



یک مشتری: سه چهارم بسته‌های جیبس و بفک هواست. حالا می‌گوییم این‌ها اقلام مضری هستند؛ بی‌خیال، اما تقلب در بسته بندی لیبیات نیز بسیار مشهود است. بسته‌های پنیر بیشتر با آب پُر می‌شود. برخی برندهای شیر را که می‌نوشی کاملا حس می‌کنی فقط آب می‌خوری نه شیر.

با جدیت پیگیری می‌شوند، این گونه بر می‌شمرند؛ آگاهی‌های عمومی درخصوص صنعت بسته بندی از طریق برگزاری نمایشگاه‌های سالانه، دوره‌های آموزشی و غیره.

مدالسه تجارب فنی با کشورهای دیگر و سازمان‌های بین‌المللی.

همکاری با سازمان‌های خارجی از جمله سازمان جهانی بسته‌بندی، فدراسیون آسیایی بسته‌بندی، فدراسیون اروپایی بسته‌بندی و فدراسیون بسته بندی آمریکای لاتین.

انجام بازدید از کشورهای خارجی با ارسال گروه‌های بازدید از کشورهای موفق.

افزایش توجه به تعالی شرکت‌های فعال در این صنعت از طریق اعطای جوایز ویژه بسته بندی.

تمرکز بر محصولات فناوری که در سطح جهانی توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

توان رقابت داشته باشند و بتوانند به عنوان عامل نوآوری در این صنعت عمل کنند.

نگاهی به پدیده کم فروشی اقلام خوراکی و بهداشتی توسط کارخانه‌ها حین بسته بندی - بخش پابانی گالیا توانگر

نمی‌گیرد و به نظرم این اصل که آفول کیفیت غذا همیشه برای طبقات فرودست است امری پذیرفته شده است؛ یعنی طبقه فرودست در سال‌های اخیر هم امنیت غذایی‌اش از خطر افتاده و هم غذایی که مصرف می‌کند بی‌کیفیت شده است.»

این متخصص حوزه تغذیه در تکمیل صحبت هایش ادامه می‌دهد: «در حال حاضر با افزایش قیمت‌ها ۵۰ درصد سهم هزینه خوراک از کل بودجه خانوار در دهک‌های پایین درآمدی افزایش یافته است. در چنین وضعیتی حجم سیر کنندگی غذا از مغزی بودن آن اولویت بیشتری پیدا می‌کند و این به زعم من آغاز یک فاجعه است.»

صنعت بسته بندی معجزه‌ای در فروش بیشتر

یکی از راهکارهای فروش بیشتر توجه تولید کنندگان به صنعت بسته بندی است. اما در کشورمان متأسفانه به این مهم توجه چندانی نشده و بعضاً هزینه بسته بندی را یک هزینه مازاد تحمیل شده در تولیدکننده می‌بینند. ارزش صنعت بسته بندی در ایران در مقایسه با کشورهای دیگر از وضعیت چندان مطلوبی برخوردار نیست.

بررسی آمارهای موجود در صنعت بسته بندی و مقایسه آن با کشورهای دیگر نشان می‌دهد که سهم ایران در صنعت جهانی بسته بندی بسیار ناچیز است. پایین بودن جایگاه ایران در صنعت بسته بندی و نبود چشم انداز روشنی از رشد این صنعت می‌تواند تبعات منفی برای اقتصاد کشور به دنبال داشته باشد. صنعت بسته بندی به عنوان توانمندساز بخش‌های اقتصادی عمل می‌کند.

ضعف در این صنعت می‌تواند آسیب‌های جدی به سایر بخش‌های اقتصادی وارد سازد. در این ضعف از نهایت باغی صنعت شرکت‌کنندگان ایرانی در بازارهای صادراتی و بازارهای داخلی شده و مزیت رقابتی چندانی نخواهند داشت.

مترقی بیگ زاده عضو هیئتمدیره یک شرکت پک‌های بسته بندی برپیمان توضیح می‌دهد: «برای پاسخ به نیازهای روز افزون کشور در بخش بسته بندی لازم است که برنامه‌های جامع در این خصوص طراحی و اجرا شود که پیشنهادهای زیر می‌تواند در این مسیر کمک شایانی به توسعه این صنعت کند.

مطالعه همه‌جانبه وضعیت بسته بندی در کشور و تحلیل نقاط قوت و ضعف آن و ترسیم نقشه راهی بلندمدت برای حمایت از صنعت بسته بندی در کشور با توجه به اینکه در آینده بسیاری از مصرف کنندگان به تبعات زیست محیطی صنعت بسته بندی حساسیت بیشتری از خود نشان خواهند داد، از این روه، پاسخ به نیازها و ایجاد توازن بین الزامات توسعه‌های این صنعت و تبعات زیست محیطی آن، تمرکز به بسته بندی سازگار با محیط زیست از اهمیت زیادی برخوردار است.

بررسی برنامه‌های کشورهای دیگر نیز مؤید این نکته مهم است.

وی برنامه‌هایی را که در شرکت بسته بندی شان

آب رفتن بسته‌های اقلام و خواب رفتن نظارت!



در این باره محمود هاشمی نایبرئیس اتاق اصناف ایران، با تأکید بر اینکه از نظر اتاق اصناف درج قیمت جدید روی کالاها تخلف نیست، می‌گوید: «برخی کارخانه‌ها جنسی را که هنوز روی خط تولید دارند، گران‌تر از قیمت درج شده به مغازه‌داران می‌فروشند، بنابراین مغازه‌داران نیز مجبورند آنها را به قیمت روز بفروشند و این کار تخلف محسوب نمی‌شود. اینکه بگوییم کالاها حتماً باید به قیمت قدیم فروخته شوند، جوسازی است!»

وی با بیان اینکه مردم باید به هم اعتماد کنند، تصریح می‌کند: «وقتی مغازه دار فاکتور کارخانه را به مردم نشان می‌دهد، بهتر است خریدار نیز آن را ببیند، چراکه مردم باید به هم اعتماد کنند. اینکه بگوییم کالاها حتماً باید به قیمت قدیم فروخته شوند، جوسازی است. باید علم اقتصاد را باور کنیم، چراکه دنیا این حرف‌ها را نمی‌پذیرد.»

معضل حجج سیر کنندگی مواد غذایی و کاهش مواد مغذی

افزایش ۴۰ تا ۶۰ درصدی قیمت مواد غذایی، کوچک‌تر شدن بسته‌های محصولات دو ترفند مشهود اکثر تولید کنندگان برای کاهش هزینه‌های تولیدی شان بوده است. اما آیا به موازات کاهش کمیت تولید در راستای جذب اعتماد مشتری، لاقل

کارخانه برای زمان اصحاب کف است، نمی‌خواهی نخر!»

می‌گوید: «چرا باید از اصحاب تقلب خرید کم؟» مشاهدات در بازار نشان می‌دهد برخی سوپرمارکت‌ها برحسب جدید قیمت روی کالاها درج می‌کنند که پیش‌تر رئیس‌اتحادیه سوپرمارکت داران تهران، در این باره گفته بود که طبق قانون، درج قیمت جدید روی محصولات تخلف محسوب می‌شود و در دادگاه قابل پیگیری است.

اما موضوع به سوپرمارکت‌ها ختم نشد. برخی خریداران از فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ هم گزارش دادند که در مواردی نه تنها تخفیف‌های وعده داده شده در فروش کالاها برای آنها در نظر گرفته نشده است، بلکه برخی کالاها گران‌تر از قیمتی که روی آن درج شده به فروش رسیده است.

این درحالی است که طبق قانون تعزیرات حکومتی، گران فروشی یعنی عرضه کالا یا خدمات به بهای بیش از نرخ‌های تعیین شده توسط مراجع رسمی به طور علی الحساب یا قطعی و عدم اجرای مقررات و ضوابط قیمت گذاری و انجام هر نوع اقدامات دیگر که منجر به افزایش بهای کالا یا خدمات برای خریدار شود که جرمیانه آن بر اساس میزان گران فروشی توسط دادگاه تعیین می‌شود.

یکی از تولیدکنندگان شیرینی و شکلات درباره کوچک شدن بسته‌های شکلات توضیح می‌دهد: «گر قرار باشد کالا را به همان اندازه که قیمت تمام شده آن بالا رفته گران کنیم، بسیاری از مشتریان خود را از دست خواهیم داد. گرانی‌های اخیر موجب شده شکلاتی که پیش از این برای ما ۲۵ هزار تومان تمام می‌شد، حالا ۵۰ هزار تومان آب بخورد. این کالا را حالا باید ۶۰ هزار تومان بفروشیم، چند درصد از مردم حاضرند برای یک بسته کاکائو حداقل ۶۰ هزار تومان هزینه کنند. به خاطر همین ناچار شدیم وزن محصول را نصف کنیم و به جای اینکه ۴۰ هزار تومان گران بفروشیم، تنها ۱۵ هزار تومان به قیمت کالا بیفزاییم.»

مردم به گران فروشان اعتماد کنند!
روی قیمت شامپو با مایزک مشککی خط کشیده‌اند و بعد قیمت خود را با خودکار روی یک برچسب کاغذی نوشته و به بدنه شامپو چسبانده اند! الکترونیکی دولت می‌گوید: «نما قیمت زمان خرید از کارخانه را خط زده و قیمت دلخواه خود را نوشته اید. تومان گران تر بفروشیم، تنها ۱۵ هزار تومان به قیمت که در کارخانه برچسب خورده است؟»

اخم هایش را در هم می‌کند و می‌گوید: «قیمت

کوچک شدن بسته‌ها و بی کیفیت شدن آنها

روی بسته بندی کیک شکلاتی، قسمت مواد تشکیل دهنده نوشته بود: پسته و مغز... اما وقتی بسته را باز می‌کنی، فقط یک تکه کیک کوچک عایدت می‌شود.

بسته پنیر را که باز می‌کنی نیمی از آن آب پنیر است. کف ظرف پلاستیکی ماست‌های دهبای با انحنای بسیار نشان از کلکی برای کم فروشی دارد. همه این موارد و دهها مورد دیگر که روزانه با آنها مواجه می‌شویم، مصادیق بارز کم فروشی هستند. طبق ماده ۵۸ قانون نظام صنفی، کم‌فروشی جرم است، اما برخی تولیدکنندگان ترفندهای پیچیده‌تری برای کم‌فروشی ابداع کرده‌اند. البته برای سازمان استاندارد مهم وزنی است که روی بسته نوشته می‌شود. در این میان تولیدکنندگان هم می‌گویند ناچار به این کار هستند، چون نه می‌توانند قیمت را بالا ببرند و مشتری‌ها را ببراند، نه با ماسه اولیه گران و هزینه‌های سرسام‌آور می‌توانند کیفیت و کمیت گذشته را تحویل مشتری بدهند.

صغور آشتیانی می‌گوید: «سه چهارم بسته‌های جیبس و بفک هواست. حالا می‌گوییم این‌ها اقلام مضری هستند، بی‌خیال. اما تقلب در بسته بندی لیبیات نیز بسیار مشهود است. بسته‌های پنیر بیشتر با آب پُر می‌شود. برخی برندهای شیر را که می‌نوشی کاملا حس می‌کنی فقط آب می‌خوری نه شیر.»

وی ادامه می‌دهد: «بعد از خرید برخی اقلام خوراکی متوجه شده ام که فقط روی آن کیفیتش مناسب و زبرش نامرغوب است.»

یکی از تولیدکنندگان شیرینی و شکلات درباره کوچک شدن بسته‌های شکلات توضیح می‌دهد: «گر قرار باشد کالا را به همان اندازه که قیمت تمام شده آن بالا رفته گران کنیم، بسیاری از مشتریان خود را از دست خواهیم داد. گرانی‌های اخیر موجب شده شکلاتی که پیش از این برای ما ۲۵ هزار تومان تمام می‌شد، حالا ۵۰ هزار تومان آب بخورد. این کالا را حالا باید ۶۰ هزار تومان بفروشیم، چند درصد از مردم حاضرند برای یک بسته کاکائو حداقل ۶۰ هزار تومان هزینه کنند. به خاطر همین ناچار شدیم وزن محصول را نصف کنیم و به جای اینکه ۴۰ هزار تومان گران بفروشیم، تنها ۱۵ هزار تومان به قیمت کالا بیفزاییم.»

مردم به گران فروشان اعتماد کنند!
روی قیمت شامپو با مایزک مشککی خط کشیده‌اند و بعد قیمت خود را با خودکار روی یک برچسب کاغذی نوشته و به بدنه شامپو چسبانده اند! الکترونیکی دولت می‌گوید: «نما قیمت زمان خرید از کارخانه را خط زده و قیمت دلخواه خود را نوشته اید. تومان گران تر بفروشیم، تنها ۱۵ هزار تومان به قیمت که در کارخانه برچسب خورده است؟»

اخم هایش را در هم می‌کند و می‌گوید: «قیمت

بسته‌های بیسکویت‌ها کوچک و کوچکتر می‌شود. پلاستیکی آبنبات‌ها و شکلات‌ها نصفش هواست. شامپوهای خانواده هر روز تبدیل می‌شوند به شامپو مجردا! خلاصه گویی همه کارخانه‌ها دست به کار شده‌اند که بخشی از هزینه‌های تولید خود را در کوچک‌تر کردن بسته‌های محصولانشان جبران کنند.

کریمی تفرشی ریاست هیئت مدیره تعاونی تولیدکنندگان محصولات غذایی با بیان این که در صورتی که وزن محصولی کمتر شود، تولیدکننده موظف است وزن جدید را روی محصول قید کند، می‌گوید: «در صورت درج وزن واقعی محصول، کاهش وزن هیچ منع قانونی نداشته و تخلف نیست و در راستای هماهنگی با قدرت خرید مردم صورت گرفته است، اما اگر غیر این اتفاق افتد، تخلف بوده و سازمان حمایت، سازمان تعزیرات و انجمن صنایع غذایی موظف به رسیدگی و برخورد با متخلفان هستند.»

اما واضح است که علی‌رغم کوچک‌تر شدن بسته‌های مواد غذایی، قیمت‌ها نه تنها ثابت نگه داشته نشده، بلکه هر روز افزایش یافته است و از طرفی کیفیت برخی اقلام خوراکی به شدت افت داشته است. بنابراین این ادعا که کوچک شدن بسته‌های محصولات غذایی و بهداشتی ترفندی در جهت ثابت نگه داشتن قیمت هاست، لاقل از سوی مردم پذیرفتنی نیست.

اما واضح است که علی‌رغم کوچک‌تر شدن بسته‌های مواد غذایی، قیمت‌ها نه تنها ثابت نگه داشته نشده، بلکه هر روز افزایش یافته است و از طرفی کیفیت برخی اقلام خوراکی به شدت افت داشته است. بنابراین این ادعا که کوچک شدن بسته‌های محصولات غذایی و بهداشتی ترفندی در جهت ثابت نگه داشتن قیمت هاست، لاقل از سوی مردم پذیرفتنی نیست.

یک فعال صنعت غذایی: ۵۰ درصد سهم هزینه خوراک از کل بودجه خانوار در دهک‌های پایین درآمدی افزایش یافته است. در چنین وضعیتی حجم سیر کنندگی غذا از مغذی بودن آن اولویت بیشتری پیدا می‌کند و این به زعم من آغاز یک فاجعه است.



جدول بدون تعلق کور	شماره ۱۱۳۲۲													
۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱														
۲														
۳														
۴														
۵														
۶														
۷														
۸														
۹														
۱۰														
۱۱														
۱۲														
۱۳														
۱۴														
۱۵														

پیکار - نوعی رد ۴ - محافظ - سرحال و آماده مبارزه - شبکه اینترنتی ۵ - پدر عمار شهید جنگ صفین - پدر و پس هم داستان رامین

خرید و فروش ۶ - آزادی - وسیله‌ای در خودروها - قشلاقی ۷ - بانگ ندا - هاورکرافت نیروی دریایی - شگفت‌زده ۸ - از ظروف

توجه به ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی که کارایی بالایی دارند - مصرف انرژی آنها کمتر است و دارای دقت بالایی هستند.

توجه به ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی که کارایی بالایی دارند - مصرف انرژی آنها کمتر است و دارای دقت بالایی هستند.

توجه به ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی که کارایی بالایی دارند - مصرف انرژی آنها کمتر است و دارای دقت بالایی هستند.

توجه به ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی که کارایی بالایی دارند - مصرف انرژی آنها کمتر است و دارای دقت بالایی هستند.

توجه به ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی که کارایی بالایی دارند - مصرف انرژی آنها کمتر است و دارای دقت بالایی هستند.

توجه به ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی که کارایی بالایی دارند - مصرف انرژی آنها کمتر است و دارای دقت بالایی هستند.

توجه به ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی که کارایی بالایی دارند - مصرف انرژی آنها کمتر است و دارای دقت بالایی هستند.

توجه به ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی که کارایی بالایی دارند - مصرف انرژی آنها کمتر است و دارای دقت بالایی هستند.

توجه به ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی که کارایی بالایی دارند - مصرف انرژی آنها کمتر است و دارای دقت بالایی هستند.

توجه به ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی که کارایی بالایی دارند - مصرف انرژی آنها کمتر است و دارای دقت بالایی هستند.

توجه به ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی که کارایی بالایی دارند - مصرف انرژی آنها کمتر است و دارای دقت بالایی هستند.

توجه به ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی که کارایی بالایی دارند - مصرف انرژی آنها کمتر است و دارای دقت بالایی هستند.

توجه به ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی که کارایی بالایی دارند - مصرف انرژی آنها کمتر است و دارای دقت بالایی هستند.

توجه به ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی که کارایی بالایی دارند - مصرف انرژی آنها کمتر است و دارای دقت بالایی هستند.

توجه به ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی که کارایی بالایی دارند - مصرف انرژی آنها کمتر است و دارای دقت بالایی هستند.

تاسیس موسسه غیر تجاری حریم آفتاب موعود در تاریخ ۱۸/۰۹/۱۳۹۷ به شماره ثبت ۳۰۹ به شناسه ملی ۰۷۹۹۲۲۵۹

ثبنت و امضا ذیل دفتر تکمیل گردیده که خلاصه آن به شرح زیر جهت اطلاع عموم آگهی می‌گردد. موضوع فعالیت موسسه: تاسیس مدارس و مراکز آموزشی و پرورشی غیردولتی از پیش‌دبستانی تا پایان دبیرستان. (به استناد مجوز شماره ۱۲۸۱/۱۷۱۵۶/۱۰۹ مورخ ۱۳۹۷/۰۸/۱۵ اداره آموزش و پرورش شهرستان دامون) (ثبت موضوع فعالیت به منزله اخذ و صدور پروانه فعالیت نمی‌باشد). مدت فعالیت موسسه: از تاریخ ثبت به مدت نامحدود مرکز اصلی موسسه: داموند - بخش مرکزی - شهر داموند - محله گیلاوند - بلوار شهید بهشتی - کوچه زریق ۲ - پلاک ۱۵۲ - طبقه زیرزمین - کد پستی ۳۹۷۱۹۴۲۳۷۵ سرمایه موسسه: مبلغ ۲۰۰۰۰/۰۰۰ ریال می‌باشد. اولین مدیران موسسه: ۱. خاتم سیده محدثه میربابا به شماره ملی ۰۴۳۹۹۷۰۰۸۳ دارینده ۲. آقای سهراب میربابا به شماره ملی ۰۰۲۳۲۳۲۵۱ دارینده ۳. آقای محمدعلی امانی به شماره ملی ۰۰۷۶۲۱۱۰۱ دارینده ۴. آقای سهراب‌الله میربابا به شماره ملی ۰۰۴۸۸۶۶۹۱۱ دارینده ۵. آقای سهراب‌الله میربابا به شماره ملی ۰۰۲۷۷۰۵۰ دارینده ۶. آقای سهراب‌الله میربابا به شماره ملی ۰۰۲۷۷۰۵۰ دارینده ۷. آقای سهراب‌الله میربابا به شماره ملی ۰۰۲۷۷۰۵۰ دارینده ۸. آقای سهراب‌الله میربابا به شماره ملی ۰۰۲۷۷۰۵۰ دارینده ۹. آقای سهراب‌الله میربابا به شماره ملی ۰۰۲۷۷۰۵۰ دارینده ۱۰. آقای سهراب‌الله میربابا به شماره ملی ۰۰۲۷۷۰۵۰ دارینده ۱۱. آقای سهراب‌الله میربابا به شماره ملی ۰۰۲۷۷۰۵۰ دارینده ۱۲. آقای سهراب‌الله میربابا به شماره ملی ۰۰۲۷۷۰۵۰ دارینده ۱۳. آقای سهراب‌الله میربابا به شماره ملی ۰۰۲۷۷۰۵۰ دارینده ۱۴. آقای سهراب‌الله میربابا به شماره ملی ۰۰۲۷۷۰۵۰ دارینده ۱۵. آقای سهراب‌الله میربابا به شماره ملی ۰۰۲۷۷۰۵۰ دارینده

حجت‌اله قلی‌تبار سرپرست ثبت شرکت‌ها و موسسات غیر تجاری شهرستان‌های استان تهران

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران مرجع ثبت شرکت‌ها و موسسات غیر تجاری داموند

آگهی تغییرات شرکت گیلان کامپیوتر سهامی خاص به شماره ثبت ۹۳۰۴۷

به استناد صورت‌جلسه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۱۳۹۷/۰۶/۰۲ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: محل قانونی شرکت به

آدرس: استان تهران - شهرستان تهران - بخش مرکزی - شهر تهران - جهان کودک - خیابان کیش - خیابان دیدار شمالی - پلاک ۵ - طبقه دوم - واحد ۷ با کدپستی: ۱۵۱۸۸۴۳۱۳۶ تغییر یافت.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیر تجاری تهران



آگهی تغییرات شرکت گروه اقتصادی مهرگان شرکت سهامی خاص به شماره ثبت ۲۳۶۰۳۶ و شناسه ملی ۰۱۰۲۷۶۹۵۹۴

به استناد صورت‌جلسه هیئت مدیره مورخ ۱۳۹۷/۲/۱۵ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: آقای هادی شیریزاد به کد ملی ۰۳۸۱۲۹۵۰۴۴ به سمت رئیس هیئت مدیره آقای عزیز دولت‌خواه دولت‌سرا به شماره ملی ۰۰۴۸۸۶۶۹۱۱ به سمت نایب رئیس هیئت مدیره فرماتی باروق به شناسه ملی ۱۴۶۱۸۲۶۵۵۱ به سمت عضو هیئت مدیره آقای علی پورقاسم به شماره ملی ۰۱۰۲۷۷۰۵۰ به سمت عضو هیئت مدیره آقای محسن نادبی به کد ملی ۰۰۴۷۱۹۸۵۵ به سمت عضو هیئت مدیره کیلیه اوراق بهادار و چکها و سفته‌ها و پروات و قراردادها و سایر اسناد تعهدآور شرکت، امضاء متفق مدیرعامل و یکی از اعضاء هیئت مدیره، همراه با مهر شرکت معتبر خواهد بود. دارندگان امضاء مجاز شرکت، می‌توانند با تصویب و تشخیص هیئت مدیره، حق امضاء خود را به شخصی یا اشخاص دیگری، از کارکنان شرکت تفویض نمایند هیئت مدیره حدود اختیارات خود را در بندهای ۰۳، ۰۴، ۰۵، ۰۶، ۰۷، ۰۸، ۰۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۱، ۲۲، ۲۳، ۲۴، ۲۵، ۲۶، ۲۷، ۲۸، ۲۹، ۳۰، ۳۱، ۳۲، ۳۳، ۳۴، ۳۵، ۳۶، ۳۷، ۳۸، ۳۹، ۴۰، ۴۱، ۴۲، ۴۳، ۴۴، ۴۵، ۴۶، ۴۷، ۴۸، ۴۹، ۵۰، ۵۱، ۵۲، ۵۳، ۵۴، ۵۵، ۵۶، ۵۷، ۵۸، ۵۹، ۶۰، ۶۱، ۶۲، ۶۳، ۶۴، ۶۵، ۶۶، ۶۷، ۶۸، ۶۹، ۷۰، ۷۱، ۷۲، ۷۳، ۷۴، ۷۵، ۷۶، ۷۷، ۷۸، ۷۹، ۸۰، ۸۱، ۸۲، ۸۳، ۸۴، ۸۵، ۸۶، ۸۷، ۸۸، ۸۹، ۹۰، ۹۱، ۹۲، ۹۳، ۹۴، ۹۵، ۹۶، ۹۷، ۹۸، ۹۹، ۱۰۰، ۱۰۱، ۱۰۲، ۱۰۳، ۱۰۴، ۱۰۵، ۱۰۶، ۱۰۷، ۱۰۸، ۱۰۹، ۱۱۰، ۱۱۱، ۱۱۲، ۱۱۳، ۱۱۴، ۱۱۵، ۱۱۶، ۱۱۷، ۱۱۸، ۱۱۹، ۱۲۰، ۱۲۱، ۱۲۲، ۱۲۳، ۱۲۴، ۱۲۵، ۱۲۶، ۱۲۷، ۱۲۸، ۱۲۹، ۱۳۰، ۱۳۱، ۱۳۲، ۱۳۳، ۱۳۴، ۱۳۵، ۱۳۶، ۱۳۷، ۱۳۸، ۱۳۹، ۱۴۰، ۱۴۱، ۱۴۲، ۱۴۳، ۱۴۴، ۱۴۵، ۱۴۶، ۱۴۷، ۱۴۸، ۱۴۹، ۱۵۰، ۱۵۱، ۱۵۲، ۱۵