

مهر پر هزینه!



شروین اشیدری: با آغاز مهر و بازگشایی مدارس، میلیون‌ها خانواده بار دیگر در برابر فهرستی از هزینه‌های آموزشی و جانبی قرار می‌گیرند؛ هزینه‌هایی که از خرید دفتر و مداد و کیف و کفش آغاز می‌شود و تا شهریه، سرویس مدرسه و سایر خدمات آموزشی ادامه پیدا می‌کند. در شرایطی که قدرت خرید خانوارها تحت فشار قرار دارد، آغاز سال تحصیلی برای بسیاری از خانواده‌ها دیگر صرفاً یک مناسبت آموزشی نیست و به تصمیمی اقتصادی تبدیل شده است. بررسی رفتار مصرف‌کنندگان نیز نشان می‌دهد خانواده‌ها بیش از گذشته پیش از خرید هر کالا، ضرورت آن را بررسی می‌کنند و در مواردی، خرید برخی اقلام را به تعویق می‌اندازند.

در سوی دیگر، بازار مدارس غیردولتی و به‌ویژه مدارس لوکس، روایت متفاوتی از هزینه‌های آموزش ارائه می‌کند؛ مدرسی که شهریه آنها در برخی موارد از ۴۰۰ میلیون تومان آغاز می‌شود و به یک میلیارد تومان در سال می‌رسد و در کنار آموزش، خدمات و امکانات متنوعی از جمله باغ‌مدرسه، کلاس‌های هوشمند، استخر، تریپست خصوصی و آموزش زبان‌های خارجی متعدد ارائه می‌کنند. به این ترتیب، مهر ۱۴۰۵ در شرایطی آغاز می‌شود که بازار آموزش و اقلام مرتبط با مدرسه با یک دوگانگی جدی روبه‌روست؛ از یک سو خانواده‌هایی که برای تأمین ابتدایی‌ترین لوازم تحصیل، قیمت‌ها را با دقت مقایسه می‌کنند و از سوی دیگر، خانواده‌هایی که برای برخورداری از خدمات و امکانات بیشتر، هزینه‌های چندصد میلیون تومانی و حتی میلیاردی پرداخت می‌کنند.

تغییرات قیمت لوازم تحریر از حدود ۵۰ درصد افزایش آغاز شده و در برخی کالاها تا ۲۰۰ درصد نیز رسیده است

افزایش ۴۰ درصدی هزینه سرویس در فاصله یک سال، فشار مضاعفی بر خانواده‌ها وارد کرده است

مدارس لاچپری؛ آموزش یا خدمات ویژه؟

میزان خرید هر دانش‌آموز کاهش پیدا کرد. در همین شرایط، بازار نوشتافزار نیز دیگر تنها به دفتر، مداد و خودکار محدود نیست و طراحی، رنگ، برند و ظاهر محصولات به بخشی از فرآیند انتخاب تبدیل شده است. با این حال، زمانی که قدرت خرید کاهش پیدا می‌کند، قیمت بار دیگر به یکی از مهم‌ترین معیارهای خرید تبدیل می‌شود و بخشی از خانواده‌ها به دنبال کالاهایی با قیمت مناسب و کیفیت قابل قبول هستند.

وضعیت این بازار تا حد زیادی به قدرت خرید خانوارها وابسته باشد. در سال‌های اخیر اما رفتار مصرف‌کننده تغییر کرده است. بسیاری از خانواده‌ها دیگر با یک فهرست کامل خرید وارد بازار نمی‌شوند و پیش از خرید هر کالا، ضرورت آن را بررسی می‌کنند. اگر کیف سال قبل همچنان قابل استفاده باشد، خرید کیف جدید به تعویق می‌افتد و اگر جامدادی یا برخی لوازم دیگر سالم باشند، خانواده ترجیح می‌دهد آنها را جایگزین نکنند. در نتیجه ممکن است تعداد دانش‌آموزان تغییری نکرده باشد، اما

بحث درباره دسترسی برابر به آموزش و تفاوت امکانات میان مدارس را بار دیگر به یکی از موضوعات مهم آغاز سال تحصیلی تبدیل کرده است.

تورم در بازار دفتر و مداد

بازار نوشتافزار از معدود بازارهایی است که بخش قابل توجهی از تقاضای آن در یک بازه زمانی مشخص شکل می‌گیرد. با نزدیک شدن به مهر، خانواده‌ها برای خرید دفتر، مداد، کیف، جامدادی، خودکار، پوشاک و کفش مدرسه وارد بازار می‌شوند و همین تمرکز زمانی باعث می‌شود

در برخی مدارس مناطق شمالی تهران، شهریه‌های سنگین تنها بخشی از هزینه تحصیل است. امکاناتی مانند کلاس‌های یوگا و مدیتیشن، موسیقی، زبان‌های خارجی، استخر، خدمات مشاوره و تریپست خصوصی در کنار فضای آموزشی عرضه می‌شود و در مواردی فرآیند پذیرش دانش‌آموز نیز با الزامات و درخواست‌های خاص همراه است.

این در حالی است که در بخش دیگری از جامعه، خانواده‌ها برای خرید ابتدایی‌ترین لوازم تحصیلی با افزایش هزینه‌ها مواجهند. همین فاصله،

سهم ۶۰ درصدی تولید داخل در بازار نوشتافزار



بین می‌رود.
■ **ضرورت توجه به صنف‌های وابسته به مدارس**

کلانتری تأکید کرد: در چنین شرایطی، تصمیم‌گیری برای تولیدکننده دشوار است، زیرا مشخص نیست سال تحصیلی جدید با چه وضعیتی آغاز خواهد شد و میزان تقاضا در بازار چگونه خواهد بود.

وی افزود: لازم است نهادهای مسئول نسبت به وضعیت صنف‌های وابسته به مدارس توجه بیشتری داشته باشند. ادامه این بلاتکلیفی می‌تواند برای تولیدکنندگان، فروشندگان و دیگر فعالان این حوزه هزینه‌زا باشد.

مدیرعامل مجمع نوشتافزار ایرانی اسلامی خاطرنشان کرد: زمانی که آموزش حضوری برقرار نباشد، مصرف بسیاری از کالاهای مرتبط با مدرسه نیز کاهش پیدا می‌کند و این موضوع می‌تواند بر سطح فعالیت و اشتغال در بخش‌های مختلف اثرگذار باشد. بنابراین لازم است وضعیت آموزش و فعالیت مدارس هر چه سریع‌تر مشخص شود تا تولیدکنندگان و فعالان بازار بتوانند برای ادامه فعالیت خود برنامه‌ریزی کنند.

■ **سرویس‌های میلیونی در کنار شهریه‌های سنگین**

در کنار هزینه خرید لوازم مدرسه و شهریه، سرویس مدارس نیز به یکی دیگر از هزینه‌های قابل توجه خانواده‌ها تبدیل شده است. در مواردی گزارش‌هایی از پرداخت مبالغ سنگین برای سرویس مدارس منتشر شده است؛ به‌گونه‌ای که برای یک دانش‌آموز پایه دهم، علاوه بر ۵۶۰ میلیون تومان شهریه، ۱۳۵ میلیون تومان نیز برای سرویس پرداخت شده است.

افزایش ۴۰ درصدی هزینه سرویس در فاصله یک سال، فشار مضاعفی بر خانواده‌ها وارد کرده است. این هزینه البته تنها محدود به مدارس لوکس نیست و خانواده‌های مدارس عادی نیز به دلیل نبود دسترسی مناسب به حمل‌ونقل عمومی دانش‌آموزی، ناچار به استفاده از سرویس‌های خصوصی هستند.

مدرسه نیز کمتر استفاده می‌کند. وی افزود: وقتی کیف یا دیگر لوازم مدرسه در سال گذشته کمتر مورد استفاده قرار گرفته باشد، ممکن است همچنان قابل استفاده باشد و خانواده نیازی به خرید مجدد آن نداشته باشد. به همین دلیل، بخشی از تقاضای معمول سال تحصیلی جدید نیز با تردید و تعویق مواجه شده است.

کلانتری ادامه داد: آموزش غیرحضوری فقط میزان خرید لوازم‌التحریر را کاهش نمی‌دهد، بلکه بر مجموعه‌ای از صنف‌ها و فعالیت‌های مرتبط با مدارس نیز اثر می‌گذارد. زمانی که مدرسه حضوری نباشد، مصرف کالاهایی مانند کیف، کفش مدرسه، پوشاک دانش‌آموزی و دیگر اقلام مرتبط نیز کاهش پیدا می‌کند.

■ **ابهام آموزشی فقط دامن‌گیر بازار نوشتافزار نیست**

وی با اشاره به پیامدهای گسترده این وضعیت گفت: ابهام موجود فقط به صنف لوازم‌التحریر محدود نمی‌شود و بسیاری از صنف‌های وابسته به فعالیت مدارس نیز از آن تأثیر می‌پذیرند. بخش قابل توجهی از اشتغال در این حوزه‌ها به فعالیت عادی مدارس وابسته است و ادامه شرایط مبهم می‌تواند بر وضعیت آنها اثر بگذارد. کلانتری افزود: در چنین شرایطی، نه تولیدکننده تصویر روشنی از میزان تقاضا دارد، نه فروشنده می‌داند بازار با چه سطحی از خرید مواجه خواهد شد و نه خانواده‌ها درباره زمان و میزان خرید خود تصمیم قطعی گرفته‌اند.

مدیرعامل مجمع نوشتافزار ایرانی اسلامی ادامه داد: حتی مدارس غیردولتی نیز با وجود دریافت شهریه و ثبت‌نام دانش‌آموزان، همچنان با هزینه‌هایی مانند پرداخت حقوق معلمان و ارائه خدمات آموزشی و پشتیبانی مواجه هستند. بنابراین آموزش مجازی به معنای حذف کامل هزینه‌های مدارس نیست.

وی اظهار داشت: مدارس حتی در شرایط آموزش غیرحضوری نیز به معلم، پشتیبانی و خدمات آموزشی نیاز دارند. معلم باید به دانش‌آموز آموزش دهد، با خانواده‌ها در ارتباط باشد و روند آموزشی را پیگیری کند.

بنابراین این هزینه‌ها همچنان وجود دارد و نمی‌توان تصور کرد که با مجازی شدن مدارس، تمام هزینه‌های مرتبط با آموزش از

دیگر همچنان سهم محصولات خارجی بالااست. به همین دلیل، نمی‌توان درباره کل بازار نوشتافزار یک حکم واحد صادر کرد.

■ **چین همچنان تأمین‌کننده اصلی کالاهای وارداتی**

بازار نوشتافزار از معدود بازارهایی است که بخش قابل توجهی از تقاضای آن در یک بازه زمانی مشخص شکل می‌گیرد. با نزدیک شدن به مهر، خانواده‌ها برای خرید دفتر، مداد، کیف، جامدادی، خودکار، پوشاک و کفش مدرسه وارد بازار می‌شوند و همین تمرکز زمانی باعث می‌شود

کلانتری افزود: بازار نوشتافزار از نظر نوع کالا و برند بسیار متنوع است و شرایط واردات در همه گروه‌ها یکسان نیست. در برخی محصولات، تولید داخلی سهم غالب را دارد، اما در برخی کالاهای خاص و فانتزی، وابستگی به واردات بیشتر است.

■ **خانواده‌ها بیشتر از گذشته قیمت‌ها را مقایسه می‌کنند**

یکی از ویژگی‌های بازار امسال، افزایش حساسیت خانواده‌ها نسبت به قیمت است. خریداران پیش از خرید، قیمت کالاها را در فروشگاه‌های مختلف مقایسه می‌کنند و در بسیاری از موارد، خرید خود را به زمانی موکول می‌کنند که گزینه مناسب‌تری پیدا کنند. از سوی دیگر، دوام کالا نیز اهمیت بیشتری پیدا کرده است. در شرایطی که هزینه جایگزینی افزایش یافته، بخشی از خانواده‌ها ترجیح می‌دهند کالایی را خریداری کنند که عمر بیشتری داشته باشد، حتی اگر قیمت آن اندکی بالاتر باشد. در نتیجه معیار خرید برای بخشی از مصرف‌کنندگان از ارزان‌ترین کالا به مناسب‌ترین کالا نسبت به قیمت تغییر کرده است.

■ **آموزش غیرحضوری و بازار نوشتافزار**

در کنار افزایش قیمت‌ها، نحوه برگزاری مدارس نیز بر بازار نوشتافزار اثرگذار است. مهدی کلانتری، مدیرعامل مجمع نوشتافزار ایرانی اسلامی، با اشاره به تأثیر مجازی شدن مدارس بر بازار لوازم‌التحریر بیان کرد: این صنف به‌شدت به فعالیت حضوری مدارس وابسته است و آموزش غیرحضوری به‌طور مستقیم به آن آسیب می‌زند. تداوم ابهام درباره نحوه بازگشایی مدارس، تصمیم‌گیری را برای تولیدکنندگان، فروشندگان و خانواده‌ها دشوار کرده است.

کلانتری افزود: شرایط فعلی تا حد زیادی یادآور دوران کروناست. در شرایطی که هنوز مشخص نیست مدارس در سال تحصیلی جدید با چه وضعیتی فعالیت خواهند کرد، تولیدکنندگان نمی‌توانند تصویر روشنی از میزان تقاضا داشته باشند و بر اساس آن برای تولید تصمیم‌گیری کنند.

مدیرعامل مجمع نوشتافزار ایرانی اسلامی با اشاره به تغییر الگوی مصرف خانواده‌ها اظهار داشت: در سال گذشته به دلیل آموزش مجازی، بسیاری از اقلامی که معمولاً هر سال جایگزین می‌شوند، کمتر مورد استفاده قرار گرفتند. برای مثال، دانش‌آموزی که به مدرسه نمی‌رود، طبیعتاً از کیف، جامدادی و دیگر لوازم

مهدی کلانتری، مدیرعامل مجمع نوشتافزار ایرانی اسلامی، با اشاره به وضعیت قیمت‌ها در بازار لوازم‌التحریر اظهار داشت: شرایط افزایش قیمت در همه کالاها یکسان نیست، زیرا بخشی از فعالان بازار همچنان کالاهای باقی‌مانده از قبل را عرضه می‌کنند و از همین رو نمی‌توان برای همه اقلام یک نرخ واحد در نظر گرفت.

وی به صمت گفت: برخی کالاها وابستگی بیشتری به واردات دارند و برخی دیگر کمتر تحت تأثیر این موضوع هستند. به همین دلیل، شدت افزایش قیمت‌ها در بازار یکدست نیست. با این حال، در مورد کاغذ، افزایش قیمت بسیار قابل توجه بوده و از آنجا که بخش اصلی قیمت دفتر به کاغذ مربوط می‌شود، این رشد اثر مستقیمی بر بازار دفتر گذاشته است.

کلانتری گفت: در یک نمونه، قیمت کاغذ افزایش بیش از ۳۰۰ درصدی داشته است. در عین حال، همه کالاها به این میزان افزایش نداشته‌اند و برخی اقلام با رشد کمتری مواجه بوده‌اند. وی با اشاره به وضعیت تولید نیز بیان کرد: در مقطع اخیر، برخی تولیدکنندگان هنوز تولید خود را آغاز نکرده بودند و بعضی دیگر نیز تا روزهای گذشته تولیدشان متوقف شده بود، اما در حال حاضر بخشی از تولید دوباره در جریان است. بر این اساس، می‌توان گفت افزایش قیمت‌ها از حدود ۵۰ درصد آغاز شده و در برخی کالاها تا ۲۰۰ درصد نیز رسیده است، هرچند اعلام میانگین دقیق برای کل بازار به دلیل تفاوت میان کالاها و برندها چندان دقیق نیست.

مدیرعامل مجمع نوشتافزار ایرانی اسلامی با اشاره به تفاوت قیمت میان کالاهای قدیمی و جدید در بازار اظهار داشت: کالاهای باقی‌مانده از سال قبل معمولاً با قیمت پایین‌تری عرضه می‌شوند، اما اجناس جدید با نرخ‌های بالاتر به فروش می‌رسند. بنابراین اصل گرانی در بازار لوازم‌التحریر روشن است، اما ارائه یک عدد قطعی برای همه اقلام دشوار خواهد بود.

وی درباره سهم تولید داخل در بازار نیز گفت: نمی‌توان ادعا کرد که همه لوازم‌التحریر موجود در بازار داخلی است، اما در بخش کالاهای پرمصرف، سهم تولید داخلی قابل توجه است. بر اساس آمار سال گذشته، حدود ۶۰ درصد بازار لوازم‌التحریر داخلی است و در سال جاری نیز تغییر غیرمنتظره‌ای در این زمینه رخ نداده است.

کلانتری افزود: در حال حاضر، برخی اقلام مانند دفتر، خودکار، مداد و پاک‌کن یا وارد نمی‌شوند یا واردات آنها بسیار محدود است. در مقابل، کالاهایی مانند کیف، جامدادی و به‌ویژه اقلام فانتزی همچنان وارد می‌شوند، زیرا تولید داخلی آنها هنوز به مقیاس مناسب نرسیده است.

وی ادامه داد: وضعیت بازار در همه کالاها یکسان نیست. برخی اقلام به‌طور کامل در داخل تولید می‌شوند، اما در برخی کالاهای

سخن پایانی

از سوی دیگر، فعالان بازار در شرایطی وارد سال تحصیلی جدید می‌شوند که میزان تقاضا و الگوی خرید خانوارها برای آنها به روشنی قابل پیش‌بینی نیست. آنچه در آغاز مهر بیش از هر چیز اهمیت دارد، روشن بودن وضعیت فعالیت مدارس و فراهم شدن امکان برنامه‌ریزی برای خانواده‌ها، تولیدکنندگان و فروشندگان است؛ موضوعی که می‌تواند بر بازار نوشتافزار و مجموعه صنف وابسته به مدارس اثر مستقیم داشته باشد.

اول مهر ۱۴۰۵ در شرایطی از راه می‌رسد که آغاز سال تحصیلی برای خانواده‌ها تنها به معنای بازگشت دانش‌آموزان به کلاس درس نیست؛ هزینه‌های لوازم‌التحریر، پوشاک، کیف و کفش، سرویس و در برخی موارد شهریه‌های سنگین، بخش مهمی از بودجه خانوار را درگیر کرده است. در بازار نوشتافزار نیز تغییر رفتار مصرف‌کنندگان، افزایش حساسیت نسبت به قیمت و تلاش برای استفاده دوباره از کالاهای سال گذشته، نشانه‌ای از فشار هزینه‌ای بر خانوارهاست.