



سرنخ‌های علمی و عملی برای تغییر در معیشت

درآمدی به درآمد

■ ابودرداگر

من گرفتاری مالی دارم، راجع به درآمد هرچه بگویند، و هرچه خوب و عمیق و دقیق بگویند، آیا مشکلی از من حل می‌شود؟ هرچه از مبانی اسلامی راجع به درآمد بگویند، مشکل مالی من حل نخواهد شد. اگر حرف‌هایی که از دین برای من می‌زنند بی‌ارتباط با مشکل نباشد، در بهترین حالت تلاشی است برای این‌که من تسکین یابم و کمتر بنالم. اما اگر گمان کنید که اصل مشکل حل خواهد شد؛ قرضی داده خواهد شد؛ قسطی پرداخت می‌شود؛ اجاره کمتر می‌شود... نه! من تکنیک‌های افزایش درآمد می‌خواهم. فلسفه خوب است اما گرهی از مشکلات اقتصادی من نخواهد گشود.

سخن گفتن از درآمد باید لزوماً گره‌گشای مشکل باشد. یا نهایتاً به آن بینجامد، خواه با حل مشکل و خواه با انحلال آن. اما سخن از حل مشکل مالی مگر ممکن است؟ البته ممکن است، اما سخن این است که مگر مشکل مالی با سخن گفتن و شنیدن و دانستن حل می‌شود؟ هرکس در ماه مقدار مشخصی درآمد دارد و مقداری هم مخارج. خرج نباید از دخل بیشتر باشد و الا هشت در گرو نه خواهد بود. حال از چه چیزی می‌توان سخن گفت که بتواند در رابطه دخل و خرج موثر افتد؟ تا خرج از دخل پیشی نگیرد؟ و مهم‌تر این‌که سخن تکرار مکررات نباشد و باز هم مهم‌تر این‌که سخن دردی درمان کند. اگر بنا باشد از این سخنان بگوییم و نخواهیم

سحر و بین‌الطووعین و دیر به بازار رفتن چیست تا مکانیزم افزایش روزی را دریابورم. مثلاً به سوالی مثل این که آیا برکت یعنی آنچه نفهمیدنی است؟ سحر بیدار باش و بین‌الطووعین تا روزی تو افزایش پیدا کند. چگونه؟ و چگونه یرزقکم من حیث لا یحتسب؟ و در سایر موارد مرتبط با معاش اندیشه می‌کنم و سرانجام بی‌حاصل از میدان برون خواهم شد.

در بسازه درآمد نخست باید در رابطه‌ی درآمد با کار و روزی اندیشید. میزان پولی که در قبال کار به دست می‌آوریم را درآمد می‌نامیم. کسی که درآمد زیادی دارد از نظر ما «وضعش خوب» است. دائم میزان درآمد خود را با میزان درآمد دیگران مقایسه می‌کنیم و نیز توانایی دیگران بر مصرف را نیز از مصادیق و نتایج «خوب بودن وضع» می‌دانیم. مطلوب ما در زندگی اقتصادی کسی است که زیاد پول دارد و برای مخارج مختلفش مشکلی ندارد. البته ما به میزان مخارج افراد هم توجه داریم، اما دو نکته راجع به آن وجود دارد. نخست این که ضریب اهمیتی را که برای درآمد قائل نیستیم. یعنی اگر کسی حقوقش دو برابر ما باشد، او را خیلی از خود پول‌دارتر می‌دانیم. اما کسی را که مخارجش دو برابر ما باشد، چندان از خود بی‌پول‌تر نمی‌دانیم. و اگر همان کسی که درآمدش دو برابر ماست، مخارجش دو برابر ما باشد باز هم او را از خود غنی‌تر می‌دانیم.

البته خواهید گفت که ملاک این است که چقدر خرج انجام می‌شود. از نظر ما کسی که دو برابر درآمد دارد، اگر چه دو برابر مخارج داشته باشد، باز هم وضعیتش دو برابر ما بهتر است چون با مخارجی که می‌کند دو برابر ما از مواهب بهره‌مند می‌شود. از مسلمات دینی است که لذت انسان از مال حلال بالاتر از لذتی است که از حرام به دست می‌آورد. بدین ترتیب شما اگر بخواهید وضعیتان بهتر شود، هر چه بیشتر باید تلاش کنید تا مالی که به دست می‌آورد حلال‌تر باشد تا مطلوبیت بیشتری داشته باشد تا در مقایسه با دیگری که همان میزان یا بیشتر از آن مخارج را دارد به مطلوبیت بیشتری دست یابید. و از این موارد به فراوانی می‌توان بر شمرد. از جمله این که هر کس به اعتدال در مصرف، چه در کمیت و چه در نحوه استفاده نزدیک‌تر است، از مصارف مادی بهره بیشتری می‌برد و مطلوبیت بسیار بالاتری به دست می‌آورد. به واقع مطلوبیت مصرف یک غذای متوسط برای کسی که در موقعی که به خوبی گرسنه است و با رعایت آداب و آرامش از آن استفاده می‌کند، بیشتر است یا مطلوبیت گران‌قیمت‌ترین غذا برای کسی که هنوز به حد لازم گرسنه نشده است و در سایر وعده‌های غذایی نیز از همین دست مواد غذایی مصرف نموده است؟

کسی که سبک‌تر می‌خورد و پیش از سیر شدن دست از غذا می‌کشد بیشتر بهره‌مند می‌شود یا کسی که پر خوری می‌کند؟ مقصود از بهره‌مندی در اینجا همان لذتی است که می‌برد و فعلاً سخن در مورد این نیست که از نظر بهداشتی و سلامتی و... چه تفاوت‌هایی میان این دو وجود دارد. بلکه سخن در مورد همان لذتی است که به دست می‌آید. به زبان عرفی چه کسی بیشتر از خوردن غذا «کیف می‌کند؟» و کدام یک پس از تمام شدن غذا از نشاط برخوردار است و کدام یک به سنگینی و کسالت مبتلا می‌شود؟ از این دست عوامل موثر بر مطلوبیت بسیار فراوان می‌توان سخن گفت.

یکی از آداب استفاده از نعمت‌ها نگاه کردن و با توجه و تمرکز

صرفاً سخن دیگران را که همه شنیده‌اند با بیان دیگر تکرار کنیم، باید بتوانیم با مدد آنچه که وجه تمایز خود با دیگران میدانیم سخنی بگوییم تا برای کسی، مثلاً کارمندی که ماهیانه دخل و خرجی مشخص دارد حرفی بزنییم تا بتواند بر مشکل گفته شده فائق آید.

او خود البته شنیده است که روزی مقدر است. می‌داند که اسراف نباید کرد. خوانده است: چو دخلت نیست خرج آهسته‌تر کن، از کودکی مکرر در مکرر کلمه برکت به گوشش خورده است وای بسا در مورد آن اندیشیده باشد. شاید از منابر شنیده باشد که خمس و زکات باعث نمو مال می‌شود و لابد آنکه بر منبر سخن می‌رانده است زحمت توضیح معنای نمو را کشیده است. و به احتمال ضعیف‌تر می‌داند که از نتایج بیداری در بین‌الطووعین افزایش روزی است. و هم شاید شنیده باشد که مستحب است دیر به سوق برود و زود باز گردد. و بعید است که رابطه بین بیداری قبل از طلوع خورشید را با افزایش روزی، در کنار استجاب دیرتر به بازار رفتن را سنجیده باشد، تا سوال کند پس قبل از طلوع خورشید بیدار باشم و تا خورشید بالا آید چه کنم؟ و مهمتر این که چگونه این عمل موجب افزایش روزی می‌شود؟ اصلاً برای من که کارمند دولت هستم و موظف به حضور در ساعت اداری در محل کار، چنین مستحی مصداق دارد؟ و اگر آری چگونه؟ خیلی موارد دیگر را شاید بدانند که دیگران ندانند؛ مثل این که حضرت علی علیه السلام ملتی را که آب و زمین داشته باشند و فقیر باشند، لعن فرموده‌اند. اما شما نیز بدانید که کارمند مخاطب ما مشکل دارایی دارد و نه مشکل دانایی. بالاخره این که در شرایطی که بسیاری از زمینه‌ها فراهم نیست، آیا سخن از این موارد ثمری خواهد داشت؟ باری آیا سخنی هست که با گفتن و شنیدن و دانستنش گره از کار فرو بسته مشکلات مالی گشوده شود؟

یک گمانه آن است که مشکل مالی به وجود آمده را به رعایت نکردن همان موارد گفته شده بازگرداند و علم با عمل به موارد فوق را گره گشا دانست و اگر گره گشوده نشد به حکمتی الهی احاله داد و مصلحت را در آن دانست. به واقع شاید گمانه صحیحی باشد.

گمانه دیگر آن است که همواره مراتب بالاتر عمل به دستورات فوق را لازم دانست و در نتیجه راه چاره را در عمل بیشتر و بهتر به آن‌ها دانست.

گمانه سوم این است که به سراغ اصل مشکل برویم و بگوییم مسئله غلط طرح شده است. آنچه را شما نیاز خود پنداشته‌اید و ندانستنش را فقر می‌دانید، به واقع نیاز شما نیست. اما باید دانست که از این جا به بعد، مخاطب مطلب شما را تنها خواهد گذاشت. اما اگر این مسئله را به یکی از افراد آن جماعت چشم آبی آنسوی آب بدهید به دنبال تکنیک‌هایی خواهد گشت تا شما بتوانید به کمک آن، آنچه را خود مشکل می‌دانید حل کنید؛ مثلاً به شما کمک می‌کند تا فروشتان را افزایش دهید یا موقعیت شغلی خود را ارتقا بخشید یا خواهد گفت که میزان مصارف خود در اقلام مختلف را طی ماه یا سال محاسبه کنید و سپس با یک فروشنده منصف قرار بگذارید که در سال حدوداً آن مقدار از او خرید خواهید کرد و تخفیف مناسبی از او بگیرید. بسته به این که دارای چه توانمندی‌ها و موقعیت‌ها و روابطی باشید به شما روش‌های درآمدزایی خواهد آموخت.

اگر به من بدهید به سراغ این می‌روم تا دریابم دلالت‌های بیداری

۱۴ دنگاه

اگر کسی حقوقش دو برابر ما باشد، او را خیلی از خود پول‌دارتر می‌دانیم. اما کسی را که

مخارجش دو برابر ما باشد، چندان از خود بی‌پول‌تر نمی‌دانیم. و اگر همان کسی که درآمدش دو برابر ما باشد باز هم او را از خود غنی‌تر می‌دانیم

دو نگاه

از نظر ما کسی که دو برابر درآمد دارد، اگر چه دو برابر مخارج داشته باشد، باز هم وضعیت دو برابر ما بهتر است چون با مخارجی که می کند دو برابر ما از مواهب بهره مند می شود.

بهره بردن از نعمت هاست. در مورد غذا خوردن نیز نگاه کردن به غذا علاوه بر فواید بهداشتی در بیشتر کیف کردن از غذا موثر است. در سطح دیگر می توان از پیوند زدن لذت مادی به لذت روحی سخن گفت که سطح بسیار بالاتری دارد و اکنون به آن نمی پردازیم. صرفاً جهت اشاره می توان یک نمونه را یادآور شد. همگی تجربه های مختلف در مورد خوردن غذا داشته ایم. در زمان ها و مکان های مختلف و با افراد مختلف و غذاهای گوناگون، و همگی به روشنی درمی یابیم که لذت مادی هیچ یک به اندازه مطلوبیت افطار ماه رمضان نیست. آیا غیر از این است؟ سخن در این عرصه ها آنقدر زیاد است که ساعت ها و بلکه روزها می توان در باب آن سخن گفت و البته اندیشه در این موارد همگی موثر خواهد افتاد و مطلب منحصر در خوردن نیست، بلکه همه موارد مختلف مواهب مادی را شامل می شود. از مسکن تا وسیله نقلیه و... بنابراین عوامل متعددی بر میزان مطلوبیت مصرف موثرند و در سنجش وضعیت معیشتی و موازنه درآمد، مخارج و مصرف باید لحاظ شوند. و در ایجاد تغییر در آن می توانند کاملاً تعیین کننده باشند.

اما خواننده آگاه از ابتدا که مثال های مختلف مطرح شد، با یک نقد بنیادین تمام توضیحات نوشته را بی وجه میدانند: سخن از درآمد آغاز شد و در پی حل چاره ای برای مشکلات معیشتی به یکی از عوامل مهم اقتصادی در کنار درآمد، به مصرف رسید و مفهوم محوری مطلوبیت، طرح شد و نتیجه آن شد که علاوه بر میزان درآمد و مخارج باید به مطلوبیت توجه داشت. سخن تا اینجا درست بود اما از آن پس اشتراک لفظ میان اصطلاح اقتصادی «مطلوبیت» با معنای عرفی آن سخن را به بیراهه برد. هیچ کس منکر تأثیر روانی و غیر روانی در میزان کیف کردن ما از منابع نیست. نتیجه آنکه هنوز نوشته نتوانسته است راهکاری برای رهایی از مشکلات معیشتی و تغییر در وضع اقتصادی ارائه نماید. البته می تواند مباحث روان شناسی یا اخلاقی طرح نماید، اما نباید آن را موثر بر وضعیت اقتصادی دانست. درآمد همان است و مصرف همان. نه دخل بیشتر شده و نه خرج کمتر.

اکنون تلاش برای یافتن تکنیک هایی است برای کسی که مشکل معیشتی دارد. تفاوت های بنیادی بسیار مهمی میان نقطه آغاز و هدف تلاش کنونی با علم اقتصاد وجود دارد. به عنوان نمونه در حل مشکل یکی از اصول مهم که حتماً باید لحاظ شود تا معادله ای که نهایتاً به دست می آید کامل باشد، این است که برترین غنی قناعت است. این اصل کجا و علم اقتصادی که مصرف بیشینه نقطه بهینه آن است کجا. در نظام سرمایه داری رونق اقتصادی در تولید بیشتر است و تولید بیشتر در مصرف متناسب با تولید بیشتر به گونه ای که موازنه در بازار همواره به نفع تولید حفظ شود، یعنی مصرف بیشتر. البته از چنین اقتصادی هرگز نمی توان انتظار داشت تا مفاهیم و معادلات را به گونه ای تعریف و تنظیم نماید تا نهایتاً عواملی خارج از دایره نفوذ سرمایه داری در معادلات اقتصادی تأثیر بگذارد. سخن در مصرف محور بودن اقتصاد کنونی فراوان گفته شده است و اکنون پرداختن به آن خارج از مقصود است. اما آیا نمی توان مفاهیم دیگری نظیر آنچه بر شمرده ایم را در نگاه به وضعیت معیشتی خانواده دخالت داد؟ و آیا دخالت دادنش به واقع دور شدن از هدف اصلی است؟ و سخنی است که تأثیری بر مناسبات اقتصادی ندارد و مثلاً تغییری در وضعیت معیشتی

یک خانواده ایجاد نمی کند؟

به گمان نه! زیرا این که با صمیمیت غذا خوردن یا با اخلاق رانندگی کردن صرفاً یک حالت روحی و اعتبار ذهنی است و تغییری در معیشت ایجاد نمی نماید؛ مثلاً شما می توانید شاخص سنجش وضعیت مطلوب اقتصادی را این گونه تعریف نمایید: میزان مصرف، تقسیم بر میزان مصرف مورد توقع. و با این شاخص افراد را از نظر اقتصادی رتبه بندی کنید. بدین ترتیب کسی که میزان مصرفش در طول یک سال یک میلیون تومان بوده است و توقع واقعی اش برای مصرف سه میلیون تومان بوده است. به نسبت کسی که پنج میلیون تومان در سال مصرف داشته است اما توقع واقعی اش برای مصرف چهل میلیون بوده است از وضعیت بهتری برخوردار است. می توان اصطلاح سعادت اقتصادی را نیز برای آن قرار داد. سعادت اقتصادی فرد اول، یک سوم و سعادت اقتصادی فرد دوم، یک هشتم است. و اگر نفر سوم مصرفش هفتصد و پنجاه هزار تومان بود و توقعش پانصد هزار تومان؟! اما این قراردادهای ذهنی چه چیزی را تغییر می دهد؟ آیا واقعا وضعیت زندگی کسی که با تعریف فوق از سعادت اقتصادی بالاتری برخوردار است بهتر است؟ مشخص است که میزان مصرف و کالای مورد استفاده همان است.

اما اگر بگوییم که اعتبارات ذهنی و حالات درونی دارای ارزش اقتصادی نیست و در وضعیت معیشتی تأثیری ندارد، باید همه مخارجی که برای تفریح می شود را مبادله ارزش اقتصادی با ارزش غیر اقتصادی دانست. آیا مطلوبیت یک خودرو گران قیمت صرفاً به خصوصیات بیرونی و عینی مانند استحکام، امنیت، توان موتور، نوع ترمز و... باز می گردد؟ آیا مهم تر از این موارد این نیست که ماشینی است گران قیمت؟ بی هیچ تردید، گران قیمت بودن و مقبول همگان بودن به خودی خود مولفه ی بسیار مهمی است. حالات درونی و تصورات و اعتبارات ذهنی در موارد فراوان دارای ارزش اقتصادی است و در موارد فراوان هزینه های گزافی برای آن انجام می شود. آیا شکی وجود دارد که هزینه های گزافی که برای مراسمی مانند عروسی از سالن تا غذا تا سایر تشریفات انجام می شود، برای این نیست که کیفیت سالن و غذا بالاتر باشد و مثلاً غذا مفیدتر و خوشمزه تر باشد و سالن از جهت سرمایش و گرمایش و امنیت و... بهتر باشد. البته اینها در کنار کار وجود دارد، اما اصل این است که شان حفظ شود. اساساً اصل مراسم عروسی که یکی از هزینه های گزاف در زندگی هر طبقه ای است، برای یکی از همین اموری است که اعتبار ذهنی نامیدیم.

حال تصور نمایید که همین ضرب سعادت اقتصادی که بیان کردیم در دانش اقتصاد به عنوان یک تعریف رسمی و علمی پذیرفته شود و مفاهیمی پیرامون آن طراحی گردد. آنگاه آیا به صورت واقعی یکی از فاکتورهای تعیین کننده در زندگی اقتصادی هرکسی میزان توقعات مالی وی نخواهد بود؟ به هر میزان که توانایی فرد در مدیریت توقعاتش ضعیف تر باشد به لحاظ اقتصادی ضعیف تر است. و در نتیجه بسیاری از افراد و سازمان ها هزینه های مالی فراوانی را برای کاهش این شاخص خواهند داشت. همانطور که یک کارخانه برای مصرف کمتر انرژی هزینه های گزافی را متحمل می شود.

اما به هر حال سالن و غذا و ماشین گران قیمت وجوه برتری عینی نیز دارند، هر چند نمی توان ارزش اقتصادی بالایی که یافته اند را صرفاً به برتری عینی آن بازگرداند. این مطلب صحیح است، اما

و خدمات است. به مزیت‌های هر کالا و خدمتی بیندیشید و آن را با نمونه‌های مختلف آن مقایسه نمایید. ببینید وجه برتر دانستن یک کالا، نسبت به نوع ارزانتر آن چیست؟ و آنگاه وجوه برتری را با اصول عقلی و دینی ارزیابی نمایید. البته با صرف اندیشه ذاتی تغییر نمی‌کند. اما بسیار موثر است. یک واحد آپارتمان اگر سرویس بهداشتی‌اش قبل از در واحد واقع باشد، حتی در صورتی که خارج از فضای مشترک پله باشد، قیمت پایین‌تری نسبت به واحد مشابه بدون این خصوصیت دارد. خیار بوته‌ای و بزرگتر، قیمت پایین‌تری نسبت به خیار درختی دارد. خانه‌ای که دارای مبلمان باشد از نظر عموم دارای ارزش بالاتری است. فرش دستباف قیمتی بسیار بالاتر از فرش ماشینی دارد. هر کسی در زندگی خود با نمونه‌های متعدد از این دست مواجه است. در مزایای این دوگانه‌ها باید اندیشید و آن‌ها را به اصول علمی، دینی و عقلی عرضه نمود. نتیجه چه می‌شود مهم نیست. مهم آن است که ذائقه به این اصول متوجه می‌شود و صرفاً تابع عادات و مشهورات جامعه نخواهد بود.

دومین گام برای تغییر ذائقه اقتصادی این است که در مواردی که درمی‌یابید ذائقه هماهنگ با اصول گفته شده نیست آرام آرام کالای برتر را استفاده نمایید، کسی که در یافته است پوشیدن لباس‌های پنبه‌ای با قیمت پایین از جنس‌های شیمیایی هرچند باقیمت بالا مزیت بیشتری دارد، یا مسافرت با اتوبوس‌های بنز قدیمی از نظر راحتی صندلی و سرمایش و گرمایش و تهویه هوا از اتوبوس‌های ولوو بهتر است. باید علی‌رغم ذائقه اولیه‌اش از نوع بهتر استفاده کند.

سومین گام برای تغییر ذائقه تغییر در گرایش‌های کلی و نگرش‌های کلان است که خارج از بحث کنونی ماست.

چهارمین گام تمرکز در مزایای کالایی است که باید ذائقه به آن عادت کند. به مزایای آن در هنگام مصرف توجه کنید. به هنگام مواجهه با معایب آن، معایب کالای رقیب را یادآوری کنید. به هنگام یادآوری مزایای کالای رقیب به یاد بیاورید که در کنار آن، مزایای کالای مورد استفاده شما را ندارد.

گام پنجم و شاید مهمترین گام آن است که هدف از استفاده خود از آن کالا یا خدمات را در نظر داشته باشید.

گام ششم به زمان پس از پایان استفاده و مقایسه دستاوردهای حاصل از استفاده هر یک پردازد. از جمله به تفاوت هزینه در یک بازه زمانی؛ مثلاً یک سال توجه نمایید.

لازم به ذکر است که آنچه گذشت صرفاً در مورد کالاها یا خدمات متفاوت نیست؛ بلکه باید به شرایط استفاده نیز توجه داشت تا از مطلوبیت بالاتری بهره برد. مواردی مانند اعتدال، آرامش و... مقصود آن است که بالا بردن مطلوبیت صرفاً در گروه بیشتر پول خرج کردن نیست. آری ما پول بیشتری خرج می‌کنیم تا مطلوبیت بیشتری کسب کنیم. اما مطلوبیت بیشتر اقتصادی از راه‌های دیگر نیز قابل افزایش است که در مواردی از پول کارآمدتر است.

اما سخن دوم چگونه درآمد را افزایش دهیم؟

در پاسخ به این سوال تکنیک‌ها و روش‌هایی آورده بودم، بعد از آن که به بعضی افراد صاحب‌نظر برای ارزیابی ارائه نمودم، این نکته را بیان داشتند که تکنیک‌های بیان شده نسبتی با مطالب فوق ندارد و در همین فضای رایج گفته شده است. برای همین آن بخش را حذف کردم. اما سؤالش به قوت خود باقی است که بر اساس مبانی دینی راه‌کارها و تکنیک‌های افزایش درآمد کدامند؟

مگر مواردی که بیان شد مانند توقع کمتر مصرفی، رعایت اعتدال و آداب، و سایر موارد از این دست تأثیرات عینی و ملموس در بهینه کردن شرایط عینی ندارد، تا آن‌ها را فاقد شرایط لازم برای طرح شدن به عنوان عواملی که واقعا بر زندگی معیشتی ما موثرند، بدانیم؟ مطلوبیت به همان معنای اقتصادی کاملاً متأثر از ذهنیت‌ها و اعتبارات^۱ فردی، گروهی و نیز اجتماعی است. و اگر کسی بتواند در آن‌ها تغییری ایجاد نماید واقعا از نظر اقتصادی با همان تعاریف رایج اقتصادی وضعیت معیشتی وی تغییر خواهد کرد. شبیه فردی ایرانی که در بازار خرید خود را کشور دیگر قرار دهد. می‌داند که بسیاری از اجناس به خاطر تفاوت فرهنگی در کشورهای مختلف قیمت‌های کاملاً متفاوتی دارند. مثلاً پیراهن مرسوم که مردان ایرانی می‌پوشند در بسیاری از کشورها که چنین پیراهنی مرسوم نیست قیمت نازلی دارد.

در بازار ایران کسی برای گوشت خوک یک ریال هم نمی‌پردازد. حال اگر کسی به جای تغییر مکانی، بتواند تفاوت فرهنگی را از طریق تغییر در خود و اطرافیان ایجاد کند می‌تواند در وضعیت اقتصادی خود حتی در قالب همین تعاریف مرسوم اقتصادی نیز تغییر ایجاد نماید. مقصود آن نیست که تلاش کند تا عادات اقتصادی خود را بر خلاف عرف رایج تغییر دهد؛ بلکه مقصود همان است که در بالا گفته شد؛ یعنی مطابق اصولی کاملاً صحیح که البته متفاوت از عرف جامعه است، عمل نماید؛ مثلاً رعایت اعتدال، آرامش، مصرف با توجه و تمرکز و... سخن ما اکنون در لزوم رعایت این موارد نیست؛ بلکه سخن این است که رعایت این موارد در وضعیت اقتصادی فرد و جامعه کاملاً موثر است و این تأثیر هم در چارچوب اصول و مفاهیم اقتصادی رایج، قابل تعریف و محاسبه می‌باشد.

تا اینجا سخن در چارچوب تعاریف رایج اقتصادی پیش رفت، اما اگر در تعریف ارزش اقتصادی و چارچوب‌ها بر اساس اصولی متفاوت، تغییری ایجاد شود، مطلب به گونه‌ی دیگر خواهد شد. تصور نمایید دانش اقتصادی بر اساس اصولی شبیه «قناعت برترین ثروت است» بنا نهاده شود. در بحث پیشین از قناعت به عنوان ایجادکننده مطلوبیت با تعاریف رایج بحث پیش رفت. اما سخن فراتر از آن است؛ قناعت خود ثروت است. و باز تصور نمایید که در «جامعه‌ای» چنین اقتصادی داشته باشید که فرهنگش نیز متناسب با اصولی از این دست باشد. خمس و زکات را به واقع موجب رشد و شکوفایی مال بدانند، همچنان که هرس کردن درخت موجب رشدش می‌شود. تصویری از این‌که در آن شرایط چه می‌شود در دست نیست و اکنون صرفاً برای پیش‌گیری از محدود دانستن تحول در سطح قبل به این مطلب اشاره شد. همچنین سخن گفتن از ارزش اقتصادی را نباید به معنای پذیرفتن اصل ارزش اقتصادی برای ارزیابی امور اشتباه گرفت، باید توجه داشت که مسئله از ابتدا چه بوده است. نتیجه‌ی آنچه تا اینجا بیان شد آن است که سخن گفتن از آنچه کلیات و مکررات و اخلاقیات نامیدیم در وضعیت معیشتی یک کارمند یا کارگر یا هرکس دیگر کاملاً تأثیرگذار است، به شرط آنکه عمل شود. بنابراین اگر در پاسخ به سوال اول متن، به بیان این مطالب پرداخته شود، سخن به بیراهه نرفته است. اما چگونه می‌توان ذائقه اقتصادی را تغییر داد؟

اولین و مهمترین اقدام اندیشیدن در مورد مصارف اعم از کالا

۱- کسانی که با معنی فلسفی اعتبار و مفاهیم اعتباری آشنایی دارند می‌دانند که اعتباری بودن به هیچ وجه به معنای بی‌منا و دلخواهی و صرفاً قراردادی بودن نیست.

۴۴ دونگاه

همگی تجربه‌های

مختلف در مورد

خوردن غذا

داشته‌ایم. در زمان‌ها

و مکان‌های مختلف

و با افراد مختلف و

غذاهای گوناگون،

و همگی به روشنی

در می‌یابیم که لذت

مادی هیچ‌یک به

اندازه مطلوبیت افطار

ماه رمضان نیست. آیا

غیر از این است؟