



«ایران» از تأخیر در اجرای قانون «نظارت و رتبه‌بندی مشاوران املاک» و اثرات آن بر قیمت‌سازی در بازار مسکن گزارش می‌دهد

وقتی جای معامله را فایل و آگهی می‌گیرد



راه و شهرسازی ارائه کند. این دو مسیر اگر به‌درستی به یکدیگر متصل شوند، می‌توانند یکی از مهم‌ترین مشکلات بازار مسکن، یعنی نبود مرجع قابل اتکا برای تشخیص قیمت واقعی را تا حد زیادی کاهش دهند. اما هیچ‌کدام از این دو قانون مهم و اثرگذار در ساماندهی بازار مسکن و اجاره هنوز به مرحله اجرایی نرسیده‌است. محیب الله طاهرخانی، معاون مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی در پاسخ به «ایران» در خصوص تأخیر دراجرای قانون، می‌گوید: «وزارت صنعت، معدن و تجارت دستگاه مسئول تدوین سازوکار نظارت بر بنگاه‌ها و رتبه‌بندی بنگاه‌ها و مشاورین املاک است و مبنای اقدام در این قانون، وزارت صمت است.»

یک مقام مسئول در وزارت راه و شهرسازی در گفت‌وگو با «ایران» می‌گوید: «روند اجرای قانون نظارت و رتبه‌بندی مشاوران املاک شروع شده اما به‌خاطر برخی حساسیت‌ها، دستگاه‌های امنیتی و اطلاعاتی به این موضوع ورود کرده‌اند و نتیجه اقدامات حداکثر تا یک ماه آینده مشخص می‌شود.»

شروع مسأله

در بازار مسکن، آنچه مردم هر روز می‌بینند لزوماً قیمت معامله نیست؛ بلکه عمدتاً قیمت پیشنهادی فروشنده است. یک مالک می‌تواند ملکی را با قیمتی بسیار بالاتر از ارزش معاملاتی یا حتی قیمت معاملات مشابه در آن شهر سایر مالکان و فروشنندگان منطقه آگهی کند. این عدد، حتی اگر هیچ‌گاه به معامله منجر نشود، می‌تواند در ذهن مالک و مشاوران و رتبه‌بندی به عنوان یک قیمت مرجع جا بیفتد.

اگر معامله‌ای در سامانه ثبت نشود، اطلاعات آن ناقص باشد یا اگر داده‌های ثبت‌شده به شکل منظم، قابل فهم و با جزئیات کافی در اختیار مردم و پژوهشگران قرار نگیرد، همچنان فاصله میان «بازار واقعی» و «بازار دیده‌شده» باقی خواهد ماند. کارشناسان بازار مسکن معتقدند برای کنترل قیمت‌سازی‌ها در بخش مسکن باید معاملات واقعی، البته با رعایت حریم خصوصی، به داده‌ای قابل اتکا برای بازار تبدیل شود. یعنی اگر معاملات و اطلاعات دسترسی به عنوان یک قیمت مرجع جا بیفتد، اگر این اتفاق برای چندین ملک در یک محله تکرار شود، قیمت‌سازی محلی شکل می‌گیرد و فروشنده جدید با مشاهد قیمت‌های بالای آگهی‌ها، قیمت ملک خود را افزایش می‌دهد و سپس آگهی‌های جدید، خود به مرجع آگهی‌های بعدی تبدیل می‌شوند. به این ترتیب، ممکن است بازاری شکل بگیرد که در آن قیمت‌ها از یکدیگر تأثیر می‌گیرند، بدون آنکه همین مسأله درباره «فایل‌سازی» نیز اهمیت پیدا می‌کند. فایل ملکی به خودی خود مشکلی ندارد و اساساً ابزار فعالیت حرفه‌ای مشاور املاک است. مشکل زمانی ایجاد می‌شود که فایل‌های غیرواقعی ملک‌هایی که با قیمت غیرقابل معامله عرضه شده‌اند یا آگهی‌هایی که صرفاً برای سنجش واکنش بازار منتشر می‌شوند، در تحلیل قیمت مورد استفاده قرار گیرند.

در این میان، پلنفرم‌های انتشار آگهی نیز به‌بخشی از معادله تبدیل شده‌اند. آگهی اینترنتی لزوماً قرارداد نیست و قیمت در ش‌ده در آن نمی‌تواند به‌تنهایی مبنای تعیین قیمت بازار قرار گیرد. با این حال، وقتی داده معاملات واقعی شفاف و در دسترس نباشد، آگهی‌ها ناخواسته نقش مرجع قیمتی پیدا می‌کنند. گزارش‌هایی درباره انتشار آگهی‌های غیرواقعی و قیمت‌سازی در بازار مسکن نیز منتشر شده و برخی فعالان صنفی نسبت به

این پدیده هشدار داده‌اند. در عین حال، تأکید آنها نیز بر این بوده که قیمت آگهی نمی‌تواند جایگزین قیمت معامله واقعی شود.

اهمیت کد رهگیری

انجاست که اهمیت سامانه‌های ثبت معاملات و کد رهگیری روشن می‌شود. از سال‌ها قبل، ثبت معاملات در سامانه اطلاعات املاک و مستغلات و اختصاص کد رهگیری با هدف ایجاد شفافیت و قابلیت استناد برای معاملات دنبال شده است. مقررات مربوط به این سامانه نیز مشاوران املاک را مکلف به ثبت معاملات و دریافت کد رهگیری کرده بود.

در سال‌های اخیر نیز سامانه «خودنویس» به عنوان یکی از ابزارهای ثبت معاملات توسعه پیدا کرده و طبق اعلام وزارت راه‌وشهرسازی، اطلاعات ثبت‌شده در آن در اختیار دستگاه‌هایی مانند سازمان امور مالیاتی، مرکز آمار و بانک مرکزی قرار می‌گیرد. اما صرف وجود سامانه، به معنای شفافیت کامل بازار نیست.

اگر معامله‌ای در سامانه ثبت نشود، اطلاعات آن ناقص باشد یا اگر داده‌های ثبت‌شده به شکل منظم، قابل فهم و با جزئیات کافی در اختیار مردم و پژوهشگران قرار نگیرد، همچنان فاصله میان «بازار واقعی» و «بازار دیده‌شده» باقی خواهد ماند. کارشناسان بازار مسکن معتقدند برای کنترل قیمت‌سازی‌ها در بخش مسکن باید معاملات واقعی، البته با رعایت حریم خصوصی، به داده‌ای قابل اتکا برای بازار تبدیل شود. یعنی اگر معاملات و اطلاعات دسترسی به عنوان یک قیمت مرجع جا بیفتد، اگر این اتفاق برای چندین ملک در یک محله تکرار شود، قیمت‌سازی محلی شکل می‌گیرد و فروشنده جدید با مشاهد قیمت‌های بالای آگهی‌ها، قیمت ملک خود را افزایش می‌دهد و سپس آگهی‌های جدید، خود به مرجع آگهی‌های بعدی تبدیل می‌شوند. به این ترتیب، ممکن است بازاری شکل بگیرد که در آن قیمت‌ها از یکدیگر تأثیر می‌گیرند، بدون آنکه همین مسأله درباره «فایل‌سازی» نیز اهمیت پیدا می‌کند. فایل ملکی به خودی خود مشکلی ندارد و اساساً ابزار فعالیت حرفه‌ای مشاور املاک است. مشکل زمانی ایجاد می‌شود که فایل‌های غیرواقعی ملک‌هایی که با قیمت غیرقابل معامله عرضه شده‌اند یا آگهی‌هایی که صرفاً برای سنجش واکنش بازار منتشر می‌شوند، در تحلیل قیمت مورد استفاده قرار گیرند.

در این میان، پلنفرم‌های انتشار آگهی نیز به‌بخشی از معادله تبدیل شده‌اند. آگهی اینترنتی لزوماً قرارداد نیست و قیمت در ش‌ده در آن نمی‌تواند به‌تنهایی مبنای تعیین قیمت بازار قرار گیرد. با این حال، وقتی داده معاملات واقعی شفاف و در دسترس نباشد، آگهی‌ها ناخواسته نقش مرجع قیمتی پیدا می‌کنند. گزارش‌هایی درباره انتشار آگهی‌های غیرواقعی و قیمت‌سازی در بازار مسکن نیز منتشر شده و برخی فعالان صنفی نسبت به

این پدیده هشدار داده‌اند. در عین حال، تأکید آنها نیز بر این بوده که قیمت آگهی نمی‌تواند جایگزین قیمت معامله واقعی شود.

این پدیده هشدار داده‌اند. در عین حال، تأکید آنها نیز بر این بوده که قیمت آگهی نمی‌تواند جایگزین قیمت معامله واقعی شود.

این کارشناس بازار مسکن ادامه می‌دهد: «با این حال، این پلنفرم‌ها هنوز همه وظایفی را که مشاوران املاک بر عهده دارند انجام نمی‌دهند. بخشی از فعالیت مشاور املاک، جست‌وجو و تطبیق عرضه و تقاضاست و بخش دیگر به فرآیند عقد قرارداد، کمک به چانه‌زنی، هماهنگی میان طرفین و انجام برخی امور مرتبط با معامله مربوط می‌شود. بنابراین، دست‌کم در شرایط فعلی، مشاور املاک همچنان بخشی از نقش خود را حفظ کرده؛ هرچند ممکن است در آینده با توسعه پلنفرم‌های دیجیتال، بخشی از این فعالیت‌ها به صورت مستقیم توسط خریدار و فروشنده انجام شود.»

نقش بازار محلی در تعیین قیمت

البته در بازار مسکن، شرایطی وجود دارد که می‌تواند زمینه سوء استفاده یا افزایش قدرت برخی واسطه‌ها را فراهم کند. یکی از مهم‌ترین این مسائل، محلی بودن شدید بازار مسکن است. بازار مسکن برخلاف بسیاری از بازارهای دیگر، یک بازار کاملاً یکپارچه نیست. حتی در یک شهر، قیمت و شرایط معاملات می‌تواند از یک محله به محله دیگر و حتی از یک کوچه به کوچه دیگر تفاوت داشته باشد.

مجرى طرح جامع مسکن با تأیید این ویژگی بازار مسکن می‌گوید: «یکپارچه نبودن بازار مسکن باعث می‌شود در

برخی مناطق، نوعی انحصار محلی شکل بگیرد. برای مثال، فردی را در نظر بگیریم که به هر دلیل اصرار دارد در یک شهرک مشخص، مانند شهرک اکباتان مسکن خریداری کند. اگر گزینه موردنظر او در همان منطقه پیدا نشود، ممکن است گزینه جایگزین مناسبی در فاصله نزدیک وجود نداشته باشد. در چنین شرایطی، قدرت انتخاب خریدار کاهش پیدا می‌کند و عملاً نوعی انحصار محلی شکل می‌گیرد.»

وی می‌افزاید: «در این وضعیت، هم فروشنندگان و هم مشاوران املاک فعال در آن محدوده می‌توانند از قدرت بیشتری برخوردار شوند. اگر هدف این باشد که از ایجاد چنین قدرت انحصاری جلوگیری شود، صرفاً افزایش نظارت و برخورد با بنگاه‌ها کافی نیست، بلکه باید به دنبال افزایش پیوستگی بازار و کاهش هزینه جست‌وجو و مبادله میان مناطق مختلف بود زیرا اگر فردی به هر دلیل مجبور باشد در یک منطقه خاص خانه بخرد، حتی در صورت محدود شدن فعالیت مشاوران املاک آن منطقه، هزینه جست‌وجوی او افزایش پیدا می‌کند و ممکن است همچنان حاضر باشد برای یافتن گزینه موردنظر خود از خدمات واسطه استفاده کند.»

رفتار متفاوت در دوران رونق و رکود

از سوی دیگر، رفتار مشاوران املاک در دوره‌های مختلف بازار نیز یکسان نیست. در دوره رونق، زمانی که حجم معاملات بالا می‌رود، ممکن است برخی مشاوران املاک انگیزه پیدا کنند که با تحریک بازار، افزایش تعداد معاملات یا حتی افزایش قیمت‌ها، درآمد خود را بیشتر کنند. طبیعی است که وقتی تعداد معاملات زیاد است، افزایش قیمت نیز می‌تواند درآمد مشاور را تحت تأثیر قرار دهد. اما در دوره رکود، شرایط متفاوت است. زمانی که حجم معاملات به‌شدت کاهش پیدا می‌کند، مشاور املاک برای ادامه فعالیت باید زمان و هزینه زیادی برای پیدا کردن یکدیگر، بررسی اجناس یا لوازم مصرفی مقایسه کرد. به اعتقاد مجری طرح جامع مسکن، مشاوران املاک در اینجا نقش یک فروشنده هزین‌ه‌ها را ایفا می‌کنند. اگر بنگاه‌های املاک وجود نداشته‌اند، پیدا کردن یک واحد مشخص را دارد یا پیدا کردن واحدی که با نیازهای خریدار مطابقت داشته باشد، دشوارتر می‌شود. البته امروز پلنفرم‌ها و اپلیکیشن‌های آنلاین بخشی از این وظیفه را بر عهده گرفته‌اند و با تسهیل فرآیند جست‌وجو و ایجاد امکان دسترسی مستقیم‌تر خریدار و فروشنده به یکدیگر، بخشی از هزینه مبادله را کاهش داده‌اند.

تعیین رتبه‌بندی با تکیه بر ارائه خدمات

یکی دیگر از مسائل مهم در تعیین قیمت در بازار مسکن، نحوه ارائه خدمات و دریافت حق الزحمه است. در حال حاضر



نمی‌توانند همه ابعاد قیمت مسکن را توضیح دهند.

از سوی دیگر، اگر قیمت معامله واقعی در سامانه ثبت شود، امکان ایجاد یک بانک اطلاعاتی از معاملات انجام‌شده فراهم می‌شود که در بلندمدت می‌تواند برای تحلیل بازار و تشخیص انحراف‌های قیمتی مفید باشد. اما این مسأله با جلوگیری مستقیم از قیمت‌سازی در مرحله عرضه متفاوت است. اگر فردی یک واحد را با قیمت غیرواقعی آگهی کند، صرف وجود سامانه ثبت معاملات لزوماً مانع از انتشار آن قیمت نخواهد شد.

بنابراین باید میان «قیمت پیشنهادی» و «قیمت معامله‌شده» تفاوت قائل شد. پلنفرم‌ها عمدتاً قیمت‌های پیشنهادی را نمایش می‌دهند، در حالی که سامانه‌های رسمی می‌توانند قیمت‌های معامله‌شده را ثبت کنند. اگر این دو داده در کنار یکدیگر قرار بگیرند، امکان شناسایی فاصله میان قیمت‌های پیشنهادی و قیمت‌های واقعی افزایش می‌یابد و شفافیت و تسهیل معامله اصلی در قیمت‌های واقعی می‌رسد وزارت راه

در این زمینه، به نظر می‌رسد وزارت راه و شهرسازی و سایر نهادهای مسئول باید نقش فعال‌تری در طراحی سازوکار نظارت، رتبه‌بندی، استانداردسازی خدمات و ایجاد زیرساخت‌های اطلاعاتی ایفا کنند. اگر خدمات مشاوران املاک دقیقاً تعریف شود، سطح خدمات قابل سنجش باشد، حق الزحمه متناسب با خدمات تعیین شود و داده‌های واقعی معاملات نیز در اختیار مشاوران و مشاوران املاک قرار گیرد، امکان نظارت مؤثرتر فراهم خواهد شد.

بنابراین مسأله را نباید به این شکل ساده کرد که «مشاوران املاک قیمت مسکن را تعیین می‌کنند». مشاوران املاک بخشی از ساختار بازار هستند و در شرایط خاص می‌توانند بر قیمت و روند معاملات اثر بگذارند، اما قدرت آنها نیز از ساختار خود بازار، محلی بودن معاملات، نبود اطلاعات شفاف و هزینه بالای جست‌وجو ناشی می‌شود.

اگر سیاست‌گذار صرفاً با خود بنگاه‌ها برخورد کند اما مشکلات ساختاری بازار، ضعف داده‌های معاملاتی، نبود شفافیت و انحصارهای محلی را حل نکند، احتمالاً بخش مهمی از مسأله همچنان باقی خواهد ماند. هدف نظارت باید این باشد که بازار مسکن از یک بازار مبتنی بر اطلاعات ناقص و قدرت چانه‌زنی نامتوازن، به بازاری شفاف‌تر تبدیل شود؛ بازاری که در آن خریدار و فروشنده بتوانند به اطلاعات واقعی معاملات دسترسی داشته باشند، مشاور املاک یک عدد میانگین برای یک محله یا حتی یک ساختمان، قیمت دقیق هر واحد را تعیین کرد. در نتیجه، داده‌های رسمی معاملات می‌توانند اطلاعات ارزشمندی درباره روند قیمت‌ها و معاملات واقعی در اختیار بازار قرار دهند، اما به تنهایی

تعریف روشنی از اینکه یک مشاور املاک دقیقاً چه خدماتی باید در قبال مبلغ دریافتی ارائه دهد، در تمام شرایط وجود ندارد. برای مثال، در دوره رونق ممکن است خریدار به یک بنگاه مراجعه کند و به دلیل حجم بالای مشتریان، حتی شماره تماس او نیز گرفته شود اما عملاً پیگیری جدی برای یافتن خانه موردنظر او انجام نشود. در نتیجه، بخش قابل توجهی از هزینه جست‌وجو همچنان بر عهده خود خریدار باقی می‌ماند. در مقابل، در دوره رکود که بنگاه‌ها مشتری کمتری دارند، ممکن است خود مشاوران با مشتری تماس بگیرند و خرید انجام معامله تلاش بیشتری کنند. این پرسش مطرح است که اگر بخشی از حق الزحمه مشاور املاک بابت کاهش هزینه جست‌وجو و مبادله دریافت می‌شود، چرا کیفیت و میزان این خدمت در شرایط مختلف بازار تا این اندازه متفاوت است؟

بنابراین، یکی از خلأهای مهم در این حوزه، تعریف دقیق خدمات مشاوران املاک و ارتباط میان سطح خدمات و حق الزحمه دریافتی است. باید مشخص شود مشاور املاک چه خدماتی ارائه می‌کند، در قبال هر خدمت چه میزان حق الزحمه دریافت می‌کند و آیا این خدمات در دوره‌های رونق و رکود باید استاندارد مشخصی داشته باشد یا خیر. مجری طرح جامع مسکن معتقد است: رتبه‌بندی مشاوران املاک بر اساس کیفیت خدمات می‌تواند یکی از راهکارهای قابل بررسی باشد. بنگاه‌ها می‌توانند بر اساس سطح خدمات، میزان رضایت مشتریان، تخصص، سابقه، نحوه تشکیل پرونده، پیگیری امور و کیفیت خدماتی که ارائه می‌کنند، رتبه‌بندی شوند و حتی نرخ خدمات آنها نیز متناسب با سطح خدمات متفاوت باشد.

اما نکته مهم این است که نظارت بر بازار نباید صرفاً به معنای تعیین نرخ یا افزایش جریمه برای تخلفات باشد. نظارت مؤثر باید ابتدا مشکلات واقعی بازار و نحوه عملکرد مشاوران املاک را شناسایی کند و سپس بر اساس آن، قواعد مشخص و قابل اجرا وضع کند. در همین چارچوب، راه‌اندازی سامانه ثبت معاملات، کد رهگیری و ایجاد پایگاه داده معاملات مسکن می‌تواند به افزایش شفافیت کمک کند، اما نباید انتظار داشت که صرف وجود یک سامانه، به طور خودکار مانع قیمت‌سازی شود.

جهت دهی به قیمت با داده‌های رسمی

مسأله اصلی این است که بازار مسکن، بازاری بسیار نامگن است. حتی دو واحد مسکونی در یک ساختمان ممکن است به دلیل عواملی مانند طبقه، نورگیری، جهت واحد، کیفیت بازسازی، پارکینگ، انباری، چشم‌انداز، وضعیت ساختمان و حتی ویژگی‌های محیط اطراف، قیمت‌های متفاوتی داشته باشند. بنابراین نمی‌توان صرفاً بر اساس یک عدد میانگین برای یک محله یا حتی یک ساختمان، قیمت دقیق هر واحد را تعیین کرد. در نتیجه، داده‌های رسمی معاملات می‌توانند اطلاعات ارزشمندی درباره روند قیمت‌ها و معاملات واقعی در اختیار بازار قرار دهند، اما به تنهایی