

روایت آدم‌ها

روایت خانواده‌هایی که با بیکاری کاهش درآمد و افزایش هزینه‌ها روبه‌رو شدند: چند پله عقب رفتیم

شرق: جنگ ۴۰روزه برای بسیاری از خانواده‌ها فقط با پایان درگیری‌ها تمام نشد. پیامدهای اقتصادی آن هنوز در زندگی روزمره مردم دیده می‌شود؛ از بیکاری و کاهش درآمد تا بدهی، تعطیلی کسب‌وکارها و دشوارترشدن تأمین هزینه‌های اولیه زندگی. روایت‌های پیش‌رو، بخشی از این واقعیت را از زبان کسانی بازگو می‌کند که می‌گویند زندگی‌شان در مدت کوتاهی چندین پله به عقب رفته است. «معصومه»، جوان ۳۰ساله، می‌گوید: «در همان روزهای آغاز جنگ، من از شرکی خصوصی که در آن کار می‌کردم تعدیل شدم. همسرم هم یک مغازه پوشاک دارد، اما به دلیل تعطیلی‌های طولانی در طول جنگ و بعد از آن، فروش مغازه به‌شدت افت کرد. بعد از جنگ ۴۰روزه، شرایط اقتصادی ما قبل هم بدتر شد. کار به جایی رسید که بعضی روزها حتی پول خرید مواد غذایی اولیه را هم نداشتیم. مثلا برنج خانه تمام شده بود و توان خرید دوباره‌اش را نداشتیم. ناچار می‌شدیم از خانواده‌هایمان کمک بگیریم، در حالی‌که آنها هم در دوران جنگ وضعیت مالی خوبی نداشتند. تنها دلخوشی‌مان این بود که خانه برای خودمان بود و دست‌کم دوغذغہ پرداخت اجاره نداشتیم. اما عملا هیچ پولی در اختیارمان نبود. از همان روزهای اول جنگ که کارم را از دست دادم تا امروز، مدام دنبال کار بوده‌ام اما هنوز شغل مناسبی پیدا نکرده‌ام. یک تا دو پیشنهاد کاری داشتم، اما دستمزدشان آن‌قدر پایین بود که حتی هزینه رفت‌وآمدم را هم پوشش نمی‌داد و مجبور شدم دوباره جست‌وجوی کار را ادامه بدهم. این وضعیت برای ما بسیار تلخ است. در سنی هستیم که فکر می‌کردیم باید نمره سال‌ها تلاش و موفقیت‌مان را ببینیم، اما ناگهان همه چیز برعکس شد. من در اوج مسیر کاری‌ام بیکار شدم و همسرم هم که برای آینده کسب‌وکارش برنامه‌ریزی مالی داشت، نه‌تنها به هیچ‌یک از برنامه‌هایش نرسید، بلکه چندین پله عقب رفت. حالا حتی به بستن مغازه‌ای فکر می‌کنیم که سال‌ها منبع درآمدمان بود، چون دیگر خریدی در بازار نیست و نمی‌دانیم چک‌هایی را که برای فروشگاه صادر کرده‌ایم، چگونه پاس کنیم».

درآمد به کمتر از سال قبل تبدیل شد

«محسن»، ۳۲ساله که سعی داشت زندگی مستقل را شروع کند هم می‌گوید: «حدود دو سال برای مستقل‌شدن برنامه‌ریزی کرده بودم. بالاخره آدم‌ماه سال گذشته از خانواده جدا شدم. خانه‌ای در محله گیشا اجاره کردم و وسایل زندگی را هم به صورت اقساطی خریدم. در همان زمان حقوقم افزایش قابل توجهی پیدا کرده بود و مطمئن بودم با درآمد می‌توانم طی یک سال هم اجاره خانه و اقساط را پرداخت کنم. اما با شروع جنگ ۴۰روزه، حدود یک هفته بعد به همه کارکنان شرکت پیام دادند که شرکت تعطیل است. یکباره ماندم با اجاره خانه و بدهی سنگین اقساط، بدون اینکه درآمدی داشته باشم. حتی به کار در اسنپ فکر کردم، اما درآمدش به‌هیچ‌وجه پاسخ‌گوی هزینه‌هایی نبود که بر اساس حقوق قبلی‌ام برایشان برنامه‌ریزی کرده بودم». اوادامه می‌دهد: «بعد از پایان جنگ، دوباره ما را به شرکت برگرداندند، اما شرایط استخداممان کاملاً تغییر کرده بود. همه مهندسان را روزمزد کردند. پیش از این، حقوق ثابت، اضافه‌کار و حق مأموریت داشتم، اما حالا فقط برای روزهایی دستمزد می‌گیریم که پروژه‌ای وجود داشته باشد. بعضی روزها به شرکت می‌رویم و به ما می‌گویند پروژه‌ای نیست؛ در نتیجه همسان روز هیچ درآمد نداریم. همین تغییر باعث شده زندگی‌ای که تا پیش از آن یک زندگی متوسط و ثبات‌اب بود، به شرایطی برسد که گاهی برای صرفه‌جویی به این فکر می‌کنم که شام نخورم تا هزینه کمتری داشته باشم و فقط بتوانم از پس بدهی‌هایم بربیایم. تمام تلاشم این است که این یک سال را پشت سر بگذارم و اقساط و بدهی‌هایم را تسویه کنم، اما روزهای بسیار سختی را می‌گذرانم».

در این وضعیت ۱۰ میلیون پول آب را چه کنم؟

«سرتین»، زن میانسال و بانزشته، می‌گوید: «معمولا آخر هفته‌ها بچه‌ها و نوه‌هایم به خانه‌ام می‌آمدند و دور هم جمع می‌شدیم، اما در این چند ماه دیگر واقعا توان مالی پذیرایی از آنها را مثل گذشته ندارم. از طرف دیگر، این ماه قبض آب خانه‌ام ۱۰ میلیون تومان آمده است. در حالی‌که مصرف آبم اصلا زیاد نیست. همسایه‌ها می‌گویند باید به شرکت آب و فاضلاب مراجعه و شکایت ثبت کنیم تا موضوع بررسی شود، اما در هر صورت باید ابتدا مبلغ قبض را پرداخت کنیم و بعد پیگیر باشیم. من با حقوق بانزشتگی زندگی می‌کنم و واقعا نمی‌دانم چطور باید چنین مبلغی را بپردازم. حقوق بانزشتگی‌ام آن‌قدر کم است که برای تک‌تک هزینه‌هایم از قبل برنامه‌ریزی می‌کنم و می‌دانم هر بخش از آن قرار است صرف چه چیزی شود. حالا پرداخت ناگهانی چنین هزینه‌ای تمام برنامه‌ریزی مالی‌ام را به هم رده است. واقعا نمی‌دانم باید چه کار کنم. شرایط زندگی همین حالا هم سخت است و چنین اتفاقی‌هایی فقط فشار را بیشتر می‌کند. در نهایت پولی برای هزینه‌های روزمره باقی نمی‌ماند».

بحران انرژی یا بحران هویت؟

این نظام می‌تواند شامل شاخص ملی فرهنگ مصرف، رتبه‌بندی مصرف مسئولانه شهرها، صنایع و دستگاه‌های اجرایی، داشبورد عمومی شفافیت انرژی، نشان افتخار مصرف مسئولانه برای سازمان‌ها و خانواده‌ها و همچنین یک پلتفرم هوشمند مشارکت مردمی باشد. در چنین مدلی، مدیریت مصرف دیگر یک تکلیف اداری یا یک اجبار اقتصادی نیست؛ بلکه به بخشی از هویت ملی، سرمایه اجتماعی و سرمایه برند ایران تبدیل می‌شود. شاید زمان آن رسیده باشد که بپذیریم مسئله اصلی، کمبود انرژی نیست؛ کمبود اعتماد، هویت مشترک و مشارکت اجتماعی در حکمرانی انرژی است. و این همان نقطه‌ای است که آینده امنیت انرژی ایران را رقم خواهد زد.

اصل قرارداد پیش فروش اعیان به شماره ۱۰۸/۹۷/۴۵۷۵۸/ص مورخ ۱۳۹۷/۱۲/۰۶ مفقود شده و فاقد اعتبار است.

سازمان آگهی‌های روزنامه شرق ۸۶۰ ۳۶ ۱۱۹

گزارش میدانی «شرق» از رسیدن نشانه‌های فشار معیشتی به محله‌های مرفه پایتخت و تغییر الگوی مصرف

کوچک‌شدن سبد خرید؛ از زعفرانیه تا تهرانسر

این سبدها هستیم که رهگذرها بیشترشان را برمی‌دارند. پیش‌تر اصلا چنین چیزی نبود و خیلی وقت‌ها این میوه‌ها روی دستانم می‌ماند.

دنبال بال مرغ و ضایعات گوشت

قصاب کنار همین تره‌بار نیز از تغییر رفتار مشتریان می‌گوید: «این روزها آدم‌هایی برای خرید کردن، بال مرغ با ضایعات گوشت می‌آیند که اگر ظاهرشان را ببینید، باور نمی‌کنید مشتری این محصولات باشند. بیشترشان از اهالی همین محله و مشتری‌های قدیمی ما هستند، اما دیگر توان خرید سابق را ندارند. بعضی‌ها فقط چون کالابرگ دارند، می‌توانند گوشت بخرند. ممکن است خانه‌ای چنددهه‌میلیارد تومان ارزش داشته باشد، اما صاحبش پول خرید گوشت ندارد. خرید ماهی هم تقریبا به صفر رسیده است. در این مدت به چشم دیدیم که سبب خرید اهالی چطور کوچک و کوچک‌تر شد.» در تره‌بار مجیدیه نیز الگوی مشابهی دیده می‌شود. سبدهای میوه‌های درجه دو مشتریان زیادی دارند و در کنار آنها، سبدهایی از میوه‌های آسیب‌دیده قرار گرفته که به صورت رایگان توزیع می‌شوند. طی حدود ۱۰ دقیقه، نفر باز یک‌سدهای خرید دور این سبدها جمع می‌شوند و هرچه می‌توانند برمی‌دارند. در تهران‌سر نیز شرایط تفاوت چندانی ندارد. مقابل یک میوه‌فروشی در خیابان الله، میوه‌های ارزان‌تر روی پیاده‌رو چیده شده و کنار آنها سبدهای از میوه‌های رایگان قرار دارد. قصاب همان محله می‌گوید: «مشتری‌های چند ساله‌ای دارم که قبلا چند کیلو گوشت و مرغ می‌خریدند، اما حالا چون بدهی خرید ماه قبلیشان را تسویه نکرده‌اند، خجالت می‌کشند دوباره برای خرید بیایند. دیگر کمتر خانواده‌ای مثل گذشته اول ماه خرید عمده انجام می‌دهد و همه دنبال سبد ارزان‌تر هستند». مجموع این مشاهدات میدانی، تصویری از تغییر الگوی مصرف در مناطق مختلف تهران ارائه می‌دهد؛ تغییری که دیگر مرز شمال و جنوب شهر را درنوردیده است. افزایش تبلیغات تخفیفی در فروشگاه‌های لوکس، پذیرش گسترده کالابرگ، رشد تقاضا برای کالاهای ارزان‌تر، استقبال از میوه‌های درجه دو و حتی سبدهای رایگان، همگی نشانه‌هایی از فشاری هستند که تورم بر زندگی روزمره خانوارها وارد کرده است. این مشاهدات با آمارهای رسمی نیز همخوانی دارد. براساس داده‌های منتشرشده از سوی مرکز آمار ایران، سبدها است عددی که نسبت به ماه قبل ۸.۸ درصد، نسبت به ماه مشابه سال قبل ۸۳.۹ درصد و در ۱۲ماهه منتهی به اردیبهشت ۱۴۰۵ نسبت به دوره مشابه سال قبل ۵۷.۷ درصد افزایش را نشان می‌دهد؛ آماري که بازتاب آن را می‌توان امروز در ویتترین مغازه‌ها، بازارهای میوه و سبب خرید خانوارها در سراسر تهران مشاهده کرد.

تبلیغ تخفیف دارو اقساطی بیشتر از قبل

یکی از فعالان حوزه تبلیغات که در زمینه اجرای تبلیغات یلبوردی در شمال و شرق تهران فعالیت می‌کند، درباره تغییرات بازار تبلیغات و گسترش کمپین‌های تخفیفی و فروش اقساطی می‌گوید: «حوزه فعالیت ما عمدتا شمال تهران و بخشی از شرق تهران، تا محدوده خیابان دماوند و آبعلی است. در سال‌های اخیر، به‌ویژه در ماه‌های گذشته، رقابت میان فعالان این حوزه به‌طور محسوسی افزایش یافته است. این رقابت باعث شده میزان تخفیف‌هایی که برندها ارائه می‌کنند نسبت به گذشته بیشتر شود. قبلا بسیاری از برندها فقط در دوره‌های مشخص، مثلا پایان فصل یا سالی یک بار، کمپین تخفیف برگزار می‌کردند، اما حالا شرایط تغییر کرده است. امروز بسیاری از برندها دست‌کم هر سه ماه یک بار تخفیف می‌گذارند و حتی برخی از آنها تقریبا به‌صورت دائمی با تخفیف‌های ۲۰ تا ۳۰درصدی، در ابتدای یا انتهای هر ماه، در حال فروش هستند. در گذشته، تخفیف بیشتر در صنایعی مانند پوشاک یا لوازم آرایشی و آن هم به‌صورت محدود و در پایان فصل رایج بود، اما در حوزه لوازم خانگی، به‌ویژه از زمانی که مجموعه‌هایی مانند سرای ایرانی، شهر فرش و برندهای مشابه طی سه تا چهار سال اخیر وارد بازار شدند، رقابت شکل تازه‌ای پیدا کرد. این مجموعه‌ها با تکیه بر تخفیف‌های مستمر و شرایط فروش اقساطی، فضای رقابتی جدیدی ایجاد کردند، در حالی‌که چنین تخفیف‌هایی هنوز در بازار سنتی به آن گستردگی نمی‌بخشند».

همچنین طبق گفته این متخصص چاپ یلبورد، فروش اقساطی نیز نسبت به گذشته رشد چشمگیری داشته است؛ «اگر چند سال قبل شاید فقط ۱۰ تا ۲۰ درصد برندها روی فروش اقساطی تاکید داشتند، امروز می‌توان گفت حدود ۸۰ درصد برندها از این شیوه استفاده می‌کنند. این روند تبلیغاتی در پوشاک، لوازم خانگی و بسیاری از کالاهای مصرفی دیده می‌شود. فقط در حوزه مواد غذایی شکل آن متفاوت است، مثلا بیشتر از طریق باشگاه مشتریان یا پیشنهادهای خرید انجام می‌شود. مانند اینکه با خرید به مبلغ مشخص، برای خرید بعدی اعتبار یا تخفیف دریافت می‌کنید. البته میزان این تخفیف‌ها معمولا به اندازه سایر بازارها قابل توجه نیست. اگر پنج سال پیش در محدوده‌هایی مانند تجریش یا نیاوران باید به‌سختی یک یلبورد دیده می‌شد، اکنون تقریبا هر چندصد متر یک سازه تبلیغاتی وجود دارد. البته همه این تبلیغات الزاما با هدف فروش مستقیم نیست؛ بسیاری از برندها حتی اگر فروش قابل توجهی هم از آن تبلیغ نداشته باشند، برای شناختن‌شدن و حفظ جایگاه برند خود در این فضا حضور پیدا می‌کنند. در مجموع، رکود بازار، کاهش قدرت خرید مردم و افزایش شدید قیمت کالاها، تأثیر مستقیمی بر صنعت تبلیغات گذاشته است. حجم تبلیغات نسبت به گذشته کاهش یافته و بسیاری از شرکت‌های تبلیغاتی در مقاطعی حتی با خطر ورشکستگی روبه‌رو شده‌اند. هزینه

برگ سبز پژو ۵tu-slx۴۰۵ سفید مدل ۱۳۹۸ به شماره پلاک ۳۱ایران ۳۲ط۴۹۳ شماره شاسی ۳AAM۳۱FE۴KK۹۰۱۳۸۷ و شماره موتور ۱۳۹B۰۱۶۳۴۲۷ به نام رقیه هادیان مفرد با کد ملی ۵۹۲۹۷۴۵۱۲۹ مفقود شده و فاقد اعتبار است.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کرمانشاه اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک کرمانشاه ناحیه یک هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۴قانون و ماده ۱۳ آیین نامه تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۲۸۶/۱۰۵۶۳۱۶۰۰ مورخ ۱۴۰۵/۰۲/۱۹ هیات اول اودم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کرمانشاه ناحیه یک تصرفات مالکانه لامعارض منقضی آقای بهروز اسمعیلی فرزند وسمرحار به شماره شناسنامه ۱۰۰۲۷ اصلاحه از کرند غرب مبنی بر صدور سند شناسنگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۱۷،۲۷متر مربع پلاک ۱۲۸ اصلی بخش یک حومه خربداری از مالک رسمی ششاهی حاجی محمد محمدی احمدپوری محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت منقضای اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اول آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خودرا به مراجع قضایی تقدیم نمایند،بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. ۱۳۹۵/۰۵/۱۲/ تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۵/۰۴/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۵/۰۵/۱۷ آیت اله زارع – رئیس ثبت اسناد و املاک۲۷۵۱



اجاره یلبوردها که از سوی نهادهایی مانند شهرداری، سازمان زیباسازی، وزارت راه و سایر دستگاه‌های متولی تعیین می‌شود، همچنان بالاست. این قیمت‌ها بر مبنای شرایط گذشته تعیین شده بود، اما تحولات اخیر نیز بر بازار اثر گذاشته است. از یک سو مردم توان خرید کمتری دارند و از سوی دیگر کسب‌وکارها برای اینکه از رقابت حذف نشوند، ناچارند همچنان تبلیغ کنند؛ مجموعه این عوامل باعث شده بازار تبلیغات با رکود و کسادى مواجه شود».

تعمیر به‌جای خرید

جذب مشتری با افزایش راهکار ارانه تخفیف و اقساط در پلتفرم‌های مختلف هم قابل مشاهده است. مدیر مارکتینگ یکی از پلتفرم‌های خدمات و تعمیرات منزل می‌گوید بررسی داده‌های این شرکت نشان می‌دهد تقاضا برای خدمات تعمیراتی، به‌ویژه تعمیر لوازم خانگی، از سال گذشته روندی صعودی داشته و این روند در سال جاری نیز ادامه یافته است: «حتی در دوره جنگ نیز بیشترین حجم سفارش‌های ما به تعمیر لوازم خانگی اختصاص داشته. موضوعی که از دشوارترشدن خرید کالاهای سرمایه‌ای مانند لوازم خانگی، موبایل و کامپیوتر ناشی می‌شود و باعث شده کاربران بیش از گذشته به تعمیر این کالاها روی بیاورند. البته در شرایط فعلی، سیاست‌هایم از تخفیفی دیگر مانند گذشته انزگذازد نیستند. در بسیاری از خدمات منزل که ارزش سفارش‌ها به ده‌ها میلیون تومان می‌رسد، حتی تخفیف‌های ۲۰ تا ۳۰۰ هزار تومانی نیز تأثیر محسوسی بر تصمیم مشتریان ندارد و فقط در خدمات کم‌هزینه‌تری مانند نظافت یا کارواش می‌تواند جذاب باشد. از طرفی استقبال از پرداخت اقساطی به‌طور قابل توجهی افزایش یافته است اما پرداخت اقساطی دیگر یک راهکار موقت برای عبور از شرایط اقتصادی نیست، بلکه به بخشی از انتظار کاربران تبدیل شده است؛ به‌طوری‌که نبود چنین امکانی اکنون برای بسیاری از مشتریان سؤال‌برانگیز خواهد بود».

فقر عمومی در پیش است

مهدی المامیر، عضو هیئت‌علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی که پژوهش‌های مختلفی در حوزه شهری دارد، در گفت‌وگو با «شرق» در مورد ظاهر فقر در نمای شهری با توجه به مشاهدات میدانی، می‌گوید: «اگر بخواهیم از مشاهدات شهری برای تحلیل وضعیت اقتصادی استفاده کنیم، باید ابتدا به ملاحظات روش‌شناختی توجه داشته باشیم. داده‌هایی که از مشاهده ویتترین مغازه‌ها، نوع تبلیغات یا الگوی خرید مردم به دست می‌آید، می‌تواند نشانه‌های اولیه و شهودی باشد، اما به‌تنهایی قابلیت تعمیم به‌کل جامعه را ندارد. برای این‌چنین تحلیلی اعتبار بیشتری پیدا کند، لازم است این مشاهدات در کنار داده‌های رسمی مانند نرخ تورم، بیکاری و سایر شاخص‌های اقتصادی که از سوی بانک مرکزی یا مرکز آمار منتشر می‌شود، قرار بگیرد. افزایش تورم و کاهش قدرت خرید، همه گروه‌ها اجتماعی‌ا را به یک اندازه تحت تأثیر قرار نمی‌دهد. اثر این شرایط بر طبقات مختلف، شیوه مدیریت زندگی و حتی کسب‌وکارها متفاوت است. کاهش قدرت خرید، به‌ویژه برای طبقه متوسط و متوسط رو به پایین، باعث شده هم مردم توان خرید گذشته را نداشته باشند و هم تولیدکنندگان و فروشندگان برای فروش کالاهای خود به شیوه‌های جدیدی مانند فروش اقساطی، ارائه تسهیلات یا تخفیف‌های گسترده روی بیاورند. بخشی از این روند نیز در چارچوب سیاست‌های حمایتی دولت از تولیدکننده و مصرف‌کننده قابل تحلیل است». المامیر با اشاره به مشاهدات انجام‌شده در مناطق شمالی و میانی تهران می‌گوید: «اگرچه به طور سنتی مناطق شمال شهر محل سکونت گروه‌های برخوردار تلقی می‌شوند، اما نباید تصور کرد همه مسکنان این مناطق از فشارهای اقتصادی مصون مانده‌اند. بسیاری از آنها مستاجر هستند و افزایش هزینه‌های زندگی و اجاره‌بها آنها را نیز تحت فشار قرار داده است. در واقع امروز فقط بخش بسیار کوچکی از جامعه، شاید کمتر از ۱۰ درصد، توان مدیریت زندگی در شرایط فعلی را دارند و حدود ۸۰ تا ۹۰ درصد مردم، فارغ از اینکه در کدام منطقه تهران زندگی می‌کنند، با دشواری‌های اقتصادی روبه‌رو هستند. بنابراین طبیعی است حتی فروشگاه‌های مناطق بالای شهر نیز ناچار به تغییر شیوه فروش، نصب اطلاعیه کالابرگ یا ارائه تخفیف‌های گسترده شده باشند». این جامعه‌شناس در پاسخ به این پرسش که آیا مشاهده نشانه‌های رکود و تغییر الگوی مصرف در مناطق برخوردار را می‌توان هشداری درباره گسترش فقر دانست، می‌گوید: «در سال‌های اخیر با پدیده‌ای مواجه شده‌ایم که می‌توان آن را عمومی‌شدن فقر یا افول طبقه متوسط شهری نامید. دامنه فقر دیگر محدود به مناطق جنوبی شهر نیست و بخش‌هایی از مناطق بالاتر شهر را نیز دربر گرفته است. هم شواهد آماری و هم مشاهدات روزمره این موضوع را تأیید می‌کنند که سرفه طبقه متوسط کوچک‌تر و فشار اقتصادی گسترده‌تر از گذشته شده است. این وضعیت قطعا یک مسئله اجتماعی مهم است و باید بیش از گذشته مورد توجه سیاست‌گذاران قرار گیرد».

فشاری همه‌گیر

این گزارش میدانی نشان می‌دهد فشار اقتصادی دیگر محدود به محله یا طبقه اجتماعی خاصی نیست و نشانه‌های آن در سراسر تهران، از شمال تا جنوب، قابل مشاهده است. تغییر ویتترین فروشگاه‌ها، گسترش تخفیف‌ها و فروش اقساطی و افزایش تقاضا برای کالاهای ارزان‌تر و حتی میوه‌های رایگان، از تغییر الگوی مصرف خانوارها حکایت دارد.

آگهی تغییرات شرکت سهامی خاص صنایع کلاچ سازی به شناسه ملی ۱۰۱۰۰۹۹۶۷۰۰ و به شماره ثبت ۵۴۵۴۵ به استناد صور تجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۴۰۴۰۴۰۳۱ تصمیمات ذیل اتخاذ شد ترانامه و حساب سود و زیان سال مالی ۱۴۰۳ مورد تصویب قرار گرفت. خانم سیما حمزه به شماره ملی ۰۰۴۹۸۵۶۱۶۸ به سمت بازرس اصلی و آقای آرش امیرعزیز به شماره ملی ۰۰۶۸۳۶۴۵۱۲ به سمت بازرس علی البدل تا پایان سال مالی انتخاب گردیدند. روزنامه کثیرالانتشار شرق جهت نشر آگهی های شرکت تعیین گردید . سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری تهران (۲۳۳۱۶۲۱)

آگهی تغییرات شرکت سهامی عام آئرا زیست آرای به شناسه ملی ۱۴۰۰۰۵۶۷۰۴ و به شماره ثبت ۴۵۴۲۱۰ به استناد صور تجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۴۰۵۰۲۰۲۲ تصمیمات ذیل اتخاذ شد سرمایه گذاری و بازرگانی ارزش آفرینان داناک پارسیان به شناسه ملی ۱۰۳۲۰۶۷۶۶۲۰ و به نمایندگی سید یاسر شریعت به شماره ملی ۰۰۸۱۸۴۱۴۵۰ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۶۰۷۰۲۳ انتخاب گردیدند کلیه اسناد و اوراق تعهدآور از قبیل چک، سفته، بروات، قراردادهای عقود اسلامی با امضاء مشترک مدیرعامل و یکی از اعضاء هیأت مدیره همراه با مهر شرکت و در غیاب مدیرعامل با امضاء رئیس هیأت مدیره یا نایب رئیس هیأت مدیره و یکی از اعضاء هیأت مدیره همراه با مهر شرکت معتبر می‌باشد. کلیه نامه‌ها و مکاتبات عادی و اداری شرکت با امضاء مدیرعامل همراه با مهر شرکت دارای اعتبار می‌باشد.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۲۳۳۱۶۱۳)