

تربیت اقتصادی در حوزه مصرف اهداف، اصول و راهبردها

smrmn1346@gmail.com

سیدمحمد رضا موسوی نسب / استادیار گروه علوم تربیتی مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی
دریافت: ۹۸/۱۰/۲۹ پذیرش: ۹۹/۰۳/۰۷

چکیده

پژوهش حاضر به منظور تبیین اهداف، اصول و راهبردهای تأثیرگذار بر تربیت اقتصادی در حوزه مصرف با روش توصیفی و تحلیلی و با استفاده از منابع دینی تدوین شده است. از آنجاکه در فرایند فعالیت‌های اقتصادی، حوزه مصرف نقش مهمی در شکل‌دهی سبک زندگی و رشد و تحصیل کمالات نفسانی انسان ایفا می‌کند؛ در این پژوهش موضوع مصرف مورد توجه قرار گرفته است. از این رو، در جهت تربیت این بعد به منظور جهت‌دهی مصرف‌مندیان در راستای هدف آفرینش، به بایستگی اصلاح باورها، توجه به ارزش‌های شرعی و تقویت روحیه مسئولیت‌پذیری همگانی، اشاره شده است. در ادامه با هدف دستیابی به میانه‌روی در مصرف، بایستگی آشنایی با عوامل اسراف، انواع اسراف و پیامدهای آن مورد توجه قرار گرفته است و در پایان بایستگی آشنایی با راه‌کارهای مؤثر در حوزه هزینه و مهارت‌آموزی در کیفیت خرید و موانع سامان‌بخشی معیشت به عنوان اصول و بایدهای رسیدن به هدف مدیریت اقتصادی کارآمد در خانواده مطرح گردیده است.

کلیدواژه‌ها: تربیت اقتصادی، توزیع مصرف، اهداف تربیت اقتصادی، اصول تربیت اقتصادی، روش‌های تربیت اقتصادی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

ویژگی‌های مصرف با ۱۳ زیرمقوله، استخراج و طبقه‌بندی کرده است. این بخش شامل نیازهای اولیه (پوشاک غذا مسکن حمل و نقل)، نیازهای ثانویه (امنیت، احترام و...) و شرایط مصرف شامل موضوعاتی مانند حلال و طیب بودن، تعدیل در مصرف، ممنوعیت‌های مصرف در خوردنی‌ها و اسراف و تبذیر پرداخته است. در برخی مقالات نیز موضوعاتی مانند پول توجیبی بچه‌ها، ولخرجی و کم‌خرجی در کودکان نیز مورد توجه قرار گرفته است. بررسی این دست از منابع و مقالات نشان داد در حوزه اقتصاد اسلامی با نگاه تربیتی و مبتنی بر آیات و روایات کار چشم‌گیری صورت پذیرفته است. از این رو مقاله حاضر با توجه به گزاره‌های اخلاقی و اقتصادی موجود در آیات، روایات و منابع اسلامی، به بررسی چستی اهداف، اصول و راهبردهای تربیت اقتصادی در حوزه مصرف با روشی توصیفی - تحلیلی در قالب اهداف، اصول و راهبردها خواهد پرداخت.

۱. مفهوم مصرف و تربیت اقتصادی

مصرف یک مفهوم مهم در علم اقتصاد است. در لغت به معنای به کار رفتن، هدر دادن و خرج کردن (عمید، ۱۳۶۳، ج ۲، ص ۹۸۰) به کار برده شده است. در اصطلاح، برخی مصرف را به «درآمدی که صرف تحصیل لذت می‌شود» تعریف کرده‌اند (قدیری اصل، ۱۳۷۹، ص ۲۷۴). برخی نیز «بهره‌گیری از چیزی برای برآوردن یک یا چند نیاز ذاتی» تعریف کرده‌اند. با توجه به تعریفی که از مصرف ارائه شد، تربیت اقتصادی در حوزه مصرف را می‌توان این‌گونه تعریف کرد: یاری‌رسانی به متربیان در جهت شکوفایی و پالایش صحیح مصرف (هزینه برای برآورده کردن نیازهایی مانند خوراک، پوشاک، بهداشت، تفریحات، خدمات، انفاق، احسان، ایثار و مواسات)، بر پایه باورها، ارزش‌ها و احکام اسلامی برای بهره‌گیری از مواهب دنیایی جهت اوج‌گیری به مقام خداگونگی و قرب الهی. (جمعی از نویسندگان، ۱۳۹۷، ص ۵۹۹).

۲. اهمیت و جایگاه مصرف

مفهوم مصرف از جمله مفاهیمی است که با سبک زندگی ارتباط بسیار نزدیکی دارد؛ به گونه‌ای که بیشتر محققان، سبک زندگی را تنها در حوزه مصرف بررسی کرده‌اند (جمعی از نویسندگان، ۱۳۹۷، ص ۴۱). امروزه مصرف افزون بر جنبه اقتصادی، به منزله پدیده‌ای

تولید، توزیع و مصرف ارکان اصلی اقتصاد را تشکیل می‌دهند؛ اما در واقع می‌توان گفت، تولید و توزیع، تمهیدات لازم برای تأمین مصرف می‌باشند. از این رو می‌توان گفت غایت نهایی تلاش‌های اقتصادی افراد، مصرف به‌شمار می‌رود. افزایش تولید و اصلاح شبکه توزیع بدون توجه به اصلاح شیوه مصرف، موفقیت این فرایند اقتصادی را ناکام می‌گذارد؛ زیرا مصرف تنها هزینه کردن درآمدها نیست، بلکه می‌توان گفت مصرف با دنیا و آخرت انسان سروکار دارد. از همین رو اهتمام و توجه به تربیت در حوزه مصرف از جایگاه مهمی در زندگی انسان برخوردار است. بر والدین و مربیان و متصدیان تربیتی لازم است در کنار توجه به حوزه تولید، کسب درآمد و توزیع درباره شیوه‌های مصرف و تربیت این حوزه توجه بیشتری داشته باشند.

در حوزه اقتصاد اسلامی منابع متعددی نوشته شده است؛ برخی از منابع که نیم‌نگاهی تربیتی داشتند، مورد ملاحظه و توجه قرار گرفت. در کتاب *عیش و معاش* (بانکی‌پور، ۱۳۹۳)، از منظر سبک زندگی اسلامی به اقتصاد خانواده پرداخته است. این کتاب در ده فصل شامل مباحث ذیل است: عوامل برکت و وسعت رزق، جایگاه اقتصاد در خانواده، فرهنگ کار، تولید و درآمد، پس‌انداز و سرمایه‌گذاری، مصرف، مسکن، بحران‌های مالی و روش‌های مقابله با آن، انفاق و توزیع ثروت، ادعیه و اذکار وسعت رزق.

مقاله «اصول کلی اقتصاد اسلامی و راه‌کارهای آن از منظر قرآن» (جوادی آملی، ۱۳۸۹)، ضمن بیان این اصل که آفریدگار هستی تأمین نیازهای بشر را تعهد کرده، به ایجاد نگرش مناسب نسبت به رزق و روزی پرداخته و راه‌کارهایی را در عرصه مصرف با محوریت قناعت و مصرف حلال و پرهیز از اسراف و تبذیر و ساده‌زیستی ارائه کرده است.

مقاله «مبانی و مصادیق تعلیم و تربیت اقتصادی فرزندان در خانواده» (محض، ۱۳۹۳)، مطالبی را در خصوص مطلوبیت کار و نکوهش و راحت‌طلبی، سوق‌دهی فرزندان به ارتقا، تعهد و تخصص و نوآوری را از جمله مصادیق تعلیم و تربیت اقتصادی فرزندان شمرده است.

مقاله «تبیین مؤلفه‌های تربیت اقتصادی براساس آموزه‌های اسلامی» (موسی‌زاده و صنعتی، ۱۳۹۶)، با روش تحلیل متن به روش قیاسی - استقرایی با توجه به متن آیات قرآن کریم در ذیل مفهوم مصرف، ۲ مقوله نیازها و انگیزه‌های ایجاد مصرف و

دیگر گروه‌های جامعه نیز سرایت می‌کند و امری عادی می‌شود و نیازهای غیرضروری روزبه‌روز افزایش می‌یابد تا جایی که جزو زندگی شده و نقش نیاز و احتیاج ضروری را بازی می‌کند. از این رو روثه گارودی می‌نویسد: «اقتصاد آزاد به شیوه غربی برای رفع احتیاج بازار نیست، بلکه برای ایجاد بازار احتیاج است» (همان، ص ۱۶).
دستیابی به تربیت اقتصادی در حوزه مصرف در گرو توجه به اهداف، اصول و راهبردهای ذیل است:

۴. جهت‌دهی مصرف در مسیر باورها و ارزش‌ها

اعتقادات و باورها نقش مهمی در شکل‌دهی به زندگی فردی و اجتماعی افراد دارند. اگر کسی باور درستی از زندگی و واقعیت‌های موجود نداشته باشد، موفقیت‌چندانی در زندگی نخواهد داشت؛ چون که رفتارهای انسان نتیجه همین باورها هستند، باور غلط موجب رفتار ناخوشایند و باور درست موجب رفتار خوشایند در زندگی فرد می‌گردد.
در حوزه مسائل اقتصادی بایستی از سویی به جهت‌دهی باورها به هدفمندی آفرینش و رسیدن به سعادت و رستگاری، رزاقیت خداوند، تضمین و تقدیر شدن رزق و روزی، از سوی او، تأثیر عوامل غیبی و معنوی مانند توکل و توسل در تأمین معاش و رعایت ارزش‌ها در مصرف توجه داشت و از سوی دیگر، به نقش سعی و تلاش در راه کسب درآمد و نقش تخریبی درآمدها و مصرف‌های حرام و بی‌رویه در زندگی دنیا و آخرت اهمیت داد.
با توجه به این هدف اصول و راهبردهای زیر را به‌منظور تصحیح شیوه مصرف‌متریان می‌توان بیان کرد:

۴-۱. بایستگی اصلاح باورها و نگاه به زندگی

آگاه‌سازی متربی نسبت به:
- هدف زندگی و قرار دادن همه حرکات و فعالیت‌ها در جهت جلب رضایت خداوند و قرب الهی (رزاقی، ۱۳۷۴، ص ۱۶)؛
- خوش‌بینی و حسن ظن به خدای متعال (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۷۲)؛
- جایگاه انسان در آفرینش و فهم و توجه به کرامت انسانی و عزت نفسانی (اسراء: ۷۰)؛
- حقیقت دنیا (ابزارانگاری دنیا و مقدمه دانستن دنیا برای آخرت) (نساء: ۷۷)، (امانت‌انگاری، لزوم حسابرسی و حساب‌کشی) (زلزال: ۷-۸)؛

مرتبط با فرهنگ و جهان‌بینی خاص که اهمیت اساسی در صورت‌بندی‌های اجتماعی دارد، مورد توجه قرار می‌گیرد (همان، ص ۴۲)؛ به‌گونه‌ای که نوع مصرف افراد می‌تواند نشان‌دهنده نوع باور و فرهنگی باشد که شخصیت آنان را شکل داده است.

یکی از محورهای مهم تشکیل‌دهنده طبقات اجتماعی، نحوه مصرف کردن افراد است. مصرف به مصرف‌کننده اجازه می‌دهد خود را از دیگران متمایز کند و در طبقه اجتماعی خاص قرار دهد و این جریان خود به خود به این امر منجر می‌شود که طبقات اجتماعی پایین‌تر طبقات بالا را برای خود الگو قرار داده و با تقلید از آنها سبک زندگی خود را بسازند (رابرت، ۱۳۸۸، ص ۲۵).

امروزه مصرف به فرایند پویایی تبدیل شده که متضمن ایجاد احساس هویت فردی و جمعی است. بودریار می‌گوید: مصرف‌کنندگان اقلامی همچون پوشاک، خوراک، تزئینات بدلی، مبلمان یا سبک تفریح را برای بیان حس از پیش موجود، اینکه چه کسی هستند نمی‌خرند، بلکه آنها حس هویت چه کسی بودن را از طریق آنچه مصرف می‌کنند، به دست می‌آورند (همان، ص ۱۰۰). به سخن دیگر، نوع مصرف ما نوع هویت ما را نشان می‌دهد، نه اینکه هویت ما نوع مصرف ما را شکل دهد.

۳. معضل مصرف‌گرایی

مصرف‌کردن، نیاز ضروری زندگی بشر است. برآورده کردن نیازهای معیشتی، داشتن سرپناه و امکانات ضروری، لازمه زندگی این‌جهانی است. اما مصرف‌گرایی یکی از بلاهای زندگی انسان معاصر است که در همه جای دنیا وجود دارد. مصرف‌گرایی در عین حال که مشکل‌ساز است، به‌عنوان یک‌چیز خوب شناسانده می‌شود؛ زیرا مصرف رابطه همسویی با تولید و در نتیجه اشتغال دارد (موفق، ۱۳۹۲، ص ۸۲). از این رو بهره‌وری هرچه بیشتر، رقابت و مسابقه در مصرف، تجمل‌گرایی و گسترش تشریفات، سه اصل اساسی هستند که در دستور کار شرکت‌های بزرگ اقتصادی، به‌منظور سلطه بر دیگران و فرهنگ‌سازی مصرف‌گرایی قرار دارند (جمعی از پژوهشگران، ۱۳۸۸، ص ۱۵).

شرکت‌های بزرگ با صدور یک کالا به کشورهایی که کالای یادشده در آنجا تجملی محسوب می‌شود، گروه‌های مرفه را به مصرف تشویق می‌کنند؛ به دنبال آن مدها و نیازهای کاذب در افراد جامعه شکل می‌گیرند و به مرور زمان شرایطی به‌وجود می‌آید که مصرف این کالا به

- تأثیرگذاری رفتار ما در این جهان (از جمله در بخش مصرف) در کمال نفسانی و سعادت اخروی (مصباح، ۱۳۹۱، ص ۱۷۰)؛
- غلط بودن باورهای زیربنایی فرهنگ مصرف‌زدگی.

۴-۲. بایستگی توجه به ارزش‌های شرعی و اخلاقی در مصرف

آگاه کردن متربی نسبت به:

- شرایط معنوی مصرف (داشتن نیت و انگیزه الهی، همراه با نام خدا بودن، همراه باتقوا بودن، ادای حقوق، اطعام فقیر)؛
- داشتن روحیه زهدورزی، قناعت‌ورزی، میانه‌روی، توکل و شکرورزی؛

- پرهیز از بخل‌ورزی، اسراف، تبذیر، مصرف‌زدگی و زیاده‌خواهی؛
- پرهیز از تجمل‌گرایی و رفاه‌زدگی و زیاده‌خواهی (موسوی‌نسب، ۱۳۹۶، ص ۵۰)؛

- الگوبرداری از پیشوایان معصوم علیهم‌السلام در شیوه مصرف (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۸، ص ۶۴۳)؛

- رعایت حلال و حرام و استفاده از طیبات و لذایذ مشروع (شناخت مصرف‌های واجب، حرام، مستحب و مکروه) (ر.ک: رساله‌های عملیه)؛
- پرهیز از مصرف نمادهای منزلتی بیگانگان (صلیب و کراوات، مصرف نکردن مسکرات و مخدرها)؛

- تدبیر معیشت مدیریت و کنترل تقاضاها، شناخت نیازهای واقعی، حفظ اموال، استفاده مفید و مؤثر از کالا و خدمات؛

- آشنایی با انواع مصرف (هزینه‌های ضروری مانند خوراک، پوشاک، حمل‌ونقل، آب، برق و مسکن و هزینه‌های غیرضروری مانند هزینه‌های کاملاً تجملی و تفننی و هزینه‌های فوق‌العاده: درمان بیماری‌ها، مسافرت‌های ناپهنگام، مراسم‌ها پیش‌بینی‌نشده)؛
- استفاده از کالاهای بومی و محلی متناسب با فرهنگ و ارزش‌های اسلام.

۴-۳. بایستگی مسئولیت‌پذیری همگانی در مصرف

آگاه کردن متربی نسبت به:

- مسئول بودن در مدیریت بخردانه اقتصادی و بهینه‌سازی زندگی؛
- نقش الگویی و تأثیرگذاری هریک از افراد بر دیگران؛
- تحلیل هزینه‌ها و مصارف انجام‌شده.

۵. دستیابی به میانه‌روی در مصرف

میانه‌روی، رعایت شرایط و ضوابط لازم در زندگی است. نقطه مقابل آن از سویی اسراف و زیاده‌روی و افراط است و از سوی دیگر، تفریط و کوتاهی است که این دو منافی اعتدال و اقتصاد می‌باشند. خداوند در قرآن در این رابطه می‌فرماید: «وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعَدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا» (اسراء: ۲۹)؛ و دست را بسته به گردن خود قرار مده، (در انفاق واجبات بخل نوز) و آن را به تمام نیز مگشای (چندان انفاق مکن که خود نیازمند شوی) که ملامت‌زده و وامانده خواهی نشست. در این آیه شریفه پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم به رعایت حد میانه و اعتدال دعوت شده‌اند.

از دیدگاه اسلام اعتدال و میانه‌روی و رعایت شرطها و مرزها، برای رسیدن به رشد و کمال، عامل اصلی به‌شمار می‌رود. در برابر این عامل، اسراف و افراط، عاملی ویرانگر و در تضاد با عناصر با ارزشی همچون قناعت، کفاف، ایثار، دوراندیشی و... است. قرآن درباره انفاق در راه خداوند نیز میانه‌روی را به‌عنوان یک اصل مطرح و می‌فرماید: «وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يَسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا» (لقمان: ۶۷)؛ و آنانکه چون انفاق کنند، نه اسراف و تجاوز از حد کنند و نه سخت‌گیری کرده و پایین‌تر از حد روند و (انفاقشان) میان این دو روش، حد وسط و عادلانه است. امام موسی کاظم علیه‌السلام نیز می‌فرماید: «هرکس در زندگی میانه‌روی و قناعت را پیشه خود سازد، نعمت‌های خدا برای او باقی می‌ماند و آنکه تبذیر و اسراف کند، نعمت‌های پروردگار را از دست می‌دهد» (ابن شعبه حرانی، ۱۳۸۴، ص ۲۹۷). به سامان آمدن اقتصاد معیشتی در اسلام، بر عناصر و عوامل گوناگونی همانند تدبیر معیشت، پرهیز از اسراف، اقتدار، حرکت در خط میانه (قوام) و رعایت احکام و ارزش‌های اخلاقی زندگی اقتصادی تکیه دارد. قناعت‌ورزی و پرهیز از اسراف و بخل‌ورزی می‌تواند فرد را در خط میانه از مصرف قرار دهد و به قناعت به معنای درست آن برساند. یکی از اهداف جزئی زیرمجموعه میانه‌روی رعایت قناعت و دوری از اسراف است که در ادامه به آن می‌پردازیم.

۵-۱. قناعت‌ورزی

قناعت به معنای اکتفا کردن به اندک از آنچه موردنیاز انسان است گفته می‌شود. صرفه‌جویی، روحیه بی‌نیازی، حرص و طمع نداشتن و ضد اسراف نیز در تعریف آن آمده است (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۴۱۳). قناعت را می‌توان دیدگاه فرد نسبت به هستی (بعد

۵-۲. اسراف‌دایی

نقطه مقابل قناعت اسراف است. کلمه اسراف بیش از ۲۳ بار در آیات متعدد قرآن در اشکال مختلف به کار رفته و به معنای هرگونه کوتاهی و زیاده‌روی و تجاوز از حد اعتدال و گرایش به سوی افراط و حتی تفریط است (مصطفوی، ۱۳۶۸، ج ۵، ص ۱۱۰). قرآن می‌فرماید: «كُلُوا وَ اشْرَبُوا وَ لَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ» (اعراف: ۳۱)؛ و از (همه خوراکی‌های حلال خداوند) بخورید و بیاشامید؛ ولی اسراف نکنید، که او اسراف‌کنندگان را دوست ندارد. رواج فرهنگ اسراف در میان مردم امری ناپسند و ناشایست است، به‌ویژه نسبت به گروه‌های مرجع که نقش الگوی رفتاری در جامعه دارند. البته این بدان معنا نیست که انسان از گرسنگی بمیرد یا از نعمت‌ها و لذایذ و نعمت‌های الهی بهره نگیرد، بلکه منظور جلوگیری از اسراف و زیاده‌روی در نعمت‌هاست.

شناختی)، رضایت دادن به محدودیت‌ها و مقدرات هستی (بعد عاطفی) و عمل کردن بر وفق این محدودیت‌ها و کنار آمدن با آنها (بعد عملی و رفتاری)، تعریف کرد.

امیرمؤمنان علیؑ در تفسیر آیه «مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَ هُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاةً طَيِّبَةً» (هر مرد و زن با ایمانی که کار نیکی انجام دهد او را زندگی پاکیزه خواهیم بخشید)، فرمودند: حیات طیبه همان قناعت است (نهج‌البلاغه، ۱۳۷۹، ص ۵۰۹). امیرمؤمنانؑ در جای دیگر می‌فرماید: «خوشا به حال کسی که به‌اندازه معاش و گذران زندگی، قناعت کند» (نهج‌البلاغه، ۱۳۷۹، ص ۴۷۷). ایشان درباره سودمند بودن برنامه‌ریزی مالی در جهت قناعت و کفاف می‌فرماید: «برنامه‌ریزی همراه با کوشش در حد کفاف، بهتر است از زیاده‌روی» (تمیمی آمدی، ۱۴۰۷ق، ج ۱، ص ۳۷۷).

۵-۱-۱. بایستگی‌آشنایی با عوامل ایجاد قناعت

آگاه کردن مرتبی نسبت به:

– عوامل ایجادکننده قناعت (خودشناسی؛ پرهیز از حرص و آز؛ تحصیل و تقویت ملکه عفت در نفس؛ توجه به ناتوان‌تر از خود، توجه به اسراف و پیامدهای آن و...) (ر.ک: محمدی ری‌شهری، ۱۳۷۷، ج ۵).

۵-۱-۲. بایستگی‌آشنایی با فواید و برکات

قناعت‌ورزی

آگاه کردن مرتبی نسبت به:

– فواید مادی قناعت (عزت و سربلندی (نهج‌البلاغه، ۱۳۷۹، قصار ۲۲۹)، تمام نشدن مال و بی‌نیازی واقعی (همان، حکمت ۵۷)، آسایش خاطر و آرامش روان (همان، حکمت ۷۱)، رسیدن به ثروت و گنج بی‌پایان (لیثی واسطی، ۱۳۷۶، ص ۴۴)، حریت و آزادی (نراقی، ۱۳۷۷، ج ۲، ص ۸۲)، رهایی از دام آرزوها و هواها و مادی‌گرایی، سرکوبی هوس‌ها و هواها و شهوات، خودکفایی اقتصادی و اتکا به خود، جلوگیری از اسراف‌کاری و تبذیر و حیف‌ومیل و زیاده‌روی، کاهش فقر و تنگدستی و تهیدستی و ناداری).

– فواید معنوی قناعت جلب رضایت و خشنودی خداوند (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۳، ص ۲۰۷، حدیث ۳)، اصلاح نفس و پرورش و کنترل آن، سبک‌بار شدن برای داشتن سیر و سلوک به‌سوی خداوند (نهج‌البلاغه، ۱۳۷۹، خطبه ۲۱) و سبک شدن حساب در روز قیامت (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۷، ص ۱۸۷).

۵-۲-۱. بایستگی‌آشنایی متربیان با عوامل اسراف

آگاهی مرتبی نسبت به:

– عوامل مادی (میزان درآمد، ثروت و دارایی‌های مختلف مانند پول نقد، سپرده‌های بانکی، اوراق بهادار، دارایی‌های فیزیکی، اعتبارات، بزرگی و کوچکی خانواده، گروه اجتماعی، سلیقه‌های مصرف‌کننده، مناطق گوناگون و مانند آن)؛

– عوامل اخلاقی (خودنمایی، چشم هم‌چشمی، تربیت نامناسب خانوادگی، فساد اخلاقی، تقلید، وسواس و ثروت افزایی و مانند آن).

۵-۲-۲. بایستگی‌آشنایی متربیان با انواع اسراف

آگاهی مرتبی نسبت به:

– اسراف در مصرف شخصی (اسراف در خوردنی‌ها و آشامیدنی‌ها، پوشاک، وسیله نقلیه، مسکن و وسایل زندگی، لوازم بهداشتی، چراغ، نوشتن، برپایی مجالس پرهزینه، مسکن بیش از نیاز، انفاق بی‌حساب، انباشت سرمایه و تجمل‌گرایی)؛

– اسراف در اموال عمومی (اموال بیت‌المال، انرژی گاز و نفت و بنزین، منابع طبیعی، جنگل‌ها، منابع آبی و مانند آن).

۵-۲-۳. بایستگی‌آشنایی با پیامدها و آثار اسراف و

مصرف‌زدگی

آگاهی متربیان نسبت به:

- پیامدهای معنوی مربوط به خداوند و آخرت (خواری در پیشگاه الهی در قیامت، خشم الهی (طه: ۸۱)، قساوت قلب (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱۰۰، ص ۲۷)، ناسپاسی و کفران نعم (اسراء: ۲۷)).

- پیامدهای مرتبط با خود (تحقیر نفس، زیبا انگاشتن اعمال زشت (یونس: ۱۲)، تحمیل هزینه‌های اضافی بر زندگی، فقر و تنگدستی (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۶۸، ص ۳۷۹)، کاهش برکت (حرعاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۲۱، ص ۵۵۶))، حقیر شدن در آخرت، ستمکاری، فساد، گرفتاری دوزخ، نزول غضب خدا، محرومیت از هدایت (غافر: ۲۸)، برادری با شیطان)؛

- پیامدهای مرتبط با خلق و جامعه (ضایع کردن حقوق دیگران، ایجاد فساد در زمین، هتک حرمت دیگران و خونریزی، تفاخر، ناجوانمردی، بخل، حسد، نابسامانی و ناهنجاری، وابستگی اقتصادی، افزایش اختلاف طبقاتی)؛

- پیامدهای محیط‌زیستی، نابودی منابع و امکانت طبیعی و خدادادی (لبی واسطی، ۱۳۷۶، ص ۴۰؛ جمعی از پژوهشگران، ۱۳۸۸، ص ۷۵).

۵.۳. دستیابی به مدیریت اقتصادی کارآمد در خانواده

امروزه انسان‌ها همانند گذشتگان خود با آرزوها و خواسته‌هایی روبه‌رو هستند که به‌ناچار برای رسیدن به آنها باید هزینه‌هایی بپردازند؛ اما متأسفانه شرایط اقتصادی و دخل و خرج زندگی به بسیاری اجازه نمی‌دهد تا به‌تمامی آنچه می‌خواهند، دست یابند. یکی از راه‌کارهای مؤثر در بهینه‌سازی وضعیت معیشتی مدیریتی اقتصادی است. مدیریت اقتصادی به معنی برقراری تعادل میان منابع درآمدی و مخارج است. مدیریت اقتصادی یک مدل مشارکتی است که باهمفکری اعضای خانواده و با توجه به درآمد و هزینه کردن معقولانه همراه است. مدیریت اقتصاد خانواده تنها محدود به خانواده‌های مرفه و ثروتمند نیست، این توانمندی مدیریتی برای اقشار کم‌درآمد که اتفاقاً دخل و خرجشان همخوانی ندارند، کاربردهای بیشتری دارد.

نخستین گام در اجرای درست مدیریت اقتصادی خانواده برنامه‌ریزی است. به این معنا که چه چیزهایی را نیاز داریم؟ چگونه به‌دست آوریم؟ به چه هدفی، چه موقع و کجا هزینه کنیم؟ در مدیریت اقتصادی مدیریت هزینه‌ها اهمیت بیشتری نسبت به افزایش درآمدها دارد. نکته قابل توجه اینکه به دلیل تفاوت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی نمی‌توان فرمول واحدی برای

مدیریت اقتصادی پیشنهاد کرد.

تحقیقات آماری نشان می‌دهد با مدیریت اقتصادی در خانواده در حوزه درآمد، هزینه و مصرف بیش از ۵۰ درصد مشکلات مالی را می‌توان کاهش داد.

در این قسمت اصول و روش‌هایی که درباره مدیریت هزینه در خانواده قابل پیاده شدن است، ارائه می‌کنیم:

۱-۳-۵. بایستگی آشنایی با راهکارهای مؤثر در حوزه هزینه

آگاهی دادن متریبان نسبت به:

- جایگزینی کالاها و خدمات (خرید از محل‌هایی که اجناس را باقیمت مناسب‌تر ارائه می‌کنند و یا خریدن کالاهایی ارزان‌تر ولی باکیفیت مناسب)؛

- نگهداری درآمدهای فوق‌برنامه (ارث، دیه، هدیه، وام) و یا پس‌انداز کردن و مصرف آنها در امور ضروری؛

- تعیین نوع هزینه‌ها از نظر زمانی کوتاه‌مدت (جاری): هزینه‌هایی که به‌طور روزمره تکرار می‌شوند؛ مانند هزینه‌های خوراک، رفت‌وآمد و اجاره خانه؛ میان‌مدت: مانند هزینه‌های پوشاک، تفریحات، مسائل فرهنگی و آموزشی؛ بلندمدت (غیر جاری): مانند هزینه خرید خانه، اتومبیل و وسایل منزل. و برنامه‌ریزی برای هزینه‌های جاری و میان‌مدت باید به‌گونه‌ای انجام شود که هزینه‌های بلندمدت، ممکن گردد؛

- تعیین نوع هزینه‌ها از نظر ضرورت و عدم ضرورت (هزینه‌های ضروری: خوراک، پوشاک، حمل‌ونقل، آب، برق و مسکن و...؛ هزینه‌های غیرضروری: هزینه‌های کاملاً تجملی و تفریحی، هزینه‌های فوق‌العاده: درمان بیماری‌ها، مسافرت‌های ناهینگام، مراسم‌های پیش‌بینی نشده و...؛

- اولویت دادن به هزینه‌های ضروری برای خرید، اولویت‌گذاری کردن و از خرید موارد مهم‌تر و حساس‌تر آغاز کردن؛

- مراقب بودن نسبت به تأثیر تبلیغات در پرداختن به نیازهای غیرضروری در خانواده؛

- استفاده کامل از کالاها و ضایع نکردن اموال (موفق، ۱۳۹۲، ص ۹۲)؛

- یادداشت هزینه‌ها (ثبت و نوشتن هزینه‌ها و جمع هزینه‌های روزانه، هفتگی، ماهانه و سالانه به‌منظور، امکان تحلیل و بررسی بخردانه هزینه‌ها)؛

مباحثی در حوزه هستی‌شناسی، انسان‌شناسی، معرفت‌شناسی و ارزش‌شناسی پرداخته می‌شود. این مبانی برخاسته از فلسفه حاکم و دیدگاه‌های مختلفی شکل می‌گیرند که طیف وسیعی از نظریه‌ها عقلی و نقلی را به خود اختصاص می‌دهند. از آنجاکه در این مقاله با رویکردی دینی و اسلامی به موضوع پرداخته شده است؛ مبانی اسلامی حوزه‌های یادشده به صورت اصل موضوعه در نظر گرفته شده‌اند.

اهداف تربیتی ملازمه نزدیکی با مبانی دارند که در قالب اهداف غایی و میانی و ساحتی قابل عرضه می‌باشند. در این پژوهش با توجه به حوزه مصرف جهت‌دهی مصرف در مسیر باورها، میان‌روی در مصرف از طریق قناعت‌ورزی و اسراف‌زدایی و دستیابی به مدیریت اقتصادی کارآمد در خانواده به‌عنوان اهداف تربیت اقتصادی حوزه مصرف در نظر گرفته شده است. اصول تربیتی که گزاره‌هایی تجویزی و ناظر به باید‌ها و نبایدهای تربیتی هستند، از تلازم بین مبانی و اهداف اصطیاد می‌شوند که بر این اساس ما در نگاهی کلی به بایستگی همسویی معیشت با باورها، توجه به ارزش‌ها در مصرف، مسئولیت‌پذیری در مصرف، آشنایی با عوامل ایجاد قناعت، آشنایی با فواید و برکات قناعت و روزی، آشنایی متریبان با عوامل اسراف، آشنایی متریبان با انواع اسراف و آشنایی با پیامدها و آثار اسراف، آشنایی با راه‌کارهای مؤثر در حوزه هزینه، مهارت‌آموزی در کیفیت خرید و بایستگی توجه به موانع سامان‌دهی به معیشت اشاره کرده‌ایم.

روشن است که رسیدن به اهداف ذکرشده با توجه به اصول اشاره شده، نیازمند به راهبردهای پیشی، گزینشی و کشی - رفتاری است که تلاش شده است، با استفاده از آیات و روایات و تجربه‌های بشری دسته‌بندی و در قالب راهبردها ارائه گردد. قابل ذکر است که تحقق راهبردهای آمده در متن خود می‌تواند از طریق روش‌های و شیوه‌های متفاوتی صورت پذیرد که نیازمند به پژوهش‌های کاربردی در این راستا است.

- توازن درآمد و هزینه (توجه داشته باشیم کسی که می‌تواند مصرف خود را در حد نیاز واقعی و به اندازه پاسخ به آنها کنترل کند، رشید و عاقل است) (موفق، ۱۳۹۲، ص ۱۰۴)؛
- آسانی رشد هزینه‌ها (درآمد هرچه آسان‌تر و زیادتر کسب شود، به همان میزان مصرف آن در هزینه‌های غیرضروری و هوس‌بازان نیز آسان‌تر و ساده‌تر می‌شود) (رزاقی، ۱۳۷۴، ص ۱۷۸).

۲-۵.۳. بایستگی مهارت‌آموزی در کیفیت خرید

آگاه کردن متریبان نسبت به:

- خرید هنگام حراج فروشگاه‌ها، خرید براساس فهرست نیازها، خرید اجناسی که چندین بار قابل استفاده هستند، مانند باتری‌های شارژی، تعمیر برخی لوازم به‌جای تعویض، داشتن برنامه منظم غذایی، پوشاکی و...؛
- پرهیز از گرفتن وام با سود زیاد، پرهیز از خرید کالا در اوج تقاضا، مثلاً لوازم‌التحریر در روزهای آخر شهریور، پرهیز از خرید هنگام افسردگی (مطالعات نشان می‌دهد وقتی شما در این وضعیت به بازار می‌روید، ناخودآگاه کالاهای بیشتری می‌خرید) و...؛
- پرهیز از خرید نیازهای کلان و مهم، همانند خانه و خودرو، با تصویر مبهم و برآمده از تبلیغات؛
- مقایسه کردن قیمت اجناس هنگام خرید؛
- نحوه خرج کردن پول توجیبی.

۳-۵.۳. بایستگی توجه به موانع سامان‌بخشی

معیشت

آگاهی دادن به متریبان نسبت به:

- برداشت نادرست از روایات و احادیث مربوط به زهد، ساده‌زیستی، فقر، قناعت، اسراف، تجمل و مانند آن؛
- چگونگی مدیریت صحیح اقتصادی برای خانواده؛
- عوامل ناکامی در امر معاش و هزینه درست (تبلی و بی‌حالی، زهدزدگی و عرفان‌نمایی، بی‌توجه بودن به آینده، وابستگی به تسهیلات دولتی و سازمانی، ترس از تهمت دنیاگرایی، دخالت ندادن خانواده در فعالیت‌های اقتصادی، عدم امکانات) (معاونت تربیتی و فرهنگی، ۱۳۸۴، ص ۶۴-۷۳).

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در تدوین یک برنامه تربیتی مبانی، اهداف، اصول، روش‌ها و مانند آن به‌عنوان مؤلفه‌های تربیتی مورد توجه قرار می‌گیرد. در بخش مبانی به

.....منابع

- نهج البلاغه، ۱۳۷۹، ترجمه محمد دشتی، قم، امیرالمؤمنین (ع).
- ابن شعبه حرانی، حسن بن علی، ۱۳۸۴، تحف العقول، تهران، اسلامیة.
- باکاک، رابرت، ۱۳۸۸، مصرف، ترجمه خسرو صبری، تهران، شیرازه.
- بانکی پور فرد، امیرحسین، ۱۳۹۳، عیش و معاش، اصفهان، اصفهان.
- تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، ۱۴۰۷ق، غررالحکم و درر الکلم، بیروت، مؤسسه الاعلمی للمطبوعات.
- جمعی از پژوهشگران، ۱۳۸۸، آیین برنامه‌سازی درباره اصلاح الگوی مصرف، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.
- جمعی از نویسندگان، ۱۳۹۷، درآمدی بر نظام نامه تربیتی المصطفی، قم، جامعه المصطفی العالمیه.
- جوادی آملی، عبدالله، ۱۳۸۹، «اصول کلی اقتصاد اسلامی و راه کارهای آن از منظر قرآن»، پژوهش‌های فقهی، ش ۱، ص ۲۴-۵.
- حرعاملی، محمد بن حسن، ۱۴۰۹ق، وسائل الشیعه، قم، آل‌البتیت.
- راغب اصفهانی، حسین بن محمد، ۱۴۱۲ق، مفردات الفاظ القرآن، بیروت، دار الشامیه.
- رزاقی، ابراهیم، ۱۳۷۴، الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، تهران، چاپ‌بخش.
- عمید، حسن، ۱۳۶۳، فرهنگ عمید، تهران، امیرکبیر.
- قدیری اصل، باقر، ۱۳۷۹، کلیات علم اقتصاد، چ هفتم، تهران، سپهر.
- کلینی، محمد بن یعقوب، ۱۴۰۷ق، الکافی، تهران، دار الکتب الاسلامیه.
- لیثی واسطی، علی بن محمد، ۱۳۷۶، عیون الحکم المواعظ، ترجمه حسین حسینی بیرجندی، قم، دارالحديث.
- مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ق، بحار الانوار، چ دوم، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
- محصص، مرضیه، ۱۳۹۳، «مبانی و مصادیق تعلیم و تربیت اقتصادی فرزندان در خانواده»، پژوهش‌های اجتماعی اسلام، ش ۱۰۳، ص ۸۲-۵۵.
- محمدی ری شهری، محمد، ۱۳۷۷، میزان الحکمه، قم، دار الحديث.
- مصباح، محمدتقی، ۱۳۹۱، اخلاق در قرآن، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ع).
- مصطفوی، حسن، ۱۳۶۸، التحقیق، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- معاونت تربیتی و فرهنگی، ۱۳۸۴، اقتصاد و معیشت، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ع).
- موسوی‌نسب، سیدمحمد رضا، ۱۳۹۶، تدبیر معیشت، قم، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- موسی‌زاده، زهره و فاطمه صنعتی، ۱۳۹۶، «تبیین مؤلفه‌های تربیت اقتصادی براساس آموزه‌های اسلامی»، تربیت اسلامی، ش ۲۴، ص ۹۷-۱۳۳.
- موفق، علیرضا، ۱۳۹۲، اصلاح الگوی مصرف از منظر اخلاقی، تهران، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- نراقی، ملامهدی، ۱۳۷۷، جامع السعادات، ترجمه سیدجلال‌الدین مجتبیوی، تهران، حکمت.