

<div><div><span></span><span><b>دوشنبه</b></span></div><div><span>۴ اسفند ۱۴۰۴</span><span><span> </span>•<span> </span>۵ رمضان ۱۴۴۷</span></div></div> <div><div><span><span> </span>•<span> </span>۲۲ فوریه ۲۰۲۶</span><span><span> </span>•<span> </span>شماره ۲۰۰۶</span> - <span>بیاپی ۲۲۴۴</span></div></div>	<div><div><span><span> </span>•<span> </span>۲۲ فوریه ۲۰۲۶</span><span><span> </span>•<span> </span>شماره ۲۰۰۶</span> - <span>بیاپی ۲۲۴۴</span></div></div>
<p><b>منعت معدن تجارت</b></p>	
<p>مشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در روزنامه <b>منعت</b>:<span> </span><span>www.smtnews.ir/about.html</span></p> <p>صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی «منعت»</p> <p>مدیرمسئول: عاطفه خسروی</p> <p>سازمان آگهی‌ها: ۸۸۱۰۵۲۸۸ - ۰۹۱۹۱۲۵۱۴۰۶</p> <p>ایمیل آگهی‌ها: <span>ads.smtnews@gmail.com</span></p> <p>تلفن: ۸۲۱۹۰(داخلی-۰۸)</p> <p>توزیع وسازمان شهرستان‌ها: ۸۸۱۰۵۲۸۸</p> <p>تهران، خیابان قائم مقام فراهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶- کدپستی ۱۵۸۶۷۲۳۸۱</p> <p>روابط عمومی: <span>pr@smtnews.ir</span></p> <p>چاپخانه: مصمیم</p> <p><b>www.smtnews.ir</b>  <b>instagram.com/smtnews</b>  <b>telegram.me/smtnews</b>  <b>tozi.smtnews@gmail.com</b></p> <p><b>info@smtnews.ir</b>  <b>instagram.com/smtnews</b>  <b>http://etiaa.com/smtnews</b></p> <p><b>https://ble.ir/smtnews</b></p> <p>عضو انجمن مدیران روزنامه‌های غیردولتی  عضو انجمن مدیران رسانه  عضو تعاونی مطبوعات</p>	



## فاصله تاریخی در آمد و نرخ مسکن

**وارد فاز افزایشی شده و روند رشد قیمت‌ها در اغلب مناطق شهری، به‌ویژه کلانشهرها، شتاب گرفته است؛ روندی که همزمان با تداوم تورم عمومی، کاهش قدرت خرید خانوارها و رکود معاملاتی، تصویر پیچیده‌ای از یکی از مهم‌ترین حوزه‌های معیشتی عموم افراد جامعه ترسیم کرده است.**

### ریشه‌های سیاستی بحران مسکن

کرده‌اند، که همین مسئله موجب افزایش نرخ ملک شده است.
برخی تحلیل‌گران بر این باورند که وضعیت فعلی بیش از آنکه ناشی از کمبود عرضه باشد، معلول ناکارآمدی بی‌اثر بودن سیاست‌های کلان اقتصادی کشور است. طرح‌های حمایتی ساخت مسکن اگرچه با هدف افزایش عرضه و

#### افزایش نرخ مسکن در سایه تورم ساختاری

کارشناسان بازار مسکن معتقدند، جهش‌های اخیر نرخ مسکن بیش از آنکه ناشی از شوک‌های مقطعی باشد، ریشه در متغیرهای کلان دارد. رشد نقدینگی، بی‌ثباتی در بازار ارز، تورم نهاده‌های ساختمانی و نبود چشم‌انداز روشن در سیاست‌گذاری اقتصادی، موجب شده مسکن همچنان به‌عنوان یک دارایی امن در برابر تورم تلقی شود. همین نگاه سرمایه‌ای، تقاضای غیرمصرفی را تقویت کرده و بر فشار قیمتی افزوده است.

به گزارش مهر، در چنین شرایطی، بازار مسکن ایران متأثر از فشار شدید تورم و کاهش قدرت خرید خانوارها قرار دارد. شکاف درآمد و هزینه مسکن به‌ویژه برای دهک‌های متوسط و پایین به سطحی رسیده که خانه‌دار شدن برای بسیاری از خانوارها به یک هدف دور‌دست تبدیل شده است. افزایش مداوم نرخ هر مترمربع واحد مسکونی، اقساط وام‌های بانکی را نیز از توان بازپرداخت بخش قابل‌توجهی از متقاضیان خارج کرده است.

#### کاهش قدرت خرید؛ چالش اصلی خانوارها

بررسی نسبت نرخ مسکن به درآمد سالانه خانوار نشان می‌دهد این شاخص در بسیاری از شهرهای بزرگ به سطوح بی‌سابقه‌ای رسیده است. براساس آخرین پیش‌بینی‌ها، با افزایش ۴۳ درصدی حقوق کارمندان در سال آینده، حداقل درآمد ماهانه آنها به ۱۸ میلیون و ۷۰۰ هزارتومان خواهد رسید و حتی اگر حق مسکن کارگری به ۳ میلیون تومان هم افزایش یابد، باز هم توان خرید واقعی آنها برای ورود به بازار مسکن بسیار محدود است.
در حالی که استانداردهای نسبت نرخ مسکن به درآمد سالانه حدود ۵ تا ۷ سال است، در بسیاری از مناطق شهری ایران این عدد به بیش از ۲۰ سال رسیده و نشان‌دهنده فاصله شدید میان قدرت خرید و نرخ بازار است. این بدان معناست که یک خانوار با پس‌انداز کامل درآمد خود، بیش از دو دهه زمان نیاز دارد تا بتواند یک واحد مسکونی متوسط خریداری کند؛ فرضی که در عمل غیرممکن به نظر می‌رسد.
در چنین فضای، بازار اجاره نیز تحت‌تأثیر رشد نرخ مسکن، افزایشی شده و مستأجران با فشار مضاعفی مواجه هستند. افزایش نرخ اجاره‌بها در کنار تورم سایر کالاها و خدمات، سهم مسکن از سبد هزینه خانوار را به شکل قابل‌توجهی بالا برده است.

- فاصله عمیق دستمزد و اجاره‌بها**

در این راستا، مسانه محرمی نمین، نایبرئیس دوم اتحادیه مشاوران املاک تهران در گفت‌وگو با بیان اینکه افزایش حق مسکن کارگری از ۹۰۰ هزار تومان به حدود ۳ میلیون تومان، اگرچه روی کاغذ رشد محسوب می‌شود، گفت: در عمل این رقم نمی‌تواند نقش مؤثری در تأمین سرپناه ایفا کند. وی افزود: امروز حتی کوچک‌ترین واحدهای استیجاری در بسیاری از مناطق تهران نیازمند بودجه‌ای به‌مراتب بیشتر از این رقم هستند و به همین دلیل این حمایت عملاً اثر تعیین‌کننده‌ای در زندگی مستأجران ندارد.
حق مسکن فعلی شاید در آمار بزرگ باشد، اما در سفره مستأجر عددی کوچک و کم‌اثر است. محرمی نمین بیان کرد: طی سال‌های گذشته سرعت رشد اجاره‌بها بسیار بیشتر از افزایش مؤلفه‌های مزدی بوده و همین موضوع باعث شده فاصله میان تصمیمات حمایتی و واقعیت معیشت مردم عمیق‌تر شود. زمانی که بیشترین سهم درآمد خانوار صرف اجاره‌بها می‌شود، دیگر از دستمزد حمایتی تنها یک عنوان باقی می‌ماند و اثر عملی آن در مدیریت هزینه‌های زندگی کم‌رنگ می‌شود. وی با بیان اینکه بازار مسکن از متغیرهای کلان اقتصادی اثر می‌گیرد، ادامه داد: بدون مهار تورم عمومی، کنترل هزینه‌های تولید مسکن و افزایش

### سخن پایانی

چشم‌انداز بازار مسکن در کوتاه‌مدت به متغیرهای کلان اقتصادی گره خورده است. در صورتی که روند تورم مهار نشود و ثبات در بازارهای موزای ایجاد نگردد، انتظار کاهش محسوس قیمت‌ها دور از ذهن خواهد بود. در مقابل، ایجاد ثبات اقتصادی، کنترل رشد نقدینگی و اجرای سیاست‌های هدفمند حمایتی می‌تواند به‌تدریج انتظارات تورمی را تعدیل کرده و بازار را به سمت تعادل سوق دهد.
گرچه کارشناسان بازار مسکن اخیراً از نشانه‌های بازگشت رونق به بازار مسکن سخن می‌گویند، اما در مجموع، بازار مسکن در شرایطی قرار دارد که حل چالش‌های آن صرفاً با مداخلات بخش‌ی امکان‌پذیر نیست و نیازمند اصلاحات بنیادین در سطح سیاست‌های کلان اقتصادی است؛ اصلاحاتی که بتواند همزمان ثبات قیمتی، افزایش قدرت خرید و رونق تولید مسکن را محقق کند.

کارتون روز



بدون شرح

طرح: حسین عزیزاده

### واقعیت تلخ تسهیلات بانکی

در اقتصادی که تورم لحظه‌ای، شیره جان قدرت خرید مردم را می‌مکد، واژه «قرض‌الحسنه» باید مرهمی بر زخم‌های معیشتی باشد؛ اما آنچه امروز در بخش قابل توجهی از نظام بانکی ایران جریان دارد، فاصله‌ای معنادار با فلسفه این مفهوم شرعی و اجتماعی دارد. قرض‌الحسنه‌ای که قرار بود پناهگاه اقشار متوسط و ضعیف باشد، در بسیاری از موارد به ابزاری برای جذب نقدینگی ارزان، حبس سرمایه مردم و ترمیم ترانزنامه بانک‌ها تبدیل شده است. طرح‌های پرزرق‌وبرق سپرده‌گذاری با وعده وام‌های چندبرابری، دقیقاً همان «آبنبات چوبی» هستند که دندان اعتماد عمومی را می‌کشند.

- بازاربایی فریکارانه**

مدل تبلیغاتی این طرح‌ها، وام‌دار ساده‌ترین و در عین حال فریبنده‌ترین شگردهای بازاری است. تیترها اغواکننده‌اند: «۲۵۰ میلیون بگذار، ۵۰۰ میلیون وام بگیر»، «سپرده امروز، وام تضمینی فردا». اما آنچه در بنرهای رنگی و پیامک‌های تبلیغاتی دیده نمی‌شود، همان جزئیات حیاتی است که در فونت ریز قرارداد دفن شده: مسدودی کامل اصل پول، زمان انتظار نامعلوم، شروط متغیر و اختیارات یک‌طرفه بانک برای تعویق یا توقف پرداخت.

از منظر کارشناسی، این رفتار مصداق «عدم تقارن اطلاعاتی» است؛ جایی که بانک به‌عنوان طرف قوی‌تر، اطلاعات کلیدی را با پنهان می‌کند یا در قالبی مبهم ارائه می‌دهد. مشتری، به‌ویژه در شرایط فشار معیشتی، تصمیمی می‌گیرد که نه بر اساس تحلیل اقتصادی، بلکه از سر استیصال است. اینجاست که وام، از ابزار حمایت اجتماعی، به گروگان‌گیری سرمایه بدل می‌شود.

- سپرده‌گذاری اجباری**

واقعیت تلخ این است که در بسیاری از این طرح‌ها، شما وام نمی‌گیرید؛ بلکه اجازه می‌دهید بانک از پول خودتان استفاده کند و در مقابل، پس از ماه‌ها انتظار، بخشی از همان قدرت خرید را به شکل تسهیلات به شما بازگرداند. اصل سپرده مسدود می‌شود، قابل برداشت نیست و تا پایان بازپرداخت اقساط، عملاً از دسترس شما خارج می‌ماند. این یعنی کاهش شدید نقدشوندگی دارایی، آن هم در اقتصادی که شوک‌های قیمتی و هزینه‌های پیش‌بینی‌نشده، قاعده‌اند نه استثنا. به بیان ساده، بانک بدون پرداخت سود، به منابع ارزان‌قیمت دست پیدا می‌کند و در سمت دیگر، تسهیلاتی می‌دهد که ارزش واقعی آن به‌دلیل تورم، به‌مراتب کمتر از زمان تبلیغ است. این معامله اگرچه روی کاغذ «قرض‌الحسنه» نام دارد، اما در عمل بیشتر به یک قرارداد یک‌طرفه شبیه است.

- کاسبی با سفته و بی‌اعتباری ضامن**

یکی از تاریک‌ترین بخش‌های این چرخه، فرآیند تضامین است. ابتدا با فروش سفته الکترونیکی، هزینه‌ای از متقاضی دریافت می‌شود؛ اما در مرحله اجرا، ناگهان شرط جدیدی مطرح می‌شود: «ضامن دارای دست‌سچک». این تغییر قواعد در میانه بازی، نه‌تنها غیراخلاقی، بلکه از منظر حقوق مصرف‌کننده محل ایراد جدی است.

کارشناسان حقوق بانکی معتقدند این رویه، اعتماد اجتماعی را تخریب می‌کند. متقاضی نه‌تنها هزینه مالی داده، بلکه سرمایه اجتماعی خود را نیز خرج کرده است؛ ضامنی که با زحمت راضی شده، رد می‌شود و متقاضی می‌ماند با هزینه‌های سوخته و اعتباری که نزد اطرافیان خدشه‌دار شده است.

- وقتی تورم علیه شما کار می‌کند**

فاجعه اصلی اما در جایی رخ می‌دهد که کمتر دیده می‌شود: در گذر زمان، پولی که شش ماه یا یک سال پیش سپرده شده، در این مدت قربانی تورم شده است. وقتی وام بالاخره پرداخت می‌شود، قدرت خرید آن به‌مراتب کمتر از وعده اولیه است. در واقع، متقاضی هم اصل پولش را از دسترس خارج کرده، هم با وامی مواجه شده که ارزش واقعی‌اش تحلیل رفته است.
جواد رای‌سخ یک کارشناس پولی در این‌باره می‌گوید: در اقتصاد تورمی، هر طرحی که بر مسدودی منابع مردم استوار باشد، حتی اگر بهره اسمی صفر داشته باشد، عملاً به زیان متقاضی تمام می‌شود. این زیان از محل کاهش قدرت خرید و هزینه فرصت سرمایه تحصیل می‌شود.

**صلح روی کاغذ، جنگ در واقعیت**
استفاده از عناوینی مانند «مقد صلح» یا «کمک به همنوع» شاید از نظر شرعی ظاهری موجه بسازد، اما در عمل، آنچه جریان دارد، جنگی فرسایشی با اعصاب و معیشت مردم است. بانک‌ها با این ابزارها، نقدینگی جذب می‌کنند، نسبت‌های مالی خود را بهبود می‌بخشند و ریسک را به‌طور کامل به مشتری منتقل می‌کنند. در مقابل، مردم می‌مانند با اقساط سنگین، پول بلوکه‌شده و تجربه‌ای تلخ از بی‌عدالتی مالی.

- وامی که کمک نیست**

وامی که پیش‌شرطش حبس پول، عبور از میدان مین بروکراسی، ایهام در ضوابط و بازی با زمان است، «حمایت» نیست. این مدل وام‌دهی، نه‌تنها با روح قرض‌الحسنه در تضاد است، بلکه به تضعیف اعتماد عمومی به نظام بانکی دامن می‌زند. اصلاح این وضعیت، نیازمند شفافیت کامل، ممنوعیت مسدودی سپرده در وام‌های حمایتی و نظارت جدی نهادهای ناظر است.

تا آن زمان، گول ویتترین‌های براق را نباید خورد. در اقتصادی که تورم نفس مردم را بریده، هر تصمیم مالی باید با دبینی عقلانی همراه باشد؛ چرا که در بسیاری از این طرح‌ها، برنده از پیش مشخص است و بازنده، همان مردمی هستند که با امید نجات، سرمایه اندک خود را به بانک می‌سپارند.

### روایتی از بازار پوشاک شب عید

در آستانه نوروز ۱۴۰۵، بازار پوشاک در نقاط مختلف شهرها، به‌ویژه تهران، حال‌وهوای ویژه‌ای دارد. با وجود شلوغی محسوس در مراکز خرید و خیابان‌های منتهی به بازارها در حالی که تنها یک ماه تا شروع سال نو باقی مانده، وضعیت فروش پوشاک در مقایسه به سال قبل با کاهش معناداری روبه‌رو بوده است. این کاهش را فعالان صنفی و فروشندگان، علاوه بر شرایط اقتصادی حاکم، با ناتوانی نسبی قدرت خرید خانوارها در برابر افزایش نرخ کالاها مرتبط می‌دانند.

در حالی که تنها یک ماه تا نوروز ۱۴۰۵ باقی مانده، بازار پوشاک با وجود شلوغی چشمگیر و رفت‌وآمد فراوان مشتریان، به گفته فروشندگان با کاهش فروش و شکاف قیمت‌ها و قدرت خرید مردم روبه‌روست.

در بازارهای سنتی و مدرن شهرها، به‌ویژه در مراکز فروش پوشاک، ازدحام جمعیت از ساعات میانی روز به بعد کاملاً مشهود است. خانواده‌ها با هدف دیدن مدل‌های جدید، مقایسه قیمت‌ها و گرفتن تخفیف‌های ویژه شب عید وارد فروشگاه‌ها می‌شوند. ویتترین‌ها پر از مدل‌های بهاره است و تبلیغات تخفیف‌های مناسبتی در گوشه‌وکنار دیده می‌شود. با این حال، برخلاف انتظار بسیاری از کسبه، این رفت‌وآمد گسترده به معنی فروش بالا نیست.

یکی از فروشندگان پوشاک مردانه در بازار بزرگ تهران به خبرنگار مهر می‌گوید: جمعیت نسبت به پارسال بیشتر است، مردم می‌آیند، نگاه می‌کنند، نرخ می‌گیرند، اما وقتی نوبت به خرید می‌رسد، اغلب می‌گویند فعلاً می‌رویم فکر می‌کنیم. فروش قطعی خیلی پایین آمده است.

فروشنده دیگری در یکی از مراکز خرید تجریش نیز اظهار می‌کند: قبلاً این موقع از سال، مشتری‌ها خرید قطعی بیشتری داشتند. الان بیشتر از اینکه جنس بخرند، دنبال مناسب‌ترین نرخ هستند.

- رشد قیمت‌ها و شکاف با قدرت خرید**

یکی از موضوع‌های اصلی که فروشندگان و خریداران به آن اشاره می‌کنند، افزایش نرخ پوشاک نسبت به سال گذشته است. هزینه تولید، نرخ مواد اولیه، دستمزد نیروی کار و اجاره‌بهای مغازه‌ها همه تحت تأثیر تورم سال‌های اخیر بوده‌اند. همین عوامل باعث شده‌اند که نرخ تمام‌شده لباس‌های مختلف نسبت به پارسال بالاتر باشد.

طبق آمار رسمی، تورم پوشاک در دی‌ماه در بخش تورم ماهانه حدود ۵ درصد، در بخش تورم نقطه به نقطه حدود ۴۹.۲ درصد و در بخش تورم سالانه حدود ۳۸.۱ درصد بوده است. این اعداد نشان می‌دهند که نرخ پوشاک نسبت به همین ماه در سال قبل تقریباً ۵۰ درصد افزایش داشته و نسبت به ابتدای سال تا دی‌ماه نیز نزدیک به ۴۰ درصد رشد نرخ را تجربه کرده است. این میزان افزایش در حالی رخ داده که درآمد خانوارها و قدرت خرید آنها به همان نسبت افزایش نداشته، یا لاقل هماهنگ با نرخ رشد قیمت‌ها نبوده است.

فروشنده‌ای در خیابان جمهوری اسلامی تهران به خبرنگار مهر می‌گوید: «قیمت پارچه و سایر هزینه‌های تولید واقعاً زیاد شده، مجبوریم قیمت‌ها را بالا ببریم. اما این قیمت‌ها برای بیشتر مشتری‌ها سنگین است، مخصوصاً وقتی می‌بینند حقوق و درآمدهشان تغییر زیادی نکرده.»

- کلاه‌های خریداران و آینده بازار**

در میان مشتریانی که در بازار حضور دارند نیز صدای نگرانی بابت وضعیت اقتصادی شنیده می‌شود. بسیاری از خانواده‌ها می‌گویند امسال نمی‌توانند مانند سنوات گذشته خریدهای گسترده‌ای برای شب عید انجام دهند.

یک شهرپند که برای خرید لباس فرزندانش به بازار آمده، به خبرنگار مهر می‌گوید: «هر سال لباس نو برای عید می‌خریم، ولی امسال مجبوریم خیلی انتخاب‌هایمان را محدود کنیم. لباس‌های خیلی خوب را می‌بینیم، ولی بودجه‌مان جواب نمی‌دهد. دیگری می‌افزاید: قیمت‌ها خیلی بالا رفته، نسبت به پارسال خیلی فرق کرده. سعی می‌کنیم فقط اقلام ضروری بخریم.

این بازخوردها نشان می‌دهند که تورم پوشاک و افزایش هزینه‌ها باعث شده اولویت خرید بسیاری از خانواده‌ها به کلاه‌های ضروری‌تر تغییر کند یا حجم خرید برای شب عید کاهش یابد. فروشندگان در پاسخ به کاهش فروش، تلاش کرده‌اند با ارائه تخفیف، بسته‌های پیشنهادی و تنوع کلاه‌ای ارزان‌تر مشتری‌ها را تشویق به خرید کنند. تخفیف‌های ۱۰ تا ۳۰ درصدی در برخی مغازه‌ها دیده می‌شود، ولی فعالان این حوزه معتقدند تخفیف‌های فعلی چندان تأثیری در افزایش چشمگیر فروش نداشته‌اند. یکی از فروشندگان در تجریش می‌گوید: «ما تخفیف گذاشتیم، ولی هنوز هم مشتری که بیاید و لباس بخرد نسبت به پارسال کمتر شده. مردم خیلی دقیق نرخ می‌پرسند، مقایسه می‌کنند و در نهایت شاید با یک یا دو قلم خرید برونند.»

در مراکز خرید مدرن نیز برنامه‌های ویژه برای شب عید دیده می‌شود، از جمله هدایای کوچک یا بسته‌های تشویقی برای خریدهای بالای مبلغ مشخص، اما فروشندگان اعتقاد دارند این اقدامات بیشتر برای جذب مشتری از لحاظ ظاهری مؤثر بوده تا شدن به روزهای پایانی سال و پرداخت حقوق و عیدی کارمندان و کارکنان، بخشی از رکود فعلی بازار پوشاک جبران شود. تجربه جواد رای‌سخ گذشته نشان داده که اوج فروش پوشاک معمولاً در دهه آخر اسفند است، زمانی که حجم خرید خانوارها به حداکثر می‌رسد. با این حال، وضعیت فعلی اقتصادی و درآمد خانوارها باعث شده که پیش‌بینی برای فروش امسال محتاطانه‌تر باشد. بسیاری از کسبه معتقدند حتی اگر در روزهای پایانی سال فروش تـا حدودی افزایش یابد، احتمالاً مجموع فروش بازار پوشاک در نوروز ۱۴۰۵ نسبت به سال گذشته کمتر خواهد بود.

بازار پوشاک این روزها تصویری دوگانه دارد؛ از یک سو، خیابان‌ها و مراکز خرید مملو از مشتریانی است که برای دیدن لباس‌های نو به بازار آمده‌اند و از سوی دیگر، فروشندگان از کاهش محسوس فروش نسبت به سال گذشته و عدم تناسب بین افزایش قیمت‌ها و قدرت خرید مردم گلایه دارند.

آمار تورم پوشاک در دی‌ماه، با نزدیک به ۵۰ درصد رشد نقطه به نقطه و بیش از ۳۸ درصد رشد سالانه، نشان می‌دهد که قیمت‌ها بسیار افزایش یافته‌اند، در حالی که قدرت خرید خانوارها به همان نسبت رشد نداشته است. این شکاف باعث شده بسیاری از خریداران خریدهای خود را به تأخیر بیندازند، کم‌تر کنند یا بیشتر به کلاه‌ای ارزان‌تر روی بیاورند.

- سخن پایانی**

در نهایت، شلوغی بازار شب عید در ظاهر می‌تواند نشان‌دهنده رونق باشد، اما واقعیت پشت‌پرده، کاهش فروش واقعی و چالش‌های اقتصادی خریداران و فروشندگان است؛ چالش‌هایی که پیش‌بینی می‌شود بخش عمده‌ای از آن در هفته‌های آینده و با نزدیک‌تر شدن به نوروز بهتر روشن شود.