

به نام خدا

درباره اصلاح الگوی مصرف (۱) ابعاد اصلاح الگو

فهرست مطالب

چکیده	۱
مقدمه	۱
۱. اصلاح الگوی مصرف در کلام رهبری	۲
۲. مصرف، انواع و عوامل مؤثر بر آن	۱۵
۳. اصلاح الگوی مصرف و خانوار	۲۳
۴. اصلاح الگوی مصرف و تولیدکننده	۲۷
۵. اصلاح الگوی مصرف و دولت	۲۸
۶. اصلاح الگوی مصرف و نظام توزیع	۳۰
۷. اصلاح الگوی مصرف و ضایعات	۳۱
۸. اصلاح الگوی مصرف و قانون‌گذاری و نظارت	۳۳
جمع‌بندی	۳۵
منابع و مأخذ	۳۶



درباره اصلاح الگوی مصرف (۱) ابعاد اصلاح الگو

چکیده

بسیاری از افراد با ابعاد اصلاح الگوی مصرف آشنایی ندارند. گزارش حاضر درصدد تبیین بخشی از ابعاد این موضوع است که در آن با استناد به فرمایشات مقام معظم رهبری و نیز مفاهیم و نظریه‌های اقتصادی ابعاد اصلاح الگوی مصرف به اختصار تبیین شده است.

مقدمه

سال ۱۳۸۸ از سوی مقام معظم رهبری به عنوان سال اصلاح الگوی مصرف نام‌گذاری شده است. اصلاح الگوی مصرف برای جامعه از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. به طوری که فرهنگ مصرفی مناسب، امکان سرمایه‌گذاری را فراهم می‌کند و از این طریق می‌تواند موجب رشد و توسعه اقتصادی جامعه شود. الگوی مصرف تحت تأثیر عوامل بسیار گوناگونی است که شاید بتوان گفت مهم‌ترین آنها ساختار فکری و فرهنگی جامعه است. با وجود این، ناآشنایی بسیاری از افراد به ابعاد اصلاح الگوی مصرف می‌تواند سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران را به اشتباه بیاندازد. به این علت لازم به نظر می‌رسد ابعادی از الگوی مصرف و اصلاح آن تشریح شود تا تصمیم‌گیران



بهرتر بتوانند درباره این موضوع تصمیم‌گیری کنند. براین اساس در این گزارش به اختصار برخی ابعاد مهم و اصلی مؤثر بر الگوی مصرف که می‌توان با اصلاح آنها الگوی مصرف جامعه را اصلاح کرد اشاره می‌کنیم. ابتدا مروری به فرمایشات رهبری می‌کنیم و ابعاد ذکر شده در فرمایشات ایشان را استخراج می‌کنیم. سپس مفهوم، انواع و عوامل مؤثر بر مصرف را بیان می‌کنیم. در ادامه ارتباط اصلاح الگوی مصرف با خانوار، دولت، تولیدکننده، نظام توزیع و بازیافت را به طور مختصر بیان و در نهایت جمع‌بندی مختصری ارائه می‌کنیم.

البته این مطلب به علت اختصار و سعی در نگارش و ارائه سریع، کامل نیست و بیان ابعاد دقیق‌تر و کامل‌تر اصلاح الگوی مصرف نیازمند زمان و حجم مطالب بسیار بیشتری است که ان‌شاءالله توفیق تکمیل آن فراهم شود.

۱. اصلاح الگوی مصرف در کلام رهبری

مقام معظم رهبری سال ۱۳۸۸ را سال اصلاح الگوی مصرف نامیدند. ایشان در پیام نوروزی و نیز در سخنرانی‌های دیگری که در سال جاری داشته‌اند برخی ابعاد این موضوع را تشریح کرده‌اند. فرمایشات رهبری درباره اصلاح الگوی مصرف به سال جدید محدود نیست، بلکه ایشان در فرمایشات مختلفی در سال‌های گذشته به این موضوع اشاره داشته‌اند. به بخشی از این فرمایشات اشاره می‌کنیم تا بعضی از ابعاد این موضوع روشن‌تر شود.



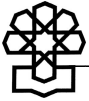
بخشی از پیام نوروزی سال ۱۳۸۸ مقام معظم رهبری که به موضوع اصلاح الگوی مصرف اشاره دارد، چنین است: نزدیکی نوروز امسال را به ایام ولادت خاتم‌النبیین (ص) و امام جعفر صادق (ع)، باعث شرافت بیشتر عید نوروز دانستند و با تبریک این عید سعید به آحاد ملت عزیز ایران، هم‌میهنان خارج از کشور و ملت‌هایی که نوروز را گرامی می‌دارند، برای همگان سالی سرشار از نیکویی و سعادت آرزو کردند.

رهبر انقلاب اسلامی سال جدید را سالی مهم دانستند و با اشاره به دعای حلول سال نو افزودند: تبدیل احوال ملت ایران به نیکوترین احوال، نیازمند توجه و لطف پروردگار است، اما باید متوجه بود که جلب «لطف و رحمت الهی» به تلاش و همت آحاد مردم برای ایجاد تحول در زندگی شخصی و اجتماعی بستگی دارد.

ایشان در تشریح زمینه‌هایی که نیازمند تغییر و تحول جدی است به موضوع «اسراف‌های شخصی و عمومی» و مصرف بی‌رویه منابع مختلف کشور اشاره کردند و افزودند: اسلام عزیز و همه عقلای عالم، بر این نکته تأکید می‌کنند که مصرف باید مدبرانه و عاقلانه مدیریت شود.

رهبر انقلاب اسلامی در پایان پیام نوروزی تأکید کردند: همه ما به‌خصوص مسئولان قوای سه‌گانه، شخصیت‌های اجتماعی و آحاد مردم باید در سال جدید در مسیر تحقق این شعار «مهم، حیاتی و اساسی» یعنی «اصلاح الگوی مصرف در همه زمینه‌ها»، برنامه‌ریزی و حرکت کنیم تا با استفاده صحیح و مدبرانه از منابع کشور، مصداق برجسته‌ای از تبدیل احوال ملت به نیکوترین حال‌ها، ظهور و بروز یابد.^۱

۱. خبرگزاری فارس به نقل از پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری.



فرمایشات رهبر معظم انقلاب اسلامی در اجتماع زائران حرم رضوی و مردم مشهد (۱۳۸۸/۱/۱): رهبر معظم انقلاب اسلامی در اولین روز سال جدید در اجتماع عظیم زائران حرم رضوی و مردم مشهد در بیانات بسیار مهمی، ضمن تشریح «زمینه‌ها و ضرورت‌های پیشرفت و عدالت»، ابعاد مختلف اصلاح الگوی مصرف را نیز بیان کردند. از جمله رهبر انقلاب اسلامی با اشاره به تأکیدی که در پیام نوروزی بر لزوم اصلاح الگوی مصرف داشته‌اند، افزودند: این حرکت، گامی اساسی در روند پیشرفت و عدالت است چرا که بیماری اسراف، از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، آسیب‌ها و مشکلات گوناگونی به‌وجود آورده و آینده کشور را تهدید می‌کند. ایشان صرفه‌جویی را درست مصرف کردن و مصرف کارآمد و ثمربخش خواندند و افزودند: باید اعتراف کنیم که عادات‌ها، سنت‌ها و روش‌های غلط، زیاده‌روی در مصرف را به‌دنبال آورده و نسبت میان تولید و مصرف را، به ضرر تولید برهم زده است، به‌گونه‌ای که یک سوم نان تولیدی و حداقل یک پنجم آب مصرفی که با آن همه مشکلات و دشواری‌ها تهیه می‌شود عملاً به هدر می‌رود، متوسط مجموع انرژی مصرفی در ایران، بیش از ۲ برابر متوسط جهانی شده و شاخص شدت انرژی در کشور ما یعنی نسبت انرژی مصرف شده به کالای تولید شده، متأسفانه ۸ برابر کشورهای پیشرفته است.

رهبر انقلاب، اصلاح الگوی مصرف و پرهیز از اسراف را مسئله‌ای دینی و عقلی برشمردند و در بحث اسراف در سطح ملی و در سطوح مسئولیتی به شبکه‌های فرسوده انتقال آب و برق، مصارف بی‌رویه در سازمان‌ها، سفرهای بیهوده و نگاه تجملی مسئولان اشاره کردند.



رهبر انقلاب اسلامی در جمع‌بندی این بخش از سخنان تأکید کردند: مقابله با اسراف و صرفه جویی صحیح، با حرف امکان‌پذیر نیست و قوای مقننه و مجریه موظفند با قانون‌گذاری صحیح و اجرا و پیگیری قاطعانه، الگوی مصرف را از «تولید تا مصرف و بازیافت» اصلاح کنند.^۱

همچنین ایشان در سال جاری در دیدارهای دیگری که با مسئولان نظام داشته‌اند به این موضوع و برخی ابعاد آن اشاره کرده‌اند. از جمله مقام معظم رهبری در دیدار با اعضای هیئت رئیسه و رؤسای کمیسیون‌های تخصصی مجلس شورای اسلامی بر فراهم آوردن زمینه‌های اصلاح الگوی مصرف توسط مسئولان تأکید کردند.

مقام معظم رهبری معتقدند که در بحث اصلاح الگوی مصرف نباید شعاری برخورد کرد، بلکه باید در عمل به این مهم مبادرت شود.

ایشان عنوان کردند که فرهنگ‌سازی در رسیدن به این هدف از اهمیت بالایی برخوردار است.

مقام معظم رهبری بر اصلاح الگوی مصرف به‌ویژه در بخش آب، کشاورزی و انرژی تأکید داشتند و معتقد بودند این بحث طی یک سال به‌صورت کامل محقق نمی‌شود و شاید در بعضی زمینه‌ها تا ۱۰ سال به طول انجامد.^۲

با وجود این، رهبر معظم انقلاب اسلامی درباره الگوی مصرف و اصلاح آن در سال‌های گذشته نیز تأکیدی داشته‌اند. از جمله به برخی از آنها اشاره می‌کنیم:

۱. خبرگزاری ایسنا، ۱۴/۱/۱۳۸۸، کد خبر ۸۸۰۱-۱۴۱۸

۲. جام جم آن لاین به نقل از خبرگزاری مجلس شورای اسلامی (خانه ملت)، به نقل از عباس رجایی، نماینده مجلس.



دیدار با اقدار مختلف مردم (روز بیست‌ونهم ماه مبارک رمضان)
(۱۳۷۰/۱/۲۶): برادران! امیرالمؤمنین می‌گوید زندگی به سمت زهد باید برود. امروز در جمهوری اسلامی، اگر ما احساس بکنیم که زندگی به سمت اشرافی‌گری می‌رود، بی‌شک این انحراف است؛ بروبرگرد ندارد. ما باید به سمت زهد حرکت بکنیم... مردم هم نباید اسراف و تجمل‌گرایی بکنند. این‌طور نیست که زهد فقط مخصوص مسئولان باشد. این مهریه‌های گران‌قیمت که برای عقده‌های دخترهایشان می‌گذارند، خطاست. نمی‌گوییم حرام است، اما پدیده بد و زشتی در جامعه است؛ زیرا ارزش‌های انسانی را تحت‌الشعاع ارزش طلا و پول قرار می‌دهد.

دیدار گروهی از زنان، به مناسبت فرخنده میلاد حضرت زهرا(س) و «روز زن» (۱۳۷۱/۹/۲۵): من به خانم‌های مسلمان، به خانم‌های جوان و به خانم‌های خانه‌دار عرض می‌کنم: سراغ این مصرف‌گرایی که غرب مثل خوره به جان جوامع دنیا و از جمله جوامع کشورهای درحال توسعه و کشورهای رو به پیشرفت و از جمله کشور ما انداخته است، نروید. مصرف باید در حد لازم باشد، نه در حد اسراف خانم‌های کسانی که همسرانشان یا خودشان مسئولیت‌هایی در بخش‌های مختلف کشور دارند، باید از لحاظ دوری از اسراف، نسبت به دیگران الگو باشند. باید برای دیگران درس باشند و نشان دهند که شأن زن مسلمان بالاتر از این حرف‌هاست که اسیر زر و زیور و جواهرآلات و از این قبیل شود. نمی‌خواهیم بگوییم اینها حرام است؛ می‌خواهیم بگوییم شأن زن مسلمان بالاتر از این است که در دورانی که بسیاری از مردم جامعه ما محتاج کم‌کمند، کسانی بروند پول بدهند طلا بخرند، زینت‌آلات بخرند، وسایل زندگی رنگارنگ بخرند و در انواع و اقسام روش‌ها و



منش‌های زندگی، اسراف کنند. اسراف، الگوی زن مسلمان نیست.

خطبه‌های نماز عید سعید فطر (۱۳۷۲/۱/۴): در این روز مبارک و در این محشر عظیم مردمی، طبق رویه‌ای که در سال‌های گذشته در مثل چنین روزی داشته‌ایم، با استفاده از این فضای روحانی، موردی را از ده‌ها مورد که در زندگی ما می‌تواند مطرح شود، مطرح می‌کنم و آن، اجتناب از اسراف و زیاده‌روی است. به برادران و خواهران مسلمانان در سراسر کشور عرض می‌کنم که موضوع قناعت را جدی بگیرید. منظورم از قناعت این نیست که دست به نعمت‌های الهی نزنید و از آنها بهره‌مند نشوید. مقصود این است که حد و اندازه نگه دارید؛ زیاده‌روی و اسراف نکنید؛ نعمت‌های الهی را ضایع ننمایید؛ که متأسفانه بسیاری می‌کنند. در جمهوری اسلامی، کسانی هستند که دستشان به نعمت‌های الهی نمی‌رسد. نه به خاطر اینکه کم داریم. به خاطر اینکه بسیاری به خودشان حق می‌دهند که نعمت‌های الهی را بی‌حساب و کتاب مصرف کنند؛ بی‌اندازه مصرف کنند؛ هیچ ملاحظه‌ای نکنند؛ هیچ حدی نگه ندارند و حتی نعمت‌های الهی را ضایع کنند. چقدر نان ضایع می‌شود! چقدر غذای طبخ شده ضایع می‌شود! چقدر میوه مصرف نشده ضایع می‌شود و از خانه‌ها بیرون ریخته می‌شود! چقدر لباس زیاده‌تر از اندازه لازم - چند برابر اندازه لازم - خریداری می‌شود و در خانه‌ها و صندوق‌ها می‌ماند، برای اینکه یکبار در مراسمی پوشیده شود! اینها اسراف است.

می‌خواهم این مطلب را ملت عزیزمان بدانند که اسراف، فعل حرام است؛ گناه است؛ خلاف شرع است؛ آنجایی که اسراف باشد و اسراف مال و اسراف نعمت‌های الهی انجام گیرد، تضييع و تلف کردن نعمت است. تصمیم بگیرید این کار را نکنید. البته



خانواده‌های کم‌درآمد، شاید وسعشان هم نرسد که بخواهند اسراف کنند؛ اما خانواده‌های پردرآمد و حتی بسیاری از خانواده‌های متوسط، متأسفانه اسراف می‌کنند. من این جمله را عرض کردم، بر آن تأکید و پافشاری می‌کنم و خواهشمندم که ملت عزیزمان، این سخن را مورد توجه قرار دهند، به آن اهمیت دهند، برای آن حساسی باز کنند و سعی‌شان بر اسراف نکردن باشد.

اجتماع بزرگ مردم در صحن امام خمینی (ره) مشهد مقدس رضوی (۱۳۷۶/۱/۱): من دیروز در پیام اول سال، به ملت ایران عرض کردم که صرفه‌جویی را شعار خودتان قرار دهید. صرفه‌جویی به معنای گدابخازی نیست که بعضی بگویند چرا نمی‌گذارید مردم از نعمت‌های خدا استفاده کنند. نه استفاده کنند، ولی اسراف و زیاده‌روی نکنند. اسراف در جامعه، لازمه اشرافی‌گری و تقسیم نابرابر ثروت و مایه تضييع اموال عمومی و نعمت الهی است. صرفه‌جویی صحیح - همان که در اسلام به آن قناعت می‌گویند - به معنای نخوردن نیست. به معنای زیاده‌روی نکردن، مال خدا را حرام نکردن و نعمت الهی را ضایع نکردن است. اگر جامعه‌ای بخواهد قناعت و صرفه‌جویی را - که یک دستور اسلامی است - عمل کند، باید متوجه باشد که در شکل کلی به عدالت اجتماعی و مسئله عدالت پرداخته شود. برای اینکه بشود این راه را ادامه داد، همه و همه باید کوشش کنند.

در صحن مطهر حضرت ثامن الحجج، امام رضا (ع) (۱۳۷۷/۱/۱) ببینید اسراف چه کار می‌کند! اسراف در نان، اسراف در آب، اسراف در برق، اسراف در مصالح ساختمانی، اسراف در انواع و اقسام کالاهای گوناگون، اسراف در اسباب بازی بچه و در وسایل تجملاتی! عزیزان من! این اسراف همان کاری را با کشور می‌کند که دشمن



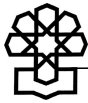
می‌خواهد! او از آن طرف به‌وسیله نفت، به‌وسیله تحریم اقتصادی و انواع و اقسام ضربه‌ها بر ملت ایران ضربه وارد می‌کند؛ از این طرف هم خود ما با اسراف و صرفه‌جویی نکردن، ضربه او را تکمیل می‌کنیم! حرف من این است.

من در پیام گفتم که مردم را به ریاضت اقتصادی دعوت نمی‌کنم؛ ابتداً چه ریاضتی؟ بحمدالله ملت ما احتیاج به ریاضت ندارد. من آنها را به قناعت، به صرفه‌جویی و به اسراف نکردن دعوت می‌کنم. اسراف، حرام است. این هم نمی‌شود که من و شما، مرتب دیگران را نصیحت کنیم. همه باید سعی کنند که اسراف را از زندگی شخصی و از زندگی کاری خودشان دور کنند.

من در پیام عرض کردم که مسئولین دولتی باید فهرستی درست کنند و موارد اسراف را به مردم یاد دهند. این یک مطلب از مطالبی که ما در پیام امسال عرض کردیم؛ حال هم تأکید می‌کنیم و توقع داریم که مردم، توجه و دنبال کنند. ان‌شاءالله از آن، سود کشور حاصل شود.

خطبه‌های نماز جمعه تهران (۱۳۷۹/۲/۲۳): ارزش دیگر، دوری از اسراف و تجمل در سطح زمامداران است. البته تجمل و اسراف در همه جا بد است؛ اما آن چیزی که مردم را وادار می‌کرد که نسبت به این قضیه حساسیت نشان دهند، رفتارهای مسرفانه و متجملانه و ول‌خرجی‌ها با مال مردم در سطح حکومت بود. این از آن چیزهایی بود که مردم نمی‌خواستند. نظام اسلامی براساس این ارزش به‌وجود آمد که چنین چیزی نباشد.

در خطبه‌های نماز جمعه تهران (۱۳۷۹/۹/۲۵): منکراتی که در سطح جامعه وجود دارد و می‌شود از آنها نهی کرد و باید نهی کرد، از جمله اینهاست: اتلاف منابع



عمومی، اتلاف منابع حیاتی، اتلاف برق، اتلاف وسایل سوخت، اتلاف مواد غذایی، اسراف در آب و اسراف در نان. ما این همه ضایعات نان داریم؛ اصلاً این یک منکر است؛ یک منکر دینی است؛ یک منکر اقتصادی و اجتماعی است.

در خطبه‌های نماز عید فطر (۱۳۸۱/۹/۱۵): مصرف‌گرایی برای جامعه بالای بزرگی است. اسراف، روزبه‌روز شکاف‌های طبقاتی و شکاف بین فقیر و غنی را بیشتر و عمیق‌تر می‌کند. یکی از چیزهایی که لازم است مردم برای خود وظیفه بدانند، اجتناب از اسراف است. دستگاه‌های مسئول بخش‌های مختلف دولتی، به‌خصوص دستگاه‌های تبلیغاتی و فرهنگی - به‌ویژه صدا و سیما - باید وظیفه خود بدانند مردم را نه فقط به اسراف و مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی سوق ندهند؛ بلکه در جهت عکس، مردم را به سمت قناعت، اکتفا و به اندازه لازم مصرف کردن و اجتناب از زیاده‌روی و اسراف دعوت کنند و سوق دهند. مصرف‌گرایی، جامعه را از پای درمی‌آورد. جامعه‌ای که مصرف آن از تولیدش بیشتر باشد، در میدان‌های مختلف شکست خواهد خورد. ما باید عادت کنیم مصرف خود را تعدیل و کم کنیم و از زیادی‌ها بزنیم.

دیدار معلمان و کارگران (۱۳۸۲/۲/۱۰): توصیه من به وزیران محترمی که این‌جا هستند و به دیگر مسئولان دولتی، امروز این است و قبلاً هم همیشه همین بوده است که روی مسئله تقویت پول ملی و به نظام آوردن خرج‌ها و هزینه‌های دولتی تلاش کنند و جلو ریخت و پاش‌ها و خرج‌های زیادی و اسراف‌گونه را بگیرند و در یک دایره محدودتر وزارتی، رعایت کمال عدالت را بکنند و تبعیض‌های بیجا را بردارند.

دیدار اساتید و دانشجویان دانشگاه‌های استان سمنان (۱۳۸۵/۸/۱۸): آنچه که پیشرفت هست، این است که ما از هر که و هر جور، همه دانش‌های مورد نیازمان را



فرا بگیریم؛ این دانش را به مرحله عمل و کاربرد برسانیم، تحقیقات گوناگون انجام بدهیم، برای اینکه دامنه علم را توسعه بدهیم، تحقیقات بنیادی انجام بدهیم، تحقیقات کاربردی و تجربی انجام دهیم، ... درباره مشکلات اجتماعی‌ای که در کشور وجود دارد، تحقیق کنیم و راه ریشه‌کن کردن اینها را پیدا کنیم و به دنبال این برویم که راه مبارزه با اسراف چیست. اسراف یک بیماری اجتماعی است. راه مبارزه با مصرف‌گرایی چیست؟ راه مبارزه با ترجیح کالای خارجی بر کالای ساخت داخل چیست؟ اینها تحقیق می‌خواهد. در دانشگاه‌ها پروژه‌های تحقیقی بگیرید، استاد و دانشجو کار کنید، نتیجه تحقیق را به مسئولان کشور بدهید؛ به رسانه‌ها بدهید تا سرریز شود و فرهنگ‌سازی شود. این می‌شود پیشرفت.

دیدار مسئولان اقتصادی و دست‌اندرکاران اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی

(۱۳۸۵/۱۱/۳۰): اگر ضرورت‌هایی هم این کار را در آن دوره ایجاب می‌کرد، نباید دیگر این کارها در دوره بعد از جنگ، در دهه دوم و سوم، انجام می‌گرفت؛ نباید بی‌خود شرکت تولید می‌شد؛ نباید از واگذاری شرکت‌های دولتی به مردم، در آن بخشی که قانون اساسی تصریح به آن کرده بود، کوتاهی می‌شد؛ باید می‌دادیم. باید مالکیت دولت را روزه‌روز کمتر می‌کردیم. این‌طور نشد، بلکه بیشتر و گسترده‌تر شد! و خیلی از درآمدهایی که باید در خدمت تولید، در خدمت گردش صحیح پول در جامعه قرار می‌گرفت، صرف کارهای غیرلازم شد؛ فعالیت‌های اسراف‌آمیز، ساختمان‌سازی‌های بی‌خودی و حتماً به اقتصاد کشور لطمه خورد.

خطبه‌های نماز عید سعید فطر (۱۳۸۶/۷/۲۱): ما مردم مسرفی هستیم؛ ما

اسراف می‌کنیم؛ اسراف در آب، اسراف در نان، اسراف در وسایل گوناگون و تنقلات،



اسراف در بنزین. کشوری که تولیدکننده نفت است، واردکننده فرآورده نفت - بنزین - است! این تعجب‌آور نیست؟! هر سال میلیاردها بدهیم بنزین وارد کنیم یا چیزهای دیگری وارد کنیم برای اینکه بخشی از جمعیت و ملت ما دلشان می‌خواهد ریخت‌وپاش کنند! این درست است؟! ما ملت، به عنوان یک عیب ملی به این نگاه کنیم. اسراف بد است؛ حتی در انفاق راه خدا هم می‌گویند. خدای متعال در قرآن به پیغمبرش می‌فرماید: «لاتجعل یدک مغلوله الی عنقک و لاتبسطها کل البسط»؛ در انفاق برای خدا هم این‌جوری عمل کن. افراط و تفریط نکنید. میانه‌روی، میانه‌روی در خرج کردن. این را باید ما به صورت یک فرهنگ ملی در بیاوریم. قرآن می‌فرماید: «وَالَّذِينَ إِذَا انْفَقُوا»؛ کسانی که وقتی می‌خواهند خرج کنند، «لم یسرفوا و لم یقتروا»؛ نه اسراف می‌کنند - زیاده‌روی می‌کنند - نه تنگ می‌گیرند و با فشار بر خودشان، زندگی می‌کنند؛ نه، اسلام این را هم توصیه نمی‌کند. اسلام نمی‌گوید که مردم بایستی با ریاضت و زهد آنچنانی زندگی کنند؛ نه، معمولی زندگی کنند، متوسط زندگی کنند. اینکه می‌بینید بعضی از فضول‌های خارجی، دولت‌های خارجی، دائم و دم‌به‌ساعت، چندین سال است که ملت ما را تهدید می‌کنند که تحریم می‌کنیم، تحریم می‌کنیم، تحریم می‌کنیم - بارها هم تحریم کرده‌اند - به‌خاطر این است که چشم امیدشان به همین خصوصیت منفی ماست. ما اگر آدم‌های اهل اسراف و ولنگاری در خرج باشیم، ممکن است تحریم برای آدم مسرف و ولنگار سخت تمام بشود؛ اما ملتی که نه، حساب کار خودش را دارد، حساب دخل و خرج خود را دارد، حساب مصلحت خود را دارد، زیاده‌روی نمی‌کند، اسراف نمی‌کند. خوب، تحریم کنند. بر یک چنین ملتی از تحریم ضرری وارد نمی‌شود. این نکته را از ماه رمضان به یاد نگه داریم و ان‌شاءالله عمل کنیم.



دیدار هزاران نفر از مردم و عشایر شهرستان نورآباد ممسنی (۱۳۸۷/۲/۱۵):
من در شیراز اشاره کردم: اگر ما اسراف نکنیم، می‌توانیم نیاز کشور را برآورده
کنیم. یکی از چیزهایی که ما در این کشور نتوانستیم بر خودمان فائق بیاییم و اصلاح
کنیم، مسئله اسراف است.

دیدار رئیس‌جمهوری و اعضای هیئت دولت (۱۳۸۷/۶/۲): ساده‌زیستی –
به‌خصوص در خود آقای رئیس‌جمهور – خوب و برجسته است و چیز باارزشی است؛
در مسئولین هم – کما بیش؛ یک جایی کمتر، یک جایی بیشتر – بحمدالله هست.
ساده‌زیستی چیز بسیار باارزشی است. ما اگر بخواهیم تجمل و اشرافی‌گری و
اسراف و زیاده‌روی را – که واقعاً بالای بزرگی است – از جامعه‌مان ریشه‌کن کنیم، با
حرف و گفتن نمی‌شود؛ که از یک طرف بگوییم و از طرف دیگر مردم نگاه کنند و
بینند عملمان جور دیگر است! باید عمل کنیم. عمل ما بایستی مؤید و دلیل و شاهد بر
حرف‌های ما باشد تا اینکه اثر بکند. این خوشبختانه هست. فاصله‌تان را با طبقات
ضعیف کم کرده‌اید و کم نگه دارید و هر چه که ممکن است آن را کمتر کنید.^۱
در یک جمع‌بندی مختصر از فرمایشات مقام معظم رهبری می‌توان این نتایج را
گرفت که:

اولاً منظور از اصلاح الگوی مصرف کاهش مصرف، ریاضت و مانند اینها نیست،
بلکه مصرف متعادل و درست، ثمربخش و کارآمد مصرف کردن و استفاده صحیح و
مدبرانه از منابع کشور است.

۱. محمدرضا باقری، ۱۸ سال تلاش رهبری برای اصلاح الگوی مصرف، سایت مرکز اسناد انقلاب اسلامی، کد
مطلب: ۶۶۸۳.



ثانیاً مخاطب اصلاح الگوی مصرف در وهله اول دولت و دولتمردان هستند و
اصلاح الگوی مصرف در همه زمینه‌ها اعم از مصرف خانوار، دولت و مؤسسات
غیرانتفاعی، تولید، توزیع، سیاست‌گذاری و بازیافت، موضوعیت دارد.

در بحث اصلاح الگوی مصرف، بخش دولتی باید هزینه‌های خود را کارآمد و
مدبرانه و با حفظ وظایف، حداقل کند. اتلاف منابع در شبکه‌های فرسوده آب، برق و
توزیع، خرج‌های زیادی و اسراف‌گونه، سفرهای بیهوده، ساختمان‌سازی‌های
بی‌خودی، ریخت‌وپاش‌ها، فعالیت‌های اسراف‌آمیز و نگاه تجملی مسئولان از جمله
مصادیق اسراف در بخش دولتی است.

بخش خانوار در موضوع اصلاح الگوی مصرف باید درست، به اندازه و متعادل
(نه ریاضتی و نه اشرافی‌گرایانه) مصرف کند. از مصادیقی که باید در اصلاح الگوی
مصرف خانوار به آن توجه شود، عبارتند از: ترجیح کالای داخلی، مصرف کارآمد و
مدبرانه، مصرف در حد لازم (نه کم و نه بیش)، جلوگیری از اتلاف منابع عمومی و از
جمله مصادیق اسراف عبارتند از: اتلاف نان، غذا، لباس، مصالح ساختمانی،
اسباب‌بازی، تنقلات، بنزین، آب، برق و مانند اینها و خرید وسایل تجملاتی، مهریه‌گران
و نظیر اینها.

در بخش تولید و توزیع از جمله مصادیقی که باید اصلاح شود، استفاده کارآمد و
ثمربخش از منابع، اصلاح شبکه‌های تولید و توزیع و جایگزین کردن شبکه‌ها و کالاهای
ناکارا که موجب اتلاف خود منابع و کالاها و خدمات دیگر می‌شوند و نظیر اینهاست.

اصلاح الگوی مصرف از راه‌های فرهنگ‌سازی و اجرای سیاست‌های اقتصادی
مناسب و معقول و مشروع انجام شود و از اعمال فشار بر مردم پرهیز شود.



۲. مصرف، انواع و عوامل مؤثر بر آن

مصرف به معنای عام یعنی استفاده از کالاها و خدمات برای بهره‌مندی از نتایج این استفاده. در اقتصاد کالاها و خدمات به صورت کلی با دو هدف به کار گرفته می‌شوند:

۱. مصرف نهایی کالاها و خدمات که با هدف کسب رضایت خاطر انجام می‌شود. این مصرف به طور عمده توسط خانوارها انجام می‌شود. با وجود این، هزینه‌های خدمات و کالاهای نهایی مصرفی توسط دولت و مؤسسات غیرانتفاعی را نیز دربرمی‌گیرد. براین اساس مصرف نهایی را به مصرف خصوصی و دولتی نیز تقسیم می‌کنند. هدف مصرف‌کننده (خانوار) کسب رضایت خاطر بیشتر است و مقداری از هر کالا یا خدمت را مصرف می‌کند که بیشترین رضایت خاطر را برای او ایجاد کند و هدف دولت یا مؤسسات غیرانتفاعی کسب حداکثر رفاه برای جامعه است.

۲. مصرف واسطه‌ای به استفاده از کالاها و خدمات با هدف انجام تولید کالاها و خدمات نهایی یا واسطه‌ای دیگر گفته می‌شود. به این نوع کالاها و خدمات، مواد اولیه و مصارف واسطه‌ای تولید نیز گفته می‌شود.

هدف تولیدکننده کسب منافع بیشتر است (البته هدف نهایی او نیز کسب رضایت خاطر بیشتر است) و مقداری از منابع را مصرف می‌کند که بیشترین منفعت را برای او ایجاد کند. اغلب در متون درسی رایج معیار و هدف اصلی منفعت، سود بیان می‌شود، در حالی که منافع دیگری مانند، قدرت، موقعیت اجتماعی، تسلط، پاداش اخروی، بالندگی جامعه و نظیر اینها نیز ابعاد دیگری از اهداف تولیدکننده هستند که به طور دقیق تولیدکنندگان با درجات مختلفی از اهمیت به دنبال همه آنها هستند.



با وجود اینکه مفهوم صحیح و گسترده مصرف شامل دو دسته مصارف یاد شده است، اما در بحث رفتار عاملان اقتصادی در نظریه اقتصاد خرد، بیشتر مصرف نهایی موضوع بحث رفتار مصرف‌کننده است و مصرف واسطه‌ای در بخش تولید در قالب رفتار تولیدکننده و با عنوان تقاضای عوامل تولید مطرح می‌شود.^۱

این نحوه ارائه مباحث بیشتر برای جلوگیری از اشتباه و تداخل مباحث صورت می‌گیرد. در حالی که در کتاب‌های اقتصاد کلان به ویژه در بحث حساب‌های ملی به طور معمول برای تفکیک این دو بحث از اصطلاح‌های مصارف واسطه‌ای و مصارف نهایی یا مصرف کالاها و خدمات واسطه‌ای و مصرف کالاها و خدمات نهایی استفاده می‌شود.^۲

اشاره به چند تعریف در این زمینه می‌تواند مکمل بحث باشد:

- **هزینه‌های مصرفی خصوصی:** ارزش کالاها و خدماتی که توسط مصرف‌کنندگان خصوصی (خانوار و مؤسسات غیرانتفاعی) به مصرف نهایی می‌رسد.^۳

- **هزینه‌های مصرفی دولتی:** ارزش کالاها و خدماتی که توسط وزارتخانه‌ها و سازمان‌های وابسته به دولت به مصرف نهایی می‌رسد.^۴

- **مصرف واسطه‌ای:** ارزش کالاها و خدمات مصرف شده در جریان تولید به استثنای مصرف دارایی‌های ثابت.

این تفکیک بیشتر برای جلوگیری از اشتباه صورت می‌گیرد.^۵

۱. از جمله رجوع شود به داودی، ۱۳۷۴.

۲. از جمله رجوع شود به بختیاری، ۱۳۸۴، صص ۲۳-۲۶.

۳. بختیاری، ۱۳۸۴، ۳۸.

۴. همان.

۵. مدرسی، ۱۳۸۵، ۲۶۹.



عوامل مؤثر به این دو نوع مصرف را بیان می‌کنیم.

۱-۲. عوامل مؤثر بر مصرف نهایی

به طور کلی مصرف نهایی با هدف کسب رضایت خاطر انجام می‌شود. برای انجام این مصرف مخارجی صرف می‌شود این مخارج توسط فرد و خانوار با هدف کسب رضایت خاطر در دنیا و یا در آخرت انجام می‌شود. مقدار مصرف کالاها و خدمات به عوامل مختلفی بستگی دارد. به طور خلاصه برخی از این عوامل بر رضایت خاطر هر واحد مصرف اثر دارند و برخی نیز بر تعداد مصرف مؤثر هستند. مهم‌ترین عوامل مؤثر به مقدار مصرف یک کالا توسط فرد و خانوار عبارتند از:

۱. ایمان،
۲. درآمد،
۳. قیمت کالا یا خدمت (قیمت نسبی)،
۴. نوع کالا یا خدمت از لحاظ ضرورت مصرف،
۵. قیمت کالاها و خدمات جانشین،
۶. قیمت کالاها و خدمات مکمل،
۷. تکنولوژی (و کیفیت) کالا یا خدمت،
۸. تکنولوژی (و کیفیت) کالا یا خدمت مکمل،
۹. تکنولوژی (و کیفیت) کالا یا خدمت جانشین،
۱۰. دسترسی کالا یا خدمت،
۱۱. دسترسی کالاها و خدمات جانشین،

۱۲. دسترسی کالاها و خدمات مکمل،

۱۳. انتظارات از آینده،

۱۴. سلیقه مصرف‌کننده،

۱۵. موقعیت اجتماعی و فردی مصرف‌کننده،

۱۶. زمان، مکان و سایر شرایط،

۱۷. مصرف دیگران و نظیر اینها،

هر یک از این عوامل ابعاد مختلفی دارد که در کتاب‌های پایه‌ای اقتصاد به آنها اشاره شده است.^۱

به عنوان مثال در بحث درآمد، درآمد مطلق، درآمد کل دوره‌های زندگی، درآمد نسبی در مقایسه با جامعه، درآمدهای انتظاری و مانند آن مطرح هستند. همچنین مقدار و تغییرات سایر عوامل یاد شده نیز در نحوه اثر درآمد مؤثر هستند یا هنگامی که بحث از اثر قیمت بر مقدار مصرف یک کالا می‌شود. عواملی همچون قیمت نسبی، کشش قیمتی و نظیر اینها در نحوه اثرگذاری (مثبت یا منفی) بسیار مهم هستند. سایر عوامل نیز مانند اینها است.

۱. از جمله می‌توان رجوع کرد به:

پرویز داودی، ۱۳۷۴، صص ۱۲-۲۰۸.

یداله دادگر، و تیمور رحمانی، ۱۳۸۴، صص ۱۰۵-۱۲۱.

نادر مهرگان، ۱۳۸۴، صص ۳۵-۱۶۵.

صادق بختیاری، ۱۳۸۴، صص ۱۵۷-۱۷۲.

مرتضی عزتی، ۱۳۸۲، صص ۱۸-۹۴.

هندرسون، جیمز، م، و ریچارد ا. کوانت، ۱۳۷۱، تئوری اقتصاد حزد، ترجمه مرتضی قره باغیان، جمشید پڑویان، تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.





می‌توان مجموع عوامل یاد شده را به ۴ دسته تفکیک کرد:

۱. شرایط و ویژگی‌های مصرف‌کننده،
۲. شرایط و ویژگی‌های کالا یا خدمت،
۳. شرایط و ویژگی‌های سایر کالاها و خدمات،
۴. سایر عوامل.

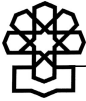
دسته اول عوامل به مصرف‌کننده باز می‌گردد. اما دسته دوم و سوم بر کالاهای و خدمات موجود در بازار بستگی دارد که به تولیدکنندگان یا مقررات و سیاست‌های اقتصادی موجود در جامعه باز می‌گردد.

بخشی از مصرف‌نهایی نیز توسط دولت (به معنای عام) انجام می‌شود که به سیاست‌های یارانه‌ای، حمایتی و نظیر آن بستگی دارد. به‌طور کلی این سیاست‌ها برای تغییر شرایط و ویژگی‌های کالاها و خدمات تولیدی، وارداتی، مصرفی و نظیر اینها اعمال می‌شود که از آن طریق بر مصرف‌نهایی تأثیر دارد.

۲-۲. عوامل مؤثر بر مصرف واسطه‌ای

چنانچه اشاره شد می‌توان به‌کارگیری مواد اولیه تولید را نیز مصرف منابع در بخش تولید نامید. درباره این مصرف مباحث گسترده‌تر است. می‌توان این مباحث را در زمینه مصرف بهینه عوامل به سه بخش تقسیم کرد:

۱. مباحث مربوط به سرمایه، نیروی کار و دانش فنی که مباحث آن در نظریه امکانات تولید مطرح می‌شود.
۲. استفاده از مواد اولیه که موضوع مصرف واسطه‌ای یا تقاضای مواد اولیه



توسط تولیدکننده است،

۳. کیفیت و کمیت محصول تولیدی که به عوامل بسیار مختلفی به ویژه شرایط بازار بستگی دارد.

با این حال می‌توان موضوع اثر سرمایه، نیروی کار و دانش فنی بر تولید را در بحث تابع امکانات تولید در کتاب‌های اقتصاد خرد پیگیری کرد. در این بحث موجودی سرمایه، موجودی نیروی کار و سطح دانش فنی برای تولیدات در مقدار توان کمی و کیفی جامعه مؤثر هستند. هر ترکیبی از سرمایه، نیروی کار و دانش فنی، کمیت و کیفیت خاصی از تولیدات را فراهم می‌کند اگر این منابع به مقدار زیادی در جامعه وجود داشته باشد، تولیدات جامعه از نظر کمی و کیفی می‌تواند بسیار زیاد باشد. به اختصار به هر یک اشاره می‌کنیم.

اگر سرمایه در تملک جامعه زیاد باشد جامعه می‌تواند کالاهای سرمایه‌بر را بیشتر تولید کند. اگر جامعه فاقد سرمایه باشد نمی‌تواند بسیاری از تولیدات را انجام دهد و در بعضی موارد تولیدات آن فاقد استاندارد و ویژگی‌های یک محصول مناسب خواهند بود که مصرف را تحت تأثیر قرار می‌دهد. وجود نیروی انسانی نیز مانند سرمایه است با این تفاوت که سرمایه راحت‌تر می‌تواند جایگزین نیروی انسانی شود. با این حال، کیفیت نیروی انسانی در کیفیت تولید بسیار مؤثر است و بی‌شک کیفیت و کمیت محصول در دسترس مردم به صورت مشخص بر مصرف جامعه اثر زیادی دارد.

امروزه دانش فنی از اصلی‌ترین منابع تولید است، به طوری که در صورت فقدان دانش فنی تولید یک محصول، نمی‌توان آن محصول را در حد استاندارد تولید کرد. همچنین فرایند این تولید نیز کارایی لازم را نخواهند داشت. امروزه بخش قابل توجهی



از مشکلات کالاهای مصرفی و مواد اولیه ناشی از این امر است. البته تولید بسیاری از کالاها بدون دانش فنی امکان پذیر نیست. با این حال سطح کیفی و کمی این محصولات تولیدی به شدت بر نحوه مصرف آنها مؤثر واقع خواهد شد و الگوی مصرف را تحت تأثیر قرار می دهد. ترکیب این عوامل بر نوع، مقدار و نحوه استفاده از مصرف واسطه‌ای (مواد اولیه) در فرایند تولید نیز مؤثر است. بر این اساس این ترکیب هم می تواند الگوی مصرف خانوار و دولت و هم الگوی مصرف واسطه‌ای (مواد اولیه) و سایر منابع را در فرایند تولید تحت تأثیر قرار دهد.

استفاده از مواد اولیه از دو جهت موضوع مرتبط با الگوی مصرف است. یکی بحث استفاده از مواد اولیه در فرایند تولید است که باید به سمت استفاده بهینه و کارا از آن رفت و دیگری محصولی است که از این مواد اولیه با توجه به کیفیت و کمیت آنها به دست می آید. اگر این مواد فاقد کیفیت لازم باشند کارایی کمی خواهند داشت و همچنین محصول تولیدی با آن موجب اختلال و ناکارایی مصرف نهایی (یا واسطه‌ای مراحل بعد) می شود. کیفیت محصول تولیدی بر نحوه و مقدار مصرف خود کالا و کالاهای مکمل و جانشین آن بسیار مؤثر است. اگر یک کالا ناکارا باشد (مانند اتومبیل های تولیدی کشور) باعث اتلاف آن کالا و کالاهای مکمل (مانند بنزین) می شود. همچنین عمر مفید کالاهای کم کیفیت کم خواهد بود. این حالت ها مصرف را از مسیر اصلی و بهینه منحرف می کند و آن را خارج از الگوی مناسب مصرف قرار می دهد. اگر یک کالا کیفیت بهتری داشته باشد (مانند لامپ های کم مصرف استاندارد) هم عمر طولانی دارد و هم باعث کمتر شدن هزینه مصرف کالاهای مکمل (مانند برق) و جانشین (مانند لامپ های معمولی) می شود.



کمیت محصول تولیدی نیز می تواند شرایط دسترسی و قیمت کالاها را تحت تأثیر قرار دهد و از آن طریق بر مقدار مصرف مؤثر واقع شود.

یک کالای تولید شده با سطح فناوری بالا می تواند موجب بهینه شدن مصرف آن کالا شود، استانداردهای نیاز را تأمین کند، هزینه های مستقیم و هزینه های کالاهای مکمل را حداقل کند و کارایی را افزایش دهد (که اینها ابعادی از بهینگی در مصرف هستند).

بر این اساس می توان عوامل ذیل در بخش تولید را بر الگوی مصرف واسطه‌ای در بخش تولیدکننده و مصرف نهایی مصرف کننده مؤثر دانست:

۱. سطح ایمان و تعهد تولیدکننده،
۲. سودآوری تولیدکننده،
۳. سرمایه در اختیار تولیدکننده،
۴. سطح دانش فنی،
۵. فناوری تولید (هم در خط تولید و هم در محصول)،
۶. مواد اولیه مورد استفاده در تولید،
۷. نیروی کار (کمیت و کیفیت)،
۸. قیمت های سرمایه،
۹. قیمت مواد اولیه جانشین و مکمل،
۱۰. قیمت نیروی کار (دستمزد)،
۱۱. قیمت دانش فنی،
۱۲. کیفیت و فناوری محصول تولیدی،



۱۳. کمیت محصول تولیدی،

۱۴. شرایط مختلف دیگر بازار مانند دسترسی به مواد اولیه مناسب، دانش فنی

مناسب، فناوری مناسب، بازار عوامل تولید مناسب، زمان، مکان و نظیر اینها.

۳. اصلاح الگوی مصرف و خانوار

به طور کلی براساس نظریه رایج در زمینه مصرف در نظام‌های سرمایه‌داری، مصرف بیشتر موجب کسب رضایت خاطر بیشتر می‌شود. از این رو در این نظریه‌ها مصرف بیشتر تا مرز اشباع، الگوی مصرف مطلوب است. چون فردگرایی افراطی بر این نظریه‌ها حاکم است مصرف دیگران، آخرت و نظیر اینها در بحث عوامل مؤثر بر مصرف به صورت مشخص وارد نشده است. البته در برخی موارد مصرف دیگران نه به عنوان عامل اثرگذار بر مصرف فرد، بلکه به عنوان عامل ایجادکننده رضایت خاطر، وارد مباحث شده است. بر پایه این دیدگاه یک مسئله شخصی است و تولید نیز یک مسئله شخصی است که هر یک از تولیدکننده و مصرف کننده برای رفتار خود براساس تمایلات و اهداف شخصی و در چارچوب عقلانیت ابزاری تصمیم‌گیری می‌کنند.

اما در دیدگاه اسلامی برای رفتار مصرف کننده قواعدی تعیین شده است که این قواعد حدود مصرف او را تعیین می‌کنند. همچنین این مصرف کننده بخشی از مخارج خود را با هدف کسب رضایت خاطر در زندگی پس از مرگ در امور توصیه شده مذهبی و برای دیگران و اجتماع صرف می‌کند. بر این اساس چنانچه یک مسلمان از

ایمان کافی برخوردار باشد، رفتار مصرفی او متفاوت خواهد بود.



براساس آموزه‌های مذهبی اسلامی مصرف‌کننده مسلمان قواعد ذیل را رعایت می‌کند:

۱. اسراف و تبذیر نخواهد کرد،

۲. به داشته خود برای مصرف قناعت خواهد کرد (از حد دارایی خود تجاوز نمی‌کند)،

۳. بخل و تقطیر (مصرف کمتر از کفاف) نخواهد داشت،

۴. تلاش خواهد کرد نیاز خانواده را در حد استانداردهای مصرفی تأمین کند،

۵. متناسب با دارایی، شأن و منزلت خود مصرف می‌کند،

۶. برای آخرت خود ذخیره خواهد فرستاد (بخشی از مخارج خود را به امور

اخروی اختصاص خواهد داد)،

۷. بخشی از دارایی خود را برای سایرین و امور عام‌المنفعه صرف می‌کند.^۱

براساس این چارچوب، یک مسلمان در حد متعادل (نه کمتر و نه بیشتر) مصرف

خواهد کرد. اما این حد متعادل مقدار مصرف، به تناسب کارایی کالاها و خدمات مصرفی

برای رفع نیاز او نیز بستگی دارد. غیر از عواملی که در بند «۱-۲» اشاره شد می‌توان

چارچوب بالا را ملاک مصرف او و تأمین نیاز او را ملاک اصلی تصمیم‌گیری دانست.

رعایت این حدود تحت تأثیر عوامل گوناگون است. از جمله مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از:

۱. کیفیت کالا یا خدمتی که مصرف می‌شود. به این معنا که ملاک، رفع نیاز است

و اگر کالا کارایی کافی نداشته باشد ممکن است به ظاهر و از نظر کمی مقدار مصرف

او بیشتر باشد، مثلاً اگر او باید لباس آراسته‌ای بپوشد و به‌طور معمول سالیانه دو

دست از لباس مشخصی که استاندارد است رافع این نیاز است، اگر لباس‌های موجود

در بازار دوام کافی نداشته باشند ممکن است او ناچار شود پس از مدتی کمتر از یک

۱. برای توضیح بیشتر به کتاب عزتی، ۱۳۸۳ مراجعه شود.



سال (مثلاً ۶ ماه، ۴ ماه و ...) دو دست لباس جدید خریداری کند. در این حالت نمی‌توان گفت او از مرز مجاز مصرف خارج شده است.

۲. کیفیت کالاها و خدمات مکمل و جانشین نیز بر مصرف او مؤثر است. اگر کالایی ناکارا باشد (مانند لامپ معمولی) مصرف (برق) او افزایش می‌یابد یا اگر اتومبیلی که در بازار عرضه می‌شود (مثل خودروهای تولید داخلی) مصرف غیراستاندارد سوخت داشته باشد با مقدار مصرف (بهره‌برداری) برابری از اتومبیل با مصرف‌کنندگان کشورهای دیگر، سوخت مصرفی او بیشتر (مثلاً دو برابر استاندارد) خواهد شد و به اشتباه خواهیم گفت مصرف او زیادتر از معمول است. در حالی که سوخت و اتومبیل دو کالای مکمل هستند و فرد نیاز دارد به مقدار مشخصی از اتومبیل استفاده کند. در هر استفاده بدون اینکه اتومبیل را بیشتر از معمول رانده باشد. مصرف سوخت او افزایش می‌یابد، بسیاری از کالاهای مصرفی دیگر نیز همین‌طور است.

در مقابل اگر کالای مناسبی (مانند لامپ کم‌مصرف) در اختیار مصرف‌کننده باشد و این کالا (لامپ) از استاندارد کشورهای دیگر بهتر باشد ممکن است مصرف برق او کمتر شود) و اگر شرایط لامپ نامناسب باشد چنین خواهد شد.

در صورتی که کالاها و خدمات جانشین نیز از کیفیت مناسب برخوردار نباشند موجب مصرف بیشتر کالا یا خدمت می‌شوند، مانند فقدان حمل و نقل عمومی مناسب که موجب افزایش مصرف اتومبیل و سوخت در کشور شده است. این دامنه بسیاری از کالاها را دربرمی‌گیرد، مانند لوله‌کشی و شیرهای آب و گاز، سیم‌کشی و تجهیزات برقی، وسایل گرمایش و سرمایش و به‌طور کلی همه ابزار و وسایل مصرفی بادوام و کم‌دوام.



۳. کم‌توجهی مصرف‌کننده به توصیه‌های مذهبی (ضعف ایمان) نیز موجب می‌شود مصرف‌کننده به حد اسراف و تبذیر یا بخل و تقطیر وارد شود و از مصرف بهینه خارج شود. مثل اینکه مصرف‌کننده در نگهداری نان، خاموش کردن لامپ اضافی، بستن به‌موقع درب و پنجره ساختمان، بستن به‌موقع شیر آب، نگهداری از کفش، لباس و وسایل زندگی و مانند اینها کوتاهی کند یا بیش از نیاز تهیه کند یا کمتر از کفاف خریداری کند و خود و خانواده خود را دچار مشکل کند.

براین اساس گروه‌های ذیل در مقدار مصرف بهینه مصرف‌کننده مؤثر هستند:

۱. خود مصرف‌کننده و ویژگی‌های او مانند ایمان، تعهد، درآمد، سلیقه، نیاز، شأن، فرهنگ و نظیر اینها،

۲. تولیدکنندگان از طریق کیفیت و کمیت کالای تولیدی و قیمت آن و کیفیت و کمیت کالاها و خدمات جانشین،

۳. دولت (به معنی عام) از طریق فرهنگ‌سازی رعایت اعتدال در مصرف، اعمال سیاست‌های تشویقی و حمایتی (و تنبیهی) برای تولیدکنندگان در جهت اصلاح تولیدات و ممنوعیت واردات کالاهای ناکارا، اعطای یارانه به مصرف کالاهای اساسی نیازمندان با هدف رساندن سطح زندگی آنها به حد متعادل (البته برای جلوگیری از انحراف، یارانه غیرنقدی مناسب‌تر است) اعمال سیاست‌های تشویقی برای کسانی که در چارچوب الگوی مصرف متعادل مصرف می‌کنند، اعمال حمایت از تولید و عرضه کالاهای استاندارد و کارا و نظیر اینها.

۴. واردکنندگان و توزیع‌کنندگان از طریق عدم ورود و توزیع کالاهای غیراستاندارد و با کارایی کم.



۴. اصلاح الگوی مصرف و تولیدکننده

تولیدکننده در چارچوب تولید خود به مصرف عوامل واسطه ای می پردازد و نیز محصولاتی را تولید می کند که از هر دو جهت بر الگوی مصرف مؤثر است:

۱. تولیدکننده از جهت مصرف مواد اولیه (واسطه ای) باید به سمت ایجاد و حداکثر کارایی در استفاده از این منابع حرکت کند. کارایی از دو جهت قابل افزایش است. افزایش تولید با عوامل ثابت یا کاهش استفاده از عوامل برای تولید ثابت. مصرف این کالاها و خدمات تحت تأثیر عوامل مختلفی است که در بحث مصارف واسطه ای اشاره شد.

۲. الگوی مصرف خانوار نیز تحت تأثیر محصولات تولید و عرضه شده در بازار است. اگر تولیدکنندگان کالاهای نامناسبی تولید کنند مصرف این کالاها می تواند از حد متعادل تجاوز کند و هزینه های مصرف کنندگان را افزایش دهد. مثل اینکه کالای باکیفیت پایین زودتر از معمول خراب می شود و مصرف کننده مجبور به خرید مجدد یا تعمیر آن می شود.

از طرف دیگر کیفیت کالاهای تولیدی بر مقدار کالاها و خدمات مکمل یا جانشین نیز تأثیر دارد. وسایل نقلیه، گرمایش، سرمایش، روشنایی و مانند اینها، همراه با حامل های انرژی مصرف می شوند، اگر این وسایل از کیفیت مناسبی برخوردار نباشند مصرف انرژی آنها از حد متعادل بیشتر خواهد شد و موجب وضعیت مشابه کشور ما می شود که بدون اینکه مصرف کننده از وسایل یاد شده بیش از حد متعادل مصرف کند مصرف انرژی او بیشتر خواهد شد.



۵. اصلاح الگوی مصرف و دولت

دولت به عنوان یک بخش از اقتصاد که هزینه های مصرفی قابل توجهی دارد خود باید درصد بهینه کردن هزینه های مصرفی خود باشد. بخشی از هزینه های مصرفی می تواند کاهش یابد، نظیر هزینه های آب، برق، گاز، خریدهای غیرضروری، سمینارهای تبلیغاتی، سفرهای غیرضروری به ویژه سفرهای خارجی و سفرهای گروهی به مناطق، خرید کالاها و خدمات تجملی و مانند اینها که در ادارات و سازمان ها انجام می شود بخشی از هزینه ها، مانند یارانه به طبقات نیازمند نیز نباید کاهش یابد بلکه باید بهینه شود در این بهینه سازی باید کارایی آن را با توجه به هدف تأمین نیازهای اساسی افزایش داد.

دولت در سیاست گذاری به طور جدی بر مصرف همه بخش ها مؤثر است. سیاست گذاری در واردات کالاها برحسب نوع کالای مجاز، تعرفه ها، کیفیت کالاهای وارداتی و نظیر اینها که اثر آن بر مصرف با توضیحات مطالب قبلی روشن است.

دولت در سیاست گذاری بخش تولید نیز می تواند سطح استانداردها را کامل کند و افزایش دهد تا موجب بهبود سطح مصرف خود کالا و کالاها و خدمات مکمل شود، همچنین می تواند سیاست گذاری در قیمت کالاها و خدمات بدون تناسب با قیمت سایر کالاها و خدمات مکمل و جانشین و به صورت غیرمتعادل انجام شود که موجب افزایش هزینه مصرف کننده یا انحراف در مصرف می شود و نوعی هزینه مازاد به مصرف کننده و جامعه تحمیل می کند. به عنوان مثال ما می توانیم با استانداردسازی خودروهای مجاز به تولید در ایران (مثلاً در حد اروپا) مصرف سوخت را به حدود نصف کاهش دهیم. یا با اجازه ندادن به تولید و توزیع لامپ معمولی مصرف برق



روشنایی را به حدود ۶۰ تا ۸۰ درصد کاهش دهیم.

همچنین با اعمال سیاست قیمت‌گذاری رقابتی در حد قیمت‌های جهانی هزینه‌های بهره‌برداری از بسیاری کالاها نظیر خودرو را به نصف کاهش دهیم و مانند اینها. بخش تبلیغات نیز یکی از محورهای مهم سیاست‌گذاری دولت است که می‌تواند اثر بسیار زیادی بر متعادل کردن مصرف بگذارد. از جمله سیاست‌هایی نظیر ممنوع کردن تبلیغات (یا تبلیغات عمومی) برای کالاها و خدمات وارداتی، تجملی، گران‌قیمت و نظیر اینها. همچنین هدایت فیلم‌ها، تصاویر و همه برنامه‌های رادیو، تلویزیون، مطبوعات، اینترنت و مانند اینها در جهت کاهش مصرف‌گرایی و متعادل کردن مصرف. سیاست‌گذاری تبلیغی و فرهنگ‌سازی برای سرمایه‌گذاری نیز بخش دیگری از سیاست‌هایی است که می‌تواند جامعه را به سمت جایگزینی هزینه‌های سرمایه‌ای به جای هزینه‌های مصرفی و در نتیجه کاهش مصرف و افزایش سرمایه‌گذاری و رشد و توسعه اقتصادی هدایت کند.

قانون‌گرایی و رعایت قانون نیز موجب پذیرش الزام به کاهش مصارف جاری دستگاه‌های دولتی می‌شود. چنانچه در بسیاری از زمینه‌ها قانون کاهش مصارف وجود دارد اما دستگاه‌های دولتی بدان توجه چندانی نداشته‌اند. نظیر قانون الزام دولت به کاهش هزینه‌های آب، برق و کاغذ مندرج در قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران.



۶. اصلاح الگوی مصرف و نظام توزیع

بخشی از محصولات تولیدی در نظام توزیع اتلاف می‌شود. برای ایجاد قصد در این بخش باید جلوی اتلاف منابع را گرفت. کالاها و خدماتی که با صرف هزینه تولید می‌شود، نظیر آب، برق، نفت، گاز و سایر کالاها در مسیر انتقال و توزیع (به علت‌های مختلف) تلف می‌شود. از جمله عواملی که موجب اتلاف این کالاها می‌شود عبارتند از:

- غلط بودن نظام انتقال و توزیع،
 - فقدان و فرسودگی تجهیزات انتقال و توزیع،
 - فقدان دانش فنی لازم برای انتقال و توزیع،
 - عدم تناسب مکان تولید و مصرف،
 - فقدان تجهیزات و امکانات مناسب نگهداری (مانند سردخانه، انبار و نظیر اینها)،
 - فقدان مواد و لوازم کمک‌کننده به نگهداری و مانند اینها.
- علاوه بر این در نظام توزیع و تجارت مشکل عدم تناسب تبلیغات با نیازها و فرهنگ جامعه به ویژه با ضرورت اتخاذ مشی متعادل در مصرف است. برخی از نکات اصلی این موضوع در بحث سیاست‌گذاری الگوی مصرف و دولت اشاره شد. اما بخشی از مسائل باید با فرهنگ‌سازی در تجارت و توزیع اصلاح شود.
- بخشی از مشکل الگوی مصرف در زمینه عرضه کالاها و خدمات کم‌کیفیت، به نظام تجاری کشور به ویژه در بخش واردات بازمی‌گردد. سیاست‌گذاری در بخش تجارت خارجی و داخلی می‌تواند مانع ورود و عرضه کالاهای کم‌کیفیت به بازارهای داخلی شود و از این طریق از نابسامانی‌های الگوی مصرف جلوگیری کند.



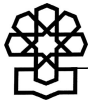
همچنین با سیاست گذاری در بخش تجارت خارجی می توان به حمایت واقعی (نه صوری یا مالی و نظیر آن) از افزایش توان رقابتی و بهبود کیفیت کالاهای تولیدی داخل پرداخت.

۷. اصلاح الگوی مصرف و ضایعات

وجود ضایعات یکی از نتایج مصرف اعم از اینکه مصرف متعال، کم یا زیادتر از حد بهینه باشد. هر مصرفی می تواند همراه خود منجر به دور ریز مواد زاید همراه آن شود. هر نوع ضایعاتی منجر به از بین رفتن بخشی از منابع می شود. با وجود این می توان ضایعات ایجاد شده در فرایند مصرف را به دو دسته تقسیم کرد:

۱. ضایعاتی که اجتناب ناپذیر است و برای مصرف بهینه ناچار به پذیرش آن هستیم. مانند پوشش مواد غذایی یا دور ریز مواد یک بار مصرف و نظیر اینها، هر چند وجود این نوع ضایعات در فرایند مصرف پذیرفته شده است، اما این هم موجب از بین رفتن منابع می شود. ممکن است این از بین رفتن منجر به کسب رضایت خاطر یا منافی بیش از ارزش آن شود یا اینکه منافع یا رضایت خاطر کمتر از ارزش آن ایجاد کند. به طور کلی اگر رضایت خاطر یا منافع ایجادی از آن بیشتر از ارزش آن شود از لحاظ اقتصادی آن را هدر رفتن منابع نمی نامند، با وجود این اگر بتوان ضایعات را کاهش داد، کارایی و منافع حاصل از آن افزایش می یابد و این کاهش ضایعات از نظر اقتصادی حرکت به سمت بهینگی است.

اگر بدون اینکه ضربه ای به کمیت و کیفیت مصرف و کالای مصرفی وارد شود بتوان از ضایعات همراه با مصرف کالاها و خدمات مورد نظر اجتناب کرد، از نظر



شرعی و اقتصادی وجود این ضایعات پذیرفتنی نیست. همچنین اگر این نوع ضایعات حاصل تجمل و لوکس گرایی باشد نیز در شرایطی که امکانات جامعه یا فرد محدود باشد، معقول و مشروع تلقی نمی شود.

۲. بخشی از ضایعاتی که در فرایند مصرف ایجاد می شود اجتناب پذیر است. بخش عمده ضایعات خود کالاهای مصرفی مانند نان، غذا، لباس، آب، حامل های انرژی، مواد مصرفی کارخانه ها، مصالح ساختمانی و نظیر اینها که تقریباً همه مصارف را در برمی گیرد از جهات مختلف شرعی، عقلانی، اقتصادی، اجتماعی و مانند اینها غیرقابل پذیرش است و به معنای هدر رفتن منابع تلقی می شود. این نوع ضایعات (در صورت وجود امکان اجتناب از آن) اسراف تلقی می شود و از لحاظ شرعی حرام است. برای این اساس در مجموع هر چه انواع ضایعات کاهش بیابد (بدون ضربه زدن به کیفیت و کمیت کالا و خدمت و کیفیت و کمیت مصرف)، حرکت به سمت بهینگی است.

در بحث ضایعات، موضوع بازیافت نیز مهم است. بازیافت نوعی جبران ضایعات و تجدید منابع کشور است. از این جهت ضمن اینکه باید تلاش کرد تا ضایعات به حداقل برسد، از طرف دیگر باید در جهت بازیافت آن نیز تلاش کرد. بخشی از این تلاش باید توسط مصرف کنندگان مواد (اعم از خانوار، بنگاه های اقتصادی، دولت و مؤسسات غیرانتفاعی)، بخشی نیز توسط دولت به عنوان سیاست گذار و بخشی از آن هم توسط شرکت های بازیافت انجام شود.

مصرف کنندگان باید تا حد ممکن از ایجاد ضایعات اجتناب کنند و شیوه های مختلف را برای آن به کار بگیرند. همچنین ضایعات را به صورتی در زباله ها قرار دهند که امکان بازیافت آن فراهم و سهل تر شود. از جمله راه های این کار از بین



نبردن ضایعات قابل بازیافت، تفکیک زباله‌ها و یا تحویل زباله‌های خاص به مراکز بازیافت و نظیر اینهاست. منظور از مصرف‌کنندگان اعم از خانوار، دولت، مؤسسات غیرانتفاعی و تولیدکنندگان است.

دولت به عنوان سیاست‌گذار می‌تواند عوارض و مالیات به ضایعات قابل اجتناب وضع کند. همچنین دولت با حمایت از بازیافت می‌تواند هم باعث تجدید منابع کشور و هم جلوگیری از آلودگی محیط زیست شود. با وجود این وظیفه تبلیغ برای اجتناب از ضایعات و کمک به بازیافت نیز وظیفه دولت است.

شرکت‌های بازیافت‌کننده نیز برای کسب منافع بیشتر می‌توانند از مصرف‌کنندگانی که شرایط بهتری برای بازیافت فراهم می‌کنند، حمایت و آنها را تشویق کنند. علاوه بر این با استفاده از فناوری و تجهیزات بهتر می‌توانند فرایند تجدید منابع کشور در این بخش را بهبود ببخشند. کیفیت بازیافت به صورت جدی در کیفیت محصولات تولیدی حاصل از آن مؤثر است. این کیفیت می‌تواند موجب بهینه‌تر شدن مصارف کالاهای تولیدی از مواد بازیافتی نیز بشود که فعالیت بازیافت‌کنندگان از این طریق نیز با الگوی مصرف مرتبط می‌شود.

۸. اصلاح الگوی مصرف و قانون‌گذاری و نظارت

برای تحقق هر هدفی نیاز به سیاست‌گذاری است و این سیاست‌گذاری‌ها از طریق تدوین و تصویب قوانین و مقررات انجام می‌شود. لذا برای اصلاح الگوی مصرف نیاز به سیاست‌گذاری و تصویب قوانین و مقررات لازم در حوزه‌هایی است که در بخش‌های مختلف این گزارش بیان شد. با وجود این، قوانین مناسب و فقدان نظام



نظارت کارآمد، سیاست‌ها را به هدف نمی‌رساند.

نظام نظارت می‌تواند با نظارت صحیح و کارآمد بر قوانین و مقررات، موجب اجرای صحیح و دقیق آن شود. بسیاری از قوانین در جهت اصلاح الگوی مصرف به تصویب رسیده‌اند و پس از فرمان مقام معظم رهبری قوانین و مقررات بیشتری به تصویب خواهند رسید که در صورت فقدان نظارت صحیح و دقیق هیچ اثری نخواهند داشت. به عنوان مثال در قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران دولت موظف به اصلاح مدیریت تولید و مصرف و بهینه‌سازی دستورالعمل‌های لازم را تهیه و اقدامات مربوط به کاهش ضایعات و مصرف بهینه را انجام دهد که به نظر می‌رسد طی سال‌های برنامه چهارم در بخش دولتی اغلب موارد مصارف مواد مندرج در این قانون افزایش یافته است.^۱

همگانی‌سازی نظارت نیز می‌تواند در این زمینه بسیار مؤثر باشد. ضمن اینکه در صورت وجود نظارت قوی نهادهای رسمی این مشکلات کمتر و اصلاح الگوی مصرف بهتر انجام خواهد شد. به مصداق کلام شریف «کلکم داع و کلکم مسؤول» باید فرهنگ نظارت را همگانی کرد تا قدرت و قوت اثرگذاری آن افزایش بیابد. بی‌شک نظارت عمومی و قوی در اصلاح بسیاری از نابسامانی‌ها، تخلفات و رفع معضلات جامعه بسیار مفید خواهد بود.

۱. قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در مواد مختلفی از جمله مواد (۳)، (۱۴)، (۱۷)، (۲۲)، (۶۱)، (۶۵)، (۶۶)، (۸۴) و مانند اینها دولت را موظف به انجام اقدامات مختلفی برای اصلاح و بهینه‌سازی الگوی مصرف کرده است اما به نظر می‌رسد تاکنون در اغلب موارد اقدامات جدی و مؤثری (به‌ویژه در مصرف خود دولت) انجام نشده است و از دستگاه‌های نظارتی نیز در این باره اقدام مؤثری مشاهده نشده است.



در یک جمع‌بندی مختصر می‌توان گفت همه بخش‌های اقتصاد، نوعی مصرف کالا و خدمت دارند. اصلاح الگوی مصرف آنها لازم است. همچنین فعالیت‌های همه بخش‌ها اعم از تولید تولیدکنندگان، سیاست‌گذاری دولت قانون‌گذاری قوه مقننه، نظارت دستگاه‌های نظارتی و فعالیت سایر مؤسسات بر الگوی مصرف جامعه مؤثر است. مهم‌ترین مشکل در الگوی مصرف جامعه، ابعاد فرهنگی آن و نیز اصلاح نظام تولید (کالاها و خدماتی که به مصرف‌کننده عرضه می‌شود) و سیاست‌های تجاری و نیز سیاست‌های تشویقی و حمایتی دولت است. تجربه نیز نشان داده است این سه بخش در اصلاح الگوی مصرف جامعه اثرگذارتر بوده‌اند.

تقویت نظارت خاص و عمومی نیز می‌تواند راهکار مناسبی برای وادار کردن مسئولان و عموم مردم به اصلاح الگوی مصرف باشد.

اقدامات و سیاست‌های جبری نظیر ممنوعیت مصرف، افزایش قیمت و نظیر اینها برای کالاها و خدمات ضروری و اساسی ناکاراست^۱ و موجب افزایش هزینه‌ها و برهم‌زدن رفتارهای مصرفی، همراه ایجاد مفاسد اجتماعی و نظیر اینها می‌شود.

۱. چون کالاها ضروری و اساسی کم‌کاهش هستند افزایش قیمت آنها اثر چندانی در اصلاح مصرف ندارد. اما اصلاح تجهیزات و کالاها بسیار مؤثرتر از آن است. مثل نان، برق و بنزین که افزایش قیمت آن در سال‌های گذشته اثر چندانی بر مصرف نداشته است. در حالی‌که عرضه لامپ کم‌مصرف و استفاده از آن کاهش قابل توجهی در مصرف روشنایی داشته است. همچنین اصلاح تجهیزات سوخت و موتور اتومبیل‌ها می‌تواند مصرف سوخت آنها را که حدود نصف مقدار موجود در اتومبیل‌های تولیدی ایران کاهش دهد و تقریباً همه مشکل بنزین‌کشور را حل کند.

۱. بختیاری، صادق. اقتصاد کلان، اصفهان: دانشگاه اصفهان، ۱۳۸۴.
۲. دادگر، یداله و تیمور رحمانی. مبانی و اصول علم اقتصاد، قم: بوستان کتاب، ۱۳۸۴.
۳. داودی، پرویز. اقتصاد خرد، تهران: دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۴.
۴. عزتی، مرتضی. نظریه اسلامی رفتار مصرف‌کننده، تهران: مرکز پژوهش‌های اقتصاد، ۱۳۸۲.
۵. عزتی، مرتضی. ایمان، عقلانیت و رضایت‌نامه، تهران: مرکز پژوهش‌های اقتصاد، ۱۳۸۳.
۶. مدرسی، منصور. فرهنگ توصیفی واژگان برنامه‌ریزی و توسعه، تهران: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، ۱۳۸۵.
۷. مهرگان، نادر. اقتصاد خرد، چاپ هشتم، همدان: نور علم، ۱۳۸۴.
۸. هندرسون، جیمز.م. و ریچارد ا. کوانت، تئوری اقتصاد خرد، ترجمه مرتضی قره‌باغیان و جمشید پژویان، تهران: مؤسسه فرهنگی رسا، ۱۳۷۱.
۹. خبرگزاری فارس به نقل از پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری، ۱۳۸۸/۱/۲۲.
۱۰. خبرگزاری ایسنا، ۱۳۸۸/۱/۱۴، کد خبر ۸۸۰۱-۱۴۱۸.
۱۱. جام جم آن‌لاین به نقل از خبرگزاری مجلس شورای اسلامی (خانه ملت)، به نقل از عباس رجایی، نماینده مجلس، ۱۳۸۸/۱/۲۲.
۱۲. باقری، محمدرضا، ۱۸ سال تلاش رهبری برای اصلاح الگوی مصرف، سایت مرکز اسناد انقلاب اسلامی، کد مطلب: ۶۶۸۳.





شناسنامه گزارش

شماره مسلسل: ۹۶۳۶

عنوان گزارش: درباره اصلاح الگوی مصرف (۱) ابعاد اصلاح الگو

نام دفتر: مطالعات اقتصادی (گروه بازارهای مالی)

تهیه و تدوین: مرتضی عزتی

ناظر علمی: سیدمحمدرضا سیدنورانی

متقاضی: احمد توکلی (رئیس مرکز پژوهش‌ها)

ویراستار تخصصی: —

ویراستار ادبی: —

واژه‌های کلیدی و معادل انگلیسی آنها:

۱. مصرف (Consumption)

۲. الگوی مصرف (Consumption Pattern)

تاریخ انتشار: ۱۳۸۸/۲/۱۶