



امام رضا سلام الله و صلواته عليه:

ان بسم الله الرحمن الرحيم اقرب الى اسم الله الاعظم من سواد العين الى بياضها

بسم الله الرحمن الرحيم، به اسم اعظم خداوند

نزدیکتر از سیاهی چشم به سفیدی اش است. عیون اخبار الرضا ج ۱





## تحلیل تورم و گرانی

### معرفی محصول پژوهشی:

این جلسه با حضور دکتر توکلی، ریاست محترم مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، در تاریخ ششم بهمن‌ماه سال ۱۳۸۵ در دفتر کار ایشان برگزار شد. در این جلسه محورهای ذیل مورد بحث قرار گرفت:

۱. بررسی راهکارهای دولت‌های بعد از انقلاب در برخورد با موضوع گرانی در سه سطح کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت از منظر فرهنگ آکادمیک
۲. بررسی تاثیر گستاخی انقلابی در نظام اقتصاد جمهوری اسلامی ایران از دیدگاه مرحوم علامه حضرت آیت الله حسینی الهاشمی (ره)
۳. ضرورت ایجاد بستر تحقیقات میدانی برای تئوری و نظریه حضرت آیت الله حسینی الهاشمی (ره) و بررسی نظری آن از منظر چالش ادبیات توسعه و ادبیات انقلاب

## حسینیه اندیشه

محتوا

محصول اول

---

سرپرست پژوهش: حجت الاسلام والمسلمین مسعود صدوق  
معاونت تدوین: مسئول معاونت: حجت الاسلام حیدری  
فهرست و ویراست از: حجج اسلام موسوی موشح، زیبایی نژاد، کشوری و روح الله صدوق  
حروفچینی و صفحه‌آرایی: نشر سمیم  
نگارش: اول  
تاریخ نشر: ۱۳۸۶/۳/۵

---

حسینیه اندیشه

## فهرست

۱. بررسی راهکارهای دولت‌های بعد از انقلاب در برخورد با موضوع گرانی در سه سطح کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت از منزلت فرهنگ آکادمیک..... ۴
- ۱/۱. بررسی راه‌کارهای مطرح در دنیا برای کنترل تورم از منزلت فرهنگ آکادمیک..... ۴
۲. بررسی تاثیر گستاخی انقلابی در نظام اقتصاد جمهوری اسلامی ایران از دیدگاه مرحوم علامه حضرت آیت الله حسینی الهاشمی (ره)..... ۴
- ۲/۱. متغیر اصلی بودن بازار سرمایه در چهار بازار در نظام سرمایه‌داری..... ۵
- ۲/۲. طرح شعار عدالت در مصرف بمعنای مصرف مساوی برای همه در انقلاب اسلامی ایران، علت بالا رفتن قیمت‌ها توسط خویش فرماها برای ایجاد توازن در تقاضای مؤثر اجتماعی..... ۵
- ۲/۳. تاثیر پذیری نرخ دستمزد در بخش تولید از افزایش دستمزد در بخش توزیع، علت افزایش قیمت تمام‌شده کالاها..... ۵
- ۲/۴. انعکاس افزایش دستمزد کار در بخش خصوصی در افزایش حقوق کارمندان در بخش دولتی..... ۵
- ۲/۴/۱. پیشنهاد خودگردانی وزارتخانهها، راهحل دولت سازندگی برای جبران افزایش هزینهها در زندگی کارمندان..... ۵
- ۲/۵. بررسی تاریخی تغییر در الگوی مصرف جامعه ایران (قبل و بعد از انقلاب)..... ۶
- ۲/۵/۱. اولین حرکت به سوی تغییر الگوی مصرف در دوران شاه به دنبال بالا رفتن نرخ نفت..... ۶
- ۲/۵/۲. تغییر تعریف فقر در دولت مهندس موسوی، دومین نقطه عطف تغییر الگوی مصرف در جامعه ایران (تعمیم الگوی مصرف به شیوه کارشناسانه شرقی)..... ۶
- ۲/۵/۳. تعمیم الگوی مصرف در جامعه ایران در «دولت سازندگی» و «دولت توسعه سیاسی» به شیوه کارشناسانه نظام سرمایه‌داری... ۶
- ۲/۶. تعیین نرخ ارز از عوارض افزایش قیمت‌ها در بخش توزیع..... ۶
- ۲/۷. چالش همیشگی بازار کار و بازار سرمایه در جامعه ایران به علت جریان گستاخی انقلابی در مصرف..... ۷
- ۲/۸. مردم‌شناسی الهی کسبه خرد در جذب مشتری، علت شکست طرح فروشگاههای زنجیره‌ای..... ۷
- ۲/۸/۱. موفقیت اندک فروشگاههای زنجیره‌ای در کلان شهرها به علت پایین بودن وابستگی‌های اخلاقی در کلانشهرها..... ۷
۳. ضرورت ایجاد بستر تحقیقات میدانی برای تئوری و نظریه حضرت آیت الله حسینی الهاشمی (ره) و بررسی نظری آن از منزلت چالش ادبیات توسعه و ادبیات انقلاب..... ۸



## ۱. بررسی راه‌کارهای دولت‌های بعد از انقلاب در برخورد با موضوع گرانی در سه سطح کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت از منزلت فرهنگ آکادمیک

در این بیست و چند سال بعد از گذشت انقلاب اسلامی ایران، گرانی و تورم هر ساله بصورت غیر قاعده‌مند بالا رفته است. راه‌حل کوتاه‌مدت از طرف دولت دفاع مقدس با رویکرد ذیل بوده است.

با همکاری اتحادیه‌ها برای کالاها نرخ‌گذاری انجام می‌گرفت و با تشکیل سازمان تعزیرات، به کنترل نرخ‌ها پرداخته و با افراد متخلف برخورد می‌شد.

بعد از تغییر کارشناسی اداره کشور از شرقی به غربی در دولت سازندگی و ایجاد بازار آزاد، نسبت به موضوع گرانی و تورم از سیاست واردات کالا برای تعدیل بازار استفاده می‌شد. البته اگر مسئله عمیق‌تر مطالعه می‌شد، با وضع قوانین جدید به تغییر در تخصیص‌ها و یا استفاده از پول نفت، به راه‌حل‌های میان‌مدت تمسک جسته می‌شد، اما در راه‌کارهای درازمدت، از قرار دادن موضوع در تدوین برنامه‌های توسعه و جهت‌دهی به نقدینگی و جریان اعتبارات مالی در کشور استفاده می‌شد.

### ۱/۱. بررسی راه‌کارهای مطرح در دنیا برای کنترل تورم از منزلت فرهنگ آکادمیک

با پدیده تورم و رشد نرخ کالاها در دنیا به صورت قانون‌مند و قاعده‌مند برخورد می‌شود. یعنی با مطالعه فرآیند تولید با رشد تکنیک و کیفیت بازاریابی که در آن، بررسی ده‌ها متغیر دیگر اقتصادی برای ایجاد امنیت و تعادل در بازار «جهانی، بین‌المللی و ملی» مطالعه می‌شود، قیمت‌ها را ساماندهی می‌نماید.

در این دیدگاه، برای ثبات قیمت‌ها در سطح ملی سعی می‌شود الگوی «تولید، توزیع و مصرف» بر مبنای سرمایه‌داری در یک نظام مالی اداری-تجاری هماهنگ شود. از طرف دیگر مباحث کلانی همچون لزوم تحوّل در فرهنگ، به معنای «ایجاد فرهنگ تولید»، «چگونگی واردات و صادرات کالا» و «تکنیک و دانش»، مورد توجه قرار می‌گیرد که این موضوع در آراء اقتصاددانانی مانند دکتر حسین عظیمی و دکتر مسعود نیلی به روشنی مشاهده می‌شود.

## ۲. بررسی تاثیر گستاخی انقلابی در نظام اقتصاد جمهوری اسلامی ایران از دیدگاه مرحوم علامه حضرت آیت الله حسینی الهاشمی (ره)

اما تحلیل مرحوم حضرت آیت الله علامه حسینی الهاشمی (ره) در موضوع تورم و گرانی با رویکرد به حادثه‌ی انقلاب اسلامی در کشور تولید و تدوین شده است. در این نگاه، گذشته از ناهنجاری سیاسی (درگیری بین قومیت و جمهوریت) و ناهنجاری فرهنگی (درگیری منطق حجیت‌گرا با منطق حس‌گرا) ناهنجاری اقتصادی را به درگیری بین متغیر «سرمایه» و متغیر «کار» در نظام اقتصادی نظام جمهوری اسلامی تعریف شده است که در ادامه به بررسی این مطلب پرداخته خواهد شد.

## ۲/۱. متغیر اصلی بودن بازار سرمایه در چهار بازار در نظام سرمایه‌داری

در اقتصاد کلان در بین چهار بازار «سرمایه»، «کار»، «ابزار» و «کالا»، متغیر اصلی بازار «سرمایه» است؛ یعنی متغیر سرمایه، مشخص کننده میزان نرخ کار، تکنولوژی و ابزار می‌باشد. البته بررسی کیفیت تبدیل اقتصاد خرد به اقتصاد کلان چهار بازار، نیاز به بحث مستقلی دارد که در این مقاله نیازی به پرداختن به آن نیست.

## ۲/۲. طرح شعار عدالت در مصرف بمعنای مصرف مساوی برای همه در انقلاب اسلامی ایران، علت بالا رفتن قیمت‌ها توسط خویش فرماها برای ایجاد توازن در تقاضای مؤثر اجتماعی

در واقع این تحلیل از گرانی و تورم، از موضع بررسی توازن بین الگوی «تولید، توزیع، مصرف» در اقتصاد کلان است. با به وجود آمدن انقلاب و گستاخی انقلابی در مردم، یک شعار مطرح شده و آن این است، که حق مصرف برای آحاد مردم از صدر تا ذیل نظام، باید مساوی باشد و حتی براساس مبانی دینی، رهبر و بزرگان نظام باید حق مصرف کمتری داشته باشند. انعکاس این شعار انقلابی در عرصه نظام اقتصادی، در رفتار اقتصادی خرده فروشان کنار خیابان قابل مشاهده است. یعنی کسبه خرده‌پا خویش فرما بوده و تحت پوشش هیچ اتحادیه یا نظم فروشگاه‌های زنجیره‌ای سامان نمی‌یابند - که در دولت سازندگی برای این برنامه‌ریزی شد، اما تحقق نیافت - و با کوچکترین تغییر و تحول در رفتارهای اقتصادی نظام، در هر زمان برای رسیدن به تقاضاهای خود همگی با هم، قیمت دستمزدها را افزایش می‌دهند. البته این امر به دلیل روحیه‌ای است که انقلاب در آنها ایجاد کرده، نه اینکه با هماهنگی‌های حزبی یا اتحادیه‌های صنفی چنین رفتاری از آنها صادر شود.

## ۲/۳. تاثیرپذیری نرخ دستمزد در بخش تولید از افزایش دستمزد در بخش توزیع، علت افزایش قیمت تمام‌شده کالاها

بالا بودن نرخ دستمزدها در بخش توزیع، نرخ دستمزد در بخش تولید را تحت تاثیر قرار می‌دهد. حال آنکه به صورت طبیعی، نرخ دستمزد در بخش تولید قاعده‌مند است، یعنی در اداره یک کارخانه، مسئله چهار متغیر در بازار توسط مدیریت واحدهای کارخانه‌ای مورد بررسی و ساماندهی قرار می‌گیرد که چگونه سرمایه‌گذاری انجام شود و هزینه‌های «مدیریت، کارگر، مواد اولیه، انبارداری، تحول در تکنولوژی و...» به چه میزان باشد تا نرخ سود سرمایه تضمین شود. اما از سوی دیگر، هنگامی که در بخش توزیع (تاکسی‌ها، مکانیک‌ها و مغازه‌های خرده‌پا...) نرخ دستمزد بالا می‌رود، دستمزدها در بخش تولید نیز افزایش می‌یابد. یعنی یک مدیر نمی‌تواند بدون افزایش دستمزد، نیروی کار خود را نگهداری کند. زیرا در صورت عدم افزایش دستمزد در کارخانه، آنها به سمت دستمزدهای بالاتر در بخش توزیع جذب خواهند شد. پس مدیر برای حفظ و حیات کارخانه، در مقابل این پدیده اجتماعی منفعل می‌گردد و مزد کارگران را افزایش می‌دهند و به صورت طبیعی قیمت کالا خود به خود افزایش می‌یابد.

## ۲/۴. انعکاس افزایش دستمزد کار در بخش خصوصی در افزایش حقوق کارمندان در بخش دولتی

اثر بعدی این روند، در حقوق کارمندان و خدمات دولتی منعکس می‌شود، زیرا بخش دولتی نیز وابسته به رفتار نظام اقتصادی است و از آن، بریده نیست.

## ۲/۴/۱. پیشنهاد خودگردانی وزارتخانه‌ها، راه‌حل دولت سازندگی برای جبران افزایش هزینه‌ها در زندگی کارمندان

اقدام دولت سازندگی برای خودگردانی وزارتخانه‌ها یک اقدام انفعالی دیگر در مقابل این پدیده اقتصادی بود. دولت برای جبران هزینه‌های زندگی کارمندان ناچار شد اقدام به خودگردانی وزارتخانه‌ها برای کنترل نرخ دستمزد و حقوق کارمندان کند. بنابراین با این روند و فرآیند انفعالی انتظارات مردم بالا می‌رود و مصرف تعمیم می‌یابد.



## ۲/۵. بررسی تاریخی تغییر در الگوی مصرف جامعه ایران (قبل و بعد از انقلاب)

### ۲/۵/۱. اولین حرکت به سوی تغییر الگوی مصرف در دوران شاه به دنبال بالا رفتن نرخ نفت

اولین حرکت اقتصادی به سوی «تغییر الگوی مصرف» به «مصرف انبوه»، در دوره شاه اتفاق افتاد. در آن زمان، «توزیع» را در بخش اقتصادی، قطب توسعه نظام قرار دادند؛ یعنی بعد از آنکه قیمت نفت در آن زمان بالا رفت، به جای سرمایه‌گذاری آن در بخش تولید و زیرساخت‌های توسعه جامعه، پول نفت به سیستم اداری تزریق می‌شد و از سوی دیگر با وارد کردن کالاهای غربی به کشور الگو و سطح مصرف در جامعه بالا رفت.

### ۲/۵/۲. تغییر تعریف فقر در دولت مهندس موسوی، دومین نقطه عطف تغییر الگوی مصرف در جامعه ایران (تعمیم الگوی مصرف به شیوه کارشناسانه شرقی)

دومین گام در راستای این حرکت در دولت مهندس میرحسین موسوی در بعد از انقلاب شکل گرفت بدین معنا که در الگوی مصرف نظام اقتصادی جامعه تعریف فقر تغییر کرد؛ یعنی در دولت دفاع مقدس، همراه با دفترچه‌های ازدواج، وسایلی مانند یخچال، تلویزیون، پنکه و اموری از این دست را با قیمت دولتی در اختیار مردم قرار دادند. هماهنگ با این روند، از آنجا که دولت، دولت مستضعفین و محرومین بود، زیر ساخت‌های جامعه با کارشناسی شرقی گسترش پیدا کرد، یعنی جاده، برق و امکانات دیگر به وسیله نهاد جهاد سازندگی در اختیار بسیاری از نقاط محروم کشور قرار گرفت. یعنی بر اساس منطق انقلاب از یک طرف سوبسیدهای مستقیم به مردم پرداخت می‌شد و از سوی دیگر در الگوی توسعه با رویکرد عدالت اسلامی به بازسازی کشور انقلابی جنگ زده و ضد انقلاب زده می‌پرداختند.

### ۲/۵/۳. تعمیم الگوی مصرف در جامعه ایران در «دولت سازندگی» و «دولت توسعه سیاسی» به شیوه کارشناسانه نظام سرمایه‌داری

در دوره دولت سازندگی، این روند با کارشناسی غربی در شرایط صلح ادامه یافت و الگوی مصرف از «کالاهای اساسی» به «آموزش و پرورش» در ایجاد «مدارس غیرانتفاعی»، در «آموزش عالی» به ایجاد «دانشگاه آزاد» و در «امر مهندسی» به «توسعه زیباسازی شهرها» تعمیم داده شد. در دولت توسعه سیاسی تغییر در الگوی مصرف از امور زیر بنایی به «سیاست» و عرصه هنر و فرهنگ تعمیم داده شد، یعنی سوبسیدهای کلان، پشتوانه اموری مانند ایجاد جامعه مدنی، بالا رفتن تیراژ روزنامه‌ها، کتاب‌ها رسانه و اطلاع‌رسانی قرار گرفت.

در دولت عدالت نیز، تغییر در الگوی مصرف از کلان شهرها به سمت شهرهای کوچک و روستاها با سیاست تعمیم آبادانی در همه‌ی نقاط ایران کشیده شده است. در واقع بعد از انقلاب سیاست‌گذاری‌های تمامی دولت‌ها در رهبران نظام در آبادانی نظام با رویکرد مردمی - مستضعف‌گرائی - مناطق محروم، انتظارات مردم را در سه حوزه «سیاست، فرهنگ، اقتصاد» بالا برده است و توازن را در مکانیزم عرضه و تقاضا و تعیین قیمت کالاها بر مبنای الگوی اقتصاد سرمایه‌داری به هم زده است.

### ۲/۶. تعیین نرخ ارز از عوارض افزایش قیمت‌ها در بخش توزیع

برای کنترل افزایش دستمزدها در بخش تولید، دولت‌ها ناچارند نرخ ارز و صادرات و واردات را دست‌کاری کنند. به این معنا که هر چه در درون تولید می‌شود، تقاضا برای آن وجود دارد و هر چه در بیرون تولید می‌شود، به قیمت ارزانی تمام می‌شود. در این صورت و در موازنه، همیشه وزن پول داخلی نسبت به پولهای خارجی پائین می‌آید. در واقع هر چیزی که تولید شود، (کالا، علم و...) در درون همیشه گران است، چون همه می‌خواهند در افقی یکسان مصرف کنند. یعنی مدیران، متخصصان، کارگران فنی و کارگران همگی با هم دستمزدهای خود را بالا می‌برند.

بر این اساس هر چه در داخل تولید شود نسبت به آن تقاضا وجود دارد و هرچه در خارج از مرزها نیز تولید و وارد شود نسبت به آن نیز تقاضا هست. از این رو، توازن قیمت پول داخلی با بقیه‌ی ارزها به هم خورده و دولت ناچار می‌شود نسبت به قیمت ارز دخالت کند. زیرا وزن پول داخلی نسبت به ارزهای خارجی پائین می‌آید. از طرف دیگر با جریان گستاخی انقلابی در جریان مصرف، آحاد مردم دستمزدهای خود را بالا می‌برند و از قوانین و مکانیزم‌های موجود تبعیت نمی‌کنند.

#### ۲/۷. چالش همیشگی بازار کار و بازار سرمایه در جامعه‌ی ایران به علت جریان گستاخی انقلابی در مصرف

پس در وحدت کل جامعه انتظارات بالا می‌رود و در نتیجه نظام اقتصادی «متغیر کار» و «متغیر سرمایه» در سیستم اقتصاد سرمایه‌داری از یکدیگر تبعیت نمی‌کنند بلکه به رقابت با هم می‌پردازند. بنابراین در نظام اقتصادی کشور انقلابی ایران با رویکرد غربی، دو متغیر «کار» و «سرمایه» با یکدیگر در چالش هستند. یعنی از یک طرف تصمیم‌گیران با رویکرد اقتصاد سرمایه‌داری به دنبال آن هستند که با بالا بردن نرخ سود بانکی یا از طریق چاپ اوراق بهادار و ایجاد بورس و دیگر نرم‌افزارهای اقتصادی، نقدینگی را کنترل کرده و در جهت اهداف برنامه‌ها سوق دهند. از طرف دیگر مردم با این روند مقابله می‌کنند و نقطه شروع آن هم در همان چرخه‌ای است که تبیین شد. انقلاب اسلامی با شکستن ساختارهای اقتصادی غربی دوران شاه و نفی فاصله طبقاتی آن، توازن مصرف را القاء می‌کند و فاصله طبقاتی را نمی‌پذیرد. اما در نظام سرمایه‌داری، فاصله طبقاتی به راحتی «تحمیل» می‌شود و در کشورهای دنیا، جرأت سیاسی مخالفت‌ها از طریق «اتحادیه» کنترل می‌شود. به طور مثال در زمان شاه یک راننده تاکسی، یک نانوا، مکانیک، کارگر، کشاورز، معلم و ...، الگوی مصرف طبقه‌بندی شده را قبول می‌کرد و آن چه را که جامعه به او تحمیل می‌کرد، می‌پذیرفت.

#### ۲/۸. مردم‌شناسی الهی کسبه خرد در جذب مشتری، علت شکست طرح فروشگاه‌های زنجیره‌ای

نکته دیگر آن که، کسبه‌خرده‌ها به دلیل شناخت خوب از جامعه، و برخورد اخلاقی با مردم، در جذب مشتری نسبت به فروشگاه‌های زنجیره‌ای دارای مردم‌شناسی بهتری هستند، لذا تفوق دارند. یعنی ۱۵ میلیون نفر (تعمیرکارها، میوه‌فروش‌ها، لبنیاتی‌ها و ...) با مردم‌داری به جای اخلاق ماشینی در توزیع، جذب مشتری می‌کنند. در واقع در جامعه ایران، به خاطر اینکه «اخلاق» نهادینه شده است، مردم برای آن هزینه پرداخت می‌کنند. همان‌طور که برای رفتن به مشهد مقدس هزینه می‌کنند، در روابط اجتماعی خود نیز برای حفظ آبرو در برابر اقوام، همسایه‌ها و متدینین، هزینه می‌کنند.

#### ۲/۸/۱. موفقیت اندک فروشگاه‌های زنجیره‌ای در کلان‌شهرها به علت پایین بودن وابستگی‌های اخلاقی در

##### کلان‌شهرها

در کلان‌شهرها به دلیل پذیرش نسبی اخلاق ماشینی، فروشگاه‌های زنجیره‌ای موفق‌ترند، ولی هرچه به سمت شهرهای کوچک‌تر می‌رویم، کسبه‌خرده‌ها از این اخلاق فاصله گرفته راحت‌تر مشتریان خود را جذب می‌کنند، یعنی سیاست توزیع متمرکز نیز به بن بست رسیده است.

البته این بحث بر اساس گزارش‌های آماری و نموداری خود بررسی نشده، بلکه یک تئوری و فرضیه آکادمیک است و مباحثی که به صورت گذرا به صورت فشرده به آن اشاره شد؛ باید در فرصتی دیگر در کنار این نظریه مورد دقت قرار گیرد. یعنی گرانی و تورم بمشی از نظام اقتصادی طراحی شده دیدگاه اقتصادی حضرت علامه حسینی الهاشمی (ره) است. گرچه بررسی کلان آماری این دیدگاه نیز با مهندسی یک تحقیقات میدانی قابل اثبات است.

### ۳. ضرورت ایجاد بستر تحقیقات میدانی برای تئوری و نظریه حضرت آیت الله حسینی الهاشمی (ره) و بررسی نظری آن از منزلت چالش ادبیات توسعه و ادبیات انقلاب

اگر ربط این تحلیل به عقلانیت جامعه‌شناسی الهی دفتر فرهنگستان علوم اسلامی بیان شود، روشن خواهد شد که مشکلات اساسی کشور در چالش ادبیات انقلاب با «ادبیات توسعه» است. به تعبیر دیگر، اگر بتوان، این بحث را در بخش اقتصاد، به صورت آماری اثبات کرد، نشان‌دهنده پشتوانه قوی فکری این تفکر خواهد بود و در این صورت می‌توان ریشه‌ی مباحث در مدل غربی حاکم بر نظام اقتصادی نظام و به تبع آن استراتژی‌ها، سیاست‌گزاری‌ها و برنامه‌های توسعه را که حکایت از نگاه جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی و مدیریت و مردم‌شناسی، بر اساس ادبیات مادی است نشان داد.





## تحلیل تورم و گرانی

### معرفی محصول پژوهشی:

این جلسه به دستور آقای دکتر احمدی نژاد با حضور دکتر دانش جعفری، وزیر محترم اقتصاد و دارایی دولت نهم، در تاریخ ۲۴ بهمن ماه سال ۱۳۸۵ در دفتر کار ایشان برگزار شد. در این جلسه محورهای ذیل مورد بحث قرار گرفت:

۱. تقسیم برنامه‌های دولت‌های بعد از انقلاب برای کنترل گرانی و تورم به برنامه‌های «کوتاه مدت»، «میان مدت» و «دراز مدت»
۲. کنترل تورم و گرانی، تابع ایجاد تحول در فرهنگ تولید در دیدگاه ادبیات توسعه
۳. بررسی تورم و گرانی از دیدگاه فرهنگستان بر مبنای ناهنجاری‌های اجتماعی (درگیری بین دو متغیر کار و سرمایه)

## حسینیه اندیشه

---

سرپرست پژوهش: حجت‌الاسلام والمسلمین مسعود صدوق  
معاونت تدوین: مسئول معاونت: حجت‌الاسلام حیدری  
فهرست و ویراست از: حجج اسلام موسوی موشح، زیبایی نژاد، کشوری و روح‌الله صدوق  
حروفچینی و صفحه‌آرایی: نشر سمیم  
نگارش: اول  
تاریخ نشر: ۱۳۸۶/۳/۵

---

حسینیه اندیشه

## فهرست

۱. تقسیم برنامه‌های دولت‌های بعد از انقلاب برای کنترل گرانی و تورم به برنامه‌های «کوتاه‌مدت»، «میان‌مدت» و «درازمدت» ..... ۴
- ۱/۱. ایجاد شوک در بازار از طریق واردات برای تامین نیازهای روزمره مردم و اعمال تعزیرات و کنترل قیمت‌ها، دو نمونه از برنامه‌های کوتاه‌مدت ..... ۴
- ۱/۲. تعدیل بازار با تغییر بعضی اولویتها در برنامه بدلیل تشخیص موضوعی گرانی و تورم، نمونه‌ای از برنامه‌های میان‌مدت ..... ۴
- ۱/۳. ساماندهی نظام ساختاری اقتصادی کشور در بهینه تدوین برنامه‌ها، نمونه‌ای از برنامه‌های بلندمدت ..... ۴
۲. کنترل تورم و گرانی یکی از موضوعات خرد در نظام اقتصاد، تابع تحوّل در فرهنگ تولید بر اساس دیدگاه ادبیات توسعه پایدار ..... ۴
۳. بررسی تورم و گرانی از دیدگاه ادبیات فرهنگستان بر مبنای تحلیل آکادمیک از ناهنجاری‌های اجتماعی (درگیری بین کار و سرمایه) بعد از انقلاب ..... ۵
- ۳/۱. شکل‌گیری بخش «توزیع» به عنوان «قطب توسعه» به جای بخش تولید در اقتصاد ایران در زمان حکومت شاه، اولین حرکت برای تغییر فرهنگ مردم ..... ۵
- ۳/۲. بالارفتن انتظارات به تبع تغییر تعریف فقر در زمان دولت شهید رجایی و مهندس موسوی با توزیع کالاهای اساسی به صورت عمومی در کشور ..... ۵
- ۳/۳. بالارفتن انتظارات مردم در مصرف در دولتهای سازندگی و توسعه سیاسی به شیوه غربی ..... ۶
- ۳/۴. بالارفتن انتظارات مردم در مصرف در دولت عدالت با سیاست استضعاف‌زدائی ..... ۶
- ۳/۵. آثار بالارفتن انتظارات مردم در عرصه اقتصاد: چالش بازار سرمایه و بازار کار، علت تورم و گرانی ..... ۶
- ۳/۵/۱. آزادی کسبه‌های خرد در تعیین نرخ کار در اثر انقلاب، اولین اثر بالارفتن انتظارات در مصرف ..... ۶
- ۳/۵/۲. بالارفتن درآمد کارمندان دولتی در توازن با محیط بیرونی، دومین اثر بالارفتن انتظارات در مصرف ..... ۷
- ۳/۵/۳. آثار چالش بین بازار سرمایه و بازار کار در «تولید، توزیع و مصرف» ..... ۷





## ۱. تقسیم برنامه‌های دولت‌های بعد از انقلاب برای کنترل گرانی و تورم به برنامه‌های «کوتاه‌مدت»، «میان‌مدت» و «درازمدت»

گرچه به نظر می‌رسد گرانی و تورم در علم اقتصاد در دو معنای مستقل عمل می‌کنند؛ اما آنچه در مرحله اول مورد نظر است، رفتار دولت‌های بعد از انقلاب در قبال تأمین نیازهای روزمره مردم است که در سه بخش «برنامه کوتاه‌مدت»، «برنامه میان‌مدت» و «برنامه بلندمدت» مطرح می‌شود.

### ۱/۱. ایجاد شوک در بازار از طریق واردات برای تأمین نیازهای روزمره مردم و اعمال تعزیرات و کنترل قیمت‌ها، دو نمونه از برنامه‌های کوتاه‌مدت

به طور مثال در برنامه کوتاه‌مدت، برای تعدیل بازار پوشاک، برنج یا روغن و مسائلی از این قبیل، وزارت بازرگانی با واردات و ایجاد شوک در بازار از این طریق، به دنبال کنترل اوضاع بوده است. راه حل دیگری که در این باره و در زمان دولت دفاع مقدس صورت گرفت، «تعزیرات» بود.

### ۱/۲. تعدیل بازار با تغییر بعضی اولویتها در برنامه بدلیل تشخیص موضوعی گرانی و تورم، نمونه‌ای از برنامه‌های میان‌مدت

هنگامی که مسئله مقداری عمیق‌تر و زمان‌دارتر می‌شود، برنامه‌های میان‌مدت مطرح می‌شود. به طور مثال، دولت نهم برای حل مشکل مسکن، به دنبال طرحی است که از طریق آن بتواند قیمت زمین را به شدت کاهش دهد. سعی دولت‌های پیشین نیز، در مقابل مقوله‌هایی که با آن درگیر بودند، بر این بود که دستور کار میان مدتی را برای وزارتخانه‌های مربوط، تعیین و تنظیم کنند تا مقداری از مشکلات تعدیل شود.

### ۱/۳. ساماندهی نظام ساختاری اقتصادی کشور در بهینه تدوین برنامه‌ها، نمونه‌ای از برنامه‌های بلندمدت

اما مسئله‌ای مانند بنزین که هم جزء نیازمندی‌های مردم است و هم سرمایه‌گذاری عمیق‌تر و طولانی‌تری را می‌طلبد؛ در دو یا سه برنامه‌ی توسعه مورد توجه قرار می‌گیرد تا با تنظیم پالایشگاه‌ها، صادرات بنزین مقدور شود. دولت‌های قبلی نیز، تلاش داشتند تا متناسب با عمق مسائل در این سه لایه تصمیم‌گیری کنند.

## ۲. کنترل تورم و گرانی یکی از موضوعات خرد در نظام اقتصاد، تابع تحوّل در فرهنگ تولید بر اساس دیدگاه ادبیات توسعه پایدار

اما اقتصاد دانانی مانند دکتر حسین عظیمی، با موضوع گرانی این‌گونه برخورد نمی‌کنند. این دسته معتقدند تا

۱. در جدول شماره ۲ پیوستی، سه محوری که به دنبال ایجاد فرهنگ تولید است؛ بیان شده است.

تحوّل در فرهنگ ایجاد نشود، مکانیزم‌های ثروت‌مند شدن یک نظام در بخش‌های مختلف اعم از سازمان برنامه و بودجه و سایر وزارتخانه‌ها، تحقق پیدا نمی‌کند. عمده تکیه‌گاه این گروه بر ایجاد تحوّل فرهنگی برای ورود «تکنولوژی، دانش و تحوّل» در روابط اجتماعی و مقوله‌های یک توسعه پایدار و همه‌جانبه است، یعنی در برنامه‌ریزی، همه‌ی مقوله‌ها را باید با هم ملاحظه کرد. در این دیدگاه، تورّم و گرانی، مسئله‌ای جدّی و موضوعی اصلی نیست؛ بلکه پدیده‌ای است که در صورت تحقق تحولات مورد نظر، قابل کنترل است.<sup>۱</sup>

### ۳. بررسی تورّم و گرانی از دیدگاه ادبیات فرهنگستان بر مبنای تحلیل آکادمیک از ناهنجاری‌های اجتماعی (درگیری بین کار و سرمایه) بعد از انقلاب

اما بنابر آنچه در جدول جامعه‌شناسی دفتر فرهنگستان تولید شده، از موضع کلان، سه تورّم و ناهنجاری در جامعه‌ی امروز تعریف می‌شود:

در عرصه سیاسی، «جمهوریت» با «قومیت» درگیر است، در عرصه فرهنگ، «منطق حجّیت گرا» با «منطق حسّ گرا» درگیر است (منطق حوزه با منطق دانشگاه) و در عرصه اقتصادی، متغیّر «سرمایه» و «کار» با یکدیگر درگیر هستند و این قسمت اصلی این تئوری است به این معنا که موضوع علم اقتصاد، «کنترل مکانیزم بازار» است و بازار نیز، شامل «بازار سرمایه»، «بازار ابزار»، «بازار کار» و «بازار کالا» است و در نظام سرمایه‌داری، متغیّر اصلی در میان این بازارها، «بازار سرمایه» است.<sup>۱</sup>

### ۳/۱. شکل‌گیری بخش «توزیع» به عنوان «قطب توسعه» به جای بخش تولید در اقتصاد ایران در زمان حکومت شاه، اولین حرکت برای تغییر فرهنگ مردم

به نظر می‌رسد در زمان شاه، بخش توزیع قطب توسعه در کشور بوده است. یعنی هنگامی که شاه، صادرات نفت را به صورت جدّی در دستور کار خود قرار داد؛ ثمرات آن را در بخش توزیع به کار گرفت و با تزریق دلارهای نفتی در سیستم دولتی، سطح درآمد کارمندان را بالا برد و از سوی دیگر، کالاهای غربی را نیز وارد کشور کرد و گردونه خرید و مصرف به صورت انبوه به عنوان یک فرهنگ، وارد جامعه ایران شد. در این دوره، سرمایه‌گذاری در امر تولید و استقلال کشور در این بخش دنبال نشد و اگر فعالیتی هم در بخش تولید دیده می‌شد؛ چیزی جز مونتاژ نبود. بنابراین «تولید»، قطب توسعه‌ی چهار بازار قرار نگرفت و اولین حرکتی که برای تغییر فرهنگ مردم، در این بخش انجام گرفت، در دوره شاه محقق شد.

### ۳/۲. بالارفتن انتظارات به تبع تغییر تعریف فقر در زمان دولت شهید رجایی و مهندس موسوی با توزیع کالاهای اساسی به صورت عمومی در کشور

بعد از انقلاب، در دولت شهید رجایی و مهندس میر حسین موسوی، تعریف فقر در کشور تغییر کرد: دولت مهندس موسوی با دفترچه‌های ازدواج، کالاهای اساسی مانند جاروبرقی، یخچال و پنکه توزیع کرد یا زمین رایگان با مصالح مورد نیاز را در اختیار مردم قرار داد. شاید مسئله‌ای مانند مسکن به عنوان نیاز اساسی مطرح نبود، ولی با سیاستی که دولت در پیش گرفت، این انتظار به وجود آمد. همان‌طور که کالاهای اساسی و کوپن‌های ارائه شده،

۲. توصیه سازمان ملل و بانک جهانی برای کشورهای کم توسعه‌یافته، هماهنگی این کشورها با تحولات بیرونی است. تورّم و گرانی در کشورهای توسعه‌نیافته نیز از موضع معادلات قدرت و ثروت در این کشورهاست که بررسی این دو بخش، موضوع این مبحث نیست.

انتظارات مردم را تغییر داد.

### ۳/۳. بالارفتن انتظارات مردم در مصرف در دولت‌های سازندگی و توسعه سیاسی به شیوه غربی

در دولت سازندگی و توسعه سیاسی، بالابردن انتظارات مردم در مصرف نه در سیستم شرقی و به صورت «تعاونی»، بلکه به شیوه «غربی» پی‌گیری و سعی شد تا فلسفه رفاه، یعنی بستر و زیرساخت‌های توسعه اعم از برق و حمل و نقل و اموری دیگر از این دست، گسترش یابد که در نتیجه مصرف در شکل غربی آن بالا رفت.

البته در دولت آقای خاتمی بحث‌های توسعه اقتصادی به عرصه فرهنگ و سیاست هم کشیده شد. به طور مثال با تخصیص سوبسیدها به کاغذ تلاش شد تا با حمایت دولت، مردم، روزنامه را به قیمت نازلی تهیه کنند. اختصاص سوبسید به کاغذ، احزاب و جامعه مدنی و توسعه این بخش‌ها، به معنای سعی در توسعه رفاه به صورت «همه‌جانبه» بود.

### ۳/۴. بالارفتن انتظارات مردم در مصرف در دولت عدالت با سیاست استضعاف‌زدائی

در دولت عدالت نیز همین روند ادامه پیدا کرده است اما بر اساس سیاست استضعاف‌زدایی و توجه به محرومین. یعنی آن چه که پایتخت دارد، کرمانشاه و ایلام هم باید داشته باشند و امکاناتی که شهرها دارند، باید در بخش‌های کوچک هم وجود داشته باشد. به نظر می‌رسد دولت‌ها به طور کلی با پیاده کردن کارشناسی غربی یا شرقی در کشور، باعث بالارفتن انتظارات شده‌اند.

### ۳/۵. آثار بالارفتن انتظارات مردم در عرصه اقتصاد: چالش بازار سرمایه و بازار کار، علت تورم و گرانی

#### ۳/۵/۱. آزادی کسبه‌های خرد در تعیین نرخ کار در اثر انقلاب، اولین اثر بالارفتن انتظارات در مصرف

اما سوال این است که آثار این روند در اقتصاد و در بخش تولید، توزیع، مصرف چیست؟

بیش از ۸ الی ۱۲ میلیون نفر کسبه‌های خرد (تعمیرکار، فروشنده و...) در سطح جامعه هستند که به وسیله‌ی اتحادیه‌ها سازماندهی نشده‌اند. این عده - چه در بخش تولید باشند و چه در بخش توزیع و مصرف - به راحتی می‌توانند نرخ دست مزد خود را افزایش دهند. در واقع انقلاب به دلیل سیاست‌های مرحله اول دولت، گستاخی انقلابی را - که با شکستن ساختارهای طاغوت در مردم ایجاد شده بود - در «مصرف» به کار گرفت، یعنی انفجار روحی مردمی که زیر بار هیچ کدام از فشارهای سیاسی و نظامی و اقتصادی نرفته‌اند؛ به بخش مصرف منتقل شد. از این رو شعارهای عدالت‌خواهانه روحانیون مبنی بر «حق مصرف مساوی» علت آن شد که کسبه خرد پانزده ساله دستمزد خود را افزایش دهند، برای اینکه تحقیر را نپذیرند!

در این صورت، در یک واحد تولیدی مانند کارخانه نیز، نرخ دستمزد کارگران نسبت به کار آنها در توازن با محیط بیرونی، نظم یک واحد تولیدی را تعیین می‌کند. اما از سوی دیگر مدیر واحد تولیدی، در همه جمع و تفریق‌ها، باید از ضمانت سود کسانی که در آن کارخانه سرمایه‌گذاری کرده‌اند مطمئن شود تا علاوه بر سود آوری کارخانه، سرمایه‌گذاران هم سود خود را دریافت کنند. در واقع در اقتصاد امروز، این سود سرمایه است که «نرخ کار»، «نرخ ابزار» و «نرخ کالا» را در یک واحد تولیدی معین می‌کند. پس وجود جمعیت زیادی که توزیعی غیر

مکانیزه دارند و انقلاب، علت افزایش دستمزدهای آنها شده؛ - بدون آنکه تجمعی خاص و مافیایی داشته باشند - اولین اثر خود را بر واحدهای تولیدی گذاشته و باعث می شود تا نرخ کارمزد در این واحدها بالا رود.

### ۳/۵/۲. بالارفتن درآمد کارمندان دولتی در توازن با محیط بیرونی، دومین اثر بالارفتن انتظارات در مصرف

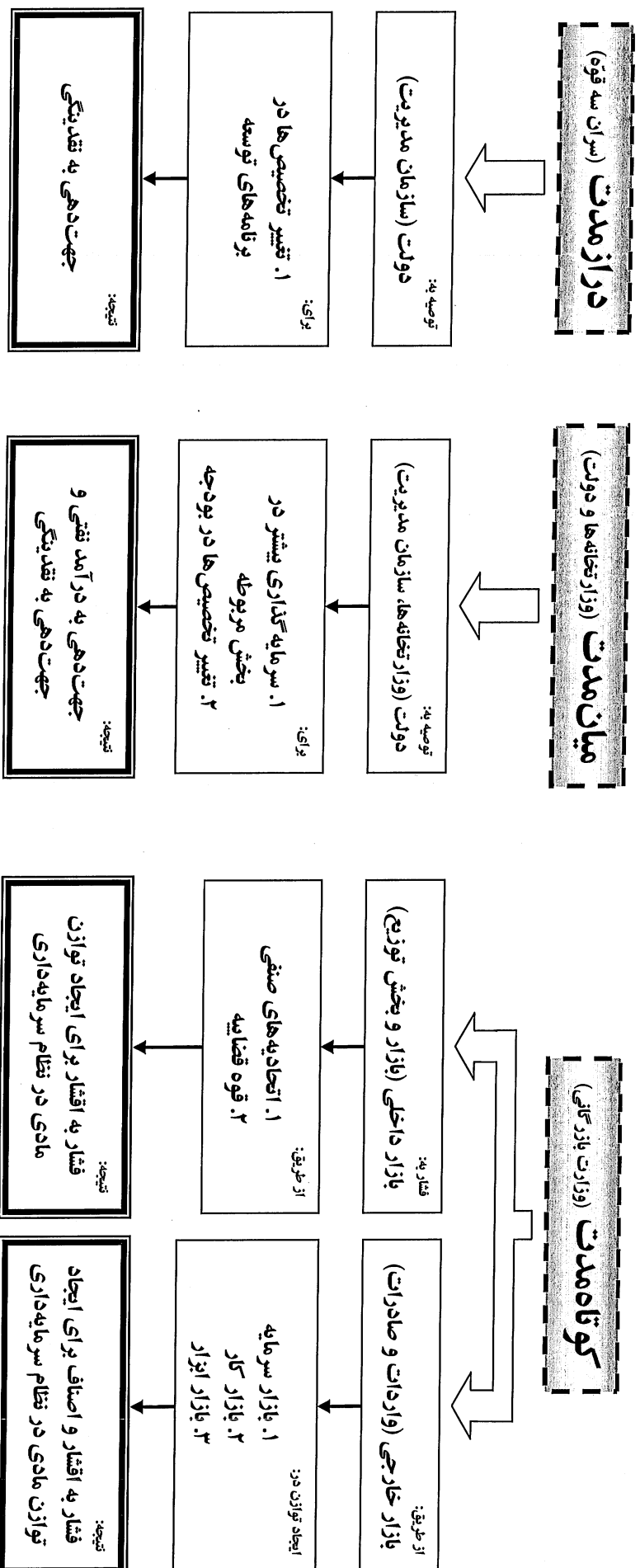
اثر دوم این مسئله، در واحدهای دولتی یعنی «کارمندان» می باشد. هنگامی که کارگران غیر دولتی به راحتی دستمزد خود را افزایش می دهند، دولت نیز نرخ دستمزد کارمندان خود را بالا می برد و اگر دولت، نرخ دستمزد کارمندان را افزایش ندهد (سیاست دولت سازندگی)، مسائلی مانند خودگردانی وزارتخانه ها و اخذ رشوه پدید می آید. بالتبع سود سرمایه (متغیر اصلی در دستگاه سرمایه داری) و گستاخی انقلابی (تعیین نرخ دستمزد بر اثر شرائط انقلاب) در حال رقابت با هم هستند و این مسئله ای غیر قابل کنترل است.

### ۳/۵/۳. آثار چالش بین بازار سرمایه و بازار کار در «تولید، توزیع و مصرف»

گرانی در اصل، یک مقوله وهله ای در اقتصاد است؛ اما هنگامی در طول ۲۷ سال نهادینه شود، با مقوله تورم - که با «نرخ کار»، «نرخ سود سرمایه»، «نرخ آزمایشگاهها» ارتباط دارد - وحدت پیدا کرده و مسئله ای را به وجود می آورد که قابل پیش بینی نیست. این چالش بین «سود سرمایه» و «نرخ کار»، باعث آثار سوء متعددی در بخش های تولید، توزیع و مصرف می شود: در بخش «توزیع» به پدیده «قاچاق کالا» منجر می شود و در بخش «مصرف» نیز باعث می شود مردم با فروش اموال خود، وارد تجارت شوند و اخلاق مصرف، عمومی شود. همچنان که سوبسیدها خود را به نظام تحمیل کرده و از کنترل خارج می شوند زیرا نظام فاصله طبقاتی را نفی می کند و ناچار است سوبسیدهای زیادی ارائه کند تا مستضعفین فشار کمتری را متحمل شوند. تعیین نرخ ارز و بالابردن سود بانکی توسط دولت از دیگر عوارض این پدیده است. به نظر می رسد اگر مطالعه گرانی و تورم از این زاویه صورت نپذیرد و این تحلیل، مبنای راه حل بخش های مختلف قرار نگیرد، تورم و گرانی قابل کنترل نبوده و وعده جلوگیری از آن، وعده نادرستی خواهد بود.

# انفعال و برنامه دولت‌ها در برخورد با پدیده گرانی و تورم پس از انقلاب

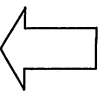
گرانی را در مکانیزم عرضه و تقاضا باید چاره کرد





# پدیده گرانی و تورم موضوع خرد از دیدگاه دانشمندان اقتصاد و برنامه و دانش مدیریت در ایران

## متغیرهای اصلی



متغیر اصلی:  
بالا بردن فرهنگ تولید  
تقله تقل و ژو مند شدن نظام

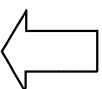
متغیر فرعی:

بالا بردن فرهنگ دانش و مهارت  
متناسب با الگوهای درآمد و مالیاتی

متغیر تبعی:

بالا بردن فرهنگ روابط اجتماعی  
متناسب با الگوهای بهداشت و سلامتی

## مباحث استراتژیک



چشم اندازها و تحقق استانداردها  
به نحو همه جانبه

جهانی شدن و تغییر ساختارها  
متناسب با تحولات جهانی

جهانی سازی و ...

## عوامل مؤثر در بالا بردن فرهنگ



دز: تولید

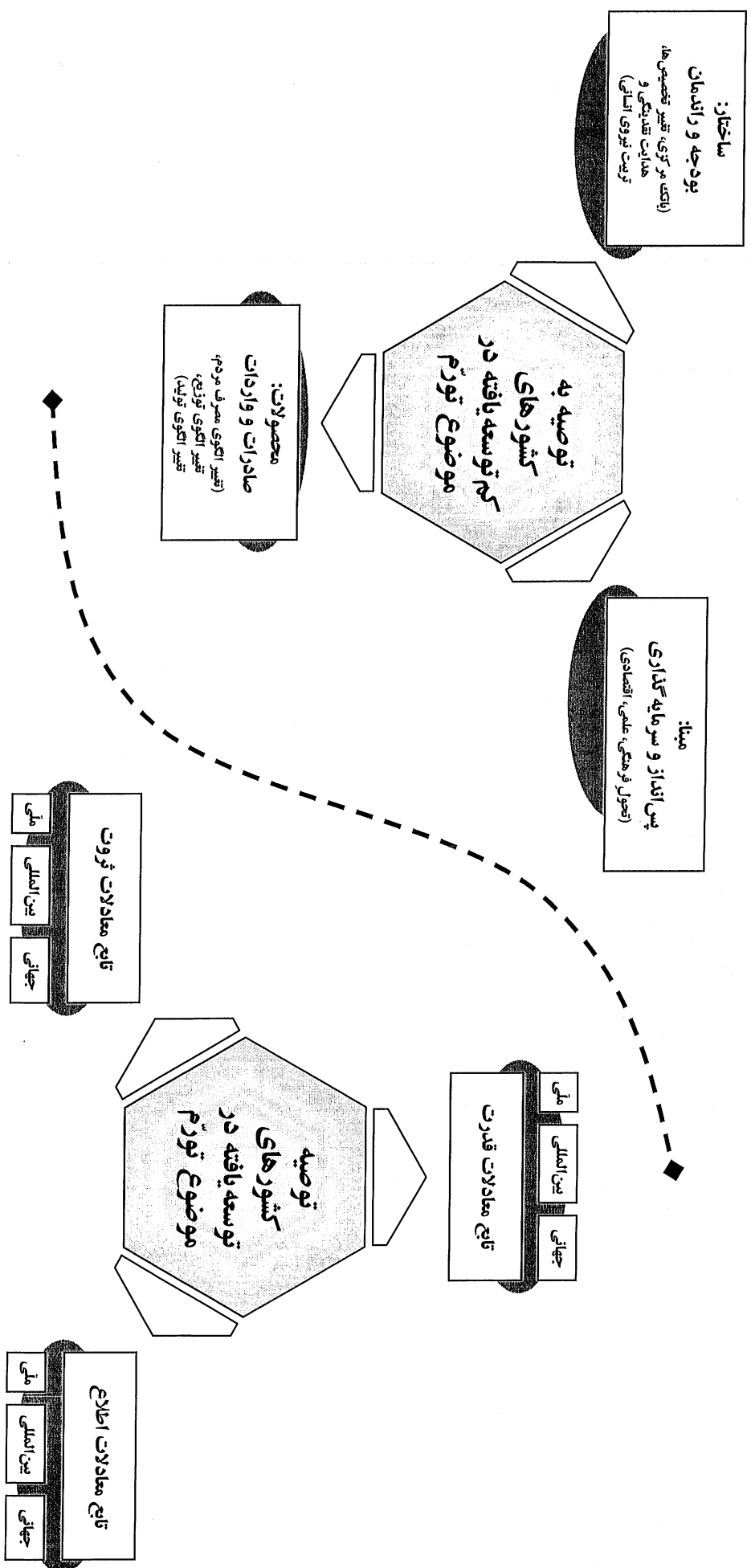
دز: دانش و مهارت

دز: روابط اجتماعی





# پدیده گرانی و تورم موضوع خرد از دیدگاه سازمان‌های وابسته به سازمان ملل و بانک جهانی

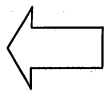




# تحلیل علت بروز پدیده چالش‌ها (تورم‌ها) از دیدگاه «مبنای جامعه‌شناسی الهی»

ناهنجاری‌ها و چالش‌های پدیدآمده در ۲۷ سال پس از انقلاب

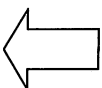
تورم اقتصادی



درگیری بین:  
منتخب سر‌مایه و منتخب کار

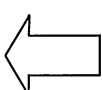
فقدان یقه شدن گرانی در  
۲۷ سال انقلاب

تورم فرهنگی



درگیری بین:  
منطق حجیت‌گرا و منطق حسّی

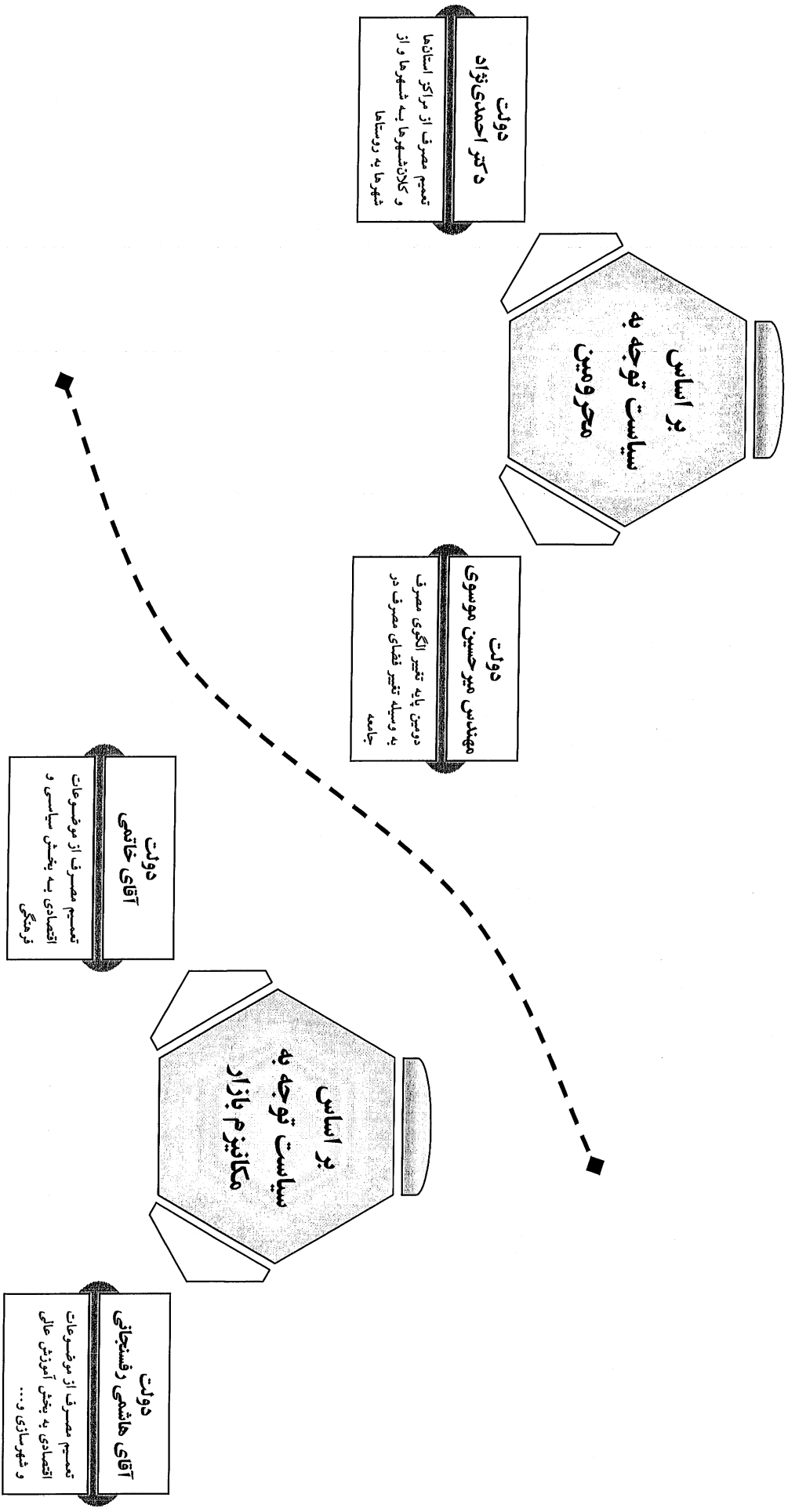
تورم سیاسی



درگیری بین:  
قومیت و جمهوریت



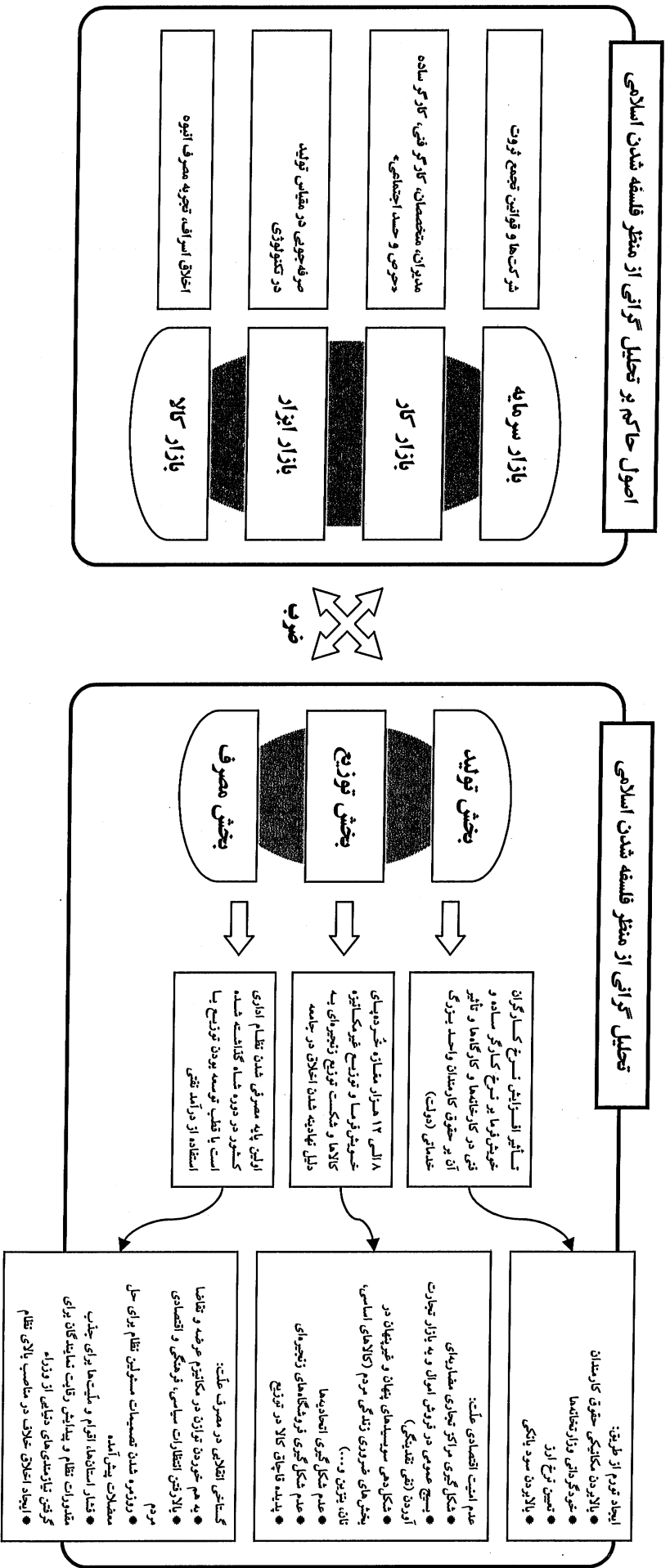
# تحلیل علت بروز پدیده تورم (گرانی) براساس سیاست دولت‌های پس از انقلاب





# تحلیل علت بروز پدیده تورّم (گرانی) از دیدگاه «مبنای جامعه‌شناسی الهی»

تفاوت بین واحد تولیدی و بازار (موضوع علم اقتصاد)

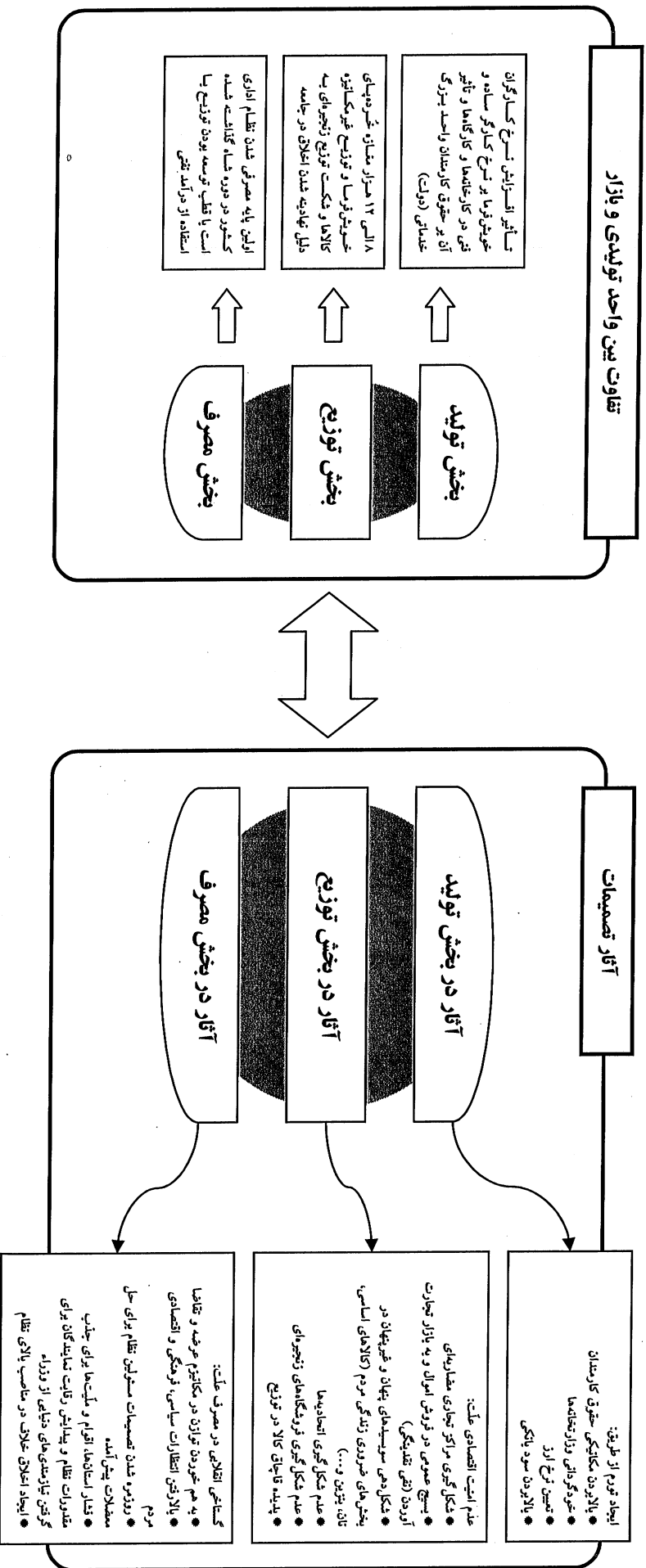






# تحلیل علت بروز پدیده تورم (گرانی) از دیدگاه «مبنای جامعه‌شناسی الهی»

## تحلیل تورم (گرانی) از منظر فلسفه شدن اسلامی





# تحلیل علت بروز پدیده تورّم (گرانی) از دیدگاه «مبنای جامعه‌شناسی الهی»

اصول حاکم بر تحلیل گرانی از منظر فلسفه شدن اسلامی

