

## روسیاهی «بلک فرایدی» فیک ایرانی



تب تخفیف‌های بلک‌فرایدی (۲۸ نوامبر) هر سال خیلی زودتر از موعد و حتی از یک ماه قبل، ایران را فرا می‌گیرد، به طوری که اسلاید از آبان و به فاصله یک ماه مانده تا ۷ آذر شبکه‌های اجتماعی با برنهای درخشان، درصدهای وسوسه‌کننده تخفیف قطعی فروش و وعده‌های فروشگاه‌هایی که ادعا می‌کنند کوخ قیمت‌ها را «توب» کرده‌اند، تسخیر شده است. پای عمل به این وعده‌های رنگارنگ که می‌رسد اما روند داستان «جمعه سیاه» در ایران، تغییر می‌کند. خیلی زود در می‌یابیم آنچه عملاً اتفاق می‌افتد، بیشتر بازمانی ظاهری یک آیین جهانی در کسب و کار است، آیینی که در بسیاری از کشورها معنای واقعی دارد، اما در ایران به تنگنای بازاریابی برای فروش کالاهای کم‌کیفیت، تمایل‌ر و گاهی حتی گران‌شده، تبدیل شده است.

جاذبیت ماجرا از تضاد همین دو تصویر جهانی و ایرانی از بلک‌فرایدی آغاز می‌شود. در آمریکا، کلانا و بخش بزرگی از اروپا، بلک‌فرایدی زمان واقعی تخلیه انبار است و فروشگاه‌های جایگزینی مدل‌های سال جدید، صادقانه قیمت بسیاری از کالاهای با کیفیت را می‌کنند. تولیدی‌های با تکنولوژی روز، لباس‌ها و لوازم خانگی تولیدی برندهای معتبر جهانی، لباس‌های اصل، لوازم آرایشی عمدتاً نام‌آشنا طیف وسیعی از کالاهایی که هنوز در چرخه مصرف، ارزش و جاذبیت بالایی دارند، با تخفیف‌های واقعی حتی تا ۶۰ تا ۷۰ درصد در مواردی بیشتر، فروخته می‌شوند و شکل‌گیری رقابت واقعی میان فروشگاه‌ها باعث می‌شود تخفیف‌ها هم واقعی باشند و چه بسا برخی از آنها ضرر هم بدهند تا سهم خود در بازار دست ندهند. نتیجه چنین رقابت واقعی و تنگناگانی این است که مصرف‌کننده عمدتاً همان چیزی را می‌خرد که به کمترین قیمت با کیفیت‌ترین می‌توانست بخرد؛ نه کالای جایگزین، نه مدل پایین‌تر و نه محصول بی‌نام‌نشان.

با تکیه به چندانبار جزئی بگر در می‌یابیم که در نسخه ایرانی بلک‌فرایدی، ماجرا دو چهره دارد: چهره پر زرق و برق تبلیغات و چهره واقعی فاکتورهای که مصرف‌کننده بعد از خرید می‌بیند. بر همین اساس آنچه این روزها در خیابان‌ها و فروشگاه‌های آنلاین و حضوری دیده می‌شود، بیشتر «تخفیف‌نمایی» است تا «تخفیف‌دهی» و از اضافه کردن قیمت قبل از تخفیف گرفته تا عرضه کالاهای بی‌کیفیت یا نام‌بلابری، به خوبی گویای این است که همه چیز شبیه نسخه‌های کپی‌برداری شده از یک سنت اقتصادی جهانی است. نخستین ترند رایج، همان تکنیک قدیمی «فراش قیمت قبل از تخفیف» است. بسیاری از فروشگاه‌ها قبل از تخفیف پیش از بلک‌فرایدی، قیمت کالای را ۲۰ تا ۳۰ درصد بالا می‌برند. بعد با افتخار اعلام می‌کنند: ۳۰ درصد تخفیف. فقط امروز با فرقی بابت یک هفته، در حالی که قیمت واقعی برای مصرف‌کننده شاید تفاوت ناچیزی با قبل داشته، اما حتی کمی گران‌تر شده باشد و جالب‌تر اینکه مصرف‌کننده ایرانی در اکثر مواقع به درستی و هوشمندانه احساس می‌کند تخفیف‌ها واقعی نیستند.

ترند دوم، عرضه کالاهای است که جای دیگری روی دست فروشنده مانده‌اند. لوازم خانگی که مدل سال نیستند، لباس‌هایی که فصل‌شان گذشته، ماشین‌های بی‌مصرف خاک خورده‌اند، گویی‌هایی که در بازار جهانی دیگر تولید نمی‌شوند. و به یاد روزی از آشپزخانه خودمان، اما نه به عنوان اتفاق ویژه‌ای و نه به عنوان بلک‌فرایدی، بلکه چون فروشگاه‌ها در بازو باید از شریان خالصی نبود و در حالی که در کشورهای دیگر، تخفیف مساوی است با تخلیه انبار کالاهای اغلب با کیفیت برای ورود کالای جدید، در ایران، تخفیف واقعی یعنی موفقیت در قالب کردن کالاهای بی‌بندل به شهرت‌بران. بخش دیگری از ماجرای بلک‌فرایدی خاص ایرانی این است که طی سال‌های اخیر، سهم بزرگی از بازار ایران را کالاهای وارداتی درجه دو و سه با محصولات بی‌هویت و گمنام چینی و ترکی و اماراتی گرفته‌اند. طبیعی است که این کالاهای گمنام تخفیف، تفاوت قیمتی چندانی با قبل ندارند، چون قیمت اولیانشان هم واقعی نیست. فروشنده ممکن است ۵۰ درصد تخفیف درج کند، اما روی کالایی که ارزش واقعی‌اش از این‌ها کمتر از قیمت روی بزرگ است، بنابراین مصرف‌کننده در نهایت «تخفیف روی قیمت غیر واقعی» دریافت می‌کند.

حتی در فروشگاه‌های آنلاین بزرگ هم با داستانی مشابه مواجهیم. برخی از این پلتفرم‌ها از چند روز قبل قیمت محصولات را بالا می‌برند و روز جراج دوباره پایین می‌آورند تا نمودار قیمتی به ظاهر منطقی بماند و برخی دیگر هم کالاهای بی‌بندل یا بدون ضمانت را به جای کالای اصل با تخفیف بیشتر عرضه می‌کنند. آنچه بلک‌فرایدی تقلبی ایرانی از خود در ذهن عموم شهروندان بر جای می‌گذارد این است که مردم اغلب خرید با حس زینان را تجربه می‌کنند و تخفیف ظاهری می‌بینند اما ارزش واقعی نمی‌گیرند.

علاوه بر آنچه ذکر شد، شرایط نوسانی اقتصاد ایران هم مسئله را پیچیده‌تر کرده است. وقتی قیمت‌ها به‌طور هنگفتی گاهی تغییر می‌کند، مفهوم «تخفیف» اساساً ناپدید می‌شود. تخفیف ۳۰ درصدی روی کالایی که در نوبت خرید ۶۰ درصد گران شده است، بنابراین مصرف‌کننده تخفیف، نه به معنای فرصت خرید اقتصادی، بلکه به معنای «کاهش موفقیت‌گرایی گذشته» تجربه می‌کند و بدین ترتیب بلک‌فرایدی ایرانی همچنان یک نمایش از سر هیچان است و بازار و چرخ بسیاری از کسب و کارها به جای رقابت بر سر جلب اعتماد و کیفیت، با عده‌های بزرگ و غیر واقعی و برنهای بزرگ و بزرگ تبلیغاتی می‌چرخد و البته تجربه سال‌های اخیر نشان داده اعتماد عمومی به تخفیف‌ها کاهش یافته است. مصرف‌کننده فقط زمانی دست به خرید می‌زند که قیمت واقعی را بباند یا کالای مورد نظرش را مدهم‌اند دنبال کرده باشد.

جان کلارم اینکه بلک‌فرایدی را هر فرصتی مشابه آن اگر فرستد در ایران معنای واقعی پیدا کند، راهی جز شفافیت، صداقت در قیمت‌گذاری، عرضه کالاهای با کیفیت و نظارت واقعی ندارد، در غیر این صورت همچنان به یک سنت و جشن اقتصادی برای خالی کردن انبارها، نمادی از بی‌صداقتی کسب و کارها با مردم و معنای واقعی برای کاهش بیش از پیش اعتماد شهروندان به پدیده تخفیف و تخفیف‌دهی خواهد بود و حتی در این بین، برندهای خوش نام و شناخته شده‌ای که تخفیف‌های واقعی اعمال می‌کنند را هم بدنام و کم‌رنگ می‌سازد.

فرزانه غلامی  
Alborz.payam@gmail.com

## پیام آشنا چرایی گرانی برنج و لبنیات را بررسی می‌کند از مزرعه تا بازار؛ داستان گرانی‌های تکراری



لبنیات نیز طی دو ماه اخیر یکی از پرتلاطم‌ترین دوره‌های قیمتی سال را پشت سر گذاشته است. افزایش قیمت شیر خام - که گزارش‌ها از رشد بیش از ۵۰ درصدی آن نسبت به ابتدای سال حکایت دارد - مهم‌ترین عامل گرانی اعلام می‌شود.

کارخانه‌های لبنی می‌گویند قیمت لبنیات و لبنیات دام طی ماه‌های اخیر به‌شدت افزایش یافته و دامداران برای ادامه تولید مجبور شده‌اند قیمت شیر خام را بالا ببرند. به‌طور طبیعی، این افزایش بلافاصله به قیمت پنیر، شیر پاستوریزه، کره و سایر فرآورده‌ها منتقل می‌کند.

علاوه بر فشار هزینه‌ها، برخی فلمان تصریح می‌کنند که کاهش تولید شیر خام در بعضی مناطق و مشکلات حمل‌ونقل فصلی نیز بر عرضه را محدود کرده است. موضوعی که باعث نوسان‌های شدیدتر در قیمت مصرف‌کننده شده است.

**نقش عوامل کلان؛ تورم و نوسان ارزی**  
تورم عمومی بالا و نرخ ارز ناپایدار، بستر مشترک گرانی

از سوی دیگر، تولیدکنندگان نیز از کاهش حاشیه سود و افزایش هزینه‌های سرمایه در گردش گلایه دارند؛ به‌طوری‌که برخی واحدهای کوچک لبنی در آستانه توقف تولید قرار گرفته‌اند.

### راهکارهای فوری و میان‌مدت (۱) اقدامات فوری

- تسریع تخصیص ارز و ترخیص محموله‌های برنج برای آرامسازی بازار در کوتاه‌مدت.
- افزایش نظارت بر انبارها و شبکه توزیع جهت جلوگیری از احتکار و عرضه قطره‌چکانی.
- افزایش عرضه تنظیم بازاری اقلام لبنی و برنج برای حمایت از قشر آسیب‌پذیر.
- راهکارهای میان‌مدت
- حمایت هفتگند از تولید علوفه و خوراک دام و کاهش هزینه‌های نهاده‌های دامی.
- اصلاح ساختار توزیع از طریق شفاف‌سازی موجودی‌ها و ردیابی زنجیره عرضه.
- ثبات‌بخشی به سیاست‌های ارزی و تجارتی و واردکنندگان و تولیدکنندگان بتوانند با پشتیبانی بیشتری فعالیت کنند.
- بازار برنج و لبنیات در آبان و آذر ۱۴۰۴ نمونه‌ای روشن از افزایش قیمت و تولید ارزان و مشکلات ساختاری بر قیمت مواد غذایی است؛ از یکسو تورم و نوسان ارزی هزینه واردات و تولید را بالا برده و از سوی دیگر اختلالات زنجیره عرضه و افزایش هزینه نهاده‌ها، عرضه را محدود کرده است. اگرچه ورود محموله‌های جدید برنج و تعدیل نسبی قیمت برخی نهاده‌ها می‌تواند بازار را در هفته‌های آینده آرام‌تر کند، اما بدون اصلاح پایدار در سیاست‌های تولید و تجارت، موج‌های قیمتی در این گروه‌های کالایی تکرار خواهد شد.

## پیوند دانشگاه و صنعت در نمایشگاه پژوهش البرز

دوره‌های پژوهش محور برگزار خواهد شد. دبیر برگزاری نمایشگاه، هدف اصلی هفته پژوهش را «تشویق و ترغیب جوانان و دانشجویان به فعالیت‌های پژوهشی و فن‌آرانه» دانست و افزود: هفته پژوهش فرصتی برای ترویج فرهنگ پژوهش در جامعه، به‌ویژه میان دانشجویان و دانش‌آموزان است.

عیسی تاکید کرد: برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی زمینه‌ساز فراهم می‌کند تا ارتباط بین دانشگاه، صنعت و شرکت‌های دانش‌بنیان تقویت شود و مسیر تجاری‌سازی دستاوردهای علمی هموارتر گردد.



ماه تاکنون وضعیت ناملطوبی را تجربه می‌کنند. همچنان می‌توان گفت که در حالی که می‌توانیم ۵۶ میلیارد مترمکعب آب در دسترس داشته باشیم، در حالی که ۲۵۲ میلیارد مترمکعب آب در دسترس نداریم.

می‌شود و این رویداد تا ظهر دوشنبه مدته آذر ادامه خواهد داشت. عباسی درباره محورهای نمایشگاه توضیح داد: این رویداد در چند بخش فعالیت خواهد بود تا جدیدترین نوآوری‌ها، طرح‌ها، محصولات علمی و دستاوردهای پژوهشگران، دانشگاه‌ها، دستگاه‌های اجرایی و مجموعه‌های علمی و اجرایی برپا خواهد شد.

او با بیان اینکه نمایشگاه به‌مدت سه روز برگزار می‌شود، افزود: دربره‌های نمایشگاه از ساعت ۸ صبح روز شنبه هشتم آذر در مجتمع تجاری-خاربی بلسترن بلوار شهید چمران کرج به‌روی بازدیدکنندگان گشوده می‌شود.



**نمایشگاه هفته پژوهش و فناوری استان البرز**  
تا هم آذر در مجتمع تجاری-خاربی بلسترن کرج میزبان علاقه‌مندان خواهد بود و جدیدترین دستاوردهای دانشگاهی، پژوهشی و شرکت‌های دانش‌بنیان را در معرض دید عموم قرار می‌دهد.

## ۶۸ درصد سدها خالی است

۱۰ میلیون مترمکعب بوده که نسبت به ۳ میلیارد و ۲۴۰ میلیون مترمکعب مدت مشابه پارسال، کاهش ۲۸ درصدی را نشان می‌دهد. در همین بازه، خروجی سد نیز با نسبت ۳ میلیارد و ۸۸۰ میلیون مترمکعب نسبت به پارسال ۲۵ درصد افت کرده است. چرا که ورودی سدها در همین بازه زمانی سال گذشته به ۵ میلیارد و ۱۸۰ میلیون مترمکعب می‌رسید.

حجم فعلی ذخایر آبی کشور به ۱۶ میلیارد و ۷۸۰ میلیون مترمکعب رسیده است؛ به‌عبارتی اکنون تنها ۲۲ درصد ظرفیت سدهای کشور پر است و ۶۸ درصد آن خالی است.

حجم فعلی ذخایر آبی کشور به ۱۶ میلیارد و ۷۸۰ میلیون مترمکعب رسیده است؛ به‌عبارتی اکنون تنها ۲۲ درصد ظرفیت سدهای کشور پر است و ۶۸ درصد آن خالی است. به‌گزارش پیام آشنا، کشور ما ششمین پاییز خشک خود را پشت سر می‌گذارد و وضعیت سدهای کشور به‌مرحله بحرانی رسیده است. از ابتدای سال تا نوم آذر ماه جاری، حجم ورودی آب به مخازن سدها تنها ۱۰ میلیون مترمکعب رسیده است؛ به‌عبارتی اکنون تنها ۲۲ درصد ظرفیت سدهای کشور پر است و ۶۸ درصد آن خالی است.

### آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۲۰۱۳۵۹۵ مورخ ۱۴۰۴/۰۴/۱۰ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی سولجیلاخ تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی سهیل باستانی فرزند جواد به شماره ملی ۰۱۲۷۰۸۸۵۲ در شناسنامه یک قطعه زمین مشجر به مساحت ۹۲۲۱/۱۷ متر مربع از مالکیت خود متقاضی بابر سند ۹۲۳۰۴ مورخ ۱۳۹۸/۰۲/۲۶ دفتر خانه ۴۰۳ تهران نسبت به پلاک ۴۲۹ فرعی از ۲۳۶ اصلی واقع خورین حوزه ثبتی سولجیلاخ استان البرز تأیید و رای هیئت صادر گردیده لذا به منظور اطلاع عمومی مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌تواند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور عدم وصول اعتراضات طبق مقررات و پس از طی تشریفات قانونی سند مالکیت صادر خواهد شد.

شلسه ۲۰۴۵۲۷  
نوبت اول ۱۴۰۴/۸/۲۰  
نوبت دوم ۱۴۰۴/۹/۵

### آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۲۰۲۳۵۹۵ مورخ ۱۴۰۴/۰۴/۱۰ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی سولجیلاخ تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی سهیل باستانی فرزند جواد به شماره ملی ۰۱۲۷۰۸۸۵۲ در شناسنامه یک قطعه زمین مشجر به مساحت ۹۲۲۱/۱۷ متر مربع از مالکیت خود متقاضی بابر سند ۹۲۳۰۴ مورخ ۱۳۹۸/۰۲/۲۶ دفتر خانه ۴۰۳ تهران نسبت به پلاک ۴۲۹ فرعی از ۲۳۶ اصلی واقع خورین حوزه ثبتی سولجیلاخ استان البرز تأیید و رای هیئت صادر گردیده لذا به منظور اطلاع عمومی مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌تواند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضات طبق مقررات و پس از طی تشریفات قانونی سند مالکیت صادر خواهد شد.

شلسه ۲۰۴۵۲۷  
نوبت اول ۱۴۰۴/۸/۲۰  
نوبت دوم ۱۴۰۴/۹/۵

بشیرنعمیزاده  
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک سولجیلاخ  
از طرف سعید صدیر علیلو

بشیرنعمیزاده  
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک سولجیلاخ  
از طرف سعید صدیر علیلو