یادداشت

سید مصطفی فاطمی نسب

نبرد نابرابر روایت‌ها در مشهد

هر نوع خوانشی از شهر با یک روایت صورت می‌گیرد و ما هر روز بدون آنکه بدانیم، در بمبارانی از روایت‌های مختلف شهری هستیم.

وقتی از کوچه‌پسکوچه‌های قدیمی بافت پیرامون حرم مطهر عبور می‌کنیم، وقتی به معماری مجتمع‌های تجاری تازه‌ساز در بولوار جانباز چشم می‌دوزیم یا در شلوغی عصرگاهی خیابان‌های احمدآباد قدم می‌زنیم، صرفاً در حال عبور از میان مجموعه‌ای از سنگ‌ها، خیابان‌ها و فضاهای فیزیکی نیستیم. ما در هر لحظه، با قصه‌هایی روبه‌رو می‌شویم که کالبد شهر در حال بازگو کردن آن‌هاست. هر ساختمان، هر میدان، هر بیلبورد و حتی چیدمان مسیرها، در حال خلق چیزی است که آن را «روایت شهری» می‌نامیم. شهر همچون متنی زنده است که بی‌وقفه در حال روایت‌گری است و به صورت نامحسوس بر رفتار و سبک زندگی ما اثر می‌گذارد؛ اما برای درک بهتر این پدیده، پیش از هر چیز باید به یک پرسش بنیادین پاسخ دهیم: اساساً «روایت» چیست و شهر چگونه آن را تولید می‌کند؟

یک: روایت مقوله‌ای چندوجهی است؛ اما برای شناخت دقیق‌تر آن بهتر است سه وجه به هم پیوسته آن را این‌گونه بشناسیم:

تعریف: روایت، بازنمایی زنجیره‌ای از رویدادهاست که در یک بستر زمانی و مکانی رخ می‌دهند و با نخ «علت و معلول» به هم متصل شده‌اند.

ساختار و اجزای تشکیل‌دهنده روایت: این وجه بیشتر به نظریه‌های اندیشمندان روسی و فرانسوی درباره ساختار و اجزای روایت برمی‌گردد و کمتر در فضای رسانه‌ها مطرح می‌شود.

شخص، زمینه و منشأ صدور روایت: این وجه ابزار و منشأ صدور روایت را دنبال می‌کند. آیا روایت توسط یک رسانه تولید شده یا روایتی است که یک تاریخ‌نویس یا فیلمساز آن را پرورده است؟ (روایت رسانه‌ای، روایت تصویری، روایت شهری و...)

دو: فرهنگ مقوله‌ای پیچیده و چند بُعدی است. متغیرهای اولیه در تغییرات فرهنگی علاوه بر رسانه، خانواده و مدرسه، همین شهر و فضاها و مناسبات شهری است که یک معنا را عینی و ملموس و سپس تشدید می‌کند و در نهایت در رسانه‌های اجتماعی سرریز می‌شود و سبک زندگی ما را شکل می‌دهد.

سه: روایت شهری انواع مختلفی دارد؛ از یک ساختمان با یک معماری متفاوت گرفته تا بیلبوردهای شهری، تبلیغات تجاری، فضاهای معنوی و فرهنگی و نویسندگان شهری که شهر را در داستان‌ها و رمان‌هایشان روایت می‌کنند، همه و همه در حال تولید روایت شهری هستند.

نکته مهم اینجاست که روایت‌های کلانِ شهری در شهرهایی مثل مشهد اساساً پیش از تولید روایت انسانی تولید شده و بیش از آن‌ها اثرگذار است. روایت‌های کلان شهری یعنی همان معماری و مدل توسعه کمی شهری؛ یعنی همان پاساژها و مال‌های تجاری در شلوغ‌ترین نقاط شهر، یعنی همان تفکیک فضاهای شهری به بالا و پایین شهر و... . واقعیت این است که روایت‌های انسانی و شفاهی و حتی هنری در مقابل این روایت‌های کلان، هیچ شانسی برای پیروزی ندارند. پشتوانه یک طرف بازار و سرمایه‌داری با هزاران همت است و پشتوانه یک طرف چند دستگاه یا نهاد فرهنگی که تازه اگر متوجه موضوع باشند، دستشان به یک همت هم نمی‌رسد. اگر با دقت رمان‌های شهری معاصر را بخوانیم، متوجه می‌شویم که در این فضا تولید روایت تقریباً یک‌طرفه و صرفاً توسط کالبد و مناسبات شهری است و تولید روایت انسانی در همه ابعاد آن، نه تولید؛ بلکه مصرف همان روایت کلان مصرفی است که همه شئونات زندگی ما را تحت تأثیر خود قرار داده است.

واقعیت این است که تولید روایت توسط کالبد و فضاهای شهری مصرف‌زده بسیار قدرتمندتر، حرفه‌ای‌تر و جذاب‌تر از روایت‌های برخاسته از دغدغه‌های ملی و دینی ماست. ما جز پرچم و بنر و داربست‌های فلزی چه داریم که برای نسل جدید رسانه‌زده و شعارزده جذاب باشد؟

چهار: اما آن روایت‌های شهری چه دارند؟ ولادیمیر پراپ می‌گوید یکی از اجزای تشکیل‌دهنده روایت‌ها فقدان‌ها هستند. بر اساس تحلیل پراپ، فضای مصرفی و پاساژهای تجاری در جوان شهری ابتدا یک فقدان و نیاز به مصرف برندها و پرستیژ کافه‌نشینی را ایجاد و سپس او را وادار می‌کند مثل قهرمان داستان، برای رفع این فقدان، در طبقات مال‌ها پرسه بزند. شیوه و چگونگی این وادار کردن هم بسیار شیک و حرفه‌ای است. از مدل نورپردازی‌ها و ویترین‌های جذاب گرفته تا نحوه برخورد و احترام فروشنده‌ها و استفاده از جذابیت‌های جنس مخالف و... که به نظر نگارنده بیش از همه چیز احساس فطری دیده شدن و ارزشمند بودن انسان را آشکار می‌کند.

پنج: حال ما مانده‌ایم و فقدان‌های فراوان: فقدان فضا و کالبد متناسب با روایت زندگی روزمره معنامحور، فقدان چشم‌انداز شهری معنوی ثابت و فقدان انگیزه‌ای برای کشف و تولید این فقدان‌ها! بدانیم تا زمانی که در کالبد و مناسبات کلان شهری تولید روایت نکنیم، روایت‌های مردم معتقد به گفتمان دینی و اخلاقی تبدیل به خرده‌روایت‌هایی می‌شوند که تنها با قدرت رسمی و رسانه می‌توانند کنش‌های موقتی را رقم بزنند و شهر در نهایت دست ابرروایت‌های خود که هیچ سنخیتی با روایت ملی و دینی ما ندارند، باقی خواهد ماند.

دغدغه‌های شهروندان در مواجهه با هزینه‌های متنوع دریافتی در اپلیکیشن‌های واسطه فروش غذا بررسی شد

آیا حقوق مردم در سفارش برخط غذا رعایت می‌شود؟

آرشیو قدس

طاهره فجر داودلی | وابستگی زندگی روزمره به اپلیکیشن‌ها و سکوهای برخط، دیگر موضوع عجیب و غریبی نیست و در زندگی شهرنشینی کمتر کسی پیدا می‌شود که با این سکوها سر و کار نداشته باشد؛ اما پرسشی که شاید به ذهن هر شخصی برسد، این است آیا بر خدماتی مانند تهیه غذا از رستوران‌ها و آشپزخانه‌ها که از طریق اپلیکیشن‌ها و سکوها ارائه می‌شود، نظارتی وجود دارد و حقوق شهروندان یا مشتریان در آن‌ها رعایت می‌شود یا خیر؟

طرح این پرسش از آنجایی آغاز می‌شود که وقتی به این اپلیکشن‌ها مراجعه می‌کنیم، جدا از اینکه دسته‌بندی‌های غذایی متفاوتی براساس نوع غذا، ذائقه افراد و البته کیفیت و سطح واحدهای ارائه‌دهنده خدمات غذا و نوشیدنی وجود دارد، اختلاف قیمت یک نوع غذا در رستوران‌ها و آشپزخانه‌های مختلف گاهی بسیار فاحش بوده یا دریافت هزینه‌های مختلف در واحدهای صنفی متنوع است به صورتی که شما نمی‌توانید تشخیص دهید چرا برخی هزینه‌ها در بعضی واحدهای صنفی به صورت اجباری دریافت می‌شوند. حتماً در این موقعیت قرار گرفته‌اید که هنگام ثبت سفارش غذا یا نوشیدنی در بعضی از رستوران‌ها هزینه مالیات بر ارزش افزوده در فاکتور نهایی دیده می‌شود. برخی رستوران‌ها موقع ثبت اولیه هر سفارش هزینه اجباری بسته‌بندی را برای هر وعده غذا جداگانه محاسبه و به قیمت هر غذا اضافه می‌کنند و بعضی دیگر از واحدهای صنفی نیز خدمات را به صورت جداگانه محاسبه کرده و در فاکتور نهایی هزینه آن را لحاظ می‌کنند. در این میان با توجه به رفتار متنوع واحدهای صنفی، شما متوجه الگوی مشخصی نمی‌شوید؛ یعنی برخی رستوران‌ها یا آشپزخانه‌های بیرون‌بر یا فست‌فودی‌ها این موارد را لحاظ نمی‌کنند و نمی‌توانیم بگوییم مثلاً هزینه مالیات توسط همه رستوران‌ها دریافت می‌شود یا بسته‌بندی گزینه اجباری در همه فست‌فودی‌هاست، حتی برخی از واحدهای صنفی چند هزینه اجباری را با یکدیگر دریافت می‌کنند. همچنین زمانی که غذای آماده شده به دست مشتری می‌رسد، حتی برای نوع بسته‌بندی وقتی شما بسته‌بندی ویژه را انتخاب کرده‌اید، در مقایسه با واحدی که این هزینه را دریافت نکرده، تفاوت قابل مشاهده‌ای وجود ندارد. در این موقعیت قیمت تمام شده و کیفیت یکسان غذا این پرسش را جدی‌تر می‌کند که ریشه این اختلاف قیمت‌ها و تفاوت‌های عنوان شده کجاست؟ آیا اصلاً نظارتی بر قیمت‌های ارائه شده و هزینه‌های جانبی که برخی رستوران‌ها در فاکتورشان ثبت می‌کنند، وجود دارد؟

رئیس اتحادیه رستوران‌داران مشهد در تشریح پاسخ‌های این پرسش‌ها و ابهام‌های مطرح شده، در گفت‌وگو با خبرنگار ما گفت: یکی از شروط اصلی سکوها به ویژه اسنپ برای انعقاد قرارداد با مجموعه‌ها، داشتن پروانه کسب معتبر است؛ یعنی واحد صنفی باید حتماً دارای مجوز قانونی باشد. در مورد مجموعه‌های قانونی که دارای پروانه کسب هستند، اسنپ بر این موضوع نظارت می‌کند که قیمت غذا در اپلیکیشن دقیقاً با قیمت فروش حضوری در رستوران برابری کند؛ به طور مثال اگر یک وعده چلوکباب در رستوران به قیمت ۵۰۰هزار تومان عرضه می‌شود، باید در اسنپ نیز با همان قیمت ۵۰۰هزار تومان به فروش برسد و اگر قیمت در اسنپ ۵۵۰هزار تومان تعیین شود، اسنپ بر اساس قرارداد، جریمه‌هایی را برای واحد صنفی در نظر می‌گیرد که می‌توانند شامل پرداخت جریمه یا استرداد کامل وجه غذا به مشتری یا حتی قطع همکاری و اخراج در مدت زمان مشخص از پلتفرم باشد.

شرط فعالیت در سکوهای برخط

محسن محمدی ادامه داد: در خصوص مباحث بهداشتی باید تأکید کرد مکانی که موفق به دریافت پروانه کسب می‌شود، تحت نظارت مستقیم اداره بهداشت، اتحادیه و سازمان تعزیرات و سایر ارگان‌های مربوط قرار دارد و پلتفرم‌ها به صورت اختصاصی به این موارد نظارت ندارند؛ زیرا تمامی واحدهای دارای پروانه کسب از فیلترهای نظارتی ارگان‌های مختلف عبور کرده‌اند و داشتن پروانه به معنای داشتن گواهی‌نامه صلاحیت برای فعالیت است.

وی در پاسخ به پرسشی درباره هزینه‌های بسته‌بندی بیان کرد: این موضوع طبق قوانین اتحادیه است و ارتباطی به اسنپ ندارد؛ یعنی در حالت عادی نیز اگر یک واحد صنفی هزینه بسته‌بندی، مالیات بر ارزش افزوده و دورچین را دریافت کند، اقدامی قانونی انجام داده؛ زیرا در حال حاضر رستوران‌ها و آشپزخانه‌ها مشمول مالیات بر ارزش افزوده ۱۰ درصدی هستند و هزینه بسته‌بندی و دورچین نیز مجزا از قیمت غذا محاسبه می‌شود. به عبارت دیگر مشتری می‌تواند ظرف خود را همراهش بیاورد یا هزینه ظرف یک‌بار مصرف را طبق نرخ مصوب اتحادیه پرداخت کند و این هزینه بر اساس فاکتور خرید ظرف‌ها توسط واحد صنفی با تأیید اتحادیه تعیین می‌شود؛ به طور مثال اگر هزینه ظرف معمولی، نایلون و موارد جانبی ۱۵هزار تومان باشد، همان مبلغ درج می‌شود و اگر از ظرف‌های مایکروفری با قیمت خرید ۵۰هزار تومان استفاده شود، هزینه بسته‌بندی بر همان اساس محاسبه خواهد شد.

رئیس اتحادیه رستوران‌داران مشهد افزود: متأسفانه پس از بروز حوادث برای برخی کارخانه‌های پتروشیمی، قیمت ظروف یک‌بار مصرف به شدت افزایش یافت و ظرفی که پیش‌تر ۲۵هزار تومان بود، به ۷۵هزار تومان رسید. بنابراین واحدهای صنفی با ارائه فاکتور خرید، نرخ‌های خود را از اتحادیه دریافت می‌کنند.

نقش هزینه‌های سربار واحدهای صنفی در تعیین قیمت نهایی غذا

رئیس اتحادیه رستوران‌داران مشهد با اشاره به نرخ‌نامه‌ها توضیح داد: نرخ در رسته‌های رستوران، آشپزخانه و کبابی آزاد است و واحدهای صنفی بر اساس هزینه‌های سربار خود، اقدام به دریافت نرخ می‌کنند. هزینه‌های سربار شامل تمام مخارج اداره یک رستوران اعم از قبض‌های آب، برق، گاز و تلفن، دستمزد، بیمه، خوراک کارگران، هزینه‌های فضای مجازی، حسابداری، تبلیغات، استهلاک تجهیزات و... است و حتی مواردی مانند شکستن ظرف‌ها و دورریز مواد اولیه، همگی جزو سربار محسوب می‌شوند. بنابراین برای محاسبه قیمت نهایی، مجموع هزینه‌های ماهانه بر میزان فروش که به طور میانگین ۳هزار تا ۳هزار و ۵۰۰ وعده غذا در ماه است، تقسیم می‌شود تا سهم سربار هر غذا مشخص شود. این مبلغ در مشهد متفاوت است و در برخی رستوران‌ها هزینه سربار هر وعده غذا به یک‌میلیون و ۴۰۰هزار تومان می‌رسد در حالی که در برخی آشپزخانه‌ها این رقم به دلیل اجاره کمتر، حدود ۱۰۰هزار تومان است که در نهایت هزینه مواد اولیه به اضافه سربار و ۱۵درصد سود، قیمت نهایی غذا را تشکیل می‌دهد.

تفاوت مالیاتی رستوران‌ها با کبابی‌ها

محمدی درباره مالیات بر ارزش افزوده گفت: در بحث مالیات بر ارزش افزوده باید یادآور شد کبابی‌ها از این قانون مستثنا هستند؛ اما رستوران‌ها، آشپزخانه‌ها و چلوکبابی‌ها مشمول پرداخت آن می‌شوند. در حال حاضر در اتحادیه رستوران‌داران مشهد حدود ۲هزار واحد صنفی در این شهر فعالیت می‌کنند که هزار و ۳۰۰ واحد دارای پروانه کسب هستند و ۷۰۰ واحد دیگر به دلیل مسائلی نظیر امور مالیاتی، هنوز موفق به دریافت پروانه نشده‌اند؛ اما مراحل اولیه را گذرانده‌اند و طبق قانون، تنها واحدهای دارای پروانه، اجازه فعالیت در سکوهای برخط را دارند.

وی در ادامه تشریح کرد: کمیسیون دریافتی اسنپ حدود ۱۰ تا ۱۳درصد است و از واحد صنفی کسر می‌شود و از خریدار مبلغ اضافه‌ای دریافت نمی‌شود؛ یعنی قیمت برای مشتری در رستوران و اسنپ یکسان بوده و فروشنده به منظور افزایش فروش خود حاضر به پرداخت این درصد به پلتفرم است.

رئیس اتحادیه رستوران‌داران مشهد در پایان عنوان کرد: موارد دیگری نیز در قراردادها لحاظ می‌شود؛ مانند برخورد مناسب پیک و رعایت ادب که در صورت تخلف، مشمول جریمه خواهد بود؛ اما تخفیف‌ها در اختیار خود مجموعه است. سکو نیز پیشنهادهایی نظیر پرداخت مبلغی برای قرار گرفتن در صدر لیست سکو به مدت سه روز به منظور تبلیغات را ارائه می‌دهد. این‌ها جزو قوانین خود سکوهاست که این مراکز می‌توانند بپذیرند یا نپذیرند و تصمیم‌گیری درباره آن در حیطه اختیارات اتحادیه نیست.

آگهی دعوت به مجمع عمومی عادی نوبت دوم
انجمن صنفی کارفرمائی شرکتهای حمل ونقل بین المللی استان خراسان رضوی

ازکلیه اعضاء محترم انجمن مذکور دعوت میگردد در جلسه مجمع عمومی عادی نوبت دوم انجمن که در ساعت ۱۷ روز چهارشنبه ۱۴۰۵/۰۶/۱۱ در محل انجمن صنفی کارفرمائی شرکتهای حمل ونقل بین المللی خراسان رضوی به آدرس مشهد- میدان تلویزیون - بزرگراه شهید کلانتری- خیابان انوری- نبش انوری ۳ - پلاک ۲۲۲ برگزار میگردد ، حضور بهمرسانند. همچنین داوطلبین بازرسی انجمن مکلفند حداقل یک هفته قبل از برگزاری مجمع درخواست کتبی خود را به دفتر انجمن به آدرس فوق ارسال و رسید دریافت نمایند .

دستور جلسه مجمع عمومی عادی :

۱-استماع گزارش هیئت مدیره و بازرسان در مورد کارهای انجام شده و رسیدگی و اتخاذ تصمیم در مورد تصویب آن
۲-استماع ، رسیدگی و اتخاذ تصمیم در مورد تصویب یا عدم تصویب گزارش مالی خزانه دار (صورتهای مالی سال ۱۴۰۴) و بودجه ۱۴۰۵ انجمن صنفی
۳-رسیدگی نهائی به اعتراض کسانی که طبق مقررات انضباطی این اساسنامه ، از عضویت انجمن صنفی معلق یا سلب عضویت شده اند (موضوع ماده ۶).
۴-انتخاب بازرسان ۵- تصمیم گیری در خصوص افزایش ورودیه انجمن

هیئت مدیره انجمن صنفی کارفرمائی شرکتهای حمل ونقل بین المللی خراسان رضوی

۱۴۰۵۰۷۵۱۵ ب

آگهی دعوت مجمع عمومی عادی (نوبت اول)
شرکت تعاونی دامداران سنگ بست تاریخ انتشار۱۴۰۵.۰۵.۰۶

جلسه مجمع عمومی عادی نوبت اول شرکت تعاونی دامداران سنگ بست به شناسه ملی ۱۰۳۸۰۰۱۵۱۲۱ ساعت ۹صبح روزچهارشنبه ۰۵/۰۵/۲۸ در محل مسجدروستای احمد آباد با دستور جلسه ذیل تشکیل میگردد از کلیه اعضا محترم تعاونی دعوت میشودبا همراه داشتن دفترچه عضویت جهت اتخاذتصمیم درخصوص موضوعات ذیل ،دراین جلسه حضور بهم رسانند .

دستور جلسه :۱-استماع گزارش هیئت مدیره و بازرسان
۲-اتخاذ تصمیم درباره صورت های مالی سالهای ۱۴۰۰تا ۱۴۰۴
۳-اتخاذ تصمیم درباره بودجه پیشنهادی سالهای ۱۴۰۲ تا۱۴۰۶
۴- طرح و تصویب آئین نامه معاملات ۵- طرح و تصویب فروش زمینهای شرکت
۶- خرید سهام از شرکت پردانه ۷- انتخاب هیئت مدیره و بازرس

تذکر :۱-درصورتی که حضور عضوی در جلسه میسر نباشد میتواند حق رای خود را بموجب وکالت نامه به عضو دیگر یا نماینده تام الاختیار واگذار نماید ،دراین صورت هرعضو علاوه برای خود ۳ رای با وکالت وغیر عضو ۱رای با وکالت میتواند داشته باشد ،عضو متقاضی اعطای نمایندگی می بایست به همراه نماینده خود تا ۱۰روز قبل از برگزاری مجمع ،به نشانی :احمد آباد ،مرکز جمع آوری شیر از ساعت۷تا۱۳با همراه داشتن کارت شناسایی معتبرجهت صدور برگه ورود به جلسه حضور یابند .
۲-با توجه به انتخابات هیئت مدیره و بازرسان افرادی که تمایل به کاندیداتوری درسمت هیئت مدیره و بازرسی ،دارندمی بایست ظرف مدت یک هفته از تاریخ انتشار آگهی ،به نشانی مذکور درتذکر ۱مراجعه وفرم مربوطه راتکمیل نمایند .

"هیئت مدیره شرکت تعاونی دامداران سنگ بست"

۱۴۰۵۰۷۵۱۴ ب

آگهی دعوت از شرکا پویش ترابر کالا زمان (مسئولیت محدود)
به شماره ثبت ۲۸۸۵ و شناسه ملی ۱۰۸۶۱۹۸۲۵۳۷

بدین وسیله از کلیه شرکا شرکت دعوت بعمل می آید که در جلسه مجمع عمومی فوق العاده شرکت که مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۱۸ در ساعت ۱۰ به آدرس : استان تهران - منطقه ۱۸ ، شهرستان بهارستان ، بخش بوستان ، شهر نسیم شهر، محله نسیم شهر ، خیابان (حریم راه آهن) ، بلوار امام خمینی ، پلاک ۰ ، ساختمان پایانه فاز ۱ ، طبقه همکف با کد پستی ۳۷۶۵۱۷۰۸۴۹ برگزار می گردد حضور بهم رسانید.

دستور جلسه مجمع عمومی فوق العاده :
۱-افزایش سرمایه

هیئت مدیره

۱۴۰۵۰۷۵۷۷ ب

آگهی دعوت مجمع عمومی فوق العاده وعمومی (نوبت سوم)
مالکین باغشهر گلهای شاندیز

به اطلاع کلیه مالکین اراضی باغشهر گلهای شاندیز می رساند که با توجه به عدم حصول حد نصاب لازم و در نتیجه عدم رسمیت جلسه مجمع فوق العاده وعمومی عادی (نوبت دوم) مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۰۴ ، و اجرای ماده ۸ قانون اجرایی تملک آپارتمانها مراتب ذیل به آگهی می رسد. بدینوسیله از کلیه مالکین محترم اراضی باغشهر گلهای شاندیز دعوت میشود تا در نوبت سوم جلسه مجمع عمومی عادی در ساعت ۱۷ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۲۸ واقع در بلوار دانشجو ، دانشجو ۲۹ (بلوار مهران) مجتمع فرهنگسرای ترافیک سالن همایش تشکیل می گردد حضور بهم رسانند.

دستور کارجلسه:
۱- استماع سخنان رئیس هیات امنا در خصوص فعالیتهای انجام شده در امور باغشهر
۲- انتخاب اعضاء هیات امنا
۳-انتخاب بازرس
۴- ارائه گزارش مالی
۵- بازنگری اساسنامه باغشهر گلها
۶- سایر موارد

هیات امنا باغشهر گلهای شاندیز

۱۴۰۵۰۷۵۰۲ ب

اهدای خون؛ اهدای زندگی
یک بار اهدای خون کافی نیست...

آگهی دعوت مجمع عمومی فوق العاده شرکت خاور نگهدار مشهد(سهامی خاص)
شماره ثبت ۱۲۶۴۹ و شناسه ملی ۱۰۳۸۰۲۸۳۳۴۸

بدینوسیله از کلیه سهامداران شرکت فوق دعوت میشود در جلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخه ۱۴۰۵/۰۵/۲۰ که رأس ساعت ۱۶ در محل شرکت به نشانی مشهد، رباط، کوچه ابریشم ۳، خیابان ابریشم پلاک ۰ ساختمان شرکت خاور نگهدار مشهد، طبقه همکف برگزار میشود حضور بهم رسانند.

دستور جلسه : ۱- افزایش سرمایه ۲- اصلاح ماده ۳۸ اساسنامه
۳- سایر مواردی که در اختیار مجمع عمومی فوق العاده می باشد.

هیئت مدیره شرکت

۱۴۰۵۰۷۵۱۸ ب

قابل توجه همشهریان گرامی به
اطلاع می رساند:
آقای قاسم شایسته شربتی
مسئول دفتر مشاور املاک
به شماره عضویت ۱۲۰۷۸
به نشانی: معلم ۴۴ نبش قائم مقام ۱۸

مشارالیه درخواست کناره‌گیری را دارد، لذا از کلیه متعاملینی که در دفتر مشارالیه مدارکی دارند خواهشمند است جهت تسویه حساب حداکثر ظرف مدت 30 روز از تاریخ نشر آگهی به محل فوق‌الذکر مراجعه و مدارک خود را تحویل بگیرند. لازم به توضیح است در صورت عدم مراجعه در زمان فوق یا عدم اعلام شکایت خود از مشارالیه، اتحادیه هیچ‌گونه مسؤولیتی در قبال مشکلات و ادعاهای احتمالی بعدی نخواهد داشت.

تلفن تماس دفتر مشاور املاک: ۰۹۱۵۳۲۲۵۷۲۵
حسین رستمی-رئیس اتحادیه صنف مشاورین معاملات املاک مشهد

۱۴۰۵۰۷۴۹۳ ب