

مبانی نظری الگوی مصرف و نقش آن در توسعه اقتصادی کشور

محمد علی سیفی و خدایار علایی کارشناسان اداره مدیریت ریسک

قسمت اول



چکیده:

دهه چهارم انقلاب اسلامی به یمن وجود ظرفیت‌های عظیم اقتصادی و منابع انسانی در کشور، دهه «پیشرفت و عدالت» نامگذاری شده است. از آن جا که اقدام اساسی در زمینه پیشرفت و عدالت، مستلزم مبارزه با اسراف و تبذیر و حرکت در جهت اصلاح الگوی مصرف می‌باشد؛ سال جاری از سوی رهبر معظم انقلاب به نام سال «اصلاح الگوی مصرف» نام‌گذاری شده است. بررسی و مقایسه داده‌های آماری مرتبط با مصرف در بیش از ۲۰۰ کشور جهان نشان می‌دهد که الگوی فعلی مصرف در ایران در بسیاری از موارد - به خصوص در مورد حامل‌های انرژی و منابع غیرقابل تجدید - بسیار پرشتاب و در عین حال ناکارآمد است. با اصلاح الگوی مصرف و کاهش روند مصرف، امکانات فراوانی برای تولید بیشتر در جامعه و نیز صدور این منابع به خارج از کشور فراهم می‌شود که زمینه‌ساز رشد و توسعه اقتصادی بیشتر و در عین حال کاهش شاخص‌های نامطلوب از قبیل بیکاری، تورم، فساد و ... است. در این مقاله، پس از بررسی مبانی نظری الگوی مصرف به نحوه شکل‌گیری الگوی صحیح

مصرف براساس نظریه‌های اقتصاد اسلامی و نقش آن در رشد و توسعه اقتصادی کشور می‌پردازد.

مقدمه:

"مصرف" به عنوان یکی از مفاهیم کلیدی اقتصاد کلان و چرخه اقتصادی، نقش مهمی در رشد و توسعه اقتصادی ایفا می‌کند. "الگوی مصرف" نیز به عنوان یکی از مباحث اصلی نظریه مصرف، جایگاه ویژه‌ای را در نظریه‌های مربوط به رشد و توسعه اقتصادی به خود اختصاص داده است. عمدتاً به این دلیل که مخارج مصرفی سهم بزرگی از درآمد ملی را به خود اختصاص می‌دهند و آن بخش از درآمد ملی که مصرف نمی‌شود، به طور منطقی پس‌انداز و سرمایه‌گذاری می‌شود. بنابراین، مطالعه الگوی مصرف در اقتصاد کلان، به صورت غیرمستقیم، مطالعه سرمایه‌گذاری کل و رشد اقتصادی نیز هست. هدف این مقاله تبیین الگوی مصرف در اقتصاد و اصلاح الگوی مصرف فعلی و نقش آن در رشد و توسعه اقتصادی می‌باشد. از آنجا که با اصلاح الگوی مصرف، وجوه قابل سرمایه‌گذاری

فروش نرفته می‌گردد. در سطح تولیدکنندگان، تغییرات در موجودی به طور عمده مربوط به مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای است. در حالی که در سطح فروشندگان، تغییرات موجودی رأساً مربوط به کالاهای آماده فروش می‌باشد. این نوع تشکیل سرمایه از تفاضل موجودی انبار در ابتدا و انتهای سال محاسبه می‌شود که موجودی خالص نامیده می‌شود. اگر خالص موجودی مثبت باشد، سرمایه‌گذاری افزایش و در غیر اینصورت، سرمایه‌گذاری کاهش می‌یابد.

اگرچه تشخیص هزینه‌های مصرفی از هزینه‌های سرمایه‌گذاری امری سهل و آسان به نظر می‌رسد؛ اما تشخیص بین این دو همیشه آسان نیست. مخارج مصرفی، ضامن تداوم حیات و رفاه انسان‌ها در جامعه است. در حالی که مخارج سرمایه‌گذاری بر ظرفیت و توان تولیدی جامعه می‌افزاید. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه (و کمتر توسعه یافته) که هنوز مشکل بیسوادی و یا فقدان دانش آموختگان دانشگاهی وجود دارد، دولت‌ها می‌کوشند با سرمایه‌گذاری در بخش آموزش و پرورش و آموزش عالی، نسل فعلی و نسل‌های آتی را از غلتیدن به چرخه بیسوادی (و فقر) نجات دهند. به نظر می‌رسد که مخارج مصرفی و سرمایه‌گذاری در نگاه اول، متضاد و رقیب یکدیگر باشند. در حالیکه از دیدگاه علم اقتصاد، چنین مقایسه‌ای صحیح نیست. صرف‌نظر از بحث و جدل‌های نظری میان طرفداران اقتصاد آزاد و نظام متمرکز (سوسیالیسم)، تأمین نیازهای اولیه و تدوین و اجرای الگوی مصرف صحیح می‌تواند از افراط و تفریط‌ها در مصرف جلوگیری کرده و با انباشت سرمایه مکفی، توسعه اقتصادی کشور را در عین تأمین رفاه نسبی جامعه امکان‌پذیر نماید.

سایر عوامل مؤثر بر مصرف:

علاوه بر درآمد، عوامل مستقل دیگری نیز وجود دارند که در مخارج مصرفی مؤثرند و موجب انتقال تابع مصرف می‌شوند. این عوامل به اختصار عبارتند از:

الف) دارایی‌های مختلف مصرف‌کنندگان: واژه دارایی در ادبیات مصرف به مفهوم دارایی‌های نقدی به صورت پول نقد در دسترس یا سپرده‌های بانکی، اوراق بهادار و سایر مطالبات نقدی و دارایی‌های فیزیکی مانند ذخیره کالاهای بادوام است. چنین عواملی قابلیت تأثیرگذاری بر مصرف مستقل را دارند؛ به این دلیل که این دارایی‌ها- خصوصاً اگر به آسانی قابل تبدیل به قدرت خرید باشند- به صورت ذخیره‌ای در نزد مصرف‌کننده می‌ماند و بدین ترتیب می‌تواند در مواقع ضروری از آن استفاده کرد. بنابراین، مصرف‌کننده کمتر نیاز پیدا می‌کند تا از محل درآمد جاری برای ایجاد چنین ذخایری پس‌انداز کند. نتیجه اینکه تغییرات در دارایی‌های نقدی (در نزد مردم)، با

افزایش می‌یابد؛ بنابراین سرمایه لازم جهت تحقق رشد و توسعه اقتصادی فراهم می‌آید. در نتیجه، با اصلاح الگوی مصرف در کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته- که غالباً از کمبود سرمایه رنج می‌برند- می‌توان بسیاری از مشکلات اقتصادی و اجتماعی از قبیل بیکاری، تورم، فقر و ... را کاهش داد. بدین منظور، نخست تعاریف علمی از متغیرهای اقتصادی مرتبط با مفهوم مصرف ارائه می‌شود. سپس نظریه‌های مختلف که در زمینه الگوی مصرف در ادبیات اقتصاد کلان مطرح گردیده‌اند؛ به اختصار بیان می‌شود. در ادامه مفاهیمی همچون جامعه اسلامی، اقتصاد اسلامی و الگوی مصرف در اقتصاد اسلامی تبیین می‌گردد و در پایان، نقش اصلاح الگوی مصرف اقتصاد اسلامی در رشد و توسعه اقتصادی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

تعریف مصرف:

مصرف (خصوصی) عبارت از مخارج کل خانوار است که از محل درآمد قابل تصرف، صرف خرید کالاها یا خدمات مصرفی می‌گردد. در تقسیم‌بندی‌های رایج، کالاهای مصرفی معمولاً به کالاهای بادوام، کالاهای بی‌دوام و خدمات تقسیم می‌شوند. مؤسسات پژوهشی در مطالعات مربوط به تغییرات قیمت‌ها، معمولاً مخارج خانوار را به دو گروه اصلی خوراکی‌ها و غیرخوراکی‌ها تقسیم

می‌نمایند. گروه کالاهای خوراکی اغلب حدود ۵۰ درصد متوسط هزینه‌های خانوار را تشکیل می‌دهد. گروه غیرخوراکی‌ها، علاوه بر کالاهای، کلیه خدمات (از قبیل مسکن، آموزش و ... و ...) را در بر می‌گیرد.

تابع مصرف:

عموماً به فرضیه درآمد مطلق اطلاق می‌شود که اقتصاددان مشهور جان مینارد کینز در کتاب "نظریه عمومی اشتغال، بهره و پول" مطرح نمود. بر اساس این فرضیه، مصرف تابعی از درآمد واقعی قابل تصرف است. ولی این رابطه خطی (مستقیم) نیست. به این معنا که میل نهایی به مصرف در کوتاه‌مدت از میل نهایی به مصرف در دامنه زمانی بلندتر، کمتر است.

تشکیل سرمایه:

تشکیل سرمایه یکی از مفاهیم پایه‌ای اقتصاد کلان و عبارت از کلیه مخارجی است که به منظور جبران ظرفیت‌های تولیدی مستهلک شده و افزایش آن طی یک دوره (سال) انجام می‌شود. هزینه‌های تشکیل سرمایه به دو گروه سرمایه‌های ثابت و تغییر در موجودی تقسیم می‌شود. سرمایه‌های ثابت شامل دو گروه اساسی ماشین‌آلات و ساختمان است که گروه ساختمان خود در برگیرنده ساختمان، راه‌ها، سدها، تونل‌ها، معابر و نظایر آن‌هاست. تغییرات در موجودی کالاها، تشکیل سرمایه غیر ثابت است و شامل کالاهای سرمایه‌ای، مواد اولیه و کالاهای

با اصلاح الگوی مصرف در کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته- که غالباً از کمبود سرمایه رنج می‌برند- می‌توان بسیاری از مشکلات اقتصادی و اجتماعی از قبیل بیکاری، تورم، فقر و ... را کاهش داد

دارد و نشان می‌دهد که در این سال‌ها، تمایل به بالا بردن سطح زندگی از طریق مالکیت کالاهای بادوام، کاهش یافته و علاقه به طرف مالکیت دارایی‌های نقدی افزایش پیدا کرده است. از این رو در آمریکا، تابع مصرف بعد از سال ۱۹۵۰ میلادی به طرف پایین و به طور موازی انتقال حاصل کرده است.

د) اعتبار مصرف‌کننده:

توسعه اعتبارات، مخارج مصرفی بیشتری را نسبت به زمانی که تنها قدرت خرید، درآمد جاری است؛ ایجاد می‌کند و در نتیجه موجب انتقال تابع مصرف در کلیه سطوح درآمد می‌گردد. باید توجه داشت که اعتبارات مصرفی با آنکه تمایلی در جهت افزایش میل به مصرف به وجود می‌آورد؛ در عین حال اثرات پیامد چنین اعتباراتی ممکن است مخارج مصرفی را کاهش دهد. این بدین دلیل است که بازپرداخت این اعتبارات از طرف مصرف‌کننده باعث می‌شود که ماهانه سهم معینی از درآمد جاری جهت کالاهای مصرفی خرج نشود. البته این استدلال زمانی صحیح است که اعتبارات جدید برای بازپرداخت اعتبارات قبلی کافی نباشد.

ه) نرخ بهره:

اقتصاددانان غربی، نرخ بهره را به عنوان عاملی تأثیرگذارنده بر تصمیمات مصرفی معرفی می‌کنند. براساس نظریه کلاسیک، پس‌انداز عبارت است از چشم‌پوشی از مصرف حال، که به خاطر افزایش در مصرف آینده انجام می‌شود. از آنجا که آینده نامعلوم است می‌باید به سرمایه افرادی که این عمل را انجام می‌دهند؛ قیمتی پرداخت شود. این قیمت همان نرخ بهره است. در شرایط برابر و در نظام سرمایه‌داری، هر قدر نرخ بهره بالاتر باشد، مردم تمایل بیشتری به پس‌انداز و تمایل کمتری به مصرف خواهند داشت. عده دیگری از اقتصاددانان نظریه کلاسیک را رد می‌کنند و معتقدند که افزایش نرخ بهره پس‌انداز را کاهش می‌دهد. اولاً هیچ آمار یا تجربه روشنی وجود ندارد که نظریه کلاسیک را ثابت کند و ثانیاً بر اساس استدلال قیاس (از کل به جزء)، می‌توان بیان داشت که اگر هدف مردم از پس‌انداز آن است که سالانه از میزان معینی از درآمد برخوردار باشند؛ با افزایش نرخ بهره، مبلغ کمتری برای دریافت همان میزان درآمد لازم است. برای مثال، هرگاه نرخ بهره از ۳٪ به ۶٪ افزایش یابد، برای پس‌انداز کننده فقط نصف سرمایه قبلی کافی است تا از درآمد قبلی برخوردار شود.

استدلال فوق صحیح به نظر نمی‌رسد؛ زیرا افزایش در نرخ بهره، ارزش جاری و بازاری دارایی‌های نقدی را کاهش می‌دهد و این موجب افزایش پس‌انداز به منظور جبران کاهش ارزش دارایی‌های مزبور می‌شود. از طرف دیگر، باید توجه داشت که با افزایش نرخ بهره، هزینه اعتبارات برای مخارج مصرفی افزایش می‌یابد که این خود موجب کاهش مخارج مستقل مصرفی و انتقال تابع مصرف به وضع پایین‌تری می‌گردد.

شرط ثبات سایر عوامل موجب انتقال تابع مصرف می‌گردد. برای مثال، اگر سطح عمومی قیمت‌ها افزایش یابد؛ ارزش واقعی دارایی‌های نقدی مانند سپرده‌های بانکی، اوراق بهادار و سایر انواع طلب کاهش پیدا می‌کند و این امر باعث می‌شود که صاحبان این نوع دارایی‌ها برای جبران کاهش دارایی‌های خود سهم بیشتری از درآمدشان را پس‌انداز کنند؛ که این به نوبه خود موجب کاهش مصرف در کلیه سطوح درآمد و باعث انتقال تابع مصرف می‌شود. آرتور سسیل پیگو اقتصاددان نئو کلاسیک به این موضوع تحت عنوان "اثر پیگو" اشاره کرده است. او معتقد است که کاهش سطح عمومی قیمت‌ها، تابع مصرف را به طرف بالا انتقال می‌دهد. به این دلیل که کاهش قیمت، ارزش دارایی‌های نقدی موجود در دست مصرف‌کنندگان را افزایش می‌دهد و در نتیجه پس‌انداز کاهش می‌یابد.

ب) کالاهای بادوام:

کالاهای مصرفی بادوام و مخارج مصرفی با هم ارتباط خاصی دارند. به این معنی که در شرایط برابر، هر گاه تغییری در موجودی کالاهای مصرفی بادوام - که مصرف‌کننده از آن استفاده می‌کند - ایجاد شود؛ مخارجی مصرفی مرتبط با آن نیز تغییر می‌یابد. مثلاً چنانچه شخصی یک اتومبیل سواری خریداری کند؛ دیگر احتیاجی به پرداخت هزینه ایاب و ذهاب (که نوعی هزینه مصرفی است) نخواهد داشت. البته باید توجه داشت که وجود کالاهای مصرفی بادوام در نزد

مصرف‌کننده، الزاماً مخارج دیگری از قبیل خرج بنزین یا بیمه و غیره بوجود می‌آورد که ممکن است اثر کاهش هزینه ایاب و ذهاب را کاملاً خنثی کند و یا تا حدی آن را تعدیل نماید. از طرفی، زمانی که کالاهای مصرفی بادوام - که مصرف‌کننده از آن استفاده می‌کند - کاملاً مستهلک شود؛ مصرف‌کننده هرگاه درصدد تجدید آن برآید، مخارج مصرفی مجدداً افزایش می‌یابد.

ج) دارایی‌های نگهداری شده و استاندارد سطح زندگی:

بر اساس تجزیه و تحلیل جان لوییس اقتصاددان آمریکایی در مورد تأثیر نگهداری دارایی‌ها بر مخارج مصرفی، استاندارد سطح زندگی و مخارج مصرفی با یکدیگر مرتبطند. همچنین سطح زندگی بر روی نگهداری دارایی‌ها، اعم از دارایی‌های نقدی و یا کالاهای بادوام نیز مؤثر است. در مرحله اول مصرف‌کننده برای به دست آوردن یک سطح مطلوب زندگی، موجودی کالاهای مصرفی بادوام خود را افزایش می‌دهد. این امر موجب افزایش مخارج مصرفی و کاهش پس‌انداز می‌شود. بعد از این مرحله، هدف مصرف‌کننده ممکن است بیشتر به افزایش دارایی‌های نقدی (که اثر معکوس خرید کالاهای بادوام را دارد) متوجه شود. برای اثبات این نظریات، لوییس به آمار سال‌های بعد از ۱۹۵۰ میلادی در ایالات متحده آمریکا اشاره

پژوهش‌های مرکز تحقیقات در دانشگاه میشیگان آمریکا نشان می‌دهد که نظر کینز الزاماً صحیح نیست و انتظارات درباره رفتار فردی مصرف و پس‌انداز مؤثر است



**تغییرات سطح عمومی قیمت و
تغییرات در انتظارات مردم نسبت
به آینده، دو عامل دیگری هستند که
بر مخارج مصرفی و سطح پس انداز
تأثیر می گذارند**

و) تغییرات قیمت و انتظارات مصرف کننده: تغییرات سطح عمومی قیمت و تغییرات در انتظارات مردم نسبت به آینده، دو عامل دیگری هستند که بر مخارج مصرفی و سطح پس انداز تأثیر می گذارند. هرگاه سطح عمومی قیمت ها افزایش یابد، با این فرض که درآمد پولی ثابت بماند؛ میل متوسط به مصرف بالا می رود. در این صورت درآمد واقعی کاهش می یابد و نسبت مصرف به درآمد را بالا می برد. تغییر در میل متوسط به مصرف که از تغییر درآمد واقعی حاصل می شود، به این معنی نیست که تابع مصرف انتقال می یابد؛ بلکه فقط روی تابع مصرف، حرکتی از یک نقطه به نقطه دیگر بوجود می آید. البته امکان دارد که مصرف کنندگان در صورت کاهش درآمد واقعی، تمایل داشته باشند که سطح قبلی مصرف واقعی خود را به طور مطلق نگهداری کنند. در این صورت، تابع مصرف به طرف بالا انتقال می یابد، زیرا مخارج مصرفی نسبت بیشتری از سطح درآمد واقعی را، که کاهش یافته است؛ جذب خواهد کرد.

انتظارات مصرف کننده نسبت به ادامه افزایش قیمت ها در آینده موجب می شود که مصرف کنندگان (نسبت به گذشته) سهم بیشتری از درآمدها را برای کالاهای مصرفی خرج کنند. این امر ممکن است موجب تغییر وضعیت و شیب تابع مصرف شود. برای مثال هرگاه پیش بینی شود که با افزایش ملایم قیمت ها، تورمی ملایمی در اقتصاد بوجود آید، مصرف کنندگان نسبت بیشتری از درآمدها را به خرید کالاهای مصرفی اختصاص خواهند داد. انتظارات مصرف کننده نسبت به درآمد آینده موجب می شود که شیب تابع مصرف تا سطح آن تغییر یابد. البته افراد مختلف، با توجه به انتظاراتشان نسبت به درآمد پولی واکنش های مختلف نشان خواهند داد. کینز بر این عقیده بود که چنین انتظاراتی، بیش از آنکه در رفتار فردی مصرف کننده مؤثر باشد بر سطح کلی اقتصاد اثر دارد. لیکن پژوهش های مرکز تحقیقات در دانشگاه میشیگان آمریکا نشان می دهد که نظر کینز الزاماً صحیح نیست و انتظارات درباره رفتار فردی مصرف و پس انداز مؤثر است.

ز) توزیع درآمد:

عامل دیگری را که اقتصاددانان در تغییر سطح و احتمالاً شیب تابع مصرف مؤثر می دانند؛ تغییر در توزیع درآمد جامعه است. کینز معتقد بود که خانواده های کم درآمد نسبت به خانواده های پردرآمد میل متوسط به مصرف بالاتری دارند. از این نظر هر اقدامی که در جهت توزیع عادلانه درآمد انجام شود، موجب افزایش سطح و احتمالاً شیب تابع مصرف می گردد و بالعکس. توزیع غیرعادلانه درآمد در جامعه، به معنی تعلق سهم بیشتری از درآمد به طبقات پردرآمد است که میل متوسط به مصرف آنها نیز کمتر است. حال چنانچه به وسیله ابزارهای موجود مثل مالیات و پرداخت های انتقالی، توزیع درآمد عادلانه شود، تابع مصرف به طرف بالا انتقال می یابد؛ زیرا ارزش میل نهایی به مصرف طبقات کم درآمد بیشتر از طبقات پردرآمد است و افزایش مصرف طبقات کم درآمد که در نتیجه پرداخت های انتقالی حاصل می شود، کاهش می یابد و اثر مصرف بر درآمد را جبران می کند.

ادامه دارد...