روزنامه صبح ایران
وطن امروز
VATANEMROOZ.IR

چهارشنبه ۸ آذر ۱۳۹۶ ■ ۱۰ ربیع‌الاول ۱۴۳۹ ■ ۲۹ نوامبر ۲۰۱۷ ■ سال دهم ■ شماره ۲۳۱۶ ■ ۱۶ صفحه ■ ۱۰۰۰ تومان

■ ۱۱۷۹ سال و ۲ روز گذشت

VATAN-E-EMROOZ ■ VoL.10 ■ No.2316 ■ Wed.Nov.29, 2017 ■ ISSN:2008-2886

فرمانده کل قوا در دیدار فرماندهان و مسؤولان نیروی دریایی ارتش:

حرکت پرشتاب را ادامه دهید

صفحه ۲

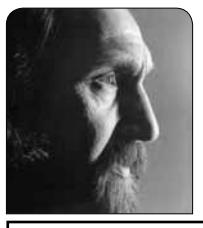
صبحگاه عهد سربازی در جمکران

صفحه ۲

گزارش «وطن‌امروز» درباره ساخت سریال سلمان فارسی به کارگردانی میرباقری

اما و اگرها از مسیر سلمان کنار رفت

صفحه ۱۳



گفت‌وگوی «وطن‌امروز» با سازندگان مستند تحسین‌شده «قائم‌مقام» درباره زندگی سیاسی مرحوم منتظری

مستند گفتیم

صفحه ۱۲

عکس: کامیار خطیبی، وطن‌امروز

تیترهای امروز

سخنگوی قوه‌قضائیه ماجرای ضبط جلسات مذاکره ایران و ۱+۵ توسط دری‌اصفهانی را تأیید کرد

جاسوسی با ساعت!

صفحه ۲

افزایش قیمت نان ابلاغ نشده اجرا شد

نان روی آتش!

صفحه ۳

حریری: آنچه در عربستان گذشت را پیش‌خود نگه می‌دارم

صفحه ۱۵

رأی کنفدراسیون فوتبال آسیا به نفع فوتبال ایران

تیر سعودی به سنگ خورد

صفحه ۱۴

جمعه روسیاه

■ زینب محبوبی ■

دیدگاه

چند سالی است با پدیده‌ای به نام «جمعه سیاه» در کشورمان مواجهیم که هر سال بیشتر از پارسال همه را به خنده وامی‌دارد. روزی که به لحاظ اقتصادی هیچ معنا و مفهومی در کشور ما ندارد و صرفاً به واسطه تقلیدات کورکورانه از غرب، چنین جایگاهی بین مردم و فروشندگان فرصت‌طلب پیدا کرده است.

جمعه سیاه در آمریکای شمالی، بعد از روز شکرگزاری و آخرین جمعه ماه نوامبر است و آغازی برای خریدهای کریسمس محسوب می‌شود. جمعه‌ها در آمریکا تعطیل نیست و آخرین روز کاری هفته به شمار می‌رود با این حال به دلیل حراج‌های فوق‌العاده، اغلب کارمندها این روز را در مرخصی به سر می‌برند تا بتوانند بهترین خرید سال خود را انجام دهند اما چرا در این روز فروشگاه‌ها اقدام به چنین حراج‌هایی می‌کنند که بیشتر شبیه خودزنی است؟ در سیستم اقتصادی آمریکا، در صورتی که اجناس فروشگاه بیش از یک سال در انبار بماند، دولت مالیات بسیار سنگینی از آن فروشگاه دریافت می‌کند لذا فروشگاه‌ها ترجیح می‌دهند حتی گاهی اجناس‌شان را زیر قیمت خرید، بفروشند تا کمتر ضرر کنند و این دلیل قانع‌کننده موجب می‌شود تخفیف‌های واقعی و وسوسه‌انگیزی به مشتریان ارائه دهند. بعضی از فروشگاه‌ها در این روز از ساعت ۴ صبح کار خود را شروع می‌کنند، چرا که از شب قبل عده‌ای در صف ورود به فروشگاه در خیابان خوابیده‌اند و در انتهای روز، با فروشگاهی خالی مواجهیم! و جالب‌تر اینکه آمریکایی‌های همیشه نایس و صبور، در این روز چهره‌های دیگری از خود نشان می‌دهند و اجناس مورد نظرشان را از دست هم می‌قاپند، چرا که چهره نایس آنها زمانی است که از فرصت‌های مساوی برخوردار باشند و در روز جمعه سیاه که زودتر برداشتن هر جنس، یک شانس فوق‌العاده محسوب می‌شود، از این ظواهر متمدنانه خبری نیست.

واضح است که این اتفاقات در تمام فروشگاه‌ها نمی‌افتد ولی این تصاویر حتی اگر محدود باشد، تأمل‌برانگیز است! در هر حال لااقل به نظر می‌رسد دلیل محکمه‌پسندی برای این رفتارشان دارند و این فرصت استثنایی خرید در طول یک سال است و از آنجا که خیلی از فریفتگان ینگه دنیا تمایل دارند بی‌خیال تقلید از کارهای سخت مردمان غرب مثل کتابخوانی و سختکوشی و سحرخیزی شوند و کارهای جالب‌شان را تکرار کنند، مدتی است جمعه سیاه هم در بساط فروشندگان و خریداران ایرانی مد شده است و چون دلیل اولیه فروشگاه‌های آمریکا برای حراج را ندارند، صرفاً به جهت فروش بیشتر و کسب سود، این نمایش را راه انداخته‌اند اما اگر خیال می‌کنید در این روز تخفیفی به جنس خریداری شده شما تعلق گرفته، متأسفانه باید بگویم احتمالاً در بخشی از خریدهای‌تان جنس مورد نظرتان را نه ارزان‌تر، بلکه گران‌تر از نرخ یک ماه پیش خریداری کرده‌اید! ممکن است وقتی در مقام مقایسه قرار می‌گیریم، با اجناسی که حقیقتاً با قیمتی کمتر از قبل فروخته می‌شوند مواجه شویم اما همان درصدی از کالا که به قیمت همیشگی یا حتی بالاتر فروخته می‌شود، موجب بی‌اعتمادی شدید مردم و زیر سوال رفتن اعتبار آن فروشگاه است! این تبلیغات گسترده برای «خرید» چیزی جز ایجاد نیازهای کاذب نخواهد بود؛ داد و قال اینکه جنسی را که نیاز ندارید بخرید که اگر نخرید در روز نیازتان باید ۳-۲ برابر پول بدهید! و همیشه این ترغیب به خرید، کالاهای غیرضروری را وارد سبد خرید مشتری می‌کند و دریغا که این سروصدا و هیاهوها، جمعه سیاهی برای خریدار است و جمعه طلایی برای فروشنده! و نهایت امر، حرکتی است در جهت پروار کردن نظام سرمایه‌داری و بازار اما نه بازار ایران که هر چه ولع خرید و مصرف بیشتر می‌شود، به همین میزان علاقه‌مندی مصرف‌کنندگان به خرید اجناس خارجی و لوکس و دکوری سیر صعودی دارد و باز هم در این آشفته بازار، سر تولیدکننده داخلی بی‌کلاه می‌ماند!

بررسی مختصری در سایت‌هایی که یکی ـ دو سال است تبلیغات گسترده‌ای برای فروش جمعه سیاه انجام داده‌اند، نشان می‌دهد اولاً بسترسازی مناسبی برای این همه تبلیغات ندارند، چرا که همه را دعوت می‌کنند تا از اولین ساعات جمعه یادشده(!) پای سیستم بنشینند و کالای مورد نیازشان را جست‌وجو کنند و از طرفی «هاست»شان پاسخگوی این حجم مراجعه‌کننده نیست و اغلب کاربران عصبی و کلافه می‌شوند و هنگام پرداخت، می‌بینند در سبد خریدشان همه چیز یافت می‌شود جز آنچه به خاطرش وارد سایت شده‌اند! چرا که در زمان‌های انتظار طولانی، با پیشنهادهای وسوسه‌انگیز دیگری برای خرید مواجه می‌شوند و عنان از کف داده و ناچار در این مسابقه مصرف‌گرایی گرفتار می‌شوند و ثانیاً این سایت‌ها در یک هفته منتهی به «بلک فرایدی»، قیمت برخی اجناس را بالا برده‌اند و در روز جمعه، تخفیفی به آن می‌زنند که اغلب باز هم قیمت، بیشتر از یک ماه پیش است! و اصولاً در تمام فروشگاه‌های مجازی و حقیقی ایرانی نظارتی به ادعای حراج وجود ندارد و بارها شاهد بوده‌ایم فروشگاهی که برچسب‌های بزرگ و رنگی حراج ۷۰ درصد و ۹۰ درصد روی شیشه زده، قیمت‌ها را ۱۲۰ درصد بالا کشیده و روی آن تخفیف داده! و این ضعف بزرگ نهادهای نظارتی و کنترل بازار است که چه در مرحله قیمت‌گذاری و چه در مرحله حراج یا حتی در تایید اصالت کالا و کانال ورودی آن که قانونی است یا غیرقانونی، نظارتی بر عملکرد فروشنده‌ها و واردکننده‌ها وجود ندارد و اینگونه تخلفات فقط زمانی قابل رسیدگی است که مشتری، خریدی انجام داده و احساس کند کلاه گشادی بر سرش رفته و شخصاً به بخش حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان شکایت کند. پروسه‌ای که کمتر کسی وقت و انرژی خود را برای به نتیجه رسیدنش می‌گذارد.

شاید خرید کردن از فروشگاه‌های حقیقی، به خاطر فاصله مکانی بین فروشگاه‌های مختلف کمتر این امکان را برای مشتری فراهم کند که قیمت‌ها را مقایسه کند اما عجیب است چرا در فروشگاه‌های مجازی که براحتی می‌توان از قیمت‌های قبل همان فروشگاه و قیمت فروشگاه‌های دیگر مطلع شد، صاحبان این سایت‌ها، اعتبار خود را زیر سوال می‌برند و اینطور با قیمت‌ها بازی می‌کنند.

و جالب‌تر شور و اشتیاق مردم نسبت به خرید کردن است که در بعضی اقشار، زمان و مکان خاصی ندارد و دائم‌الخرید محسوب می‌شوند، همانقدر که برای عید نوروز سنگ تمام می‌گذارند و سراپای خودشان و متعلقان‌شان را نو می‌کنند، برای کریسمس هم همین بساط است و اصولاً گوی مصرف‌گرایی را از همه جهانیان ربوده‌ایم.

در شرایط رکود طولانی‌مدت اقتصاد، چه ضربه‌ای مهلک‌تر از ترغیب مردم به مصرف، آن هم مصرف کالاهای خارجی! درست است مردم در انتخاب اجناس برای خرید، مختارند و با توجه به بالاتر بودن قیمت برخی تولیدات ایرانی و محدود بودن درآمد خانواده‌ها، حق دارند به جیب‌شان نگاه و خرید کنند اما آیا به آینده فرزندان‌شان هم نگاه می‌کنند؟ آیا دولت به عنوان تنظیم‌کننده بازار و مدیریت کلان اقتصادی کشور به این مساله نظر دارد؟ با تعطیل شدن کارخانه‌ها و تولیدی‌ها، فرصت‌های اشتغال فرزندان‌مان کمتر و کمتر می‌شود و در نهایت همه مجبورند بروند دانشگاه، دکترای اژدهاکشی بگیرند تا دانشگاه دیگری تأسیس کنند و اژدهاکشی تدریس کنند! و دریغا که سال‌هاست در این کشور و کشورهای همسایه، دیگر اژدهایی نیست!

مسابقه مصرف

■ امیر استکی ■

نگاه

«تحریک مصرف» به عنوان اصلی‌ترین عامل «افزایش تقاضا» همواره برای «رونق اقتصادی» و «افزایش رشد اقتصادی» در اقتصادهای سرمایه‌داری مطرح بوده است. در سیستم به هم پیوسته تجارت جهانی افزایش مصرف در هر یک از واحدهای این سیستم منافعی را برای همه واحدها به دنبال خواهد داشت. درست است که در این سیستم هر واحد همه آنچه مصرف می‌کند را تولید نمی‌کند اما در شرایطی که این واحدها در یک سیستم جهانی تجارت آزاد به هم پیوسته شده‌اند، اگر در هیچ واحدی محدودیتی برای افزایش مصرف به‌وجود نیاید، در نهایت همه این واحدها به علت وابستگی‌های متقابل‌شان از بالا رفتن مصرف بشدت استقبال خواهند کرد اما در عالم واقع همه واحدها از این افزایش مصرف «سود» نمی‌برند.

نکته اساسی اینجاست که مزیت‌های نسبی واحدهای مختلف با هم متفاوت است و تنها در صورتی یک واحد از افزایش مصرف در خود و دیگر واحدها سود می‌برد که مزیت‌های نسبی‌اش کمترین وابستگی را به مواد خام و منابع طبیعی‌اش داشته باشد. به عبارت دیگر ارزش افزوده‌ای که در تولید کالا و خدمات و مخصوصا در تولیدات با تکنولوژی بالا وجود دارد در محصولات کشاورزی و منابع زیرزمینی که به شکل خام فروخته می‌شوند وجود ندارد. با این اوصاف هر چه یک اقتصاد توسعه‌یافته‌تر باشد، از جریان افزایش مصرف جهانی سود بیشتری می‌برد و می‌تواند بدون هیچ محدودیت بزرگی این جریان را در درون خود آزاد بگذارد. اما در اقتصادهای وابسته به منابع طبیعی، افزایش مصرف اگرچه ممکن است ولی در تحلیل نهایی نوعی غارت خودخواسته منابع تجدیدناپذیر و سرمایه‌های آن اقتصاد است. تولید کالا و خدمات در یک اقتصاد توسعه‌یافته به شکل موثری تجدیدپذیر است ولی تولید نفت، سنگ آهن، مس و... در یک اقتصاد توسعه‌نیافته محدودیت‌های اساسی دارد. با این اوصاف بیشترین سود از مسابقه مصرفی که هم‌اکنون در جهان برپاست به جیب کشورهای توسعه‌یافته می‌رود و کشورهایی مانند ایران که عمده منابع ارزی آنها وابسته به نفت و مشتقات آن است در تحلیل نهایی بازندگانی بزرگ خواهند بود. افزایش مصرف در کشوری مانند ایران باید گام به گام با توسعه اقتصادی غیروابسته به نفت افزایش یابد تا هم در ابتدا محرکی برای تولیدات داخلی و هم در وهله دوم عاملی برای تسهیل پیوستن به جریان آزاد تجارت جهانی باشد.

اما در شرایطی که خبری از توسعه اقتصادی و افزایش رشد اقتصادی غیر وابسته به نفت در ایران نیست، افزایش مصرف کالاهای وارداتی در اصل غارت منابع کشور و زدن جیب آیندگان است. اقشاری که بیشترین مصارف کالاهای وارداتی را دارند در اصل در حال بلعیدن منابع ملی هستند. از آنجا که قیمت ارز بنا بر دلایل سیاسی توسط دولت بشدت کنترل می‌شود و بنا به اذعان کارشناسان اقتصادی از وضعیت متعادل خود فاصله زیادی دارد، لذا افزایش مصرف کالای وارداتی ضربه بزرگی به منافع آحاد ملت می‌زند، چرا که دولت با دسترسی به منابع ارزی ناشی از فروش دارایی‌های سرمایه‌ای - نفت و مشتقاتش و منابع دیگر طبیعی- قادر به پایین نگه داشتن و کنترل نرخ ارز شده است و مابه‌التفاوت نرخ کنونی با نرخ تعادلی دلار در اصل از منابع عمومی پرداخت می‌شود. وضعیتی که از هزینه‌کرد سرمایه‌های همه مردم ایجاد می‌شود ولی برندگان اصلی آن اقشاری هستند که با دسترسی به درآمدهای ریالی بالاتر امکان بیشتری برای مصرف کالاهای وارداتی دارند. هزینه رفاه طبقات متوسط به بالای جامعه در شرایط کنونی از جیب همه مردم ایران پرداخت می‌شود. نکته جالبی که درباره کشور ما وجود دارد این است که نزدیک به ۹۰ درصد کالاهای مصرفی مورد نیاز مردم در داخل کشور تولید می‌شود و همین باعث شده است در هر سطحی از قیمت نفت دولت‌ها بتوانند قیمت دلار را به نحوی موثر مدیریت کنند، چرا که نیازهای عمده ارزی کشور از واردات حجم بالای کالای مصرفی رها و بیشتر درگیر مصارف مربوط به واردات مواد اولیه، ماشین‌آلات و کالاهای سرمایه‌ای است اما در دولت‌های جناب روحانی با توجه به سیاست‌های انقباض مالی که تورم را هدف گرفته‌اند، رکود سنگینی بر بخش‌های مختلف اقتصاد کشور سایه انداخته است که با تعطیلی بنگاه‌های کوچک و بزرگ اقتصادی در عرصه تولید، ذره ذره توانمندی‌های تولیدی داخل را نابود می‌کند. برخلاف ادعاهای نزدیکان دولت تدبیر و امید، این تلاش‌های آنها - خاصه در انعقاد برجام - نبود که از ابتلای ایران به سرنوشت ونزوئلا جلوگیری کرد، بلکه این توانمندی‌های تولید داخلی بود که توانست تا حدود بسیار بالایی ضربه شوک ارزی را بگیرد. اما در این چند سال این توانمندی‌ها در رکود سنگین در حال مضمحل شدن است و وابستگی بیشتر به واردات کالاهای مصرفی به معنای آسیب‌پذیری بیشتر در هنگام کمیابی منابع ارزی و ارزان‌شدن نفت یا بازگشت محتمل تحریم‌های اقتصادی خواهد بود.

در این شرایط که اولا در سایه رکود، توانمندی‌های داخلی در تولید کالاهای مصرفی در حال نابودی است و ثانیا از طریق منابع ارزی عمومی قیمت دلار کماکان از وضعیت تعادلی‌اش بسیار پایین‌تر نگه داشته می‌شود، دمیدن در تنور افزایش تقاضا برای کالاهای مصرفی وارداتی خیانتی بس بزرگ است. خیانتی که برندگان اصلی آن دلالان وارداتچی و اقشار متوسط به بالا - که طبعا درصد کمی از مردم را تشکیل می‌دهند - و دولت تدبیر و امید که جایگاه سیاسی اصلی‌اش در میان این اقشار است، خواهند بود و بازندگان بزرگ این غارت کلان، عمده اقشار ملت و نسل‌های آینده خواهند بود. حراج منابع طبیعی و تجدیدناپذیر برای رونق خرید و فروش کالاهای لوکس و وارداتی و حراج‌های تقلبی اینترنتی و تسهیل مسافرت‌های خارجی به مقاصد کشورهای حاشیه خلیج‌فارس، ترکیه، تایلند، مالزی و... که حجم بسیار بالاتری از سفرهای خارجی همه‌شمول - عمدتا زیارتی - را در بر می‌گیرند، همه و همه به واسطه حراج منابع نفتی و کنترل ارزش ریال برابر دلار است که ممکن شده است. در این میانه دولت اصلی‌ترین بازیگری است که می‌تواند شرایط تراز ارزی کشور را مدیریت کرده و روند خروج بیهوده ارز را کنترل و از تسهیل واردات کالاهای مصرفی جلوگیری کند. اما دولت کنونی به واسطه تمایلات و Mind Set نخبگان محوری‌اش، خود در این مسابقه مصرف و تمتع بیشترین منافع را دارد. دولت تدبیر و امید، دولت همراه و همیار اقشار مرفه جامعه است و حتی اگر به اسم کمک به اقشار ضعیف جامعه اقدامی می‌کند در اصل به گونه‌ای پیش می‌رود که منافع عمده آن را اقشار داراتر ببرند. دولتی که هیچ نظارتی بر رقابت فروشگاه‌های اینترنتی در حراج‌های غیرواقعی‌شان ندارد، حراج‌هایی که بیش از ۹۰ درصد کالاهای پیشنهادی‌اش وارداتی است و همه آن بلاهای فوق‌الذکر را یکجا بر سر مردم جامعه ما هوار می‌کند! هم خروج ارز، هم بیکاری، هم عمیق‌تر کردن رکود و هم افزایش ولع برای خرید کالاهایی که بعضا هیچ نیازی بدان‌ها نداریم! یا مانند طرح تحول سلامت که تا قبل از به شکست انجامیدنش با هزینه بسیار بالا، ارزان شدن درمان را نه از راه تغییر دادن ساختارهای پولی درمان کشور، بلکه از راه تامین مالی تفاوت تعرفه‌های نجومی درمان خاصه در زمینه دستمزدهای درمانی، به جریان انداخت و در نهایت پس از عدم تامین منابع لازم برای این طرح، ساختارهای قبلی با تعرفه‌های بسیار بالای‌شان برای اقشار ضعیف یک یادگار ماند.

ادامه در صفحه ۱۶