

طبق گفته‌های یک اقتصاددان، صنعت لوازم‌خانگی در سال گذشته سهم حدود نیم درصدی در صادرات کشور داشته، بازاری به بزرگی ۴۰۰ میلیون نفر در کشورهای منطقه و همسایگان برای آن مهیاست و به گفته دبیر کل اتاق مشترک بازرگانی ایران و عراق نیز ظرفیت صادرات ۴ میلیارد دلاری به عراق وجود دارد.

به گزارش ایسنا، جهانبخش سنجایی شیرازی، دبیرکل اتاق مشترک بازرگانی ایران و عراق، رئیس سابق پژوهشگاه استاندارد ایران، در میزگرد "صیانت از صنعت لوازم‌خانگی در برابر مافیاسی واردات" با هرگونه ممنوعیت واردات و صادرات در دراز مدت مخالفت کرد و گفت: ممنوعیت‌ها ممکن است در کوتاه‌مدت آثار مثبتی به همراه داشته باشد، اما در میان و بلندمدت ناکارآمدکننده اقتصاد است. اما در شرایطی همچون شرایط کنونی که با محدودیت منابع ارزی مواجهیم، هر اقدامی در کوتاه‌مدت که بتواند هزینه‌های ارزی ما را کاهش دهد مقبول است و صیانت از تولید داخلی در این شرایط معنی دارد. دبیرکل اتاق مشترک بازرگانی ایران و عراق گردش مالی بازار لوازم خانگی ایران را سالانه پنج تا شش میلیارد دلار عنوان کرد و گفت: صنعت لوازم خانگی ۵۰۰ تا ۶۰۰ بازیگر تولیدکننده و مونتاژکار دارد. البته در برنامه ملی تولید لوازم‌خانگی، ظرفیت ۲٫۵ میلیارد دلاری برای صادرات به کشورهای منطقه و همسایگان دیده شده است.

**فرصت طلایی صنعت لوازم خانگی**

سنجایی با بیان اینکه باید شرایطی فراهم شود که بتوان قطعات، ملزومات، مواد اولیه و فناوری مورد نیاز را از خارج تأمین کرد و در عین حال به‌تدریج ارزشی‌ها را در این حوزه کاهش داد، تصریح کرد: بر این اساس، حمایت از تولید داخلی و ممانعت از واردات در شرایط تحریم می‌تواند سیاست درستی باشد، اما نه درازمدت. شرایط کنونی نیز به گونه‌ای است که فرصت طلایی برای صنعت لوازم‌خانگی ایجاد کرده و اگر به درستی استفاده شود به رشد این صنعت می‌انجامد و در غیر این صورت بلایی که گریبانگیر خودروسازی شده بر سر آن خواهد آمد. وی افزود: اگر واردات را محدود کنیم، منجر به گسترش قاچاق شده و همچنین صنایع داخلی را از رقابت پذیری دور خواهد کرد. بنابراین فرصت طلایی که اکنون با ممنوعیت واردات برای صنعت لوازم‌خانگی شکل گرفته، بعدها می‌تواند به پاشنه آشیل آن تبدیل شود.

**قبضه بازار با پوشاک داخلی منقش به برند خارجی**

## قاچاق کاهش یافت



اگرچه پوشاک خارجی به وفور در بازار وجود دارد اما طبق اعلام مسئولان، اغلب این محصولات تولیدات داخلی هستند که منقش به مارک و برچسب برند خارجی شده‌اند تا با تعداد و قیمت بالاتری فرش بروند.

به گزارش مهر، «برندمداری خارجی» چالشی است که در ایران بنا به دلایلی همچون نامرغوب بودن بعضی از کالاهای ساخت داخل، پایین بودن تکنولوژی ساخت نسبت به موارد مشابه خارجی، عدم فرهنگ‌سازی، عدم تبلیغات مناسب، ناهماهنگی قیمت و قدرت خرید مردم و … اپیدمی شده است؛ به شکلی که در سطح جامعه اینگونه القا شده که جنس ایرانی بی کیفیت و جنس خارجی با کیفیت است. مردم از بازار کالاهای برقی و لوازم خانگی که شرکت‌های داخلی توانسته‌اند با کوشش به تولیدات نسبتاً باکیفیتی دست یابند تا بازار محصولات خوراکی و پوشاک به دنبال تولیدات خارجی می‌گردند.

نکته عجیب آنکه این فرهنگ خارجی‌پسندی به قدری در فرهنگ جامعه ایرانی رسوخ کرده که

تولیدکنندگان ایرانی طبق یک رسوم قدیمی کالاهای تولیدی خود را با برند خارجی می‌فروشند. طبق اظهارات متولیان حوزه پوشاک عمده کالاهای خارجی در بازار، در واقع کالای ایرانی هستند که برند خارجی دارند و تولیدکننده سعی دارد از این طریق عمده محصولات خود را در تعداد و قیمت مناسب به فروش برساند.

در حالیست که واردات پوشاک طی ۳ سال گذشته ممنوع بوده و طبق اعلام ستاد مبارزه با قاچاق،

قاچاق این محصول نیز افت کرده است؛ بنابراین اغلب پوشاک خارجی در بازار یا محصول ایرانی با برند خارجی و یا محصول تقلبی خارجی هستند.

**تولید داخلی با برند خارجی**

در همین رابطه مصطفی پورکاظم شایسته، معاون حقوقی و امور مقابله ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز

در گفتگو با خبرنگار مهر اظهار داشت: متأسفانه به دلایل مختلفی همچون عدم فرهنگ‌سازی و پایین بودن کیفیت از گذشته مرسوم بوده که تولیدکننده ایرانی کالای تولید خود را با برند خارجی به بازار عرضه کند. وی افزود: چندی پیش به ما اطلاع دادند که یک فروشگاه بزرگ در تهران محصولات برند آدیداس را می‌فروشد، وقتی به آن فروشگاه مراجعه کردیم، تولیدکننده ممنوع وقتی محصول را با برند خودمان عرضه می‌کنم کسی از نمی‌خرد؛ اما زمانی که برند آدیداس را نصب می‌کنم مشتریان زیادی به فروشگاه می‌آیند و محصولات را می‌خرند.

شایسته گفت: قاچاق پوشاک در سال ۹۶ بیش از ۲ میلیارد دلار بود که این رقم در سال ۹۹ به ۵۰۰

میلیون دلار رسیده؛ از این رو اغلب پوشاک خارجی در بازار پوشاک داخلی هستند که برند خارجی دارند.

معاون حقوقی و امور مقابله ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز تصریح کرد: در بازار به وفور مارک و برچسب برند خارجی وجود دارد و قابل دسترس است. به راحتی این برچسب‌ها را می‌خرند و روی کالا می‌چسبانند. نمونه‌ای از مارک‌ها و برچسب‌های برند خارجی که در بازار به فروش می‌رسد

وی در مورد اینکه نمی‌توان مانند سیگار یا موبایل از روشی مشابه رجیستری برای ساماندهی صنعت پوشاک استفاده کرد، افزود: در کشور ما ۷۰ درصد کالاهای پوشاک در کارگاه‌های زیرپله ای و به صورت بی هویت تولید می‌شوند، بنابراین نمی‌توان از این روش‌ها استفاده کرد.

**کل واردات چقدر است؟**

بررسی آثار تجارت خارجی در نیمه اول سال جاری نشان می‌دهد که در این مدت مجموع واردات و صادرات به ۷۹٫۱ میلیون تن به ارزش ۴۵ میلیارد دلار رسیده است که سهم واردات ۱۹٫۱ میلیون تن به ارزش ۲۳٫۱ میلیارد دلار بوده است.

**افزایش ۲۱ درصدی واردات اقلام اساسی**

از مجموع واردات صورت گرفته ۱۴٫۳ میلیون تن به ارزش ۸٫۸ میلیارد دلار کالای اساسی در ۲۱ گروه از گمرکات ترخیص و وارد کشور شده

## اقتصادی

# سهم نیم درصدی لوازم‌خانگی از صادرات



**۶۰ صادرات لوازم خانگی ایرانی به عراق**

سنجایی با بیان اینکه متوسط صادرات در این صنعت سالانه ۳۰۰ میلیون دلار است، گفت: در سال‌های گذشته محصولات لوازم‌خانگی عراق، افغانستان، اتحادیه اروپا و به‌طور مشخص ایتالیا، سی. آی. اس و شمال آفریقا صادر شده، اما ۶۰ درصد این صادرات به عراق بوده است.

وی درباره راهکارهای افزایش صادرات نیز گفت: با ارتقای کیفی محصولات، رقابتی کردن قیمت‌ها و نهادینه کردن شبکه خدمات پس از فروش در بازارهای داخلی و خارجی، می‌توان به بازار دست‌کم ۱۲۰ میلیون منطقه و همسایگان چشم دوخت که با در نظر گرفتن بازارهای سی. آی. اس و آفریقا تا ۲۰۰ میلیون نفر قابل افزایش است. اما این فرصت طلایی، در صورت افت کیفی محصولات، محروم شدن از رقابت‌پذیری، گسترش قاچاق و عدم توجه به بازارهای صادراتی، دچار خطر جدی خواهد شد.

ممنوعیت‌ها باید تعدیل شود

دبیرکل اتاق مشترک بازرگانی ایران و عراق در ادامه با تأکید بر لزوم تشخیص مرز بین انحصار و رقابت در این صنعت، تصریح کرد: نباید اجازه دهیم بلایی که بر سر خودروسازی آمد، گریبانگیر این صنعت شود. ممنوعیت واردات لوازم خانگی در شرایط فعلی باید تعدیل شده و مشمول تکنولوژی و قطعات تولید محصولات نشود. باید پذیرفت داخلی‌سازی به معنای ساخت صفر تا ۱۰۰ محصولات در داخل نیست؛

**سهم نیم درصدی لوازم‌خانگی از صادرات**

کنیم. بنابراین ایجاد شرکت‌های مدیریت صادرات، راهاندازی شرت‌های لیزینگ برای عرضه محصولات و ارائه طرح‌های فروش مطابق با فرهنگ مبتنی بر خلاقیت و نوآوری این کشور ضروری است.

**سهم نیم درصدی لوازم‌خانگی از صادرات**

در ادامه این میزگرد، علی حیات‌نیا، اقتصاددان، با بیان اینکه اعمال محدودیت‌های مختلف برای ورود لوازم‌خانگی به کشور، در کوتاه‌مدت مسکنی برای این صنعت و در بلندمدت به ضرر مشتریان و حتی تولیدکنندگان است، به بحران ارزی کشور، مشکلات اشتغال و ظرفیت‌های خالی موجود در صنعت لوازم‌خانگی اشاره کرد و گفت: در این شرایط هرگونه حمایت از این صنعت می‌تواند به جهش تولید منجر شود، اما طولانی شدن حمایت‌ها آن را به سرنوشت خودروسازان دچار خواهد کرد.

به گفته وی صنعت لوازم‌خانگی در سال گذشته سهم حدود نیم درصدی در صادرات کشور داشته است و از طرفی بازاری به بزرگی ۴۰۰ میلیون نفر در کشورهای منطقه و همسایگان برای آن مهیاست؛ بنابراین ظرفیت خوبی برای توسعه دارد. بنابراین اگر این صنعت تعامل درستی با مراکز تولید دانش فناوری در خارج داشته و مشکلات عدم ارتباط صنعت و دانشگاه در آن حل شود، می‌تواند به توسعه دست یابد.

حیات‌نیا با بیان اینکه در جهان فناوری صنعت لوازم‌الکترونیکی هر شش ماه یک‌بار دچار تغییر شده و به‌روزی می‌شود، تصریح کرد: بنابراین در برنامه‌ریزی‌ها برای این صنعت باید به تغییرات فناورانه توجه ویژه داشت. تداوم محدودیت‌های وارداتی و حمایت‌ها از صنعت داخلی، برای این صنعت رانت ایجاد کرده و آسیب‌های جدی در بلندمدت به آن وارد می‌کند.

ایین اقتصاددان با بیان اینکه حضور در بازار افغانستان مستلزم تولید محصولاتی مبتنی بر سلاقی مردم این کشور، بازرسنجی‌های درست و انجام سرمایه‌گذاری‌های مشترک است، عراق و افغانستان را دو بازار بزرگ صادراتی برای محصولات این صنعت عنوان کرد و گفت: در مناطق جنوبی و شیعه‌نشین عراق که همگونی فرهنگی بیشتری با ایرانی‌ها داشته و از درآمد‌های پایین‌تری برخوردارند، می‌توان بازار صادراتی بهتری ایجاد کرد. همچنین سرمایه‌گذاری مشترک با عراقی‌ها با ایجاد مناطق ویژه اقتصادی در مناطق همچون بنام، مهران و قصرشیرین و ایجاد شهرک‌های صنعتی مشترک می‌تواند ضامن حضور بلندمدت ما در بازار این کشور باشد.

**در گفت‌وگوی معاون اکتشاف سازمان زمین‌شناسی مطرح شد**

## معادن سطحی تمام نشده، به تغییر مقیاس مطالعات نیاز داریم



**معاون اکتشاف سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی با تأکید بر اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان در زمینه‌های مختلف حوزه اکتشافات معدنی مانند تولید نرم‌افزارها، ابزارهای دورسنجی و پردازش داده‌ها حضور مفیدی دارند، بر همکاری آنها در این بخش تأکید کرد و گفت: این در حالی است که اکتشافات تحت‌الارضی کم‌انجام شده و یکی از مهمترین ابزارهای آن مطالعات ژئوفیزیک هوایی است که تاکنون کمتر از ۷۰۰ هزار کیلومتر خطی انجام شده و نیاز به ۲میلیون و ۷۵۰ هزار کیلومتر خطی داریم.**

به گزارش ایسنا، حدود ۶۸ نوع ماده معدنی، ۳۷ بیلیون تن ذخایر پرموقع بوده است تا ایران در سال ۲۰۱۴ در میان ۱۵ قدرت معدنی جهان قرار گیرد و کشوری با سابقه حدود ۴ هزار ساله معدنکاری، کار اکتشافات سطحی در آن بسیار انجام شده و بسیاری از مواد معدنی قابل‌شناسایی، شناسایی شده است.

معاون اکتشاف سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی معتقد است که مواد معدنی سطحی همچنان وجود دارد و کشور همچنان جای برای مطالعات بیشتر برای شناسایی مواد معدنی سطحی دارد و بر تغییر مقیاس مطالعات در این حوزه تأکید دارد.

وی علاوه بر آن بر ضرورت دستیابی به اطلاعات در زمینه اکتشافات تحت‌الارضی تأکید دارد و یادآور می‌شود که رفع موانع، انجام اکتشافات تحت الارضی، توجه به فرآوری و رفع مشکلات آزمایشگاهی می‌تواند در شکوفایی این صنعت تاثیر شگرفی داشته باشد.

**ما هنوز اطلاعات زیادی از اکتشافات تحت‌الارضی نداریم**

مهندس محمدباقر دری، معاون اکتشاف سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه از روزی که فکر پیدا کردن ماده معدنی به ذهن مکتشف وارد می‌شود تا رسیدن به معدن و استخراج آن، مراحل بسیاری باید طی شود، افزود: مراحلی چون "شناسایی"، "بی‌جویی"، "اکتشاف عمومی" و "تفصیلی" دارای مقیاس کاری خاصی مانند "یکصدهزارم"، "بیست هزارم"، "دو هزارم" و "پانصدم" هستند، ضمن آنکه هر کدام از این مراحل ابزارها و وسایل خاص خود را می‌طلبد.

وی اضافه کرد: به عنوان مثال وقتی مکتشفی برای شناسایی یک ماده معدنی اقدام می‌کند، اولین ابزار او، نقشه زمین‌شناسی مناسب است تا بر اساس آن دریاچه که لایه‌های سنگ و سازندهای مختلف، در چه زمانی و در چه مکانی، چگونه گسترده شده است؛ چرا که نوع سنگ و زمان آن بیانگر مستعد بودن آن مکان برای دارا بودن یک ماده معدنی به شمار می‌رود. این مرحله با عنوان مرحله "شناسایی" نامگذاری شده است. دری، اضافه کرد: بعد از آنکه برآورد اولیه درباره نوع ماده معدنی در محل مورد نظر انجام شد، ضمن بازدید از منطقه، نمونه‌برداری از مناطق مستعد انجام خواهد شد و در صورتی که در این مرحله به منطقه امیدبخش برخورد شد، اقدام به "بی‌جویی" می‌شود که طی آن علاوه بر بررسی نقشه‌های یکصدهزار مطلقه، با استفاده از داده‌های ماهواره‌ای و داده‌های ژئوفیزیک هوایی، داده‌های زمین‌شناسی اقتصادی و ژئوشیمی پردازشی پردازش انجام خواهد شد.

# واردات ۸۶ درصد کالاهای اساسی با ارز ۴۲۰۰



است که این مقدار در مقایسه با نیمه اول سال گذشته از نظر وزنی ۲۱

درصد و ارزش ۵۷ درصد افزایش دارد.

**افزایش ۲۴ درصدی واردات با ارز ۴۲۰۰**

اما از ۱۴٫۳ میلیون تن کالای اساسی وارد شده از ابتدای امسال تا پایان شهریور ماه، ۱۲٫۴ میلیون تن به ارزش بالغ بر ۶٫۹ میلیارد دلار با ارز ۴۲۰۰ تومانی وارد شده است که از نظر وزنی ۲۴ درصد و ارزش ۷۹ درصد نسبت به نیمه اول پارسال افزایش یافته است.

**رییس شورای تأمین دام کشور:**

### مردم مصرف گوشت گوسفندی را حذف کرده‌اند

رییس شورای تأمین دام کشور اظهار داشت: جمعیت سه فصل تولید، یعنی زمستان ۹۹ و همچنین بهار و تابستان امسال، روی دست دامدار مانده است. در چنین شرایطی و با وجود مشکلات عدیده‌ای که دامدار با آن مواجه است مجبور به حراج دام‌های خود می‌شود. دامدار بالاچبیار همه گله خود را برای کشتار می‌برد تا بتواند هزینه‌ای که صرف این گله‌ها کرده را بپردازد.

منصور پوریان در گفت‌وگو با ایلنا در مورد وضعیت دام در کشور اظهار کرد: صنعت دامپروری در کشور نیاز به اکسیژن و تنفس دارد. برخی از دامداران ورشکسته شده‌اند و بسیاری از آنها در مرز ورشکستگی هستند. این موضوع دو دلیل عمده دارد که دلیل اول هزینه‌های بالای تولید و نگهداری است. گران بودن نهاده و نبود بازار مناسب از مهم‌ترین عواملی هستند که تفاوت‌گیر تولیدکننده ما است. باید برای مقداری دامی که روی دست دامدار است، بازر ایجاد شود؛ بازار داخلی نیز بی‌رقم و بی‌کشش است. وی افزود: متأسفانه امروزه مصرف گوشت گوساله افزایش یافته و مصرف گوشت گوسفندی با کاهش مواجه بوده است؛ در حالی که بیشتر جمعیت دامی کشور گوسفند است. علت این امر طولانی شدن حمایت‌ها آن را به سرنوشت خودروسازان دچار خواهد کرد.

به گفته وی صنعت لوازم‌خانگی در سال گذشته سهم حدود نیم درصدی در صادرات کشور داشته است و از طرفی بازاری به بزرگی ۴۰۰ میلیون نفر در کشورهای منطقه و همسایگان برای آن مهیاست؛ بنابراین ظرفیت خوبی برای توسعه دارد. بنابراین اگر این صنعت تعامل درستی با مراکز تولید دانش فناوری در خارج داشته و مشکلات عدم ارتباط صنعت و دانشگاه در آن حل شود، می‌تواند به توسعه دست یابد. حیات‌نیا با بیان اینکه در جهان فناوری صنعت لوازم‌الکترونیکی هر شش ماه یک‌بار دچار تغییر شده و به‌روزی می‌شود، تصریح کرد: بنابراین در برنامه‌ریزی‌ها برای این صنعت باید به تغییرات فناورانه توجه ویژه داشت. تداوم محدودیت‌های وارداتی و حمایت‌ها از صنعت داخلی، برای این صنعت رانت ایجاد کرده و آسیب‌های جدی در بلندمدت به آن وارد می‌کند. این اقتصاددان با بیان اینکه حضور در بازار افغانستان مستلزم تولید محصولاتی مبتنی بر سلاقی مردم این کشور، بازرسنجی‌های درست و انجام سرمایه‌گذاری‌های مشترک است، عراق و افغانستان را دو بازار بزرگ صادراتی برای محصولات این صنعت عنوان کرد و گفت: در مناطق جنوبی و شیعه‌نشین عراق که همگونی فرهنگی بیشتری با ایرانی‌ها داشته و از درآمد‌های پایین‌تری برخوردارند، می‌توان بازار صادراتی بهتری ایجاد کرد. همچنین سرمایه‌گذاری مشترک با عراقی‌ها با ایجاد مناطق ویژه اقتصادی در مناطق همچون بنام، مهران و قصرشیرین و ایجاد شهرک‌های صنعتی مشترک می‌تواند ضامن حضور بلندمدت ما در بازار این کشور باشد.

**وزیر جهاد کشاورزی:**

### اعتقادی به قیمت ثابت و دستوری نداریم

**وزیر جهاد کشاورزی گفت:** در دولت سیزدهم اعتقاد ما این است که سیاست‌گذاری‌ها و تصمیم‌گیری‌ها در حوزه‌های مختلف بخش کشاورزی با مشارکت بخش خصوصی انجام شود.

به گزارش وزارت جهاد کشاورزی، سید جواد ساداتی نژاد وزیر جهاد کشاورزی در نشست صبحانه کاری با نمایندگان تشکل‌های صنایع غذایی و کشاورزی در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران اظهار کرد: ما کشوری هستیم با تنوع بالای و سرمایه در حوزه منابع طبیعی و انسانی و این دو می‌تواند برای هر کشوری تولید قدرت کند.

وزیر جهاد کشاورزی خاطر‌نشان کرد: با توجه به این نیروی انسانی و منابع طبیعی نباید مشکلی در امنیت غذایی داشته باشیم و باید دارای قدرت غذایی باشیم و با این قدرت غذایی ابزار امنیت برای خود و منطقه باشیم اما در حال حاضر در منطقه خاورمیانه و جنوب غرب آسیا در جایگاه خود قرار نداریم و همسایگان ما از ظرفیت‌های ما برای تولید قدرت غذا در کشورشان استفاده می‌کنند.

ساتی‌نژاد با اشاره به اینکه اگر سیاست‌گذاری درست داشته باشیم از این قدرت غذایی برخوردار خواهیم شد، گفت: در این دوره چهار ساله با کمک هم به این قدرت خواهیم رسید و قله هدف ما در وزارت جهاد کشاورزی رسیدن به این قدرت و امنیت غذایی در منطقه بوده که مسلماً حق کشور ما است. وی افزود: زیرساخت‌های خوبی در این ۴۳ سال در کشور ایجاد شده اما در سیاست‌گذاری در حوزه عملیات و تصمیم‌گیری فاصله وجود دارد و اتاق بازرگانی باید این فاصله را از بین ببرد.

**آگهی فقدان سند مالکیت**

آقای علی تقی زاده با تسلیم دو برگ گواهی‌نامه محلی مصدق مدعی است که سند مالکیت ششدانگ پلاک ۲۱۴ فرعی از ۱۴ فرعی از ۹ اصلی واقع در بخش ۵ ارومیه را که ذیل ثبت شماره ۵۱۱۸۰ دفتر ۴۹۶ صفحه ۳۳ بنام علی تقی زاده صادر و تسلیم گردیده است سند مفقود نموده و مراتب برابر تبصره یک ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا هرکس مدعی مالکیت و یا وجود سند مالکیت مذکور در نزد خود می باشد از تاریخ آخرین نوبت این آگهی به مدت ۱۰ روز اعتراض کتبی خود را به اداره ثبت شهرستان ارومیه تسلیم نماید. در صورت سپری شدن مدت مقرر و عدم دریافت اعتراض برابر مقررات سند مالکیت المثنی صادر خواهد شد

ریس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه ۱ ارومیه—علی عبدال زاده اوصالی
تاریخ انتشار:۱۴۰۱/۱۰/۲۶

### مفقود گردیده — نوبت سوم

**مدرک فارغ التحصیلی اینجانب اصغر زارع احمدآباد فرزند ابراهیم به شماره شناسنامه /ملی۱۳۶۰۰۵۳۷۹۴ صادره تیریز در مقطع کارشناسی ناپیوسته رشته تکنولوژی الکترونیک صادره از واحد دانشگهای تیریز به شماره و تاریخ ثبت در سازمان ۱۳۹۱۱۰۲۰۱۲۸۳ — ۱۳۹۱/۱۱/۳۹۱ — مفقود گردیده است و فاقد اعتبار می باشد. از یابنده تقاضا می شود اصل مدرک را به دانشگاه آزاد اسلامی واحد تیریز واقع در دو کیلومتری جاده تبریز– تهران مجتمع آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی تبریز– ساختمان اداری-اداره امور فارغ التحصیلان ارسال نمایند .**

### مفقود گر دیده— نوبت سوم

**مدرک فارغ التحصیلی اینجانب اشکان یوسفی فرزند محمد اسحاق به شماره شناسنامه /ملی۱۳۳۵۷۶۴۴۱ صادره ابهر در مقطع کارشناسی رشته عمران صادره از واحد دانشگهای تبریز به شماره و تاریخ ثبت در سازمان۱۳۹۱۰۲۰۱۳۶۳ — ۱۳۹۱/۱۰/۳۳۱ — مفقود گردیده است و فاقد اعتبار می باشد. از یابنده تقاضا می شود اصل مدرک را به دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز واقع در دو کیلومتری جاده تبریز– تهران مجتمع آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی تبریز– ساختمان اداری-اداره امور فارغ التحصیلان ارسال نمایند.**