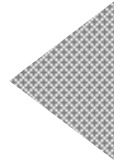


آقایان: دکتر محمدجواد ابروانی^۱، دکتر داود دانش جعفری^۲، دکتر محسن رضایی^۳، دکتر میثم موسایی^۴، دکتر مهدی ناظمی اردکانی^۵ و مهندس سیدمرتضی نبوی^۶ در میزگرد علمی راهبرد یاس با عنوان:

الگوی مصرف و توسعه



راهبرد یاس
بسم الله الرحمن الرحيم. تا کنون عناوین مختلفی، مباحث میزگردهای علمی راهبرد یاس را شکل داده و از زوایای مختلفی به توسعه نگاه شده است. در این شماره با توجه به نامگذاری سال ۸۸ به سال «اصلاح الگوی مصرف» توسط مقام معظم رهبری و ضرورت‌های موجود و ملموس جامعه کنونی ایران، بر آن شدیم که در بیستمین میزگرد، به «الگوی مصرف و توسعه» بپردازیم.

توجه به مفهوم‌شناسی، مبانی نظری، رابطه اصلاح الگوی مصرف و توسعه، ارزیابی وضع موجود و ترسیم وضع مطلوب و راهکارهای نیل به وضع مطلوب، از مطالب مهم و کلیدی در تبیین «الگوی مصرف و توسعه» محسوب می‌شوند. مروری بر چند عبارت از مقام معظم رهبری در سخنرانی ابتدای سال ۸۸، می‌تواند طلیعه خوبی بر این مبحث باشد.

«یک اقدام اساسی در زمینه پیشرفت و عدالت، مبارزه با اسراف، حرکت در سمت اصلاح الگوی مصرف، جلوگیری از ولخرجی‌ها و تضييع اموال جامعه است. یک نسبتی باید در جامعه میان تولید و مصرف وجود داشته باشد. یک نسبت شایسته‌ای به سود تولید؛ یعنی تولید جامعه همیشه باید بر مصرف جامعه افزایش داشته باشد.»

۱- عضو هیأت علمی دانشگاه تهران و عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام.

۲- عضو هیأت علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی و عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام.

۳- عضو هیأت علمی دانشگاه جامع امام حسین(ع) و دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام.

۴- عضو هیأت علمی دانشگاه تهران.

۵- عضو هیأت علمی دانشگاه جامع امام حسین(ع).

۶- عضو شورای علمی گروه مطالعات انقلاب اسلامی، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

ایشان در ادامه به مثال‌هایی در مورد بالا بودن میزان مصرف توجه می‌دهند؛ مواردی مانند:

- ۳۳٪ ضایعات نان؛
- تلفات آب در مصرف خانگی تا حدود ۲۲٪؛
- مصرف انرژی در کشور که حدوداً بیش از دو برابر مصرف انرژی در جهان است؛
- مسائلی در سطح خانواده مانند تجمل‌گرایی، چشم و هم‌چشمی، هوسرانی افراد خانواده، عادت‌ها، نسبت‌ها و روش‌های غلط و زیاده‌روی در مصرف که به سمت اسراف سوق یافته است؛
- در سطح ملی، بخش مهمی از اسراف در اختیار مسئولین کشور است؛ مانند هدر رفتن آب و برق در شبکه‌های انتقال؛
- اسراف در سطح سازمان، نظیر تجملات اداره، اتاق کار، تزئینات، سفرهای بیهوده و مبلمان‌های گوناگون.

از دیگر جملات ایشان این بود که لازم است به عنوان یک سیاست، مسأله صرفه‌جویی در خطوط اساسی برنامه‌ریزی‌ها در سطوح مختلف اعمال شود، هم در سطح دولت، هم در سطح آحاد مردم و هم در سطح سازمان‌ها، بایستی نگاه عیب‌جویانه به اسراف وجود داشته باشد. قوه مقننه و قوه مجریه موظف به پیگیری هستند که برنامه‌ریزی و قانونگذاری کنند و قانون را با قاطعیت تمام اجراء کنند.

به نظر می‌رسد که منظور ایشان از اصلاح الگوی مصرف، فراتر از بحث مصرفی است که در اقتصاد در مقابل تولید قرار دارد، بلکه شامل اصلاح در تولید هم می‌باشد؛ یعنی عدم اسراف و استفاده بهینه از نهاده‌ها در تولید که مخاطب آن، همه هستند. یعنی در سطح خانواده، محیط کار و بنگاه‌ها و در سطح دولت و اصلاح الگوی مصرف، نوعی اصلاح رفتاری مد نظر است که هم جنبه تعلیمی دارد و هم جنبه تربیتی و هم قانونگذاری. با این مقدمه بحث را با جناب آقای دکتر دانش‌جعفری آغاز می‌کنیم.

دکتر داوود دانش‌جعفری: با توجه به کلام مقام معظم رهبری، مخاطبین «اصلاح الگوی مصرف»، فقط خانوارها نیستند، بلکه بنگاه‌ها و دولت هم ملزم به اصلاح الگوی مصرف هستند. البته مصادیق اصلاح الگوی مصرف در خانواده، بنگاه و دولت می‌تواند متفاوت باشد. برای صحبت از «اصلاح الگوی مصرف» توجه ویژه‌ای به مفاهیم نیاز است. در مفاهیم محاوره‌ای

اصلاح الگوی مصرف، ناظر به این مطلب است که خانوار چه مقدار را صرف چه چیزی می‌کند؟ مثلاً یک خانواده ثروتمند، مبلغ زیادی را صرف کالاهای لوکس می‌کند ولی یک خانواده فقیر، ممکن است ۵۰٪ هزینه‌هایش به مسکن مربوط باشد. به طور کلی سهم هزینه‌های مختلف یا عوامل تشکیل‌دهنده سبد خانواده، نشانه الگویی است که آن خانواده دارد. در تئوری‌های اقتصادی هم با توجه به نوع مصرف می‌توان تشخیص داد که این فرد متعلق به چه گروهی است. خانواده‌های مختلف، سبدهای مختلف دارند و در کشورهای مختلف هم، سبدها مختلف است. به عنوان مثال سهم هزینه حمل و نقل در ایران حدود ۷٪ و در آمریکا ۱۷٪ است، ولی سهم مسکن در آمریکا و ایران شبیه هم بوده و حدود ۳۰ تا ۳۲٪ از کل هزینه‌های خانوار را شکل می‌دهد. در اقتصاد ملی، مفهوم الگوی مصرف از نظر اقتصاد کلان می‌تواند این باشد که یک کشور در آمد ملی‌اش را چگونه هزینه می‌کند؟ چند درصد درآمد یک کشور را خانواده‌ها، چند درصد را دولت و چند درصد را بنگاه‌ها مصرف می‌کنند؟ چه مقداری از آن صادر می‌شود و ... در مجموع این موارد می‌تواند الگوی مصرف ملی را مشخص نماید. در جدول زیر چگونگی هزینه شدن درآمد ملی در ایران نمایش داده شده است.

ایران درآمد ملی خود را چگونه مصرف می‌کند؟ $GDP=C+G+I+(EX-IM)$					
IM	EX	$\frac{I}{Y}$	$\frac{G}{Y}$	$\frac{C}{Y}$	نام کشور
۲۴	۲۲	۲۹	۱۱	۶۲	ایران ۱۹۹۰
۱۳	۲۲	۲۹	۱۶	۴۶	ایران ۱۹۹۶
۲۹	۳۱	۳۵	۱۳	۵۰	ایران ۲۰۰۲
۲۲	۳۲	۳۳	۱۱	۴۵	ایران ۲۰۰۷
نتیجه: ایران در کاهش مصرف خانوار و افزایش سرمایه‌گذاری، موفق بوده است.					

ایران در سال ۱۹۹۰ میلادی، ۶۲٪ از درآمد ملی خودش را به مصرف خانواده اختصاص داده و سهم دولت ۱۱٪ بوده است. ۲۹٪ را بنگاه‌ها، ۲۲٪ صادرات و ۲۴٪ از درآمد ملی را برای واردات هزینه کرده است. ولی همین روند تا سال ۲۰۰۷ میلادی، روندی اصلاحی و رو به بهبود را طی کرده است؛ طوری که سهم مصرف خانوار به ۴۵٪ از کل درآمد ملی کاهش پیدا کرده و سهم دولت همان ۱۱٪ از درآمد ملی بوده است، ولی سهم بنگاه‌ها به ۳۳٪ افزایش پیدا کرده است.

صادرات هم ۱۰٪ رشد پیدا کرده و به ۳۲٪ از کل درآمد ملی رسیده است. پس در این دوره ۲۰ ساله، در الگوی مصرف خانوارها، اصلاح صورت گرفته و سهم مصرف خانوارها کم شده است و به سهم بنگاه‌ها و صادرات اضافه شده است.

چین در آمد ملی خود را چگونه مصرف می کند؟ $GDP=C+G+I+(EX-IM)$					
IM	EX	$\frac{I}{Y}$	$\frac{G}{Y}$	$\frac{C}{Y}$	نام کشور
۱۴	۱۸	۳۵	۱۲	۵۰	چین ۱۹۹۰
۲۱	۲۳	۴۲	۱۴	۴۲	چین ۱۹۹۶
۲۶	۲۹	۴۰	۱۳	۴۳	چین ۲۰۰۲
۳۲	۴۲	۴۳	۱۴	۳۳	چین ۲۰۰۷

نتیجه: چین در کاهش مصرف خانوار و افزایش سرمایه‌گذاری، موفق بوده است.

چین در سال ۱۹۹۰ میلادی، ۵۰٪ از درآمد ملی‌اش را خانوارها و ۱۲٪ آن را دولت مصرف می‌کرده است. ۳۵٪ را بنگاه‌ها، ۱۸٪ را صادرات و ۱۴٪ از درآمد ملی را واردات به خود اختصاص داده است. در سال ۲۰۰۷ میلادی مصرف خانوارها از ۵۰٪ به ۳۳٪ کاهش پیدا کرده و سرمایه‌گذاری در بنگاه‌ها از ۳۵٪ به ۴۳٪ تبدیل شده است؛ یعنی با کاهش مصرف خانوارها، سهم سرمایه‌گذاری در بنگاه‌ها بالا رفته است.

جدول زیر، چگونگی مصرف درآمد ملی کره جنوبی را نشان می‌دهد.

کره جنوبی در آمد ملی خود را چگونه مصرف می کند؟ $GDP=C+G+I+(EX-IM)$					
IM	EX	$\frac{I}{Y}$	$\frac{G}{Y}$	$\frac{C}{Y}$	نام کشور
۳۰	۲۹	۳۸	۱۰	۵۳	کره جنوبی ۱۹۹۰
۳۰	۲۹	۳۸	۱۱	۵۲	کره جنوبی ۱۹۹۶
۳۹	۴۰	۲۶	۸	۶۲	کره جنوبی ۲۰۰۲
۴۵	۴۶	۲۹	۱۵	۵۵	کره جنوبی ۲۰۰۷

نتیجه: کره جنوبی تلاشی در جهت کاهش مصرف خانوار انجام نمی‌دهد ولی صادرات آن افزایش یافته است.

همانطور که مشخص است کره جنوبی تلاش قابل توجهی را از سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۷ میلادی برای کاهش مصرف خانوار انجام نداده است، سرمایه‌گذاری این کشور نیز کاهش پیدا کرده و ۳۸٪ تبدیل به ۲۹٪ شده است. این مطلب هم قابل تأمل است که سهم دولت از مصرف درآمد ملی افزایش پیدا کرده و از ۱۰٪ به ۱۵٪ رسیده است. اما صادرات کره جنوبی از ۲۹٪ به ۴۶٪ رسیده است و واردات آن از ۳۰٪ به ۴۵٪ افزایش پیدا کرده است.

وضعیت مصرف درآمد ملی مالزی و تایلند را در جداول زیر می‌توان مشاهده کرد:

مالزی درآمد ملی خود را چگونه مصرف می‌کند؟ $GDP=C+G+I+(EX-IM)$					
IM	EX	$\frac{I}{Y}$	$\frac{G}{Y}$	$\frac{C}{Y}$	نام کشور
۷۲	۷۵	۳۲	۱۴	۵۲	مالزی ۱۹۹۰
۹۸	۹۴	۴۴	۱۲	۴۸	مالزی ۱۹۹۶
۹۷	۱۱۴	۲۴	۱۴	۴۴	مالزی ۲۰۰۲
۹۰	۱۱۰	۲۲	۱۲	۴۶	مالزی ۲۰۰۷

نتیجه: مالزی تا دوره ۲۰۰۲ در کاهش مصرف خانوار و افزایش سرمایه‌گذاری موفق بوده است.

تایلند درآمد ملی خود را چگونه مصرف می‌کند؟ $GDP=C+G+I+(EX-IM)$					
IM	EX	$\frac{I}{Y}$	$\frac{G}{Y}$	$\frac{C}{Y}$	نام کشور
۴۲	۳۴	۴۱	۹	۵۷	تایلند ۱۹۹۰
۴۹	۴۲	۴۲	۱۰	۵۵	تایلند ۱۹۹۶
۵۷	۶۵	۲۴	۱۱	۵۸	تایلند ۲۰۰۲
۶۶	۷۳	۲۷	۱۳	۵۳	تایلند ۲۰۰۷

نتیجه: تایلند توفیق کمی در کاهش مصرف خانوار داشته است ولی در افزایش صادرات موفق بوده است.

چگونگی مصرف درآمد ملی ترکیه، نکات جالب توجهی دارد:

ترکیه در آمد ملی خود را چگونه مصرف می کند؟ $GDP=C+G+I+(EX-IM)$					
IM	EX	$\frac{I}{Y}$	$\frac{G}{Y}$	$\frac{C}{Y}$	نام کشور
؟	؟	۴۰	۲۳	۶۹	ترکیه ۱۹۹۰
۱۷	۱۴	۱۸	۷	۷۸	ترکیه ۱۹۹۶
۴۷	۴۷	۳۷	۱۵	۷۱	ترکیه ۲۰۰۲
۲۷	۲۲	۲۲	۱۳	۷۱	ترکیه ۲۰۰۷
نتیجه: ترکیه در کاهش مصرف خانوار توفیقی کسب نکرده است ولی در کاهش هزینه های دولت، موفق بوده است.					

در ترکیه در سال ۱۹۹۰ میلادی، ۶۹٪ از درآمد ملی صرف خانوارها شده است که رقم بسیار بالایی است و در سال ۲۰۰۷ به ۷۱٪ افزایش پیدا کرده و ترکیه در کاهش مصرف خانوار، اصلاً موفق نبوده است. این رقم حاکی از این است که مصرف خانواده ها در ترکیه بسیار مهم است و دولت در کاهش مصرف خانوار موفقیتی نداشته است. مصرف بالای خانوار در ترکیه باعث شده است که سهم بنگاه ها از ۴۰٪ به ۲۲٪ کاهش پیدا کند؛ اگر چه ترکیه در کم کردن هزینه های دولت موفق بوده و آن را از ۲۳٪ به ۱۳٪ کاهش داده است.

در ترکیه عملکرد اقتصادی در سال های اخیر خوب بوده، همچنین خصوصی سازی در سال های اخیر با سرعت خوبی انجام شده است در حالی که همانطوری که دیده می شود سهم سرمایه گذاری بنگاه ها بالا نبوده است، پاسخ آن این است که سرمایه گذاری خارجی در ترکیه بسیار بالا بوده است. از طرف دیگر بدهی خارجی ترکیه در سال ۲۰۰۷، حدود ۲۵۰ میلیارد دلار بوده است در حالی که بدهی خارجی ایران حدود ۲۰ میلیارد دلار است.

ترکیه نتوانسته است الگوی مصرف خانوار را تغییر دهد. در جدول بعد چگونگی مصرف درآمد ملی آمریکا نشان داده شده است.

آمریکا در آمد ملی خود را چگونه مصرف می کند؟ $GDP=C+G+I+(EX-IM)$					
IM	EX	$\frac{I}{Y}$	$\frac{G}{Y}$	$\frac{C}{Y}$	نام کشور
۱۱	۱۰	۱۸	۱۷	۶۷	آمریکا ۱۹۹۰
۱۲	۱۱	۱۸	۱۵	۶۸	آمریکا ۱۹۹۶
۱۴	۱۰	۱۸	۱۶	۷۰	آمریکا ۲۰۰۲
۱۷	۱۱	۲۰	۱۶	۷۰	آمریکا ۲۰۰۷
نتیجه: آمریکا در افزایش مصرف خانوارها، موفق بوده است.					

مصرف خانوار در آمریکا در سال ۱۹۹۰، ۶۷٪ بوده که در سال ۲۰۰۷ میلادی به ۷۰٪ افزایش پیدا کرده است. در مقایسه این کشورها با یکدیگر، دو راهبرد متفاوت در الگوی مصرف کشورها دیده می شود.

۱- الگوی مصرف کشورهای در حال توسعه: راهبرد اصلی این گروه این بوده است که مصرف خانوارها تا حد امکان کاهش داده شود، ولی توجه داشته باشیم که کم شدن بسیار زیاد مصرف خانواده، نگران کننده است و می تواند به معنای کاهش رفاه باشد؛ ولی در هر صورت هدف این بوده که تا جایی که امکان دارد، از مصرف خانوار کم کرده و سهم بنگاه ها و صادرات را زیاد کنند. از آنجایی که کاهش مصرف مشکلاتی از جمله کاهش رفاه را به ویژه در خانوارهای کم درآمد به دنبال دارد، بنابراین این کشورها سعی می کنند با رنج و مشقت این راهبرد را دنبال کنند تا شرایطی پیش آید که به درآمد سرانه بالایی دست پیدا کنند و یا به توسعه یافتگی نزدیک شوند.

۲- الگوی مصرف کشورهای توسعه یافته: کشورهای توسعه یافته که قبلاً به درآمد سرانه بالایی دست پیدا کرده اند، نیازی به اتخاذ راهبرد کاهش مصرف خانوار و افزایش سرمایه گذاری بنگاه ها، نمی بینند. این نوع کشورها، بالاتر بودن مصرف را شاخص رفاه می انگارند و لذا تلاشی برای کاهش آن انجام نمی دهند. چون درآمد ملی نیز در این کشورها بالا است، لذا نسبت کمی از آن نیز مبلغ قابل توجهی را تشکیل می دهد و لذا ارقام مطلق سرمایه گذاری پائین نیست. از طرف دیگر در این کشورها معمولاً منابع بازار سرمایه، بسیار زیاد است و امکان استفاده از منابع مالی کشورهای دیگر هم وجود دارد.

در نتیجه می‌توان گفت الگوی مصرف در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته، یکسان نیست. جمع‌بندی دیگری که می‌توان داشت اینکه آیا راهبرد کاهش مصرف خانوار و افزایش سرمایه‌گذاری بنگاه‌ها برای دستیابی به درآمد بیشتر، توسعه بیشتر و یا رفاه بیشتر کافی است یا خیر؟ پاسخ این است که خیر، کافی نیست. تلاش برای افزایش بهره‌وری نیز به همان اندازه افزایش سرمایه‌گذاری، برای افزایش درآمد اهمیت دارد. بحثی که تا کنون انجام شد در سطح کلان بود، در سطح خرد می‌توان گفت امروزه کشورها در جهت افزایش بهره‌وری نیز تلاش

می‌کنند؛ به طور کلی تابع تولید به صورت زیر است:

$$Y = AF(L, K)$$

Y = تابع تولید، A = بهره‌وری، L = نیروی کار شاغل در اقتصاد، K = موجودی سرمایه.

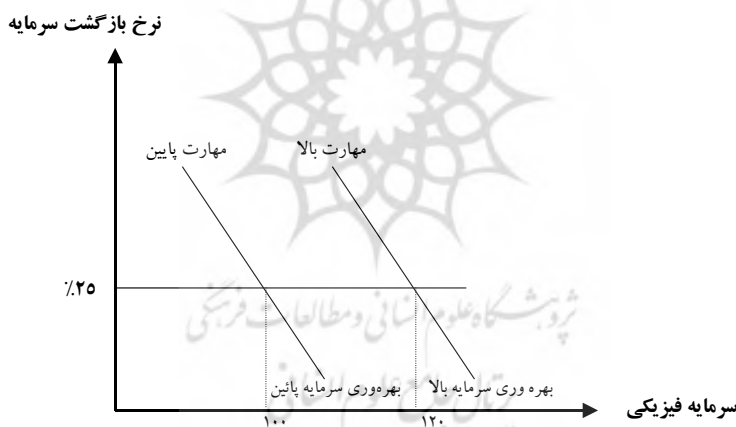
همانطور که دیده می‌شود می‌توان برای افزایش تولید از طریق افزایش بهره‌وری نیز وارد عمل شد. به این مطلب، این موارد را هم باید اضافه کرد که:

- یکی از راه‌های افزایش بهره‌وری، ارتقاء مهارت نیروی کار یا سرمایه انسانی است.
 - افزایش سرمایه انسانی در افزایش تولید و یا درآمد تأثیر مثبت دارد.
 - افزایش سرمایه انسانی موجب افزایش بهره‌وری سرمایه فیزیکی نیز می‌شود.
 - بهبود نظام آموزش‌های رسمی و فنی و حرفه‌ای و به طور کلی یادگیری، موجب ارتقاء سرمایه انسانی می‌شود.
 - بنابراین میزان نیروی کار شاغل، مهارت نیروی کار، میزان سرمایه‌گذاری انجام شده و میزان بهره‌وری، همگی در افزایش تولید یا درآمد کشورها نقش دارند.
- جدول زیر مطالب مهم و حائز اهمیتی را بیان می‌کند:

ادامه جمع‌بندی:					
نتایج حسابرسی رشد اقتصادی در دوره ۱۹۹۰-۱۹۵۰					شرح کشور
متوسط رشد	سهم نیروی کار	سهم سرمایه	سهم سرمایه انسانی	سهم بهره‌وری کل	
۳/۶۵	۰/۵۸	۱/۶۲	۰/۴۸	۰/۹۷	آمریکا
۵/۰۴	-۰/۰۹	۲/۴۰	۰/۳۹	۲/۳۴	فرانسه
۹/۲۷	۰/۸۹	۴/۳۳	۰/۵۲	۳/۵۳	ژاپن
۵/۹۲	۰/۰۱	۳/۱۹	۰/۱۹	۲/۵۳	آلمان
۳/۰۳	-۰/۰۹	۲/۴۰	۰/۲۰	۰/۵۲	انگلیس

در جدول فوق نتایج حسابرسی ۵ کشور بین سال‌های ۱۹۵۰ تا ۱۹۹۰ میلادی ذکر شده است. هدف از بررسی این بوده که ریشه رشد در کجاست؟ متوسط رشد اقتصادی آمریکا در این دوره ۴۰ ساله، ۳/۶۵ درصد بوده است که سهم نیروی کار در این رقم ۰/۵۸ درصد بوده است. سهم سرمایه ۱/۶۲ درصد و سهم سرمایه انسانی (به معنای مهارت و نیروی کار آموزش دیده) ۰/۴۸ درصد و سهم بهره‌وری آن نزدیک ۱ است. یعنی از متوسط رشد اقتصادی ۳/۶۵ درصد، یک درصد آن مربوط به بهره‌وری است.

در فرانسه متوسط رشد ۵/۰۴ درصد بوده است که سهم نیروی کار آن منفی است (به این معنی که ساعت کار بعد از جنگ جهانی کاهش یافته است). سهم سرمایه در متوسط رشد اقتصادی فرانسه، ۲/۴۰ درصد بوده است، و سهم بهره‌وری ۲/۳۴ درصد بوده است. ژاپن متوسط رشد اقتصادی ۹/۲۷ درصد داشته است که ۳/۵۳ درصد آن سهم بهره‌وری بوده است. برای جمع‌بندی این مطلب را با توجه به نمودار زیر می‌توان تشریح کرد.



$$Y = AF(L, K)$$

Y = تابع تولید، A = بهره‌وری، L = نیروی کار شاغل در اقتصاد، K = موجودی سرمایه

هر قدر که سرمایه فیزیکی افزایش پیدا کند، تولید هم بالا می‌رود. برای کسی که می‌خواهد سرمایه‌گذاری کند، نرخ بازگشت سرمایه در میزان جذب او برای سرمایه‌گذاری جدید اهمیت بالایی دارد. توضیح این نمودار این است که اگر دو سرمایه‌گذار، اولی در مناطق کمتر

توسعه یافته و دیگری در مناطق توسعه یافته سرمایه گذاری کنند و هر دو نیز توقع نرخ بازگشت سرمایه یکسانی داشته باشند (فرض کنید ۲۵٪)، در این صورت سرمایه گذاری که در مناطق توسعه یافته کار می کند که نرخ بهره وری سرمایه در آن بالاتر است، مثل این است که سرمایه فیزیکی بیشتری را به کار گرفته است؛ یعنی هر جا که مهارت بالاتر است، گویی سرمایه فیزیکی هم خودش ری می کند (بالاتر نشان می دهد). با توجه به نمودار این سؤال پاسخ داده می شود که چرا برخی مناطق کشور ما، اصولاً عقب تر هستند و سرمایه گذاری ها بیشتر - به ویژه توسط بخش خصوصی - در مراکزی مانند تهران انجام می شود؟ چون در تهران با همان پول، گویی سرمایه بالاتری را به کار گرفته ای.

به عبارت دیگر مثل این است که دو نفر با انتظار ۲۵٪ بازگشت سرمایه در منطقه توسعه یافته و کمتر توسعه یافته سرمایه خود را به کار گیرند. فرض کنید در هر دو جا ۱۰۰ واحد سرمایه به کار گرفته شود. سخن نمودار فوق این است که بازده سرمایه گذاری در منطقه کمتر توسعه یافته، ۲۵ واحد سرمایه است در حالی که بازده سرمایه گذاری در منطقه توسعه یافته مثلاً ۳۰ تومان است. این ۵ تومان اختلاف مربوط به مهارت بالاتری است که در مناطق توسعه یافته، یافت می شود. در واقع نتیجه این شده که گویی سرمایه گذاری انجام شده در منطقه توسعه یافته ۱۲۰ تومان بوده است، نه ۱۰۰ تومان.

می توان گفت افزایش در بهره وری سرمایه، همان نقش افزایش انباشت سرمایه را دارد و بازده سرمایه در مناطقی که دارای سرمایه انسانی بالاتری است، بیشتر خواهد بود. این نمودار ریشه های فرار سرمایه از کشورها (یا مناطق) دارای سرمایه انسانی پائین تر به کشورها (یا مناطق) دارای سرمایه انسانی بالاتر را نیز نشان می دهد.

اما از چالش های اصلاح الگوی مصرف نیز نباید غافل بود؛ چالش هایی مانند:

- چالش های کاهش مصرف خانوار با توجه به شرایط سیاسی و اجتماعی و شعارهای انتخاباتی احزاب و گروه های سیاسی در انتخابات برای افزایش مصرف و رفاه؛
- چالش های افزایش سرمایه گذاری در حوزه هایی که پاسخ مثبت می دهد؛
- چالش های افزایش بهره وری در حوزه هایی که سرمایه گذاری می شود؛
- چالش های کاهش اسراف در مصرف خانوارها و دستگاه های دولتی؛
- چالش های افزایش صادرات به گونه ای که به مصرف خانوارها و نیاز بنگاه های اقتصادی داخلی

لطمه وارد نکند؛

- چالش‌های افزایش واردات به گونه‌ای که به تولید بنگاه‌های داخلی لطمه وارد نکند؛ البته آنچه در مورد اصلاح الگوی مصرف خانوار در ایران می‌توان گفت این است که در طی سال‌های گذشته، ایران در امر کاهش مصرف و افزایش سرمایه‌گذاری موفق بوده است و شاید بیشتر از این هم امکان کاهش مصرف خانوار وجود نداشته باشد. مقایسه سرمایه‌گذاری ما و هند که اتفاقاً اندازه هم است، نشان می‌دهد نتیجه‌گیری ایران نسبت به هند کمتر بوده است. متوسط رشد اقتصادی هند در سال‌های اخیر ۷/۴٪ بوده است و متوسط رشد ما حدود ۵ درصد بوده است. ترکیه با سرمایه‌گذاری کمتر از ما (۲۲ درصد)، حدود ۵٪ رشد اقتصادی دارد، که ریشه آن در بهره‌وری بالاتر است. در جمع‌بندی می‌توان گفت بعید است که ایران بیشتر از این بتواند مصرف خانوارها را کاهش دهد، بلکه باید راهبرد افزایش بهره‌وری را پیشه کند.

بسیار ممنون از بحث عالمانه‌ای که ارائه فرمودید. جناب آقای دکتر موسایی!
حضرتعالی چه نکاتی را در این بحث مد نظر دارید؟

دکتر میثم موسایی: مصرف، مقوله مهمی در اقتصاد است چرا که هدف تولید و توزیع بوده و در تئوری‌های کلاسیک، شاخصی برای رفاه محسوب می‌شود. بعلاوه تغییرات مصرف، تأثیرات قابل توجهی بر سایر متغیرهای کلان دارد؛ مصرف بر متغیرهایی مانند پس‌انداز، اشتغال، بیکاری، تورم و رشد اقتصادی، و حتی بر شاخص‌های توسعه انسانی مانند سواد و امید به زندگی، مؤثر است. زیرا تغییر در مصرف به شکل تکاثری بر درآمد ملی اثر می‌گذارد و درآمد ملی نیز بر متغیرهای کلان مذکور اثرگذار است.

دلیل سوم اهمیت مصرف، نقشی است که مصرف در توسعه خواهد داشت. تأثیر مصرف بر توسعه، برای کشورهای در حال توسعه بیشتر است. اگر الگوی مصرف مبتنی بر الگوی تولید باشد، می‌تواند به توسعه جامعه کمک کند. بدیهی است اگر کالای مصرفی تولید داخل باشد، به رونق اقتصادی کمک می‌کند ولی اگر کالایی را مصرف کنیم که خودمان تولیدش نکرده‌ایم، به رشد کشور تولیدکننده کمک شده است. چون الگوی مصرف یک گام جلوتر از الگوی تولید است و کشورهای در حال توسعه دچار این مشکل هستند.

در واقع ترکیب کالاهای مصرفی ما و سطح مصرفمان از کالاهای داخلی و خارجی به گونه‌ای است که دامن‌زدن به مصرف در اکثر موارد به جای آنکه به رشد تولیدات داخلی کمک کند، به ورشکستگی تولیدات داخلی کمک می‌کند؛ موردی مانند مصرف بالای تولیدات چینی مثال خوبی در این زمینه است. مصرف و رشد متناسب مصرف با تولید در کشورهای توسعه‌یافته و عدم مخالفت با رشد مصرف، به این دلیل است که به توسعه آنها کمک می‌کند ولی در کشورهایی مانند ایران این طور نیست. ما برای اینکه بتوانیم توسعه پیدا کنیم، باید در الگوی مصرف تغییراتی بوجود بیاوریم که به رشد کشور کمک کند.

مطلب چهارم در مورد اهمیت مصرف به ترکیب بهینه مصرف مربوط است که نقش بسیار مهمی در سلامت اجتماعی جامعه دارد. «اصلاح الگوی مصرف» عبارت دقیقی است که به معنای کاهش نیست، در نتیجه مصرف برخی از کالاها که کمتر از حد استاندارد است، باید افزایش پیدا کند. اینکه مصرف چه کالایی زیاد و مصرف چه کالایی کم است و باید اصلاح شود؛ بحث بسیار مهمی است که بایستی جداگانه بدان پرداخت. در کشور ما ترکیب کالاهای مصرفی نیز دچار مشکلات اساسی است، به طوری که سلامت جامعه را دچار مشکل می‌کند. به عنوان مثال مصرف شیر و لبنیات و یا ماهی در کشور ما در سطح مطلوب نیست و باید افزایش پیدا کند ولی مصرف نمک و قند بالاست در حالی که مصرف بالای این دو کالا برای سلامتی مضر است.

نکته دیگر در رابطه با لزوم اصلاح الگوی مصرف، تفاوت الگوی مصرف موجود در جامعه با مصرف مورد توصیه در دین است. بر این اساس در مواردی لازم است هزینه‌های مصرفی خاصی داشته باشیم که نداریم یا کم داریم؛ مثلاً انفاق، پرداخت وجوهات، خمس، زکات و ... که افزایش مصرف و هزینه کردن در این موارد مناسب است و البته دارای رتبه‌های واجب، مستحب و مباح است.

مطلب پنجم در مورد اهمیت مصرف، رابطه مصرف با فرهنگ جامعه است. در اقتصاد، بیشتر متغیرهای اقتصادی را در مصرف دخیل می‌دانند و فرهنگ را دارای چنین اهمیتی نمی‌دانند. تئوری‌های اقتصادی برای تحلیل مصرف، بیشتر به متغیرهای اقتصادی نظر دارند و به نقش فرهنگ در تعیین مصرف، توجه ندارند، در حالی که مصرف، بحث فرهنگی و اجتماعی مفصلی دارد. مردم با تغییر مصرف می‌توانند منزلت اجتماعی جدیدی را از خود به نمایش بگذارند. شاید یکی از دلایل مهم برای مدیریت این باشد که ثروت نمی‌تواند مثل سابق نماینده منزلت

اجتماعی افراد باشد، ولی مصرف چنین کاری را انجام می‌دهد. چگونگی شکل‌گیری مصرف، مقوله‌ای فرهنگی است و تغییر رفتار به راحتی ممکن نیست. مصرف، یک رفتار فرهنگی جا افتاده، پایدار، و دارای شکل خاص است. مصرف ارتباط تنگاتنگی با فرهنگ دارد و هرگونه تغییر در آن، بدون توجه به فرهنگ ممکن نخواهد بود. اینکه مردم کمتر شیر و لبنیات مصرف می‌کنند یا نمک را بیشتر استفاده می‌کنند، ارتباط کمی با سطح درآمد دارد. مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که ریشه این مسائل بیشتر فرهنگی و اجتماعی است.

مصرف، صرفاً پدیده‌ای اقتصادی نیست، بلکه پدیده‌ای اجتماعی- فرهنگی است. تفاوت‌های مصرف و ترکیب کالاهای مصرفی، بیانگر تفاوت فرهنگ‌های جوامع مختلف است. اگر بخواهیم تفاوت‌های فرهنگی جوامع را بررسی کنیم، یکی از راه‌های آن، بررسی ترکیب کالاهای مصرفی است. ترکیب کالاهای مصرفی در جامعه‌ای که اخلاقی‌تر است، با جامعه‌ای که کمتر اخلاقی است، فرق می‌کند. این مطلب بر اهمیت مصرف می‌افزاید؛ بخصوص در جامعه‌ای مانند جامعه ایران که فرهنگ اهمیت خاصی دارد.

به نظر من موضوع «الگوی مصرف و توسعه» را بایستی از نگاه جامعه‌شناسی و اقتصادی مورد مطالعه قرار داد. بر این اساس باید به سه مؤلفه توجه کرد که تعیین‌کننده الگوی مصرف هر جامعه هستند:

۱- سطح مصرف کالا و خدمات؛

۲- ترکیب کالا و خدمات؛

۳- نحوه مصرف کالا و خدمات.

نحوه و چگونگی مصرف کالا، زمان مصرف و کیفیت مصرف دارای اهمیت ویژه‌ای در دنیای امروز است. دخالت عامل زمان مصرف و مکان مصرف در ترکیب کالاهای مصرفی بسیار مهم است. مثلاً اینکه مصرف کت و شلوار در چه زمانی و در چه محیطی باشد، به شیوه زندگی فرد مرتبط است. به عبارت دیگر تابع مطلوبیت فرد و جامعه، فقط تابع کمی کالاهای مصرفی نیست، بلکه تابع کیفیت، زمان و مکان هم هست.

راهنمای در روایات هم ذکر شده است که اگر کسی لباس خانه و لباس مهمانی‌اش یکی باشد، اسراف کرده است.

دکتر موسایی: بله، با این توضیح مشخص شد که مصرف، بحثی اقتصادی اجتماعی است. اما در مورد دیگر مسائل مرتبط با «الگوی مصرف و توسعه»، من در سطح مصرف مشکلی نمی‌بینم؛ سطح مصرف در کشور ما در نگاه کلان نسبت به خیلی از کشورها، بالا نیست ولی توزیع بین دهک‌ها نامناسب است. مصرف را نمی‌توان صفر کرد و همیشه حداقلی از درآمد ملی بایستی به مصرف اختصاص داشته باشد. ولی توزیع سطح مصرف خانوارها نامناسب است. در اصلاح الگوی مصرف باید به سطح مصرف خانواده‌ها توجه کرد؛ امری که در طرح هدفمند کردن یارانه‌ها پیش‌بینی شده است.

نکته سوم در مورد ترکیب این کالاها است. ترکیب کالاهایی که مصرف می‌کنیم، احتیاج به اصلاح دارد. برخی از کالاها کمتر و برخی بیشتر از حد اعتدال مصرف می‌شوند. این کار با فرهنگ‌سازی و تغییر قیمت‌های نسبی ممکن است. تغییر قیمت‌های نسبی در ترکیب کالاهای مصرفی، نقش بسیار مهمی دارد. مؤلفه اول یعنی سطح مصرف عمدتاً تابع سطح درآمد است. اگر سطح درآمد بالا برود، طبیعی است که سطح مصرف هم بالا برود. ما نباید خیلی روی این مسأله کار کنیم که سطح مصرف بالا است، خصوصاً در مورد کالای تولید داخل یا مثلاً بالا بودن مصرف میوه که امر نامطلوبی قلمداد نمی‌شود. نکته دیگر در مورد ترکیب کالای مصرفی، مصرف کالاهای داخلی و خارجی است. مطلوبیت مصرف کالای داخلی بایستی به صورت یک فرهنگ در بیاید. سهم کالای مصرفی وارداتی در کشور ما بسیار بالا است و هر چه مصرف را افزایش دهیم، به رشد کشور تولیدکننده این کالاها کمک کرده‌ایم.

نکته آخر در مورد قواعد اسلامی است که می‌تواند مصارف واجب یا مستحب و حرام داشته باشد. اسلام برای مصرف، قیدهایی را ذکر کرده است که با آنچه در جامعه عمل می‌شود، فاصله دارد. ما خیلی از مصارف واجب را انجام نمی‌دهیم و خیلی از مصارف مستحب، جای این واجبات را گرفته است. مطلب دیگر در مورد قواعد اسلامی، توجه به دو اصل منع اسراف و تشویق انفاق است. این دو اصل بر بسیاری از قواعد اسلام در مورد مصرف تأثیرگذار هستند. اسراف به معنای «تجاوز از حد اعتدال» که نوعی انحراف است و در مقابل آن عبارت «اقتصاد» قرار دارد که کم هزینه‌ترین راه است. اسراف و اتلاف، صرفاً در مقام مصرف نیستند، بلکه در تولید هم می‌توانند باشند. اگر کالایی که تولید شده، مطلوبیت نداشته باشد، دچار اتلاف شده‌ایم و اگر مطلوبیت نهایی کالایی نسبت به متوسط جامعه بسیار کم باشد، دچار اسراف شده‌ایم.

اسراف در تولید و در توزیع مطرح است. رعایت اصل عدم اسراف باعث می‌شود که منابع به صورت بهینه تخصیص پیدا کند و کارآیی منابع بالا برود و علاوه بر کارآیی فردی به کارآیی اجتماعی هم توجه داشته باشیم.

«انفاق» قاعده دوم مورد نظر در مصرف است. انفاق‌های واجب و مستحب و رعایت حقوق دیگران از مواردی است که وضعیت مطلوبی در جامعه ما ندارد. در حوزه نظری بایستی به چنین مواردی در اصلاح الگوی مصرف توجه داشت. به صورت کمی می‌توان آماری در مورد وضعیت اسراف و انفاق در جامعه ارائه کرد. این بررسی را می‌توان بر روی دهک‌های مختلف انجام داد و با وضع مالیات، هدفمند کردن یارانه‌ها، فرهنگ‌سازی و تغییر قیمت‌های نسبی می‌توان تا اندازه زیادی به اصلاح الگوی مصرف کمک کرد.

دکتر دانش جعفری: در مورد واجب و مستحب، این موارد از نظر کمی تعریف شده نیست و ممکن است بین زمان حال و آینده هم تفاوت داشته باشد. ولی تعریفی که امروزه وارد مباحث توزیع هم شده است، با ترکیب شدن با برخی تعاریف دیگر می‌تواند به تعریف موارد واجب و مستحب انفاق کمک کند. فرض کنید درصدی از افراد جامعه، مصرفشان کمتر از مصرف متوسط دو سوم جامعه باشد. گفته می‌شود این گروه دچار فقر مطلق شده‌اند، در این شرایط باید مصرف مستحب را کنار گذاشت و کمک به محرومین را واجب نمود. مثلاً مقایسه جامعه مالزی با جامعه بنگلادش، اگر چه هر دو هم مسلمان هستند، ولی الگوی مصرف در این دو کشور بسیار متفاوت از یکدیگر است. اگر مصرفی برای یک مسلمان مالزی مستحب یا واجب است، معلوم نیست همان حکم را در جامعه مالزی برای یک مسلمان دیگر داشته باشد و ارجاع این مطلب به همان نکته است که اگر در بنگلادش فردی باشد که از دو سوم جامعه خودش کمتر مصرف می‌کند، لذا اطلاق فقیر به او مصداق پیدا می‌کند و باید به او کمک کرد. وجود اقشار فقیر از این نوع می‌تواند در تعریف مصرف مستحب تأثیر بگذارد. به عبارت دیگر، فقر نسبی است و ممکن است این فرد دارای فقر مطلق به معنای نداشتن غذا، پوشاک و بهداشت نباشد.

دکتر موسایی: البته بحث‌های نظری در این مورد انجام شده و از نظر کمی، اسراف و سایر موارد تعریف شده‌اند. در اسلام «شأن» افراد هم مطرح است که در مالزی و بنگلادش هم به همین صورت است و میزان درآمد که تغییر کند، شأن افراد هم تغییر می‌کند و روابط نسبی هم تغییر می‌کند.

با بیان جناب آقای دکتر موسایی که هم ابعادی از اهمیت «مصرف» و هم راهکارهایی را در بر داشت، ابعاد جدیدتری در این موضوع مطرح گردید. در ادامه بحث، نقطه نظرات جناب آقای دکتر ایروانی را خواهیم شنید. جناب آقای دکتر ایروانی حضرتعالی چه طرح بحثی در این مورد دارید؟

دکتر محمد جواد ایروانی: با توجه به مقدمات طرح شده یعنی عباراتی از بیانات ارزشمند مقام معظم رهبری (حفظه... تعالی)، ابتدا لازم می‌دانم بطور خلاصه برای ورود به بحث از مبانی نظری و مفهوم‌شناسی آغاز نمایم. ابتدا الگوی مصرف و سپس واژه توسعه را تعریف می‌کنم. الگوی مصرف: از آنجایی که کلیه فعالیت‌های بشری در جهت رفع نیازهای مادی و معنوی است و در واقع ثمره فعالیت‌ها، اشباع نیاز مصرفی مادی و معنوی انسان است و این نیازها نامحدود بوده و در مقابل؛ منابع تأمین و پشتیبانی، محدود است، لذا الگوی مصرف عبارت است از تعریف یک بسته کامل از مجموعه رفتارهای صحیح و بهینه مصرفی که متضمن حداقل کاربری منابع، حداکثر بهره‌وری مصرفی و کسب حداکثر رضایتمندی و مطلوبیت از منابع خدادادی است. توسعه: از دیدگاه اقتصاد اسلامی، توسعه یک فرآیند تکامل و بلوغ فردی و اجتماعی در متن جامعه و در زندگی مادی و معنوی به سمت کمال مورد نظر انبیاء، رسول اکرم (ص) و ائمه اطهار (علیهم‌السلام) است.

نکته دوم مهم و مربوط به بحث که از بیانات ارزشمند مقام معظم رهبری (حفظه... تعالی) استفاده می‌شود، این است که: بحث الگوی مصرف دو جنبه دارد:

۱- الگوی مصرف نهاده‌ها در مرحله و فرآیند تولید و برای تولید؛

۲- الگوی مصرف ستانده‌ها در مرحله تقاضا و مصرف.

لذا یک روی سکه الگوی مصرف در مرحله تولید و یک روی دیگر در محله مصرف است. پس الگوی مصرف تنها به مصرف ستانده بسنده نمی‌شود.

نکته سوم، این است که اولاً اگر به اقتضائات رشد و توسعه توجه شود، وجود یک الگوی مصرف بهینه هماهنگ با توان و ظرفیت اقتصادی یک جامعه، خود مقوم توان اقتصادی جامعه است. زیرا همه تلاش‌های اقتصادی و غیراقتصادی انسان برای رفع نیاز مصرفی است. به همین دلیل علمی و عقلی است که در اقتصاد اسلامی، تحریم استفاده از مواهب خدادادی نهی شده است. قرآن کریم در آیه شریفه ۳۲ سوره مبارکه اعراف می‌فرماید «قل من حرم زینه الله التي

اخراج لعباده و الطیبات من الرزق...». ثانیاً اگر در وهله دوم به مفاهیم بهره‌وری توجه شود، با عنایت به نکته دوم مسأله پیشینه‌سازی کسب ستاده از نهاده و کسب مطلوبیت از ستاده مصرفی در تابع مصرف، عین بهره‌وری است. لذا در کلام گهربار مقام معظم رهبری (حفظه... تعالی) نیز دقیقاً به این دو موضوع پرداخته شده که نهاده‌ها و ستاده‌ها نابجا و یا بیش از حد استفاده می‌شود و خروجی آنها متناسب ورودی و مخارج نیست.

هرچند الگوی مصرف خود یک ثقل و جاذبه عظیمی برای جهت‌دهی تمام ارکان تولیدی جامعه در همه ابعاد است، ولی همین کانون بزرگ جریان‌ساز و موج‌آفرین، تحت تأثیر فرهنگ جامعه قرار دارد. فرهنگ جامعه نیز از بیرون و درون جامعه نقش می‌پذیرد. فرهنگ، یک متغیر عمیق و مؤثر در الگوی مصرف نهاده و ستاده است. به همین دلیل است که در آموزه‌های اقتصاد اسلامی، بزرگان دین ما برای شکل‌گیری یک الگوی مصرفی مطلوب، ابتدا اصلاح فرهنگ عمومی و خصوصی جامعه را هدف‌گذاری کرده‌اند. در این آموزه‌ها چند محور اساسی وجود دارد که مستقیم و غیرمستقیم مورد توجه قرار گرفته‌اند. از جمله: محدودیت ابتدایی و ظاهری منابع و منوط کردن بروز برکت و کثرت نعمت و بنابراین نامحدود شدن منابع به بروز رفتارهای اقتصادی متعالی مثل زکات، خمس، انفاق، عدم اسراف و تبذیر، دستگیری از فقرا، قرض‌الحسنه، عمران و آبادی اماکن خصوصی و عمومی برای استفاده خصوص و عموم و کلیه اعمال عبادی اقتصادی مستحب، توجه به تفاوت در توانایی‌های تولیدی و بهره‌مندی افراد، استفاده از ابزارهای اقتصادی برای تربیت اخلاقی انسان‌ها، معرفی خطوط قرمز در رفتار مصرفی نهاده و ستاده‌ها مانند اسراف و تبذیر، عدم اکل مال به حرام، دوری از محرّمات و خبائث و مکروهات، معرفی خطوط و فضاهای مجاز در مصرف نهاده و ستاده‌ها مانند مصرف حلال، مستحب و انجام واجبات مصرفی و تمام این قواعد با هدف شکل دادن یک الگوی مصرف بهینه اخلاق‌مدارانه و با محور قرار دادن فرهنگ معاد و آخرت در رفتار زندگی دنیایی است. اسلام به دنبال تربیت انسان در این گذار دنیای خاکی برای ورود به فضای حیات جاودان است. هر آنچه انسان در دنیا انجام می‌دهد، شخصیت او را از نظر محتوا شکل می‌دهد؛ لذا این شخصیت باید غذای روحی و جسمی پاک و بی‌آلایشی مصرف کند تا با منزلت متعالی وارد حیات جاودانه شود. پس اصلاح الگوی مصرف (که شامل همه مجموعه‌های کالاها و خدمات اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و غیره می‌شوند)، شرط اصلی سلامت این نفس مخلوق برای زندگی دنیا و آخرت است. بدین ترتیب خود الگوی مصرف ابزار حیات موقت دنیا و حیات ابدی و دائمی آخرت است و

الگوی تولید را حتی باید فدوی و طفیلی این راه و مقصد و ابزاری در خدمت ابزار الگوی مصرف بدانیم.

راهبرد باس
با تشکر فراوان از حضرت‌عالی. جناب آقای دکتر رضایی! جناب‌عالی چه تحلیلی در مورد معنای «اصلاح الگو مصرف» و رابطه آن با توسعه دارید؟

دکتر محسن رضایی: در تعریف الگوی مصرف، منظور مصرف اقتصادی - با تعریفی که از آن در اقتصاد وجود دارد - نیست، بلکه منظور مصرف منابع، عوامل، کالا و خدمات است. یعنی مصرف منابع و عوامل در تولید هم مورد نظر است. اگر بخواهیم کلمه مقام معظم رهبری را عوض نکرده و همان عبارت «اصلاح الگوی مصرف» را به کار ببریم، باید گفت منظور از مصرف؛ مصرف منابع، عوامل، کالا و خدمات است. بدین ترتیب همان عبارت «اصلاح الگوی مصرف» را می‌توان بکار گرفت، ولی باید منظور از مصرف را مصرف منابع، عوامل، کالا و خدمات در نظر بگیریم که کل فرآیند اقتصادی را در برخواهد گرفت. اصل این بحث اگر چه اقتصادی است ولی در مقام تعریف و تبیین الگو که رفتارها هم در آن مورد نظر است، به مباحث اجتماعی مرتبط خواهد شد. الگو می‌تواند شامل الگوی تولید، الگوی مصرف و الگوی توزیع باشد که هم جنبه‌های اقتصادی دارد و هم جنبه‌های اجتماعی. بُعد اجتماعی را نمی‌توان در اصلاح الگوی مصرف نادیده گرفت و حتماً باید بدان توجه داشت تا حق مطلب اداء شود. بنابراین می‌توان گفت در اصلاح الگوی مصرف، با یک مبحث اقتصادی اجتماعی روبرو هستیم. با توجه به موضوع میزگرد که «الگوی مصرف و توسعه» است، می‌خواهیم الگوی مصرف را با توسعه پیوند بزنیم و بررسی کنیم که اصلاح الگوی مصرف چه نقشی در توسعه ملی کشور دارد. از چند زاویه می‌توان به این بحث پرداخت.

بُعد اول در توجه به این موضوع، «آزادسازی منابع» و یا «گسترش منابع» است. هر توسعه‌ای نیاز به منابع دارد و بدون منابع نمی‌توان توسعه پیدا کرد. این منابع می‌تواند پس‌انداز ملی، سرمایه‌گذاری خارجی و ... باشد. قسمتی از گسترش منابع ریشه در «جلوگیری از هدر رفت منابع ملی» دارد؛ یعنی درست مصرف کردن. این کار باعث می‌شود که منابعی آزاد شود. به عنوان مثال اگر ما الگوی مصرف درست داشته باشیم، تا حدود ۱۰۰ میلیارد دلار در سال می‌توانیم صرفه‌جویی کنیم که سرمایه بسیار عظیمی است. به دلیل رعایت نکردن الگوی صحیح مصرف و

استانداردهای لازم در مصرف انرژی، برق، نان، شکر، روغن، مواد غذایی، آب و ... که مجموعه عظیمی از کالا، خدمات و منابع کشور را شکل می‌دهد، میلیاردها دلار حجم اسراف کشور را تشکیل می‌دهد. اگر بتوانیم هر سال ۱۰ میلیارد دلار از این رقم را صرفه‌جویی کنیم، به الگوی مصرف خوب و بهینه و مطلوب - از هر دو بعد اقتصادی و اجتماعی - تا پایان سند چشم‌انداز خواهیم رسید و میلیاردها دلار صرفه‌جویی‌های حاصله را در فعالیتهای مختلف می‌توان سرمایه‌گذاری کرد. صرفه‌جویی و جلوگیری از اسراف و اتلاف و هدر رفت‌ها در مصرف بالای فعلی باعث می‌شود منابع سرمایه‌گذاری و حتی منابع مصرفی به طور دائم بهبود پیدا کنند.

در جداولی که جناب آقای دکتر دانش‌جعفری ارائه کردند، برخی جاها مشخص است که از طریق کاهش مصرف، منابع سرمایه‌گذاری افزایش پیدا کرده است. یعنی پس‌انداز ملی بالا رفته، ولی معلوم نیست بهره‌وری بالا رفته باشد، ممکن است بهره‌وری ثابت مانده یا پائین هم آمده باشد که به این علت است که رشد را از طریق انباشت سرمایه بالا برده‌ایم ولی بهره‌وری را افزایش نداده‌ایم، برخی از کشورها با این استراتژی جلو رفته‌اند؛ یعنی چون نمی‌توانسته‌اند بهره‌وری را زیاد دخالت بدهند، مصرف را به سمت بهینه پیش برده‌اند و منابعی را آزاد کرده‌اند و رشد اقتصادی و درآمد ملی را افزایش داده‌اند. برخی از کشورهای توسعه‌یافته دیگر برعکس گروه اول عمل کرده و بهره‌وری را افزایش داده و مصرف را نیز همزمان بالا برده‌اند و چون بهره‌وری بالا رفته، تولید و درآمد و مصرف هم بالا رفته است. در این جداول دو الگو مطرح است. کاهش مصرف (برای انباشت سرمایه و تولید ثروت بیشتر) که به تولید بیشتری منجر شود و رشد اقتصادی افزایش پیدا کند.

بحث دیگر در مورد اصلاح الگوی مصرف (چون مصرف را شامل منابع و عوامل هم می‌دانیم) یا اصلاح الگوی مصرف در کل فرآیند اقتصادی (اعم از تولید و مبادله و مصرف)، اگر فرآیند اقتصادی را از تولید تا بازار و تقاضا و مصرف نهایی در نظر بگیریم، بهره‌وری هم جزء موارد مربوط به اصلاح الگوی مصرف است که یکی از کارهای لازم برای اصلاح الگوی مصرف، توجه به بهره‌وری است. قسمت اول بیشتر مربوط به صرفه‌جویی و جلوگیری از اتلاف سرمایه و منابع بود ولی این بخش مربوط به این است که بر فرض به کارگیری منابع معین، به هر شکل که کالا و خدمات را مصرف کنیم، باید بهره‌وری را افزایش داد.

بهره‌وری کل شامل شاخص‌هایی است. یکی از این شاخص‌ها مدیریت است که خارج از سرمایه انسانی و نیروی کار می‌باشد. شاخص دوم، فرآیندهای تولید و توزیع است. شاخص و عامل

سوم، انگیزه‌ها می‌باشد. مسأله دیگر، بازاریابی و پیدا کردن تقاضاهای مناسب داخلی و خارجی است. تمام این موارد در بحث بهره‌وری کل وجود دارد. بهره‌وری سرمایه، بهره‌وری نیروی کار و بهره‌وری انسانی (سرمایه انسانی) نیز بایستی مورد توجه باشد. با توجه به بهره‌وری در ۴ شاخص نیروی کار، سرمایه، سرمایه انسانی و بهره‌وری کل، باید اصلاحات و بهبودهایی را بوجود آورد؛ چون هر کدام از این شاخص‌ها که تحت تأثیر قرار بگیرد، رشد اقتصادی و درآمد ملی و توسعه افزایش پیدا می‌کند.

نکته دیگر در اصلاح الگوی مصرف (علاوه بر صرفه‌جویی و بهره‌وری)، در مورد مدیریت کیفیت است. مدیریت کیفیت، اولاً کلیه فرآیندها را در اقتصاد مورد مطالعه قرار می‌دهد تا نقص‌ها و عیب‌هایی که هر روز، هر هفته و هر سال در طول این فرآیند پیدا می‌شود را بتوان اصلاح کرد. ثانیاً: نوآوری‌هایی را به طور دائم تولید کرده و آنها را تشویق می‌کند و این کار از طریق ارتقاء استانداردها از سطوح پایین‌تر به سطوح بالاتر به طور مداوم پیگیری می‌شود. شاخص‌های اندازه‌گیری مورد نظر، مرتب با این استانداردها مقایسه می‌شود و استانداردهای فعلی اروپا با استانداردهای ۵ سال پیش بسیار متفاوت است. این بدین معناست که چشم‌انداز کیفیت از قبل تعریف می‌شود و به دنبال آن کیفیت حرکت می‌کنند تا به سطوح جدید استاندارد برسند. بنابراین مدیریت کیفیت، استانداردسازی و شاخص‌سازی (از طریق آموزش، نظارت، ارزشیابی و ...) از دیگر جنبه‌های مهم اصلاح الگوی مصرف است. بایستی اصلاح الگوی مصرف تبدیل به نوعی مدیریت شود که در محیط زندگی و کار و فعالیت و تلاش، این روش‌ها و سبک مدیریتی بطور دائم، اعمال شود. این مطلب در آموزه‌های اسلامی هم زیاد است؛ پیامبر اکرم (ص) می‌فرمایند مؤمن دو روزش نباید با هم مساوی باشد. این به معنای یک تکامل بی‌نهایت است که در مسایل عرفانی هم تحت عنوان مراقبه و محاسبه و تزکیه می‌توان از آن یاد کرد. نیاز است که اصلاح الگوی مصرف به سبک مدیریتی متناسب با سطح زندگی ما که هماهنگ با اخلاق و فرهنگ ما باشد، تبدیل شود.

نکته مهم اینکه جامعه ایران نشان داده که در عین حال که ممکن است جامعه‌ای بی‌نظم به نظر برسد، ولی از طریق آموزش، تبلیغ و آگاه‌سازی می‌توان بسیاری از رفتارها را تحت تأثیر قرار داد. به طوری که مردم می‌توانند به الگوی نادرست زندگی قبلی خود افتخار نکرده و آن را امر ناپسندی تلقی کنند، مشروط به اینکه جنبه‌های آموزشی و تبلیغی را به صورت گسترده (از منابع

تا دانشگاه و آموزش و پرورش) به طور جدی در نظر بگیریم. معمولاً دیده می‌شود که وقتی یک ایرانی وارد یک محیطی در خارج از کشور می‌شود، سریع خودش را با آنجا تطبیق می‌دهد و کمترین بی‌انضباطی و اشتباه را از خود نشان می‌دهد ولی به محض اینکه بعد از چند سال اقامت در خارج به ایران بازمی‌گردد، بعد از یک هفته دوباره به رفتارهای قدیمی خودش برمی‌گردد. در طرف مقابل موارد تغییر مثبت هم وجود داشته است؛ مسأله‌ای مانند اجباری شدن استفاده از کمربند ایمنی برای سرنشینان جلوی اتومبیل طرحی بود که بسیاری به موفقیت آن تردید داشتند، در حالی که به سرعت تبدیل به فرهنگ شد، بطوری که برخی آن را برای حفظ و ارتقاء منزلت و جایگاه اجتماعی استفاده می‌کنند.

این مورد نشان می‌دهد که آموزش و تبلیغ، کار را برای اصلاح الگوی مصرف تسهیل می‌کند و در تبلیغ لازم است که به بعد اسلامی تأکید مضاعف شود. توجه دادن به ابعاد دینی مصرف و اصلاح الگوی آن، با توجه به فرهنگ و مردم جامعه، بسیار مؤثر خواهد بود. در روش‌های اجرایی هم آموزش، تبلیغات و آگاه‌سازی را به پیشنهادات دوستان اضافه می‌کنم.

دکتر دانش جعفری: اینکه دولت برای بهبود توزیع درآمد چه کار کند، خیلی مهم است. اگر دولت در آموزش مناطق محروم سرمایه‌گذاری بکند، با آموزش، افزایش بهره‌وری محقق می‌شود. از طرف دیگر آموزش و کسب مهارت بالاتر می‌تواند در کسب درآمد بالاتر هم کمک کند و لذا از این طریق، توزیع نیز بهبود می‌یابد.

دکتر ایروانی: در عرایض قبلی گفته شد که همین کانون بزرگ جریان‌ساز و موج‌آفرین، یعنی الگوی مصرف، تحت تأثیر فرهنگ جامعه قرار دارد. فرهنگ جامعه نیز از بیرون و درون جامعه نقش می‌پذیرد. فرهنگ یک متغیر عمیق ساختار و مؤثر در الگوی مصرف نهاده و ستاده است. با توجه به راهبردی بودن تأثیر الگوی مصرف در ساختار فرد و جامعه انسانی و متقابلاً تأثیرپذیری الگو از آموزه‌های مختلف، امروزه دیگر نباید تنها به زمین، کار، سرمایه، فناوری و مدیریت به عنوان عوامل تولید نگاه کرد، بلکه باید به کانون‌های تولید اطلاعات و اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی و به عبارت خلاصه‌تر به «رسانه‌ها» نیز به عنوان یکی از مهمترین عوامل توجه نمود. هر آموزه‌ای اکنون با ابزار رسانه می‌تواند نقش مؤثر خود را در شکل‌دهی و اصلاح الگوی مصرف به منصفه ظهور برساند. مجموعه سامانه رسانه در اقتصاد است که مسئله ارشادی مانند بستن کمربند ایمنی را در جامعه اشاعه و تبدیل به یک هنجار اجتماعی و مورد احترام می‌کند و الگوی مصرفی خدمات حمل و نقل را اصلاح می‌کند. این مجموعه‌ها شامل هم «افراد» می‌شوند

و هم «ابزار». همینطور شامل بخش «تولید» و بخش «انتشار» می‌شوند. در اسلام برای این مجموعه در قرآن کریم، بخصوص در آیه شریفه ۳۹ سوره مبارکه احزاب («الَّذِينَ يَلْمِزُونَ رِيسَالَاتِ اللّٰهِ وَ يَخْشَوْنَ...») منزلت ویژه‌ای پس از فرایض الهی و سنت الهی پیامبر و در متن آنها قائل شده است.

راجه یاس
 با تشکر از جناب آقای دکتر رضایی و جناب آقای دکتر ایروانی. نگاه انسان‌شناسانه در اصلاح الگوی مصرف، نگاه ویژه‌ای است که آثار مختلف اقتصادی و اجتماعی هم دارد. جناب آقای دکتر ناظمی! حضرتعالی چه تحلیلی در این مورد دارید؟

دکتر مهدی ناظمی اردکانی: به نظر می‌رسد در خصوص رویکردی که به موضوع مصرف و اصلاح الگوی مصرف وجود دارد، باید تأمل بیشتری صورت پذیرد تا بتوان بحث مصرف و اصلاح الگوی آن را به نقطه خوبی رساند. ذکر شد که سرمایه انسانی، مزیت نسبی و عامل اصلی رسیدن به رشد اقتصادی مناسب است، ولی این سؤال مطرح است که تولید سرمایه انسانی که چنین نقشی دارد، هدف است یا وسیله؟ هم در تولید و هم در مصرف، یکی از عوامل مهم «انسان» است. بنا است این انسان وسیله‌ای برای یک هدف دیگر باشد یا اینکه خودش هدف است؟ جایگاه «انسان» به عنوان خلیفه خدا در زمین، کجای توسعه است؟ توسعه را باید این گونه دید که در آن، فقط اهداف اقتصادی مطرح نیست، گرچه اهداف اقتصادی موضوعیت دارد ولی در سلسله مراتب اهداف، هدف اقتصادی، هدف غایی نیست. هدف غایی یا هدف فرهنگی، ساخته و پرداخته شدن انسان است. امروز از این ساخته و پرداخته شدن انسان یا رشد و تکامل او تحت عنوان افزایش سرمایه انسانی یاد می‌شود و تولید سرمایه انسانی، یکی از اهداف اصلی توسعه مدنظر قرار می‌گیرد. البته اگر در کنار سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی را هم قرار بدهیم، در حقیقت مفهوم کاملی از هدف توسعه یا فرآیند توسعه ارائه کرده‌ایم.

در نظام اقتصادی، دو زیر نظام اصلی مطرح است: نظام مصرف و نظام تولید. این دو نظام در تعامل با یکدیگر هستند. کدام نظام را متغیر و کدام نظام را تابع در نظر بگیریم؟ امروزه تئوری‌های اقتصادی عمدتاً نظام تولید را «اصل» می‌دانند، اما بحث من این است که نظام مصرف، متغیر اصلی است. چون «مصرف» معطوف به انسان است. انسان دارای مجموعه‌ای از نیازها است. در توسعه انسانی بیان می‌شود که همه این نیازها باید به صورت جامع و متعادل تأمین

شود. اگر بخواهیم بار بیماری‌های جسمی و بیماری‌های روانی در جوامع نباشد، باید نیازهای انسان‌ها به صورت جامع و متعادل پاسخ داده شود. جامع بودن، نگاه به تأمین همه نیازها دارد و متعادل بودن به معنای پاسخگویی به نیازها در حد مناسب است.

بدین ترتیب اولاً باید منابع تأمین همه نیازهای انسان در دسترس او قرار گیرد، ثانیاً تأمین نیازها باید در حد و اندازه مناسب باشد. افراط و تفریط صورت نپذیرد. وقتی انسان در تأمین هر یک از نیازهای خود افراط و تفریط به خرج دهد، رشد و تکامل او مختل می‌شود و توانایی‌های بالقوه او بالفعل نمی‌گردد. اصلی‌ترین مشکل امروز بشر در این است که اولاً به تأمین مجموعه نیازهای خود به صورت جامع نمی‌پردازد و عمدتاً نیازهای مادی خود را آن هم به صورت غیرجامع و غیرمتعادل، همراه با افراط یا تفریط تأمین می‌کند. یا از گرسنگی در رنج است و یا از چاقی و اسراف و تبذیر، زندگی خود و دیگران را به سختی می‌اندازد.

الگوی مصرف انسان، الگوی تأمین نیازهای انسان به صورت جامع و متعادل می‌باشد. منظومه‌ای از منابع تأمین نیاز باید پاسخگویی منظومه‌ای از نیازهای انسان باشد تا آسایش و آرامش او فراهم شده و مسیر رشد و کمال را طی کند.

البته سختی و پیچیدگی چنین پاسخگویی بسیار بالا است و جز با کمک خداوند متعال نمی‌توان چنین کاری را انجام داد. کتاب تشریح هم همین آموزش را برای انسان‌ها دارد که نیازها را باید اولاً جامع و ثانیاً متعادل تأمین کرد.

برای انسان، پنج دسته نیاز برشمرده‌اند. این پنج دسته عبارتند از: نیازهای مادی، ایمنی، اجتماعی، احترام، خودیابی و خودشکوفایی. زمانی استعدادها و توانایی‌های بالقوه انسان، بالفعل می‌شود که همه این نیازها تأمین شود. به عبارت دیگر زمانی سرمایه انسانی جامعه‌ای افزایش می‌یابد که منابع تأمین همگی این نیازها در جامعه و نظام اقتصادی آن تولید شود و به صورت متعادل در دسترس انسان‌ها قرار گیرد. البته تنها با تأمین منابع نیازهای مادی که معطوف به بعد طبیعت انسان است و اکثراً در حوزه اقتصادی مورد توجه می‌باشد، نمی‌توان انتظار داشت که سرمایه انسانی جامعه افزایش یابد. سه دسته اول نیازها و تأمین منابع تأمین این نیازها مربوط به «انسان ماندن» است و دو دسته دیگر نیازها، مربوط به «انسان شدن» است. بنابراین باید توجه داشت که مصرف و الگوی مصرف تنها محدود به مصرف منابع تأمین نیازهای مادی نمی‌شود. گرچه همواره، چنین اندیشیده و بیان می‌شود و قطعاً یکی از کاستی‌های مباحث جاری پیرامون اصلاح الگوی مصرف، همین محدوداندیشی است.

همان گونه که بیان شد، اولین دسته نیازهای انسان، نیازهای مادی است. نظام مصرف هم باید بر همین مبنا طراحی شود که همه نیازهای انسان به صورت جامع و متعادل پاسخ داده شود. مصرف هم فقط معطوف به تأمین نیازهای مادی نیست، بلکه شامل مصرف محصولات و خدمات غیر مادی هم می‌شود؛ مواردی مانند کالا و خدمات فرهنگی؛ امنیت، منزلت و ... که همگی باعث شکوفا شدن استعدادهای بالقوه انسانی می‌شوند، باید مدنظر باشد.

در این نگاه، «نظام مصرف»، نظام متغیر است و «نظام تولید»، باید نظام تابع باشد. در نظام تولید، هر نوع کالا و خدماتی را نمی‌توان و نباید تولید کرد، فلذا اگر کالایی را تولید کنید که به ضرر انسان است، اگر چه دارای سود و موجب رشد اقتصادی باشد؛ شارع مصرف آن را منع کرده و کار درستی انجام نشده است، ولی در غالب نظریات اقتصادی، منعی در این مورد وجود ندارد.

آنگاه که نظام مصرف به این صورت دیده شود، لازم است نیازهای انسان در سطح فرد، خانواده، سازمان و جامعه به درستی و کامل شناسایی شود. بدیهی است شناخت نیازهای بعد طبیعت و بعد فطرت انسان، مستلزم شناخت کامل و درست انسان است. تا انسان به درستی شناخته نشود، نه تنها نظام اقتصادی؛ بلکه سایر نظام‌ها را نیز به صورت کامل و درست نمی‌توان مهندسی و مدیریت نمود. سنگ بنای طراحی «الگوی مصرف» و مهندسی مدیریت یک نظام اقتصادی کارآمد، شناخت انسان و شناخت نیازهای او به صورت جامع و متعادل می‌باشد. شناخت این نیازها نیز جز در سایه دین اسلام امکان‌پذیر نیست. در غالب نظام‌های اقتصادی جاری، انسان را به درستی نشناخته‌اند، و با این حال نظام تولید، توزیع و مصرف را تعریف کرده‌اند. باید براساس فرهنگ و ارزش‌هایمان، نیازها را مشخص کنیم، حد و اندازه مصرف هم معلوم شود. بعضاً حتی در متون دینی، میزان و زمان مصرف هم مشخص شده است، واجب و مستحب هم مشخص شده است. بنابراین اگر نظام مصرف را به خوبی تعریف و مشخص کنیم و الگوی مصرف از این کار حاصل شود، آنگاه با مشخص شدن الگوی مصرف، می‌توان الگوی تولید را هم مشخص کرد. این نکته قابل تأمل است که هم در نظام مصرف و هم در نظام تولید، یک عامل و یک عنصر مشترک است؛ آن هم خود انسان است. عمر انسان هم در نظام مصرف، مصرف می‌شود و هم در نظام تولید. یک عامل و عنصر وجود دارد که در هر دو نظام هم مصرف‌کننده است و هم تولیدکننده. این عنصر می‌تواند هم الگوی مصرف را مشخص کند و هم الگوی تولید را. در خصوص غیر از انسان در نظام تولید همان کاری را انجام می‌دهیم که در مورد انسان انجام می‌دهیم. ما در نظام

تولید نعمات الهی را که به صورت بالقوه در اختیارمان است را بالفعل می‌کنیم. مثلاً هنگامی که از خاک و آب و نور، گندمی را به دست می‌آوریم، هم تولیدی را انجام داده‌ایم و هم برخی از توانایی‌های خودمان را از قوه به فعل درآورده‌ایم؛ یعنی فرآیند توسعه را به خاطر توسعه انسان طی می‌کنیم.

امروزه بشر به دنبال استانداردسازی کالاها و خدمات مورد مصرف انسان است. این استانداردها در کجا و چگونه تولید می‌شود؟ بدیهی است استانداردها باید سازگار با ویژگی‌های موجود مصرف‌کننده که همان انسان است، باشد. گفته می‌شود که این کالا را بایستی با این ویژگی‌ها تولید کنید تا کسی که مصرف می‌کند دچار آسیب نشود. در تقسیم‌بندی استانداردها به دو نوع اجباری و اختیاری اشاره شده است. استاندارد اجباری مثبت در فرهنگ ما «واجب» و اگر استاندارد اجباری، منفی باشد به آن «حرام» گفته می‌شود. سازمان‌های بین‌المللی دنیا نیز براساس مبانی و ارزش‌های خود، هم نظام تولید را و هم نظام مصرف را سامان می‌دهند. ما هم در فرهنگ خودمان استانداردهایی داریم که براساس مبانی فرهنگی خودمان شکل می‌گیرد. اگرچه ما داوطلبانه تابع برخی از استانداردهای بین‌المللی شده‌ایم و این استانداردها الگوی مصرف و تولید ما را شکل می‌دهد.

ما امروزه باید در این موارد تأمل کنیم تا بتوانیم با اصلاح مرجع استانداردها، الگوی مصرف را اصلاح کنیم. ما با پذیرش استانداردهای جهانی، خودمان را تابع الگوی مصرف مدنظر آنها قرار داده‌ایم و اگر بخواهیم از آن جدا شویم، شرایط خاصی دارد.

گفته شده که انسان مسلمان شیعی، برای دستیابی به قله‌های سعادت و یا جامعه مطلوب، این ویژگی را باید داشته باشد: کمترین مصرف و بالاترین تولید. آیا معنای «کمترین مصرف» این است که نیازهای انسان، تأمین نگردد؟ خیر. بلکه به این معنا است که انسان مسلمان باید بر تولید تأکید داشته باشد تا بر مصرف. علاوه بر اینکه منابع تأمین نیاز خود را فراهم می‌سازد، منابع تأمین نیاز انسان‌های دیگر را نیز فراهم سازد. میل درونی انسان به تأمین نیازهای مادی اش بسیار زیاد است و در مقابل، منابع تأمین نیاز محدود هستند. در بازار مصرف، بحث نیازها و در بازار تولید، تأمین منابع نیاز مطرح است. خواسته صحیح این است که همه نیازهای همه انسان‌ها، به طور کامل و جامع و متعادل تأمین شود. اگر برخی از انسان‌ها، نیازهای خودشان را بیش از حد تعادل تأمین کنند، نتیجه آن این است که هم دیگران و هم خود این افراد دچار مشکلاتی می‌شوند و بسیاری از توانایی‌های بالقوه ایشان از دست خواهد رفت و در نتیجه سرمایه انسانی کاهش می‌یابد.

بنابراین شارع، قاعده‌ای را بیان کرده که هر انسان مسلمانی باید بر اساس آن نقش خود را در نظام مصرف و در نظام تولید تعریف کند و برای راهنمایی کامل، مصادیقی مانند حضرت علی(ع) را نشان داده که اولاً نیازهایش را به صورت جامع و متعادل تأمین کرده است و ثانیاً با تلاش گسترده اقتصادی بیشترین منابع تأمین نیازهای دیگران را تولید نموده است. وقتی این شاخص به ما ارائه می‌شود گویای آن است، که نیازهای مادی انسان، همان حدی را دارد که حضرت علی(ع) رعایت می‌کرد و نه بیشتر از آن. اگر حد تأمین نیازها، همان باشد، یعنی ما به صورت نامتعادل نیازهایمان را تأمین می‌کنیم.

حال سؤال این است که اگر انسان‌ها زیاد تولید کردند و کم مصرف کردند، چنین مطلبی با تئوری‌های موجود اقتصادی هماهنگ نیست. چرا که برای افزایش تولید، باید مصرف را هم شدت بخشید. در اسلام نهادی وجود دارد که شاید بتوان آن را در نهادهای اقتصادی امروزی جای داد و آن نهاد «وقف» است. وقف هر قدر بیشتر در جامعه‌ای وجود داشته باشد، نشان می‌دهد که در آن اقتصاد، ویژگی‌های اسلامی بیشتر رعایت شده و اقتصاد، کاملاً پویا و دارای رشد است. انسانی که تولید حداکثر می‌کند و مصرف حداقل دارد، تولیدش برای چه کسی است؟ تولید او برای مصرف خودش به تنهایی نیست، بلکه برای دیگران و آیندگان هم هست و او برای خودش، تلاش حداکثری و مصرف حداقلی را می‌خواهد.

راهبردها بسیار متشکر، حضرت‌تعالی در واقع نگاهی دینی - انسانی به این مقوله داشتید. جناب آقای دکتر رضایی! به توجه به نظرات آقای دکتر ناظمی، حضرت‌تعالی چه اهدافی را بر اصلاح الگوی مصرف مترتب می‌دانید؟

دکتر رضایی: به نظر من دو هدف برای این کار وجود دارد. الگوی زندگی ایرانی و اسلامی ما حکم می‌کند که الگوی مصرف را اصلاح کنیم. اگر بخواهیم به سبک زندگی ایرانی و اسلامی و با فطرت و فرهنگ و با سابقه تاریخی مثبت خودمان، زندگی کنیم؛ باید الگوی مصرف را اصلاح کنیم که بررسی و شناخت آیات، روایات، مباحث فقهی و شناخت انسان در این مقوله ضروری است. هدف دوم اصلاح الگوی مصرف، توسعه کشور و پیشرفت جامعه است. ما می‌خواهیم کشور قدرتمندی در دنیا باشیم تا بتوانیم اسلام و فرهنگ خود را صادر کنیم. ما قصد کشورگشایی نداریم، اما توسعه اسلام و توسعه ارزش‌های انسانی، توسعه معارف اسلامی و

دیدگاه‌های اسلامی و ایرانی، هزینه داشته و تجهیزات لازم دارد؛ چه در گستره جهان اسلام و چه در کل جهان، برای چنین کاری نیاز به منابع هست. پس می‌توانیم اصلاح الگوی مصرف را به دو هدف انجام دهیم:

۱- اصلاح زندگی؛ ۲- توسعه ایران اسلامی که هدفی است که همه بایستی در قبال آن احساس مسئولیت بکنند.

بنابراین هم در سطح ملی و هم در سطح خانوار باید به این اهداف پرداخت. در سطح ملی مباحثی مانند امنیت، اقتدار ایران، شئونات و تأثیر بین‌المللی ایران و نفوذ ایران مطرح است. ما اگر بتوانیم وابستگی‌های متقابل تجاری مثبت بین خودمان و کشورهای منطقه درست کنیم، از طریق تجارت می‌توانیم یک منطقه واحد سیاسی را شکل دهیم. چیزی شبیه اروپایی واحد را از طریق اقتصاد می‌توان در این منطقه شکل داد. ولی آیا واقعاً در الگوی اقتصادی ما چنین انگیزه‌هایی تعبیه شده است؟ یا اینکه وقتی پول کمی به غزه و لبنان می‌دهیم، در ایران شعار داده می‌شود که نه غزه، نه لبنان، جانم فدای ایران! این نشان می‌دهد اقتصاد توسعه‌ای خودمان را نتوانسته‌ایم جزء انگیزه‌های فردی و خانوار بکنیم.

دکتر دانش جعفری: بحثی که آقای دکتر ناظمی در مورد محوریت انسان مطرح کردند، مورد قبول است و نباید این تلقی شود که انسانی مدنظر ما است که حالت درویش مسلکی دارد و دنیا را کنار گذاشته و تلاشی هم نمی‌کند. اینکه ما باید مانند حضرت علی(ع) باشیم به این معنی است که مسلمان باید کار زیاد و تولید فراوان داشته باشد، از طرفی مصرفش هم زیاد نباشد. باید توجه داشت تولید کالای فرهنگی به مفهوم اقتصادی آن نیز هزینه دارد و لذا ما کالای فرهنگی معجانی نداریم. بنابراین برای تأمین هزینه کالای فرهنگی هم ما باید کسب درآمد کنیم و این یعنی فرهنگ کار و تلاش.

دکتر ناظمی: انسانی که ذکر شد، انسان همه بعدی بود. اگر بدین صورت به انسان بنگریم، نگاه متفاوت خواهد شد. در یک نظام توسعه‌ای ممکن است انسان را تک بعدی در نظر بگیرند، لذا بر توسعه اقتصادی به عنوان هدف غائی تأکید می‌ورزند؛ ولی ما انسان را تک بعدی در نظر نمی‌گیریم. در این نگاه، خروجی دو نظام تولید و مصرف، انسان‌هایی هستند که سلامت جسمی و روحی‌شان بالا است و با نظام‌های دیگری که ممکن است به رشد اقتصادی بالایی هم رسیده باشند، ولی انسان‌ها در آن نظام‌ها دارای بار سلامت جسمی و روحی پائینی هستند، متفاوت است. در آن جوامع، رشد سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی در حال کاهش است و یکی از آسیب‌های

جدی کشورهای توسعه یافته کنونی همین است. چنین بحثی هم در سطح فرد و هم در سطح جامعه مطرح است. نظام جمهوری اسلامی باید بالاترین نرخ رشد سرمایه انسانی و اجتماعی را داشته باشد. انسان و جامعه هر دو مهم هستند. انسان‌های سالم، جامعه سالم را می‌سازند. ما شاخص‌هایی هم در بعد فرد نیاز داریم و هم در سطح جامعه. در سطح فرد، ترکیب منابع تأمین نیاز که فرد به آن نیاز دارد و باید برای «انسان ماندن» و «انسان شدن» آنها را مصرف کند و در سطح جامعه هم همین طور، باید مشخص گردد و معلوم شود که ترکیب هزینه‌ها چگونه باید باشد؟ شاخص‌های آن در سطح ملی چه باید باشد؟ به عنوان مثال بین مشاغل مأموریتی و مشاغل پشتیبانی در کل جامعه چه تناسبی باید برقرار باشد؟ در سطح فرد هم میزان و نسبت هزینه‌های مختلف زندگی او مشخص باشد. تولید و مصرف کالا یا خدماتی ممکن است کاملاً خوب باشد، ولی باید میزان و موعد و چگونگی مصرف آن برای هر فرد و جامعه‌ای مشخص گردد. همانگونه که ممکن است دارویی نجات‌بخش و حیاتی باشد، ولی این دارو را پزشک معالج باید تعیین کند که چه وقتی و به چه میزان باید مصرف کرد.

علم و دانش موجود بشری در حوزه اقتصاد و نظام‌های اقتصادی که بر اساس این علم و دانش، مهندسی و طراحی شده و مدیریت می‌شوند، از کفایت لازم برخوردار نبوده تا بتواند به این سؤال اساسی پاسخ دهد: برای رشد سرمایه انسانی و تأمین آسایش و آرامش انسان چه کالا و خدماتی، چه میزان، در کجا، کی و با چه کیفیتی و چگونه باید تولید و توزیع شود تا نیازهای همه انسان‌ها را به صورت جامع و متعادل تأمین نماید؟

پاسخ به این سؤال به نگاهی جهانی با مبانی و مفروضات انسان‌شناختی الهی و به پشتوانه معارف و ارزش‌های دینی همراه با تلاش علمی گسترده و عمیق نیازمند می‌باشد.

فاصله وضع موجود با وضع مطلوب فراوان است. تحولات بسیاری پیش رو است تا بتوان چنین نگاه کلان و جهانی به نظام اقتصادی سازگار با نیازهای انسان همه بعدی و رشد و کمال او داشت.

باید با این نگاه کلان در پی طراحی و مهندسی نظام اقتصادی سازگار با فرهنگ و ارزش‌های اسلامی در کشورمان بود. آنگاه که این نظام «الگوی مصرف» و «الگوی تولید» و «الگوی توزیع» اثربخشی را به دست داد و موجبات آسایش و آرامش انسان‌های این جامعه را البته با ملاحظه محدودیت‌ها و موانع و تهدیدهای جهانی، فراهم ساخت؛ نظام اقتصادی نوین ساخته و پرداخته

شده انقلاب اسلامی، الهام‌بخش دیگر جوامع و کشورها نیز خواهد شد. بر متفکران و اندیشمندان اسلام‌شناس و اقتصاددان کشورمان است که براساس آموزه‌های فرهنگ مقدس اسلامی و انقلابی‌مان، الگوهای نوین را طراحی و عرضه نمایند. آنچه مطرح شد به توضیح و تفصیل و بحث و بررسی بیشتر نیازمند است و مانع آن نیست که نسبت به شناخت و آسیب‌شناسی وضعیت نامتعادل مصرف در جامعه و تصمیم‌گیری‌های کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت برای رفع این عدم تعادل‌ها، اقدام شود.

راجهت یاس کسی با کلیات بحثی که آقای ناظمی مطرح کردند، مخالف نیست، ولی اینکه نظام مصرف را متغیر اصلی قرار دهید، با جمع‌بندی شما متناقض است. در مقایسه تولید و مصرف نمی‌توانیم بگوئیم مصرف اصل و تولید فرع است. عبارت کم مصرف بودن مؤمن و تولید زیاد وی، تقدم تولید را بر مصرف نشان می‌دهد. حضرت علی(ع) هم این طور بودند که بیشتر تولید و کمتر مصرف می‌کردند. عبارت مقام معظم رهبری این بود که میان تولید و مصرف نسبتی باید وجود داشته باشد، نسبت شایسته به سود تولید، یعنی تولید جامعه همیشه بر مصرف جامعه پیشی داشته باشد. این عبارت قلیل المؤمنه، کثیر المؤمنه دقیقاً همین است. یعنی تولید باید مقدم باشد. اگر تولید نباشد چه چیزی را باید مصرف کرد؟

دکتر موسایی: توجه داشته باشیم که این بیان در سطح خرد و کلان، متفاوت است. این توصیه در سطح خرد است که باید کم مصرف کرد و زیاد تولید داشت. در سطح کلان این بحث متفاوت است. نکته دیگر اینکه الگوی مصرف فرمانروایان و حکام اسلامی با مردم عادی فرق دارد.

دکتر ایروانی: همانگونه که بنده عرض کردم خود الگوی مصرف، ابزار حیات موقت دنیا و حیات ابدی و دائمی آخرت است و الگوی تولید را حتماً باید فدوی و طفیلی این راه و مقصد و ابزاری در خدمت ابزار الگوی مصرف بدانیم. تولید برای تأمین نیاز است. در تقسیم‌بندی آقای دکتر موسایی تفاوت سطح خرد و کلان این است که در اقتصاد اسلامی، تأمین کلیه آحاد بر اساس عدالت و بهره‌مندی همگانی مطرح است. لذا به فرد توصیه می‌شود کمتر مصرف کند تا همسایه و هم‌نوع یا بستگان فقیر او نیز بتوانند استفاده کنند. لذا کم مصرف کردن در سطح خرد به هدف کم کردن کل مصرف منطقی نیست، بلکه تأکید بر انفاق و در راستای تحقق عدالت در

مصرف است. هدف افزایش بهره‌وری و مطلوبیت در مصرف و تأمین بیشتر و پوشش دادن کل آحاد از مواهب خدادادی است که برای مصرف مردم خلق شده است. خستی در مصرف در کار نیست، زیرا نعمات الهی خلق شده‌اند تا مصرف شده و نیازها برطرف شوند و انسان در مسیر کمال خود دچار تنگنا نشود. تولید هم برای همین گشایش زندگی در مسیر کمال انسان است.

راجه یاس لیس للانسان آلا ما سعی؛ اگر دسترنجی نباشد، مصرفی هم شکل نمی‌گیرد، پس نمی‌توان اصالت را به مصرف داد. اما با مطرح شدن معارف دینی در حوزه اصلاح الگوی مصرف، بررسی آیات و روایات مرتبط ضروری است. جناب آقای مهندس نبوی! حضرتعالی چه تحلیلی در مورد نگاه قرآن و روایات به اصلاح الگوی مصرف دارید؟

مهندس سیدمرتضی نبوی: به نظر می‌رسد برای دستیابی به مبانی نظری و دینی الگوی مصرف، واژه کلیدی «اسراف»، راهگشا باشد. در فرهنگ قرآن و اسلام اسراف و رفتار مسرفانه مذموم است و مورد نکوهش قرار گرفته است و در مقابل «اقتصاد و اعتدال» به عنوان یک الگوی رفتاری سفارش شده است.

برای روشن شدن مبانی بحث به آیاتی که در مورد اسراف است، مراجعه می‌کنیم. در مفردات راغب و تفسیر شریف مجمع‌البیان، اسراف به معنی تجاوز از حد و اندازه و مقدار در هر چیزی اعم از رفتار و گفتار و پندار است. حد و اندازه هر چیزی در اسلام بر مبنای «حق و عدل» مشخص می‌شود. به عبارت دیگر اسراف، همان گفتمان افراط و تفریط است و مقابل آن گفتمان «حق و عدالت» می‌باشد.

با بررسی آیات ۱۴۱ و ۱۴۲ سوره مبارکه انعام و توجه به تفسیر مجمع‌البیان این نتایج حاصل می‌شود:

- در امکاناتی که در اختیار انسان قرار می‌گیرد، حقی نهفته است؛
- صاحبان نعمت‌های خدا نباید همه درآمد خود را صدقه بدهند و خانواده خود را محروم کنند(افراط)؛
- صاحبان اموال نباید از پرداخت حقوق واجب مال، خودداری کنند(تفریط)؛
- صاحبان اموال حق ندارند در راه معصیت خدا انفاق کنند(ظلم و فساد)؛
- امام جامعه نباید در گرفتن حق اموال از حد بگذرد و اجحاف کند(تعدی)؛

- اسراف، پیروی از شیطان است.

با توجه به آیات ۳۱ تا ۳۳ سوره مبارکه اعراف، این نتایج به دست می‌آید:

- استفاده معتدل از زینت‌های الهی و رعایت زیبایی و آراستگی و مصرف روزی‌های حلال و پاکیزه نه تنها اسراف نیست که حلال و پسندیده است؛
- پرهیز از اسراف در خوردن و آشامیدن مبنای سلامت انسان در جامعه است؛
- کارهای زشت (فحشاء)، معصیت، ظلم و تعدی، شرک، گفتار ناحق و نسبت دروغ به خدا دادن از مصادیق اسراف و حرام است و اسراف، تجاوز از حد در هر کاری است.

با توجه به آیات ۱۲۴ تا ۱۲۷ سوره مبارکه طه، می‌توان نتیجه گرفت:

- غفلت از یاد خدا و بی‌توجهی به نشانه‌ها و آیات الهی و فراموشی آنها از مصادیق اسراف (کفران نعمت) است؛
- کفر و عصیان از مصادیق اسراف است؛
- اسراف سبب از دست دادن بصیرت در دنیا و کوری در آخرت می‌شود و عرصه بر مُسرف (اسراف‌کننده) تنگ می‌گردد و به کارهای او گره می‌افتد؛

در آیه ۶۷ سوره مبارکه فرقان، یکی از صفات عباد الرحمن به این صورت ذکر شده که آنها در انفاق گرفتار اسراف و اقتار (تنگ نظری) نمی‌شوند و حد وسط (قوام) را بر می‌گزینند. اسراف به انفاق در معاصی و «اقتار» به امساک از پرداخت حق تفسیر شده است.

معاذ از رسول خدا (ص) نقل کرده است: «من اعطی فی غیر حق فقد اسرف و من منع عن حق فقد قتر؛ کسی در غیر راه حق، انفاق کند، اسراف کرده و اگر مانع پرداخت حق شود دچار «اقتار» گردیده است». امام باقر(ع) فرموده‌اند: «القوام هو الوسط؛ یعنی «قوام» به معنی حد وسط است». باز امام باقر(ع) فرموده‌اند: «اگر کسی مالی را فاسد و تباه کند و دعا نماید و از خدا طلب مال کند، خدا جواب می‌دهد: الم آمرک بالاقتصاد؛ یعنی آیا تو را به میانه‌روی امر نکردم؟». از این حدیث معلوم می‌شود «اقتصاد» نقطهٔ مقابل اسراف است. در نتیجه عدم اسراف همان اقتصاد و رعایت حد وسط و اعتدال است.

با توجه به آیه ۳۸ سوره یونس می‌توان گفت فرعون به دلیل استکبار، گردنکشی و تفرعن در زمین، جزء اسراف‌کنندگان است. پس سوء استفاده از قدرت و مصرف نابجای آن نیز از مصادیق اسراف است.

همچنین طبق آیات ۱۵۱ و ۱۵۲ سوره شعراء، روشن می‌شود که نباید از مُسرفان پیروی کرد، زیرا مُسرفان همان کسانی هستند که به جای اصلاح، جامعه را به فساد می‌کشاند. می‌توان نتیجه گرفت اصلاح که نقطه مقابل افساد است و به معنی عدم اسراف می‌باشد؛ اصلاح یعنی عدم اسراف. در نتیجه اصلاح الگوی مصرف به مفهوم پرهیز از اسراف در هر امری است.

لازم است به عوارض و پیامدهای اسراف از نظر قرآن توجه شود. تهدیداتی مانند:

- خدا مُسرفان را هدایت نمی‌کند (ان الله لایهدی من هو مسرف کذاب)؛
- خدا مُسرفان را به ضلالت می‌کشاند (یضل الله من هو مسرف مرتاب)؛
- مُسرفان نگاه وارونه پیدا می‌کنند و مغرور می‌شوند (کذلک زین للمسرفین ما کانوا یعملون)؛
- مُسرفان بصیرت خود را از دست می‌دهند (فی طغیانهم یعمهون)؛
- مُسرفان به هلاکت می‌رسند و نابود می‌شود (و اهلکنا المسرفین)؛
- مُسرفان یاران دوزخند (و ان المسرفین هم اصحاب النار)؛
- مُسرفان از محبت و دوستی خدا محروم هستند (انه لایحب المسرفین)؛
- از مُسرفان نباید در هیچ امری پیروی کرد (ولاتطیعوا امر المسرفین)؛
- مُسرفان سر از تجبر، تکبر و تغلب در می‌آیند (من فرعون انه کان عالیا من المسرفین)؛
- مُسرفان، برادران شیاطین و کافر به رب خود هستند (ان المبدرین کانوا اخوان الشیاطین و کان الشیطان لربه کفورا).

در یک جمع‌بندی کلان می‌توان نتیجه گرفت اصلاح الگوی مصرف یعنی «پرهیز از اسراف» و اسراف همان گفتمان «افراط و تفریط» می‌باشد و گفتمان افراط و تفریط یعنی تجاوز از حق و عدل در بینش، رفتار و گفتار. با بحث‌هایی که شد، لوازم اصلاح الگوی مصرف به قرار زیر است:

لوازم اصلاح الگوی مصرف

- ۱- اصلاح بینش و جهان‌بینی انسان و جامعه بر مبنای حق و عدل و تعمیق معرفت نسبت به آنها؛
- ۲- در بینش قرآنی، جهان ما، جهان مقادیر و تقدیر است و انسان باید به اندازه‌ها عالم و عامل باشد؛

- ۳- در این بینش، انسان باید امروز و فردای خود را توأمان ببیند و به آخرت کار خود بیندیشد (کذلک یبین الله لکم الايات لعلکم تتفکرون فی الدنيا و الاخره ... سوره بقره آیات ۲۱۹ و ۲۲۰)؛
- ۴- ترویج گفتمان اعتدال (با مبانی حق و عدل) در مقابل گفتمان افراط و تفریط؛
- ۵- تعمیق شناخت نسبت به حلال و حرام در جامعه و همچنین شکر و کفر نعمت‌ها؛
- ۶- اصلاح بینش نسبت به کاربرد و مصرف منابع قدرت، ثروت، دانایی، علم، نیروی انسانی، امکانات فیزیکی و مادی و تدبیر برای افزایش کارآیی آنها؛
- ۷- رعایت زیباشناختی و سلامت در جامعه؛
- ۸- پایه‌گذاری دانش و بینش «اقتصاد» اسلام در مقابل «اسراف» جهان سرمایه‌داری؛
- ۹- اصلاح نظام تعلیم و تربیت برای ایجاد بینش صحیح نسبت به جهان اندازه‌ها؛
- ۱۰- طراحی الگوهای رفتاری مناسب با بینش اسلامی و ترویج آن توسط رسانه ملی از طریق سریال‌ها و برنامه‌های مختلف؛
- ۱۱- سوق دادن پایان‌نامه‌ها و رساله‌های تحصیلات تکمیلی (کارشناسی ارشد و دکترا) به سمت اصلاح الگوی مصرف در ابعاد مختلف؛
- ۱۲- فرهنگ‌سازی مناسب برای مخاطبان مختلف؛
- ۱۳- هماهنگی دستگاه‌های ذیربط برای برنامه‌ریزی، اطلاع‌رسانی، آموزش و تنظیم مقررات در این زمینه؛
- ۱۴- جلب مشارکت همگانی و ارائه راهکارهای عملی برای اصلاح الگوی مصرف؛
- ۱۵- اولویت بخشیدن به اصلاح الگوی مصرف نفت و درآمدهای آن به عنوان مهمترین منبع حیاتی در ایران؛
- ۱۶- تأکید بر اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ به عنوان اولین قدم در اصلاحات ساختاری در جهت اصلاح الگوی مصرف؛
- با توجه به مطالبی که گذشت روشن می‌شود اصلاح الگوی مصرف از نظر اسلام هم منجر به اصلاح بینش در مسئولین، مردم و بنگاه‌ها می‌شود و هم اصلاح رفتار را در پی دارد. هم انسان را در مصرف کالاها دقیق می‌کند و هم کاربرد منابع - اعم از منابع انسانی، قدرت، علم و ثروت - را کارآمی‌سازد.
- همچنین اصلاح الگوی مصرف، منجر به صرفه‌جویی و پس‌انداز منابع و استفاده از آن در تولید

می‌گردد. به این ترتیب است که الگوی مصرف با توسعه پیوند می‌خورد و تأثیر متقابل آنها بر هم مبرهن می‌گردد.

دکتر ایروانی: مطالبی که بنده ارائه دادم، مقدمه‌ای بود تا وارد مبحث اصلی بشویم. به نظر بنده در اینگونه مباحث حتماً باید مطالبی کاربردی و به شکل تأویل یافته ارائه داد تا خوانندگان بتوانند با برقراری ارتباط بین مفاهیم علمی و مسائل عملی مبتلابه و مشکلات ملموس جامعه، بهره بیشتری ببرند و این بحث‌ها را انتزاعی، مجازی و غیر کاربردی محض تصور ننمایند و بهتر بتوانند با مراجعه به نشریات متعهد، پاسخ سؤالات عینی جامعه خود را به دست آورند. فکر می‌کنم این سلسله مباحث نباید به اینجا ختم شود. لذا در پایان لازم می‌دانم بطور خیلی خلاصه برخی از مقتضیات طراحی الگوی مصرف را با توجه به مباحث مختلف مطرح در محافل مطرح نمایم.

شرط وصول به اهداف الگوی مصرف بهینه، توسعه و اسناد بالادستی مانند سند چشم‌انداز فرهنگ‌سازی در متن اجتماع و ارتباط دادن این اهداف، موازین و اسناد در متن زندگی مردم است. لذا نهادهای مسؤوّل زمانی می‌تواند از پیشبرد سند سخن بگویند که با ارایه شاخص‌های کیفی کمی شده و شاخص‌های کمی در پایان هر مقطع زمانی تعریف شده، با مقایسه رخدادهای در شاخص‌ها بگویند که چقدر به اهداف نزدیک شده‌ایم. تنها پایش دیگران مانند کشورهای منطقه و یا کشورهای در حال توسعه و دیگران، دردی را دوا نمی‌کند، زیرا هدف الگو یا سند پایش نیست. پایش فقط یک خط‌کش است تا جایگاه در هر مقطع زمانی مقایسه شود.

مقتضیات طراحی الگوی مصرف:

همانند شرایط وصول به اهداف چشم‌انداز، الگوی مصرف نمی‌تواند یک تکلیف بالادستی محض باشد. لذا برخلاف نظر اشتباه برخی که الگو را ناخودآگاه دولتی فرض می‌کنند، ابعاد و شرایط و ویژگی‌های الگو گسترده است.

اول اینکه مجموعه عواملی باید جمع شوند تا این الگو شکل بگیرد. بخشی از دعوت انبیاء و بخصوص پیامبر اکرم (ص) و اوصیاء طاهرین، همین اصلاح الگوی زندگی مادی در جهت اصلاح دنیا و آخرت است. لذا دعوت انبیاء و ائمه اطهار، علماء، دولت‌ها، نخبگان، دانشمندان، پدرها و مادرها؛ همه از عوامل شکل‌دهنده الگوی مصرف بوده و هستند.

دوم اینکه تغییر و بهینه‌سازی الگوی مصرف یک متغیر عمیق و ساختاری است. لذا نمی‌توان انتظار داشت که دفعتهاً و با هزینه کم و دوره زمانی کوتاهی شکل بگیرد.

سوم: بنابراین ظهور یک الگوی بهینه یک فرآیند دراز مدت و تدریجی است. در مسائل اجتماعی و طبیعی نیز به اثبات رسیده که تحقق یک فرآیند عمیق و ساختاری نیاز به غرس خوب نهال و نگهداری درست بخصوص در طول مراحل بلوغ تا مرحله قوام نسبی دارد که شکل‌گیری الگو باید با توجه ویژه در امور تربیتی و از بدو خانواده آغاز شود. لذا این فرآیند نیاز به تحول در ساختارهای آموزشی و تربیتی جامعه و توجه ویژه به غذای روحی فرزندان دارد (فلینظر الانسان الى طعامه - قرآن کریم سوره قیامت). مقام معظم رهبری نیز به دلایل فوق فرمودند که سال ۸۸، سال حرکت در جهت اصلاح الگوی مصرف نام گذاری شود.

چهارم: نقش خانواده باید بسیار جدی گرفته شود و بخصوص نقش مادران که بیش از ۵۰ درصد الگوی مصرف در درون خانواده شکل می‌گیرد و تا آخر عمر عادات مصرفی در خانواده همراه انسان هستند.

پنجم: در این فرآیند، اصلاح رفتار مصرف‌نهادها، رابطه تنگاتنگی با اصلاح رفتار ستانده‌ها نیز دارد؛ لذا نظام تربیتی و آموزشی می‌تواند اصلاح رفتار مصرف‌نهادها در مقطع اشتغال فرزند در جامعه و عهده‌گیری وظیفه تولید و امرار معاش را نیز هدف گذاری نماید.

ششم: دولت کوچک، کارآ، و موظف به وظایف حاکمیتی از جنس کالاهای عمومی^۱ در فرآیند اصلاح الگوی مصرف می‌تواند آن بخش از وظایفی را به عهده بگیرد که از جنس کالاهای عمومی هستند و از عهده بخش خصوصی یا بر نمی‌آیند و یا این بخش، رغبتی برای انجام آنها ندارد. مثلاً کار هدفمندسازی یارانه‌ها از این جنس است که می‌تواند با پیاده شدن، علائم خوبی را در بازار منتشر کند تا عوامل چه در مرحله مصرف‌نهادها و چه در مرحله مصرف ستانده‌ها، رفتار خود را تنظیم کنند تا متضمن کمینه‌سازی هزینه‌ها و بیشینه‌سازی مطلوبیت و بهره‌وری شود.

هفتم: امر نظارت بر نظام عرضه کالاهای مادی و فرهنگی در جهت کمینه‌سازی اصطکاک و تعارض الگوی از پیش تعریف شده علمی و بهینه، امری واجب و ضروری است و در غیر این صورت حرکت فرآیند اصلاح‌گند، چالشی، و بسیار پر هزینه خواهد بود. وظیفه نظارت و تنظیم بازار امری ارشادی، از جنس کالاهای عمومی و از نوع حاکمیتی است.

هشتم: در جامعه مقید و منضبط به دستورها و ضوابط الهی، روند حرکت و اصلاح الگوی

مصرف، روان تر از سایر جوامع خواهد بود. زیرا اولاً این دستورها مطابق فطرت هستند و ثانیاً وجود الگوهای مجسم از افراد صالح، اوامر و نواهی، امر به معروف و نهی از منکر و بستر رجوع به الگوها، فراهم تر از سایر جوامع است. به عنوان مثال در نهج البلاغه، امیرالمؤمنین (ع) حتی درباره رفتار کتابت و کاهش مصرف قلم و کاغذ نیز دستوراتی داده‌اند.

راجه یاس
با تشکر از حضور عالمانه همه اساتید معظم و با آرزوی مفید واقع شدن این
مباحث برای خوانندگان محترم.

