

ر اهربرد جهانی‌سازی نوغان و ابریشم لاهیجان

شهرام شیرکوند
پژوهشگر و مشاور صنعت

برندسازی برای میراث فرهنگی و اقتصادی شهر لاهیجان، به‌ویژه در صنعت «نوغان و ابریشم»، فراتر از یک تصمیم تجاری، یک ضرورت راهبردی برای حفظ هویت، تقویت جایگاه در بازارهای جهانی و انتقال شکوه این میراث ارزشمند به نسل‌های آینده است. لاهیجان شهری که به عطر گل‌ها، طبیعت و طعم‌های اصیلش شناخته می‌شود، در دل خود گنجینه‌هایی بی‌بدیل دارد؛ گنجینه‌هایی که هر یک روایتگر تاریخی پرپرا از پیوند طبیعت، فرهنگ، هنر و مهارت‌های نسل‌های گذشته‌اند.

در جهان امروز که بازارها با انبوهی از کالاهای متنوع، تولیدات انبوه و محصولات مشابه و کم‌هویت اشباع شده‌اند، نوغان و ابریشم، بیش از هر زمان دیگری به یک هویت متمایز و یک برند قدرتمند نیاز دارند تا در میان انبوه محصولات فاقد اصالت، از دید مشتریان دور نمانند و جایگاه خود را در ذهن و انتخاب مخاطبان حفظ کنند. برندسازی برای این میراث سنتی، صرفاً به طراحی یک نشان گرافیکی، انتخاب نام تجاری یا ایجاد بسته‌بندی جذاب محدود نمی‌شود؛ بلکه فرآیندی برای خلق هویت، شخصیت و روایت برای محصول است. از این منظر، نوغان و ابریشم لاهیجان نباید صرفاً به‌عنوان کالاهایی برای مصرف یا مبادله اقتصادی دیده شوند؛ بلکه باید به‌عنوان تجربه‌ای اصیل از تاریخ، فرهنگ، طبیعت و هنر ایرانی به مخاطبان معرفی شوند. هر تار ابریشم می‌تواند روایتگر بخشی از گذشته لاهیجان و حاصل پیوند دانش، صبر، طبیعت و مهارت انسانی باشد. برندسازی هوشمندانه می‌تواند این روایت را به مزیتی رقابتی تبدیل کند و زمینه‌ای فراهم آورد تا ابریشم لاهیجان نه فقط به‌عنوان یک محصول، بلکه به‌عنوان نمادی از اصالت، کیفیت و هویت فرهنگی لاهیجان در بازارهای ملی و جهانی شناخته شود.

برندسازی به این معناست که وقتی مصرف‌کننده نام «نوغان لاهیجان» را می‌شنود، تصویری از باغ‌های سرسبز، هوای مطبوع و فرآیندهای تولیدی آمیخته با دقت و علاقه را در ذهن مجسم کند. به همین ترتیب، ابریشم لاهیجان نیز نباید در حد یک پارچه بافته‌شده تقلیل یابد؛ در عوض، شایسته است به‌عنوان نمادی از هنر دست و ظرافت بافت‌های اصیل ایرانی در ذهن مشتری حک گردد. اکنون، یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های محصولات سنتی، بحران «عدم تشخیص اصالت» در بازار است. در فضای رقابتی فعلی، بسیاری از تولیدکنندگان غیرمربط، با شبیه‌سازی ویژگی‌های ظاهری یا بهره‌گیری از نام‌های مشابه، در تلاش برای تصاحب سهمی از بازار این محصولات هستند. از این رو، در غیاب یک برند قدرتمند و ثبت‌شده، مشتری قادر به تمایز میان میان نوغان اصیل لاهیجانی و محصولات مشابه و فاقد کیفیت نخواهد بود.

از این منظر، برندسازی با ایجاد یک استاندارد مشخص و هویت بصری و مفهومی منحصربه‌فرد، به‌مثابه یک «نشان اعتماد» عمل می‌کند. این هویت، مصرف‌کننده را ترغیب می‌کند تا به‌رغم نرخ بالاتر یا مقایسه با محصولات انبوه، با اطمینان خاطر به سراغ برند اصلی برود؛ چرا که او واقف است در ازای هزینه پرداختی، کیفیت، اصالت و تضمین سلامت دریافت نموده است. علاوه بر این، برندسازی نقشی حیاتی در عبور از مرزهای بازار محلی و ارتقای جایگاه محصولات به سطوح ملی و بین‌المللی ایفا می‌کند.

تا زمانی که نوغان و ابریشم لاهیجان تنها بر پایه شهرت‌های محلی و تجربیات محدود شناخته شوند، در حصار مرزهای جغرافیایی باقی خواهند ماند. راه عبور از این محدودیت، «برندسازی راهبردی» است؛ زبانی که بازارهای جهانی آن را می‌فهمد. برندسازی به این گنجینه‌های ارزشمند قدرت می‌دهد تا داستان اصالت خود را به گوش مخاطبان بین‌المللی برسانند و روایتی فراتر از گیلان و مرزهای ایران را بازگو کنند. محصولی که از هویت برند برخوردار است، به‌آسانی می‌تواند در چرخه بسته‌بندی‌های مدرن، بازاریابی دیجیتال و کانال‌های فروش بین‌المللی جای گیرد.

ابریشم لاهیجان، مشروط به برخورداری از برندی مقتدر که بتواند ارزش‌های هنری و تاریخی آن را به زبان جهانی ترجمه کند، ظرفیت آن را دارد که در ویتترین‌های لوکس فروشگاه‌های معتبر دنیا نیز خوش بدرخشد.

از منظر اجتماعی، برندسازی ابزاری راهبردی برای صیانت از ریشه‌ها و میراث فرهنگی است. محصولات سنتی، آن‌گاه که از کانون توجه عمومی خارج شوند، با افول دانش و مهارت‌های تولیدی خود روبه‌رو شده و به‌دست فراموشی سپرده می‌شوند. برندسازی با تثبیت تقاضا و خلق ارزش‌افزوده، انگیزه‌ای پایدار ایجاد می‌کند تا نسل‌های جوان، این حرفه‌ها را نه صرفاً به عنوان میراثی کهن، بلکه به عنوان یک حرفه مدرن، ارزشمند و دارای جایگاه اجتماعی بپذیرند.

با برندسازی، نوغان‌داری و ابریشم‌بافی از یک شغل سنتی به «صنعتی فرهنگی» تبدیل می‌شوند؛ تحولی که می‌تواند آثار مثبتی بر اقتصاد منطقه داشته باشد و باعث رونق گردشگری و تقویت هویت شهری لاهیجان شود.

در مسیر تکامل این- برندها، اهمیت «داستان‌سرایی» و «طراحی بسته‌بندی» جدایی‌ناپذیر است. برای محصولات لاهیجانی، بسته‌بندی نباید فقط محفظه‌ای برای نگهداری محصول باشد، بلکه، باید به معنای بخشی از تجربه مشتری عمل کند؛ به گونه‌ای که بسته‌بندی حس اصالت و شکوه را به مخاطب القا کنند.

روایت‌هایی که از اصالت و ریشه‌های این محصولات، پیوند آنها با طبیعت لاهیجان و ظرافت کار و دقت هنر استادان کهن بازگو می‌شود، همان عاملی است که مشتری را از یک خریدار ساده به یک حامی و وفادار بدل می‌کند؛ چرا که انسان‌های مدرن، به‌ویژه نسل‌های جدید، به‌دنبال خرید محصولاتی با «مفهوم و معنا» هستند و می‌خواهند ریشه‌های آنچه را مصرف می‌کنند، بشناسند.

از این رو، برندسازی نوغان و ابریشم لاهیجان، فراتر از یک ضرورت مالی، راهبردی برای بقای فرهنگی و تثبیت هویت است. این فرآیند به این محصولات قدرت می‌دهد تا از قالب کالاهای مصرفی سnade فراتر رفته و به جایگاه محصولات نمادین و لوکس در سطح جهانی دست یابند. با سرمایه‌گذاری در برندسازی صنعت نوغان و ابریشم، علاوه بر اینکه اقتصاد محلی را رونق می‌بخشیم، شکوه و اصالت لاهیجان را در حافظه جهانی تثبیت می‌کنیم؛ مسیری که از سنت آغاز شده و به آینده‌ای درخشان و جهانی منتهی می‌گردد؛ جایی که میراث لاهیجان با نامی ماندگار در میان مردمان می‌درخشد.

در بیانیه هیات دولت تاکید شد مهار تورم، رونق تولید، وفاق ملی و دیپلماسی عز تمندانه



و دیگر شهدای دولت در طول همه سال‌های پس از انقلاب اسلامی، یاد و خاطره رهبر عظیم‌الشان و شهید والامقام انقلاب اسلامی را که در طول سالیان متمادی علمدار عزت و اقتدار این مرز و بوم بودند، گرمای داشته و علو درجات ایشان را از درگاه خداوند متعال مسائل می‌نامیم. ما همچنان خود را متعهد به عهدی می‌دانیم که با امام شهیدمان بستیم و اکنون آن عهد را با حضرت‌عالی تجدید می‌کنیم.

۲- اهتمام ویژه به معیشت، اقتصاد و رونق تولید داخلی: دولت چهاردهم با درک چالش‌های معیشتی و فشارهای ناشی از تحریم‌های ظالمانه و جنگ‌های تحمیلی اخیر، تمرکز اصلی خود را بر حل زنجیره مسائل اقتصادی از جمله مهار تورم، مدیریت هوشمند بازار، ایجاد اشتغال، هدایت سرمایه‌ها به سمت تولید ملی و کاهش تدریجی وابستگی به

دلار قرار داده است. متعهد می‌شویم با محوریت سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و تکیه بر ظرفیت‌های عظیم داخلی، رفاه و بهبود معیشت مردم عزیز را شایسته شأن آنان تأمین کنیم.

۳- صیانت مطلق از وحدت و انسجام ملی:

هم‌سو با فرموده قاطع حضرت‌عالی مبنی بر ممنوعیت هرگونه اقدام مخل انسجام اجتماعی، هیات دولت تمامی تصمیمات و کلان‌عرصه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود را به «پیوست انسجام ملی» مجهز خواهد ساخت.

ما پرهیز از دوگانه‌سازی‌های موهوم و سخنان ناامیدکننده را تکلیف قطعی خود دانسته و تمام توان خویش را صرف تحکیم وفاق، همدلی و امیدآفرینی در جامعه خواهیم کرد.

معیشت و اقتصاد حیاتی ترین مسئله در شرایط جنگی است

راحل «ره» استقلال سیاسی تنها زمانی پایدار خواهد بود که استقلال اقتصادی نیز محقق شود؛ زیرا در صورت فقدان استقلال اقتصادی، استقلال سیاسی در معرض تهدید قرار خواهد گرفت. رئیس سازمان بازرسی کل کشور در خصوص مدیریت بحران، بر ضرورت پیش‌بینی سه سناریوی مجزا برای اداره کشور تأکید کرد و برنامه‌ریزی برای شرایط «صلح پایدار»، شرایط «سه جنگ و نه صلح» و تدوین برنامه‌های متناسب با «شرایط جنگی» را در این راستا برشمرد.

وی با اشاره به ماهیت مکار دشمن و امریکای جنایتکار، تأکید کرد که باید برای شرایط جنگی برنامه‌ای مشخص داشت تا در صورت آغاز یا تداوم جنگ، از بروز بحران‌های خاص در کشور جلوگیری شود.

جهانگیر معیشت و اقتصاد مردم را حیاتی‌ترین مسئله در شرایط جنگی دانست و تأکید کرد: در حوزه‌هایی که ظرفیت ایجاد نارضایتی عمومی وجود دارد و دولت ناگزیر به اصلاحات قیمتی است، سازمان بازرسی باید نظارتی جدی داشته باشد. در این راستا، گزارش‌ها و پیگیری‌های سازمان در موضوعاتی نظیر اصلاح نرخ بنزین بسیار حائز اهمیت است و دغدغه‌های صاحب‌نظران در این زمینه باید به‌صورت جدی مورد تدبیر قرار گیرد.

رئیس سازمان بازرسی کل کشور همچنین با تأکید بر ضرورت توجه به اولویت‌ها در برنامه‌های بلندمدت، اظهار کرد که در سند چشم‌انداز باید اولویت‌ها به‌وضوح مشخص شده و برای هر یک، برنامه‌ای با زمان‌بندی متناسب تدوین و دنبال شود.

وی با الگوبرداری از تجربه کشورهای توسعه‌یافته، به سند چشم‌انداز ۵۰ ساله ژاپن اشاره کرد و سه راهبر کلیدی آن را شامل حذف قوانین ناکارآمد، شناسایی فرآیندهای ناکارآمد و جایگزینی مدیران برشمرد.

رئیس سازمان بازرسی کل کشور با تأکید بر ضرورت تعامل اقتصادی با جهان، تصریح کرد که باید از طریق تبادلات بین‌المللی و ایجاد منافع مشترک با کشورهای همسایه، اثر تحریم‌ها را کاهش داد.

وی همچنین خواستار تعامل جدی معاونت اقتصادی با بازرسی وزارت امور خارجه در حوزه سیاست خارجی شد تا اقدامات اقتصادی در سطح کلان‌تری

رئیس سازمان بازرسی در خصوص صدور مجوزهای کسب‌وکار، لزوم بررسی مجدد و آسیب‌شناسی جامع را یادآور شد و افزود: هرچند تسهیل صدور مجوزها اقدامی مناسب است، اما گسترش بی‌رویه آن در برخی حوزه‌ها می‌تواند آسیب‌زا باشد.

به گزارش ایسنا، اصغر جهانگیر، رئیس سازمان بازرسی کل کشور، در نشست با مدیران، بازرسان و کارشناسان معاونت اقتصادی این سازمان، با تأکید بر جایگاه حیاتی حوزه اقتصاد در شرایط کنونی، تصریح کرد که تمامی بخش‌های کشور باید برای عبور از بحران‌های اقتصادی بسیج شوند.

رئیس سازمان بازرسی کل کشور با اشاره به اهمیت بنیادین مسائل اقتصادی در ۱۵ سال اخیر و نام‌گذاری شعار سال با محوریت اقتصاد از سوی قائد شهید، معاونت اقتصادی را کلیدی‌ترین بخش سازمان بازرسی دانست؛ چرا که چالش‌های اقتصادی، اصلی‌ترین مسئله کشور در سال‌های اخیر، به‌ویژه طی دهه گذشته بوده است.

جهانگیر در تحلیل اهداف دشمن، اظهارکرد که طی سال‌های گذشته، با ایجاد یک «تانوی اقتصادی» و به‌راه انداختن هجمه‌های کلان یا به تعبیر دیگر «شیب‌خون‌های اقتصادی»، تلاش شده است تا کشور از منظر اقتصادی فلج شود.

وی در این راستا خاطرنشان کرد که عدم رضایت بخشی از مردم از عملکرد برخی دستگاه‌ها در حوزه اقتصادی، در واقع بخشی از برنامه بلندمدت دشمن است.

وی با نگاهی به تاریخچه تحریم‌ها، یادآور شد که بلافاصله پس از تسخیر لانه جاسوسی آمریکا، رئیس‌جمهور وقت این کشور ظرف ۴۸ ساعت فرمان مسدود کردن دارایی‌های ایران و اعمال تحریم‌های اقتصادی را صادر کرد و این روند تا به امروز تداوم یافته است، اما متأسفانه برنامه‌ریزی‌های اقتصادی متناسب با این شرایط در کشور صورت نگرفت.

رئیس سازمان بازرسی کل کشور با استناد به دیدگاه امام خمینی «ره» در نخستین دیدار با اعضای جهاد سازندگی، تأکید کرد که از منظر امام

مرکز مدیریت بدهی‌های عمومی و روابط مالی دولت، رقم دقیق بدهی دولت را تا پایان سال ۱۴۰۴ معادل ۲.۷ هزار همت و مطالبات دولت را بیش از ۲.۵ هزار همت اعلام کرد.

به گزارش ایرنا، «مرکز مدیریت بدهی‌های عمومی و روابط مالی دولت» وزارت امور اقتصادی و دارایی در آخرین گزارش خود از میزان بدهی‌ها و مطالبات دولت که در پایان مرداد ماه منتشر کرده، رقم دقیق این دو شاخص را اعلام کرد که بر این اساس بدهی‌های محرز شده دولت تا پایان اسفند ۱۴۰۴ معادل ۲۷۶۰ هزار میلیارد تومان (۲.۷ هزار همت) و مطالبات قطعی دولت ۲۵۳۵ هزار ملیارد تومان (۲.۵ هزار همت) اعلام شده است. بنابراین سرازاد بدهی‌ها به مطالبات (کسر مطالبات از بدهی‌های دولت) ۲۲۵ هزار میلیارد تومان (۲.۲ همت) است.

پیشتر آخرین دوره بررسی بدهی‌ها و مطالبات دولت به آخر پاییز پارسال برمی‌گشت که طی ۳ ماهه زمستان پارسال میزان برآورد بدهی‌های دولت ۱۰ درصد و مطالبات ۲۴ درصد افزایش یافته است.

رکورد کمترین تورم سالانه شاخص اجاره مسکن خانوارهای کشور در ۴۵ ماه اخیر در مردادماه به ثبت رسید. همچنین، رشد نقطه به نقطه اجاره‌بهای واحدهای مسکونی کشور در این ماه حدود یک‌سوم تورم عمومی اعلام شد. به گزارش وزارت کار و شهرسازی، این در حالی است که تورم نقطه به نقطه سالانه شاخص اجاره مسکن در مردادماه نسبت به تورم سایر کالاها و خدمات مصرفی خانوارها در این ماه، کمترین میزان بوده است. تورم سالانه اجاره مسکن در مردادماه امسال به ۲۲.۳ درصد رسید که این میزان از آذرماه سال ۱۴۰۱ کمترین سطح تورم سالانه در این بازار بوده است. این در حالی است که تورم ماهانه و تورم نقطه به نقطه در این ماه بدون تغییر محسوس نسبت به تیرماه، به ترتیب در سطح ۲.۵ درصد و ۳۱.۸ درصد، باقی ماند.

۴- **پشتازی در عرصه فناوری، آموزش و مرجعیت علمی:** با تکیه بر نوآوری نخبگان جوان، تلاش شبانه‌روزی برای تحول در عرصه‌های کشاورزی، صنعت، ارتباطات و فرهنگ را در دستور کار داریم. دولت با نگاهی راهبردی به مقوله آموزش و فرهنگ، برنامه‌های خود را معطوف به دستیابی به «مرجعیت علمی» و تحقق کامل بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی قرار می‌دهد.

۵- دیپلماسی عز تمندانه و ایستادگی در برابر جبهه کفر:

در عرصه بین‌المللی، دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران بر پایه سه اصل «عزت، حکمت و مصلحت» و با تأکید بر ایستادگی در برابر دسیسه‌ها و تحریم‌های ظالمانه استکبار امریکایی-صهیونی پیگیری خواهد شد. هیات دولت جمهوری اسلامی ایران، «میدان دیپلماسی» و «میدان دفاع» را دو بال مکمل، هماهنگ و جدایی‌ناپذیر برای صیانت از منافع ملی، امنیت و کيان کشور می‌داند و پیش‌بردر هم‌زمان و متوازن این دو مسیر را در دستور کار دارد. متعهد می‌شویم در سایه این هم‌افزایی، در برابر تحریم‌ها و دسیسه‌های ظالمانه استکبار امریکایی-صهیونی قاطعانه ایستادگی کنیم. در پایان، هیات دولت جمهوری اسلامی ایران با تاسی از سیاست‌های کلی و راهبردهای مورد تأیید و تأکید امام شهید و رهبری حکیمانه و عالمانه حضرت‌تعالی و مدیریت شجاعانه، خالصانه، صادقانه و دلسوزانه رئیس‌جمهور محترم، بار دیگر پیمان می‌بندد که در مسیر تحقق «ایران هرچه قوی‌تر» از هیچ توشه‌ی فروگذار نکرده و تمام ظرفیت‌های کشور را در جهت رضایت حضرت ولی‌عصر (عجل‌الله تعالی فرجه الشریف) و خشنودی ملت شریف ایران به کار بندد.»

دنبال شوند. وی با نقد مدل‌های سنتی نظارتی، اظهارکرد: «دنیای هوشمند، مقابله هوشمند می‌طلبد» و نمی‌توان با روش‌های قدیمی بر دنیای مدرن نظارت کرد؛ لذا به‌کارگیری سامانه‌ها و تحلیل داده‌ها برای شناخت دقیق مشکلات و پیش‌گیری از بروز آنها ضروری است.

جهانگیر در مورد چالش‌های حوزه انرژی تأکید کرد که پیشنهادهای سازمان به دستگاه‌ها باید «عملیاتی و قابل اجرا» باشد؛ چرا که ممکن است برخی راهکارها در شرایط فعلی زیرساختی امکان اجرا نداشته باشند. وی همچنین در خصوص صدور مجوزهای کسب‌وکار، لزوم بررسی مجدد و آسیب‌شناسی جامع را یادآور شد و افزود: هرچند تسهیل صدور مجوزها اقدامی مناسب است، اما گسترش بی‌رویه آن در برخی حوزه‌ها می‌تواند آسیب‌زا باشد.

رئیس سازمان بازرسی کل کشور با اشاره به ظرفیت‌های قانونی سازمان، پیشنهاد داد مدلی طراحی شود که نهادهای عالی نظام، گزارش‌های نظارتی خود را از سازمان بازرسی مطالبه کنند؛ زیرا این امر منجر به تأیید عملکرد و ارتقای جایگاه سازمان در ساختار نظارتی خواهد شد.

جهانگیر در بخش پایانی سخنان خود، به مشکلات کلان گمرک و ضرورت

خشاندن زمینه‌های فساد در این حوزه اشاره کرد.

وی افزود: در حالی که در دنیا ۵ روش اصلی برای صادرات و واردات وجود دارد، در کشور ما بیش از ۲۰ مدل (از جمله کوله‌بری، بازارچه‌های مرزی و تله‌نجی) فعال است. این رویه‌ها اگرچه در ظاهر قانونی هستند؛ اما در عمل می‌توانند مسیر و رونق انتقال کالای قاچاق باشند و حتی تشکیلی منشا کالا

را برای کارشناسان گمرکی دشوار کرده و زمینه فساد را فراهم کنند.

رئیس سازمان بازرسی کل کشور با انتقاد از تعدد دستگاه‌های نظارتی در حوزه گمرک (از پلیس امنیت اقتصادی و پلیس گمرک تا دستگاه‌های اطلاعاتی و بازرسی) و نبود تفکیک دقیق در سطح مسئولیت‌ها، تأکید کرد: باید میان دستگاه‌های نظارتی برنامهریزی و «فهم مشترک» ایجاد شود تا افرادی که از تعدد دستگاه‌ها و خلأهای رویه‌ای سوءاستفاده می‌کنند، نتوانند از این وضعیت بهره‌برداری کنند و زمینه‌های فساد به‌صورت ریشه‌ای مسدود شود.

بدهی‌ها و مطالبات دولت تا پایان ۱۴۰۴

بدهی‌ها و مطالبات شرکت‌های دولتی

بر اساس گزارش مرکز بدهی‌های عمومی دولت، بدهی شرکت‌های دولتی در پایان سال گذشته ۵۸۸۹ هزار میلیارد تومان (حدود ۵.۹ هزار همت) و مطالبات شرکت‌های دولتی ۳۶۱۰ هزار میلیارد تومان (۳.۶ هزار همت) است. مازاد این دو شاخص (کسر مطالبات از بدهی‌های دولت) ۲۲۷۹ هزار میلیارد تومان (۲.۲ هزار همت) برآورد شده است.

نسبت بدهی‌ها به تولید ناخالص داخلی

مجموع بدهی‌های دولت و شرکت‌های دولتی تا پایان خرداد ۱۴۰۵ نسبت به تولید ناخالص داخلی (جی‌دی‌پی) ۲۱.۷ درصد و تا پایان اسفند سال گذشته ۲۲.۲ درصد، بدهی دولت به جی‌دی‌پی تا پایان بهار امسال ۵.۹ درصد و تا پایان سال گذشته ۶ درصد و بدهی شرکت‌های دولتی به جی‌دی‌پی تا پایان خرداد امسال ۱۵.۸ درصد و تا پایان اسفند ۱۴۰۴ معادل ۱۶.۲ درصد است.

با این حساب نسبت بدهی‌های دولت نسبت به جی‌دی‌پی که از ابتدای

بازار اجاره ر رکورددار کمترین رشد نرخ مردادماه

این موضوع نشان دهنده ثبات شرایط تورمی در بازار اجاره مسکن کشور در مقطع زمانی اوج جابه‌جایی مستاجران در بازار اجاره (نیمه تابستان) است. اطلاعات درج شده در گزارش شاخص نرخ مصرف‌کننده مربوط به مردادماه ۱۴۰۵ نشان می‌دهد، تورم شاخص اجاره مسکن خانوارهای کشور، با فاصله محسوس از تورم عمومی این ماه کمتر بوده است.

تورم نقطه به نقطه اجاره مسکن در این ماه در حالی ۳۱.۸ درصد اعلام شده که تورم نقطه به نقطه عمومی، ۸۹ درصد یعنی حدود سه برابر بیشتر از تورم اجاره بوده است.

تورم عمومی سالانه نیز حدود ۷۰ درصد گزارش شده که بیش از دو برابر تورم سالانه شاخص اجاره مسکن مردادماه (۳۲.۳ درصد) است. همچنین

تورم عمومی ماهانه در این ماه ۳.۴ درصد بوده در حالیکه تورم ماهانه شاخص اجاره، ۲.۵ درصد اعلام شده است.

بازار اجاره همچنین در میان ۱۲ گروه از کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای کشور، کمترین میزان تورم نقطه به نقطه و سالانه را در مردادماه امسال تجربه کرد.

براساس اعلام مرکز آمار ایران، بیشترین میزان تورم نقطه به نقطه در مردادماه مربوط به گروه «دخانیات» و گروه «خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها» به ترتیب با حدود ۱۶۱ و ۱۲۷.۵ درصد بوده است.

تورم سالانه این گروه‌ها نیز به ترتیب ۱۱۵.۶ و ۱۰۳.۷ درصد اعلام شده است که فاصله محسوس‌ی با تورم اجاره مسکن در این ماه داشته است.