مناسبت‌های وارداتی و بازارسازی فرهنگی

ادامه از صفحه اول

اما پرسش اینجاست که چه نسبتی میان این مناسبت و جامعه ایرانی وجود دارد؟ ما نه تقویم فرهنگی یکسانی داریم، نه آغاز فصل خرید کریسمس برای اقتصاد و خانواده ایرانی معنای مشابهی دارد و نه الزاما الگوی مصرف ما باید با تقویم تجاری کشورهای دیگر تنظیم شود. همین پرسش درباره هالووین و مناسبت‌های مشابه نیز مطرح است. موضوع، مخالفت با استفاده از تجربه‌های موفق تجاری جهان یا حتی بهره‌گیری از فرصت‌های واقعی تخفیف نیست؛ موضوع آنجاست که یک الگوی بیرونی، بدون نیازسنجی فرهنگی و اقتصادی، به‌تدریج به بخشی از زیست روزمره جامعه تحمیل می‌شود.

البته نباید از کنار یک نکته مهم به‌سادگی عبور کرد و آن اینکه مناسبت‌های تجاری، برخلاف ظاهر بی‌طرفشان، فقط کالا نمی‌فروشند؛ سبک زندگی، الگوی مصرف و حتی نظام اولویت‌بندی ذهنی انسان‌ها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهند. وقتی یک مناسبت با چنین حجم تبلیغاتی در جامعه تکرار می‌شود، ابتدا نام آن آشنا می‌شود، سپس انتظار برای فرارسیدنش شکل می‌گیرد و در نهایت، مشارکت در آن به یک رفتار عادی و حتی نوعی عقب ماندن از دیگران تبدیل می‌شود. این همان نقطه‌ای است که بازاریابی از فروش کالا فراتر می‌رود و به بازتولید فرهنگ مصرفی تبدیل می‌شود.

در این میان، نقش برخی کسب‌وکارهای داخلی نیز قابل تأمل است. گویی بخشی از نظام بازاریابی کشور به این نتیجه رسیده که برای رونق بازار، حتما باید از مناسبت‌های وارداتی و الگوهای تبلیغاتی غربی تقلید کند. پیامک‌های انبوه و ناخواسته، ایجاد حس فوریت کاذب، تخفیف‌های بعضا غیرواقعی و تبدیل چند روز خرید به یک جشنواره سراسری، همه نشان می‌دهد که با یک رقابت ساده برای فروش بیشتر مواجه نیستیم؛ بلکه با الگویی از مصرف‌گرایی روبه‌رو هستیم که برای گسترش خود، به بازتولید مداوم مناسبت‌های تجاری نیاز دارد.

البته مقابله با این پدیده را نباید به برخوردهای سلبی، ممنوعیت‌های بی‌حاصل یا تقابل شعاری با هر پدیده خارجی تقلیل داد. فرهنگ را نمی‌توان صرفا با دستورالعمل حفظ کرد؛ همان‌طور که نمی‌توان در برابر یک جریان تبلیغاتی سازمان‌یافته، صرفا به توصیه اخلاقی برای بی‌توجهی به آن بسنده کرد.

برای مواجهه مؤثر، دست‌کم چند اقدام ضروری است. نخست، باید از ظرفیت نهادهای فرهنگی، رسانه‌ها و نظام آموزشی برای افزایش سواد رسانه‌ای و اقتصادی مردم استفاده کرد تا جامعه میان تخفیف واقعی و تخفیف‌سازی تبلیغاتی تمایز قائل شود و بداند هر مناسبت تجاری، ضرورتا یک نیاز اجتماعی نیست. دوم، دستگاه‌های نظارتی باید بر صداقت تخفیف‌ها، قیمت‌گذاری‌ها و شیوه‌های تبلیغاتی نظارت جدی داشته باشند و برای پیامک‌های ناخواسته و مزاحمت‌های تبلیغاتی، سازوکار بازدارنده و قابل پیگیری ایجاد کنند. سوم، کسب‌وکارهای داخلی باید به‌جای کپی‌برداری از تقویم تجاری دیگران، به طراحی رویدادهای فروش متناسب با مناسبت‌های ملی، بومی و دینی روی بیاورند؛ مناسبت‌هایی که می‌توانند هم به رونق اقتصادی کمک کنند و هم پیوند میان اقتصاد و هویت فرهنگی را تقویت کنند. چهارم، رسانه ملی و مجموعه‌های فرهنگی نباید صرفا در مقام منتقد ظاهر شوند؛ بلکه باید برای معرفی الگوهای جایگزین مصرف، خرید مسئولانه، حمایت از تولید داخلی و مناسبت‌های اقتصادی متناسب با فرهنگ ایرانی ابتکار عمل داشته باشند.

نکته پایانی آنکه تهاجم فرهنگی همیشه با نمادهای آشکار و پیام‌های مستقیم سیاسی اتفاق نمی‌افتد. گاهی از مسیر یک پیامک تخفیف آغاز می‌شود، با یک کمپین تجاری گسترش پیدا می‌کند و به‌تدریج ذائقه و عادت‌های یک جامعه را تغییر می‌دهد. قرار نیست درهای اقتصاد کشور را به روی تجربه‌های جهانی ببندیم، اما قرار هم نیست هر آنچه در بازارهای جهانی به یک مناسبت تبدیل شد، در اینجا نیز به یک مطالبه عمومی بدل شود. جامعه‌ای که برای تقویم مصرف خود هیچ اراده‌ای ندارد، دیر یا زود در تعیین اولویت‌های فرهنگی خود نیز منفعل خواهد شد. مسئله اصلی بلک فرایدی نیست؛ مسئله این است که چه کسی و با چه منطقی، تقویم زندگی و مصرف ما را تنظیم می‌کند؟

قاره سبز برای تغییر آرام و قرار ندارد

بن بست لیبرال دموکراسی در اروپا



حنیف غفاری

موج اخیر اعتصابات و تظاهرات سراسری اخیر در بیش از ۲۵ کشور اروپایی که با حضور صدها هزار تن از جوانان، دانشجویان و دانش‌آموزان تحت عنوان «مبارزه برای آینده ما» شکل گرفت، فراتر از یک اعتراض صنفی یا اقتصادیِ مقطعی است. این پدیده، نماد بارز عیان شدنِ شکاف‌های ساختاری و عمیق در قاره سبز است؛ شکاف‌هایی که سیاستمداران غرب و ماشین رسانه‌ای آن‌ها سال‌ها تلاش کردند با نقابِ فریبنده‌ی «ثبات لیبرال دموکراسی» پنهان سازند. بررسی این اعتراضات نشان می‌دهد که استراتژیِ دیرینه غرب در «ساده‌سازی اعتراضات» با شکست مطلق مواجه شده و حاکمیت‌های اروپایی قدرت روایت‌سازی از بحران‌های درون‌زا را از دست داده‌اند.

در ادبیات سنتیِ رسانه‌ها و دولت‌های غربی، هرگاه موجی از نارضایتی‌های عمومی سرمی گرفت، ماشین پروپاگاند ابلاغ فاصله دست به کار می‌شد تا با تقلیل دادن اعتراضات به چند مطالبه حاشیه‌ای و انحرافات مقطعی ماهیت عمیق بحران را مخدوش سازد. این همان استراتژی «ساده‌سازی اعتراضات» است که هدف آن، پاک کردن صورت مسئله و جلوگیری از باز شدن بندهای ساختار حکمرانی است.

اما گستردگی جغرافیایی اعتراضات اخیر در سراسر اروپا، از شعارهای ضدجنگ در وین و برلین تا اعتراض به هزینه‌های نجومی تسلیحات، بحران مسکن، فروپاشی نظام آموزشی و افت فاحش استانداردهای زندگی در رم، پاریس و مادرید، نشان داد که این بار پروپاگندای رسمی غرب کارایی خود را از دست داده است. وقتی صدها هزار نفر از جوانانِ نسلِ جدید اروپا هم‌زمان با اتحادیه‌های کارگری به خیابان می‌آیند و صراحتا اعلام می‌کنند که بودجه عمومی باید صرف رفاه، مسکن و آموزش شود، نه پروژه‌های جنگ‌طلبانه و میلیتاریستی، دیگر نمی‌توان این خیزش را به سادگی به چند گروه حاشیه‌ای نسبت داد. نخبگان سیاسی غرب در مدیریت و مهار روایتِ این بحران کاملاً درمانده شده‌اند و این یعنی از دست رفتن مونوپولِ حقیقت در دست رسانه‌های جریان اصلی.

در چنین فضایی، آنچه بیش از پیش رنگ باخته و دیگر محلی از اعراب ندارد، گزاره‌های پرهزینه و توخالیِ «ارزش‌های ادعایی اروپاییان» است. سال‌هاست که تئوریسین‌های غربی، نظام سیاسی موسوم به لیبرال دموکراسی را به عنوان نقطه ثقل عقلانیت بشری، عدالت اجتماعی و آزادی معرفی کرده و آن را به عنوان الگویی جهانی تجویزمی کنند. اما آنچه امروز در خیابان‌های شهرهای اروپایی دیده می‌شود، عیان شدن حقیقتِ وارونه‌ی این ادعاهاست. لیبرال دموکراسی، که روزگاری دال مرکزیِ گفتمان حکمرانی در غرب بود، امروز به «پاشنه آشیل» حکمرانیِ تبعیض‌آمیز و ناعادلانه در این کشورها تبدیل شده است. ساختاری که در شعار از حقوق بشر و رفاه شهروندان دم می‌زند، در عمل به ابزاری برای انباشت ثروت در دستان الیگارشی‌های مالی و تأمین بودجه‌های سرسام‌آور نظامی تبدیل شده است. سیاستمدارانی که هم‌زمان با اعمال فشارهای شدید اقتصادی بر طبقه متوسط و جوانان، میلیاردها یورو به جنگ افروزی در خارج از مرزها و حمایت از ماشین‌های کشتار (همچون رژیم صهیونیستی و تنش‌آفرینی‌های نظامی در شرق اروپا) اختصاص می‌دهند، در حقیقت مشروعیت اخلاقی سیستم خود را به حراج گذاشته‌اند. شعار معترضان لندن مبنی بر «برای آینده ما بجنگید، نه برای جنگ‌های آن‌ها»، اعتراضی بنیادین به همین تناقض مرگبار است.

شاید مهم‌ترین و معنادارترین ویژگی خیزش‌های اخیر اروپا، حضور پیشتازانه نسل جوان و به ویژه نسل موسوم به Gen Z باشد. این نسل، برخلاف اسلاف خود، پرورش‌یافته در عصر دسترسی آزاد به اطلاعات و آشکار شدن تناقضات عریان سیستم است. جوانِ اروپایی امروز با چشم خود می‌بیند که آموزش رایگان، آینده شغلی، مسکن مقرون به صرفه و امنیت محیط زیستی، قربانیِ ماشین جنگ‌طلبی و سیاست‌های نئولیبرالی شده‌اند که صاحبان پنهان و آشکار قدرت بر جامعه تحمیل کرده‌اند.

واکنش این نسل، طرد قاطع روایت‌سازی‌های دروغین حاکمان است. آتش‌زدن مجسمه‌ها و نمادهای جنگ‌طلبی و استکبار در میلان، اعتراض به بازگشت احتمالی سربازی اجباری در آلمان، و پیوند خوردن مطالبات مدنی با حمایت از مظلومیت فلسطین در لندن، نشان‌دهنده شکل‌گیری یک خودآگاهیِ عمیق سیاسی در میان جوانان اروپایی است. آن‌ها درک کرده‌اند که بحران‌های جاری در قاره سبز اعم از تورم، نابودی اقلیم و جنگ، محصولات تصادفی نبوده و خروجیِ منطقیِ یک نظام حکمرانیِ غیرمردمی و بحران‌زا محسوب می‌شوند.

اعتراضات سراسریِ اخیر اروپا، زنگ خطری جدی برای نظام سیاسی غرب است. استراتژیِ پاک کردن صورت مسئله و ساده‌سازی اعتراضات دیگر در پایتختهای اروپایی پاسخ نمی‌دهد. حکمرانی در اروپا در چنبره تناقضات درونی خود گرفتار شده و ارزش‌های خودساخته‌اش زیر چرخ‌دنده‌های بی‌عدالتیِ ساختاری خرد شده است. جوانان اروپاییِ با حضور در خیابان‌ها، پایانِ عصرِ انحصارِ حقیقت توسط سیاستمداران غربی را اعلام کرده‌اند؛ واقعیتی که گواهی برزوال تدریجیِ اعتبارِ درونیِ مدل‌های سیاسیِ در اروپاست. در چنین شرایطی زمزمه سقوط اتحادیه اروپا و از هم گسیختگی تار و پود حکمرانی غربی در حال تبدیل شدن به فریادی بلند و معنادار است.

محاسبات اقتصادی معکوس ترامپ!

محمد حسین چشم براه
تحلیلگر حوزه صنعت و تجارت

زمانی که دونالد ترامپ در رقابت‌های سال ۲۰۲۴ میلادی باتکیه برشعارهای پرطمطراق بهبود معیشت، کاهش مداخله گرایی خارجی و مهار تورم توانست آرای بخش قابل توجهی از جامعه آمریکا را به سود خود جلب کند، کمتر کسی در اردوگاه جمهوری خواهان تصور می‌کرد که این برگ برنده به سرعت به طناب دار این حزب بدل شود. اما امروز، نتایج فاجعه بار انتخابات میان دوره‌ای کنگره پرده از یک واقعیت انکارناپذیر برداشته است: محاسبات اقتصادی کاخ سفید نه تنها به بار ننشست، بلکه با یک چرخش ۱۸۰ درجه‌ای، به پاشنه آشیل اصلی جمهوری خواهان تبدیل شد و سنگین‌ترین و تحقیرآمیزترین شکست دهه‌های اخیر را بر پیکره این حزب تحمیل کرد. ریشه این سقوط تاریخی را باید در دوخطای راهبردی و توهم اقتصادی ترامپ جست‌وجو کرد. نخست، سیاست جنجالی و خام‌دستانه وضع تعرفه‌های سنگین تجاری بود. ترامپ تصور می‌کرد با بستن مالیات‌های گمرکی بر واردات و در پیش گرفتن رویکرد حمایت‌گرایی افراطی، چرخ‌های صنعت آمریکا را به حرکت درمی‌آورد؛ غافل از اینکه هزینه مستقیم این بازی خطرناک نه بر دوش رقبا، بلکه مستقیماً بر سبد معیشت مصرف کننده آمریکایی آوار شد. جهش تورمی، افزایش بی‌سابقه قیمت کالاهای اساسی و اختلال گسترده در زنجیره‌های تأمین، توده‌های مردم را به ستوه آورد و وعده‌های پررزق و برق کاخ سفید در اذهان افکار عمومی رسوا ساخت. اما خطای نابخشودنی تروپر هزینه‌تر، مدیریت مالیِ ناشی از ماجراجویی نظامی و تجاوزوقیحانه علیه جمهوری اسلامی ایران بود. در حالی که ترامپ در سال ۲۰۲۴ مدعی پایان دادن به «جنگ‌های بی‌پایان» و بازگرداندن ثروت ملی به داخل کشور بود، ورود به ورطه تقابل سنگین با ایران، میلیاردها دلار از ذخایر مالیاتی مردم آمریکا را در باتلاق تنش‌های منطقه‌ای سوزاند. رابه حرکت درمی‌آورد؛ غافل از اینکه هزینه مستقیم این بازی خطرناک نه بر دوش رقبا، بلکه مستقیماً بر سبد معیشت مصرف کننده آمریکایی آوار شد. جهش تورمی، افزایش بی‌سابقه قیمت کالاهای اساسی و اختلال گسترده در زنجیره‌های تأمین، توده‌های مردم را به ستوه آورد و وعده‌های پررزق و برق کاخ سفید در اذهان افکار عمومی رسوا ساخت. اما خطای نابخشودنی تروپرهزینه‌تر، مدیریت مالیِ ناشی از ماجراجویی نظامی و تجاوزوقیحانه علیه جمهوری اسلامی ایران بود. در حالی که ترامپ در سال ۲۰۲۴ مدعی پایان دادن به «جنگ‌های بی‌پایان» و بازگرداندن ثروت ملی به داخل کشور بود، ورود به ورطه تقابل سنگین با ایران، میلیاردها دلار از ذخایر مالیاتی مردم آمریکا را در باتلاق تنش‌های منطقه‌ای سوزاند. جهش بهای جهانی انرژی، ناامنی مسیرهای تجاری و تحمیل هزینه‌های سرسام‌آور تسلیحاتی همان باقیمانده رمق اقتصاد آمریکا را نیز گرفت. واشنگتن گمان می‌کرد می‌تواند با یک ضربه کوتاه و مانور تبلیغاتی، اقتدار پوشالی بسازد، اما در عمل درگیریک کارزار فرسایشی و فرساینده با هزینه‌های غیرقابل جبران شد. پیامدهای این دو خطای راهبردی، درست در پای صندوق‌های رأی انتخابات میان دوره‌ای نمایان شد. شهروندان خسته از تورم ساختاری و عصبانی از حیف‌ومیل منابع ملی در جنگ‌افروزی علیه تهران، خشم انباشته خود را به نمایش گذاشتند. آن مزیت اقتصادی بی‌رقیب که زمینه‌ساز بازگشت ترامپ به قدرت در سال ۲۰۲۴ شده بود، به نماد اصلی بی‌کفایتی، بحران‌سازی و فروپاشی رفاه اجتماعی بدل گردید.

شکست تاریخی جمهوری‌خواهان در انتخابات اخیر تصادفی نبود؛ بلکه نتیجه مستقیم «محاسبات اقتصادی معکوس» در دالان‌های کاخ سفید بود. ترامپ و مشاورانش فراموش کرده بودند که اقتصاد، میدان لاف‌زنی و نمایش‌های رسانه‌ای نیست. پیوند زدن جنگ تجاری با ماجراجویی خونین در برابر ایران، طبقه متوسط و کارگر آمریکا را به این جمع‌بندی رساند که بهای توهمات واشنگتن را باید از جیب و سفره خود بپردازند؛ پاسخی کوبنده که زلزله‌ای سهمگین در کنگره پدید آورد و نشان داد بازی با متغیرهای اقتصادی و منازعات خارجی، دامن خودِ معماران آن را زودتر از هر کس دیگری خواهد گرفت.

آگهی تغییرات شرکت سهامی خاص همند نیرو گسیل به شناسه ملی ۱۰۱۰۱۵۸۱۹۶۳ و به شماره ثبت ۱۱۴۵۵۵ به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۴۰۵/۰۶/۰۳ تصمیمات ذیل اتخاذ شد آقای علی نقی شاکری به شماره ملی ۰۳۸۱۲۸۰۹۸۵ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای محسن شاکری به شماره ملی ۰۳۸۳۴۷۵۰۴۱ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای سید احمد امیری دشت بیاضی به شماره ملی ۰۹۳۷۶۸۰۶۹۹ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳و به سمت مدیرعامل تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای سید مجید امیری دشت بیاض به شماره ملی ۰۹۳۷۷۱۴۹۸۴ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای سید امیر امیری دشت بیاض به شماره ملی ۰۹۴۱۷۶۵۰۷۵ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳انتخاب گردیدند مقرر گردید تا کلیه اوراق و اسناد تعهد آور و بهاء دار از قبیل ،چک سفته برات عقود و قراردادها با امضاء متفق یکی از آقایان محسن شاکری (رئیس هیأت مدیره) و یا علی نقی شاکری (نایب رئیس هیأت مدیره) با یکی از آقایان سید احمد امیری دشت بیاضی (مدیر عامل و عضو هیات مدیره) و سید امیر امیری دشت بیاض (عضو هیات مدیره) و سید مجید امیری دشت بیاض (عضو هیأت مدیره) همراه با مهر شرکت و سایر اوراق و مکاتبات عادی و اداری و روزمره با امضاء منفرد مدیر عامل سید احمد امیری دشت بیاضی و یا عضو هیأت مدیره (سید مجید امیری دشت بیاض و یا نایب رئیس هیأت مدیره علی نقی (شاکری همراه با مهر شرکت معتبر می باشد. اختیارات هیئت مدیره به شرح ذیل به مدیر عامل تفویض گردید هیات مدیره کلیه اختیارات مندرج در بند ۲۰ ذیل ماده ۴۵ اساسنامه و نیز اختیارات مشروحه ذیل را به مدیر عامل (آقای سید احمد امیری دشت بیاضی) تفویض و تنفیذ نمود. کلیه اختیارات مندرج در مواد ۳۵ و ۳۶ قانون آیین دادرسی دادگاههای عمومی و انقلاب در امور مدنی به مدیر عامل شرکت (آقای سید احمد امیری دشت بیاضی) برای اقامه دعوی و دفاع از هرگونه دعوی یا تسلیم به دعوی یا انصراف از آن اعم از حقوقی و کیفری نزد هر مرجع اعم از قضایی شبه قضایی ثبتی ،داوری اداری انتظامی سازمان تعزیرات حکومتی گمرگ و کمیسیون های حل اختلاف آن سازمان امور مالیاتی شهرداری دارایی ادارات کار و امور اجتماعی تامین اجتماعی دادسراها و دادگاه بدوی تجدیدنظر، دیوان عالی کشور دیوان عدالت اداری صلح شورای حل اختلاف و سایر مراجع قضایی و غیر قضایی در هر مرحله اعم از بدوی و تجدید نظر و فرجامی و واخواهی و اعاده دادرسی و اعمال ماده ؟؟؟ قانون ایین دادرسی کیفری و تقاضای اعمال ماده ؟ قانون نحوه محکومیت های مالی واخذ دستور موقت و تامین خواسته و ورود ثالث و جلب ثالث و اعتراض ثالث و تقابل با درخواست صدور برگ اجرایی و تعقیب عملیات اجرایی و اخذ محکوم به و وجوه ایداعی بنام شرکت و با حق انتخاب و اختیار وکیل یا وکلای دادگستری و عزل آنان و انعقاد قرارداد با آنان با تصریح به اینکه وکیل یا وکلای معینه در کلیه مراجع قضایی و غیر قضایی جمهوری اسلامی ایران با تمام اختیارات راجع به امر دادرسی و رسیدگی از جمله در موارد ذیل را دارا خواهد بود. وکالت راجع به اعتراض به رای تجدید نظر فرجام خواهی و اعاده دادرسی و شرکت در مصالحه و سازش وکالت در ارجاع دعوی به داوری و تعیین داور وکالت در تعیین مصدق و کارشناس وکالت در دعوی خسارت وکالت در استرداد دادخواست یا دعوا وکالت در جلب ثالث و دفاع از دعوی ثالث وکالت در ورود ثالث و دفاع از دعوی ثالث وکالت در دعوی تقابل و دفاع در قبال آن وکالت در قبول یا رد سوگند. وکالت در حق درخواست صدور برگ اجرایی و تعقیب عملیات آن و اخذ محکوم به و وجوه ابدائی. وکالت در ارجاع دعوا به داوری و تعیین داور یا اختیار صلح و بطور کلی استفاده از کلیه اختیارات و حقوق و اجرای تکالیف ناشی از داوری طبق مقررات وحق امضا قرارداد حاوی شرایط داوری یا توافق نامه داوری و تعیین و گزینش داور منتخب و اجرای حکم نهایی و قطعی داور و اعتراض به رای داور. سازمان ثبت اسنادواملاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۲۳۳۶۲۷۴)

آگهی تغییرات شرکت سهامی خاص همند نیرو گسیل به شناسه ملی ۱۰۱۰۱۵۸۱۹۶۳ و به شماره ثبت ۱۱۴۵۵۵ به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۴۰۵/۰۶/۰۳ تصمیمات ذیل اتخاذ شد آقای علی نقی شاکری به شماره ملی ۰۳۸۱۲۸۰۹۸۵ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای محسن شاکری به شماره ملی ۰۳۸۳۴۷۵۰۴۱ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای سید احمد امیری دشت بیاضی به شماره ملی ۰۹۳۷۶۸۰۶۹۹ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای سید مجید امیری دشت بیاض به شماره ملی ۰۹۳۷۷۱۴۹۸۴ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای سید امیر امیری دشت بیاض به شماره ملی ۰۹۴۱۷۶۵۰۷۵ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳انتخاب گردیدند سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ به سمت نایب رئیس هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای محسن شاکری به شماره ملی ۰۳۸۳۴۷۵۰۴۱ به سمت رئیس هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای سید احمد امیری دشت بیاضی به شماره ملی ۰۹۳۷۶۸۰۶۹۹ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳و به سمت مدیرعامل تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای سید مجید امیری دشت بیاض به شماره ملی ۰۹۳۷۷۱۴۹۸۴ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای سید امیر امیری دشت بیاض به شماره ملی ۰۹۴۱۷۶۵۰۷۵ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳انتخاب گردیدند سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ به سمت رئیس هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای سید احمد امیری دشت بیاضی به شماره ملی ۰۹۳۷۶۸۰۶۹۹ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳و یا به سمت مدیرعامل تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای سید مجید امیری دشت بیاض به شماره ملی ۰۹۳۷۷۱۴۹۸۴ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای سید امیر امیری دشت بیاض به شماره ملی ۰۹۴۱۷۶۵۰۷۵ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳انتخاب گردیدند سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۴۰۵/۰۶/۰۳ تصمیمات ذیل اتخاذ شد آقای علی نقی شاکری به شماره ملی ۰۳۸۱۲۸۰۹۸۵ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای محسن شاکری به شماره ملی ۰۳۸۳۴۷۵۰۴۱ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۷/۰۶/۰۳ آقای سید احمد امیری دشت بیاضی به شماره ملی ۰۹۳۷۶۸۰۶۹۹ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره