی (۶۳۳۹۸۳۲۳۶۹) ۷- آقای محمد علی کرامتی با کد ملی (۱۲۸۶۶۲۰۰۹۰) به عنوان عضو علی‌البدل برای مدت دو سال انتخاب شدند.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان اصفهان
اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری اصفهان (۲۲۳۵۰۵)

دعوت به جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق‌العاده صاحبان سهام شرکت مهندسی مشاور مهاب قدس (سهامی خاص) به شماره ثبت ۴۸۹۶۲ و شناسه ملی ۱۰۱۰۳۱۰۴۳۶۱

بدینوسیله از کلیه سهامداران محترم شرکت مهندسی مشاور مهاب قدس(سهامی خاص) دعوت می‌شود حسب درخواست احدی از سهامداران در جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق‌العاده شرکت که در روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۷/۷/۲ از ساعت ۱۴:۳۰ در دفتر مرکزی شرکت به نشانی: تهران، خیابان وحید دستگردی، خیابان تخارستان، پلاک ۱۶ برگزار خواهد شد، حضور به هم رسانند.

دستور جلسه: انتخاب مدیران

هیئت مدیره
شرکت مهندسی مشاور مهاب قدس

آگهی دعوت مجمع عمومی عادی سالیانه شرکت پاکدشت ماسه (سهامی خاص) ثبت شده به شماره ۸۰۳۳۲ و شناسه ملی ۱۰۱۰۱۲۵۰۲۱۶

ازکلیه سهامداران شرکت پاکدشت ماسه (سهامی خاص) دعوت می شود در جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه که درساعت ۱۶ روز پنجشنبه ۱۳۹۷/۶/۱۵ درمحل دفترمرکزی شرکت به نشانی تهران- سمیه- خیابان آیت اله طالقانی- خیابان بهار جنوبی-پلاک ۱۲۰-ساختمان بهار- طبقه سوم- واحد ۵- کدپستی ۱۵۷۱۸۳۶۷۹۳ تشکیل می گردد، حضور به هم رسانند.

دستور جلسه:۱. گزارش عملکرد و تصویب سود و زیان سال مالی ۱۳۹۶ ۲. تعیین اعضای هیئت مدیره شرکت.۳. تعیین بازرسان قانونی شرکت.۴. سایرموارد

هیئت مدیره شرکت پاکدشت ماسه (سهامی خاص)

آگهی تغییرات شرکت گروه صنعتی پژوهشی فرهیختگان زرنام شرکت سهامی خاص به شماره ثبت ۲۱۵۳ و شناسه ملی ۱۰۱۸۴۰۰۱۶۸۷

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۷/۰۳/۰۹ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: -به موضوع شرکت « تضمین دیون اشخاص ثالث » الحاق گردید. پس از اخذ مجوزهای لازم از مراجع ذیصلاح قانونی و ماده مربوطه در اساسنامه اصلاح گردید ماده ۴۰ اساسنامه به شرح صورتجلسه اصلاح گردید

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان البرز
مرجع ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری ساوجبلاغ (۲۲۰۲۷۶)

آغوشی که هر روز بزرگ تر می‌شود

هر روز ۶ کودک مبتلا به سرطان تحت حمایت محک قرار می‌گیرند

این آغوشی است که به پشتوانه شما سالانه برای حمایت از ۲۰۰۰ کودک جدید گشوده‌تر می‌شود.

بی‌شک بدون همراهی خیرخواهانتان، ادامه این راه ممکن نخواهد بود.

حمایت از کودکان محک با دریافت قلک

قلک محک ۲۳۵۴۰-۰۲۱

محک
مؤسسه خیریه حمایت از کودکان مبتلا به سرطان
mahak-charity.org

از اینکه به پیام ما توجه می‌کنید، سپاسگزاریم. بازدید از محک: ۲۳۵۰۱۲۱۰-۰۲۱

آگهی دعوت سهامداران شرکت نستله ایران سهامی خاص ثبت شده به شماره ۱۱۱۶۰۴ و شناسه ملی ۱۰۱۰۱۵۵۳۲۵۶ جهت تشکیل مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده.

بدین وسیله از کلیه سهامداران شرکت دعوت می شود تا در جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده که در ساعت ۱۵:۳۰ مورخ ۱۳۹۷/۰۶/۱۴ در محل قانونی شرکت به نشانی تهران خیابان ولیعصر، میدان ونک، خیابان خدامی، نبش خیابان آفتاب پلاک ۳ طبقه ششم کدپستی ۱۹۹۴۸۳۴۵۷۳ تشکیل می گردد حضور به هم رسانند.

دستور جلسه: ۱. انتخاب اعضای جدید هیئت مدیره برای مدت باقیمانده دوره قانونی تصدی هیئت مدیره (تا ۱۳۹۹/۰۱/۲۷) ۲. سایر موارد در صلاحیت مجمع. **مدیرعامل، جوزپه کارلا**

آگهی دعوت سهامداران شرکت نستله ایران سهامی خاص ثبت شده به شماره ۱۱۱۶۰۴ و شناسه ملی ۱۰۱۰۱۵۵۳۲۵۶ جهت تشکیل مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده.

بدین وسیله از کلیه سهامداران شرکت دعوت می شود تا در جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده که در ساعت ۱۶ مورخ ۱۳۹۷/۰۶/۱۴ در محل قانونی شرکت به نشانی تهران خیابان ولیعصر، میدان ونک، خیابان خدامی، نبش خیابان آفتاب پلاک ۳ طبقه ششم کدپستی ۱۹۹۴۸۳۴۵۷۳ تشکیل می گردد حضور به هم رسانند. **دستور جلسه:** ۱. تصمیم گیری در خصوص توزیع سود های انباشته و قابل تقسیم سال های مالی ۲۰۱۷، ۲۰۱۶، ۲۰۱۵، ۲۰۱۴، و ۲۰۱۳. ۲. سایر موارد در صلاحیت مجمع.

مدیرعامل، جوزپه کارلا

دعوت به مجمع صندوق سرمایه‌گذاری بانک دی

بدین‌وسیله از کلیه دارندگان محترم واحدهای ممتاز صندوق سرمایه‌گذاری بانک دی به شماره ثبت ۲۷۶۷۲ و شناسه ملی ۱۰۳۲۰۵۷۲۳۹۰ دعوت می‌شود تا در جلسه مجمع که در ساعت ۱۲ روز سه‌شنبه مورخ ۱۳۹۷/۰۶/۰۶ در محل دفتر مرکزی بانک دی(سهامی عام) به آدرس: خیابان ولیعصر ـ نبش خیابان پروین ـ پلاک۴۵ـ طبقه دوم تشکیل خواهد شد، حضور به هم رسانند.

دستور جلسه:

۱ـ تصویب صورت‌های مالی سال مالی منتهی به ۱۳۹۷/۰۳/۲۲
۲ـ انتخاب حسابرس و متولی برای سال مالی منتهی به ۱۳۹۸/۰۳/۲۲
۳ـ انتخاب روزنامه کثیرالانتشار
۴ـ سایر موارد که در صلاحیت مجمع باشد.

هیات مدیره

دعوت مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده شرکت حمل و نقل بین المللی و خدمات بار هوایی آلوارس ترابر (با مسئولیت محدود) به شماره ثبت ۳۹۱۴۰۰ شناسه ملی ۱۰۳۲۰۴۱۷۲۶۰

از کلیه سهامداران دعوت می نماید د رجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده شرکت در ساعت ۱۱ روز شنبه ۹۷/۰۶/۱۰ در دفتر مرکزی شرکت حضور به هم رسانند.آدرس شرکت:تهران-چهارراه کالج-کوچه مراغه-کوچه سمنان-پلاک۶-طبقه دوم-واحد۵ **دستور جلسه :** -اتخاذ تصمیم جدید در مورد تعیین صاحبان امضای شرکت - اتخاذ تصمیم جدید در مورد اعضای هیئت مدیره

هیئت مدیره شرکت آلوارس ترابر

بانک ملت
bank mellat

مزایده عمومی شماره ۹۷/۱۲۶

الف) مزایده‌گزار: بانک ملت

ب) موضوع مزایده: فروش ۳۳۶ عدد باطری ۱۰۰آمپر ساعت مستعمل

ج) سپرده شرکت در مزایده: ۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به‌صورت ضمانتنامه بانکی (غیربانک ملت) و یا چک بانکی و یا فیش واریز نقدی به حساب جاری جام به شماره ۲۰۲۴۰۱۳۵۹۵ و شناسه واریز ۱۳۹۷۳۳۰۰۰۱۰۱۲۶۱۳۷ در وجه اداره کل امور مالی نزد شعبه چهارراه ولی‌عصر (قابل پرداخت در کلیه شعب بانک ملت)

د) مدارک مورد نیاز جهت دریافت اوراق مزایده: ارائه معرفی‌نامه و فیش ۲۰۰/۰۰۰ ریالی واریزی به حساب جاری جام به شماره ۲۰۲۴۰۱۰۲۶۵ و شناسه واریز ۱۳۹۷۳۳۰۰۰۱۰۱۲۶۲۲۲ در وجه اداره کل امور مالی بانک ملت

هـ) محل دریافت اسناد مزایده: تهران ـ خیابان انقلاب، بین خیابان رامسر و شهید موسوی، نبش کوچه آذرنوش، پلاک ۱ طبقه ۲ـ اداره معاملات ساختمانی بانک ملت

شروع توزیع اوراق مزایده	از ساعت ۸ صبح مورخ ۹۷/۵/۲۴
پایان توزیع اوراق مزایده	تا ساعت ۱۴ مورخ ۹۷/۶/۶
تاریخ تحویل پاکت‌ها	تا ساعت ۱۵ مورخ ۹۷/۶/۷
تاریخ بازگشایی پاکت‌ها	رأس ساعت ۸ صبح مورخ ۹۷/۶/۱۳

اداره کل مهندسی ساختمان ـ اداره معاملات ساختمانی