

نقش اصلاح الگوی مصرف بر بهره‌وری

دکتر پرویز سعیدی^۱

جواد قزل سفلو^۲

(تاریخ دریافت ۸۸/۱۱/۱ - تاریخ تصویب ۸۸/۱۱/۲۰)

چکیده

توسعه‌یافتگی و شاخص‌های توسعه انسانی، اقتصادی و اجتماعی یکی از مناسب‌ترین و فراگیرترین ملاک‌های ارزیابی کارایی و تعادل ساختاری در جوامع است. در این میان بهره‌وری یکی از مهمترین شاخص‌هایی است که می‌تواند برای توضیح سطح توسعه کشورها و تبیین دلایل اختلاف در سطوح توسعه آنها بکار گرفته شود. زمانی که شاخص‌های بهره‌وری عوامل تولید در اقتصاد از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست و سهم بهره‌وری در رشد اقتصادی کشور پایین است، برای رسیدن به یک میزان مشخص از کالاها و خدمات، نیروی کار و سرمایه زیادی صرف می‌شود که نتیجه این فرآیند، مصرف بی‌رویه و غیرمنطقی در اقتصاد است. اصلاح الگوی مصرف می‌تواند به معنای نهادینه کردن روش صحیح استفاده از منابع کشور و یا بهره‌برداری بهینه، برنامه‌ریزی شده و مطلوب از امکانات و منابع در بخش‌های مختلف اقتصادی باشد. به عبارت دیگر اصلاح الگوی مصرف با بهره‌وری مترادف بوده و حرکت به سوی هر کدام، دستیابی به دیگری را نیز در برخواهد داشت. بر این اساس و با توجه به اهمیت اصلاح الگوی مصرف و نقش محوری آن در ایجاد بهره‌وری، هدف اساسی مقاله حاضر؛ تعیین جایگاه و نقش اصلاح الگوی مصرف در بهره‌وری می‌باشد. این مقاله ضمن تبیین و تعریف بهره‌وری و اصلاح الگوی مصرف، به اهمیت اصلاح الگوی مصرف در پیشبرد بهره‌وری پرداخته و موانع و مشکلات آن را بیان و راهکارهای مناسب جهت برون رفت از مشکلات را معرفی می‌کند.

واژگان کلیدی: بهره‌وری، اصلاح الگوی مصرف، کارایی، اثربخشی.

۱- عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کنول، Dr.parvizsaeedi@yahoo.com

۲- کارشناس ارشد مدیریت دولتی، javad4460@gmail.com

مقدمه

بهره‌وری از جمله مواردی است که همه سازمان‌ها به دنبال آن بوده و سعی در ایجاد و ارتقاء آن در سازمان دارند. بسیاری از سازمان‌ها از طریق بهره‌وری مناسب و مطلوب به مزیت رقابتی دسترسی پیدا می‌کنند. بهره‌وری از مواد، تجهیزات و امکانات، حد و سطحی معین و مشخصی داشته و به سهم خود در شکل‌گیری بهره‌وری سازمانی نقش دارد. تلاش برای بهبود و استفاده مؤثر و کارآمد از منابع گوناگون چون نیروی کار سرمایه، مواد، انرژی و اطلاعات، هدف تمامی مدیران سازمان‌های اقتصادی و واحدهای تولیدی صنعتی و مؤسسات خدماتی می‌باشد. وجود ساختار سازمانی مناسب، روش‌های اجرایی کارآمد، تجهیزات و ابزار کار سالم، فضای کار متعادل و از همه مهمتر نیروی انسانی واجد صلاحیت و شایسته، از ضروریاتی می‌باشند که برای نیل به بهره‌وری مطلوب باید مورد توجه مدیران قرار گیرد. مشارکت کارکنان در امور و تلاش‌های هوشیارانه و آگاهانه آنان همراه با انضباط کاری از یک سو و اصلاح الگوی مصرف از سوی دیگر می‌تواند بر میزان بهره‌وری در یک محیط متلاطم و توأم با ناامنی تأثیر گذارد.

اصلاح الگوی مصرف می‌تواند به معنای نهادینه کردن روش صحیح استفاده از منابع کشور و یا بهره‌برداری بهینه، برنامه‌ریزی شده و مطلوب از امکانات و منابع در بخش‌های مختلف اقتصادی باشد. این تعریف بیانگر آن است که اولاً از انحراف منابع برای تولید یا تولید نامطلوب جلوگیری شده و ثانیاً از منابع و ظرفیت‌های بلااستفاده و مغفول در اقتصاد به بهترین روش ممکن بهره‌گیری شود. این در واقع همان بیان مفهوم بهره‌وری در اقتصاد است (سلطانی، ۱۳۸۴: ۲).

به عبارت دیگر اصلاح الگوی مصرف با بهره‌وری مترادف و حرکت به سوی هر کدام، دستیابی به دیگری را نیز در برخواهد داشت. بنابراین برای پی‌بردن به اینکه آیا در رفتار مصرفی، اصلاحی صورت گرفته است و یا اینکه با مطلوب فاصله چندانی وجود دارد یا خیر، از معیار بهره‌وری استفاده می‌شود. زمانی که بهره‌وری عوامل نیروی کار و سرمایه، سهم قابل ملاحظه‌ای در تولید ثروت کشور داشته باشند، بدان معنا است که از ظرفیت‌های تولیدی اقتصادی کشور استفاده مطلوبی شده و در حقیقت مصرف منابع در میزان بهینه‌ای قرار گرفته است. در چنین فضای فکری، انتظار افزایش بازدهی و کاهش ضایعات منابع به وجود می‌آید و روش‌هایی که به تولید محصول و خدمت به کار منجر می‌شود، حاصل بکارگیری صرفه‌های اقتصادی خواهد بود. یکی از موارد مورد توجه در افزایش بهره‌وری و اصلاح الگوی مصرف خصوصی سازی است. در این ارتباط در ایران نیز در اولین برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی موضوع

واگذاری فعالیت‌های اقتصادی دولت به بخش خصوصی در قالب سیاست خصوصی سازی مطرح و زمینه‌های اجرایی آن تصویب شد. بدین ترتیب مقرر گردید که شرکت‌های دولتی در چارچوب تأسیس شرکت‌های مادر تخصصی و شرکت‌های زیرمجموعه آنها سازماندهی شوند و بر اساس برنامه زمان‌بندی مصوب هیأت وزیران، شرکت‌های زیرمجموعه از طریق بورس اوراق بهادار، مزایده و یا مذاکره به بخش غیر دولتی واگذار شوند (تقوی، ۱۳۸۳: ۷۲-۳۵).

این روند در برنامه دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور نیز ادامه یافت، اما اکثر تحقیقات انجام شده که محدود به برنامه‌های اول و دوم توسعه بود، نشان‌دهنده عدم کامیابی سیاست خصوصی سازی در دستیابی به اهداف آن بود که در بیان علل آن می‌توان به نبود یک متولی، به عنوان یگانه نهاد معجری خصوصی سازی اشاره کرد. زیرا در طی اجرای برنامه‌های اول و دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی؛ ارگان‌ها و سازمان‌های دولتی خود رأساً اقدام به واگذاری شرکت‌های زیرمجموعه خود به بخش خصوصی می‌کردند. لذا برای مرتفع کردن این نقص، دولت در فصل سوم قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی (۱۳۷۹-۱۳۸۳) در مقیاس با دو برنامه پیش از آن، برای نخستین بار کوشیده است با معرفی چارچوبی برای واگذاری سهام شرکت‌های دولتی، مبنای سنجیده‌تری برای این منظور فراهم آورد.

در این راستا سازمان خصوصی سازی به موجب ماده ۱۵ قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۷۹ با تغییر اساسنامه سازمان مالی گسترش مالکیت واحدهای تولیدی سابق تشکیل گردید. اساسنامه این سازمان در تاریخ ۸۰/۱/۲۹ توسط هیأت وزیران تصویب و پس از تأیید شورای نگهبان در تاریخ ۸۰/۲/۱۶ ابلاغ گردید. سازمان خصوصی سازی از خرداد ماه ۱۳۸۰ عملاً فعالیت خود را با اهداف و وظایف جدید آغاز نمود. از جمله وظایف اصلی آن، تنظیم راهکارهای مناسب به منظور تسریع و تسهیل دستیابی به توسعه مشارکت عمومی در جهت تحقق ارتقاء کارایی و افزایش بهره‌وری منبع مادی و انسانی و توسعه توانمندی‌های بخش خصوصی است.

تعریف بهره‌وری

بهره‌وری عبارت است از به حداکثر رساندن استفاده از منابع، نیروی انسانی و تمهیداتی به طریق علمی به منظور کاهش هزینه‌ها و رضایت کارکنان، مدیران و مصرف کنندگان. در جدول (۱) تعاریف مختلفی از بهره‌وری آورده شده است که هر یک از زاویه‌ای خاص به این واژه نگریسته است.

جدول (۱) - برخی از تعاریف بهره‌وری

ارایه دهنده	تعریف
لیتر، ۱۸۸۳	بهره‌وری = توانایی تولید
مرکز بهره‌وری ژاپن به نقل از بچورکمن، ۱۹۹۱	بهره‌وری عبارت است از آنچه انسان می‌تواند با مواد خام، سرمایه و فناوری به دست آورد. بهره‌وری اساساً یک رفتار فردی و نگرشی است که باید به طور مستمر خود و آنچه که پیرامون ما قرار دارد را بهبود بخشیم.
چو، ۱۹۹۸	بهره‌وری = تعداد برونداد / تعداد درونداد
سینگ و توتل، ۱۹۹۶	بهره‌وری = برونداد واقعی / منابعی که انتظار می‌رود مورد استفاده قرار گیرد.
فیشر، ۱۹۹۰	بهره‌وری = کل درآمد / (هزینه + سود هدف)
اسپن و دیگران، ۱۹۹۱	بهره‌وری = ارزش افزوده / درونداد عوامل تولید
هیل، ۱۹۹۳	بهره‌وری، نسبت محصولات تولید شده به محصولاتی است که نیاز به تولید آن‌ها وجود دارد. بهره‌وری رابطه میان برونادهایی همچون محصولات و خدمات تولید شده با درونادهایی همچون نیروی کار، مواد خام و دیگر منابع است.
ثورو، ۱۹۹۳	بهره‌وری (نسبت برونداد به هر ساعت کار) عاملی ضروری و بلندمدت است که سطح زندگی همه کشورها را معین می‌کند.
کاس و لوییس، ۱۹۹۳	بهره‌وری، کیفیت یا چگونگی ثمردهی، تولید، ایجاد نتایج چشمگیر یا تولید انبوه است.
برنولاک، ۱۹۹۷	بهره‌وری به این معنی است که چه مقدار و چقدر خوب از منابع مورد استفاده تولید می‌کنیم. اگر محصولات بیشتر یا بهتری از منابع ثابت تولید کنیم، بهره‌وری را افزایش داده‌ایم. همچنین اگر همان محصولات را با منابع کمتری تولید کنیم، بهره‌وری را افزایش داده‌ایم. منظور از منابع، تمامی منابع انسانی و فیزیکی است. به عبارت دیگر افرادی که محصولات را تولید یا خدماتی را ارائه می‌کنند و دارایی‌هایی که از طریق آنها افراد می‌توانند محصولات را تولید و خدمات را ارائه کنند.
کاپلان و کوپر، ۱۹۹۸	بهره‌وری، مقایسه درونادهای ملموس یا برونادهای ملموس یک واحد تولیدی است.
جکسون و پترسون، ۱۹۹۹	بهره‌وری = کارایی * اثربخشی = زمان لازم برای ایجاد ارزش افزوده / کل زمان تولید.
ال. داراب، ۲۰۰۰	بهره‌وری = (برونداد / درونداد) * کیفیت = کارایی *
موژنگ و رولستاندر، ۲۰۰۱	بهره‌وری، توانایی برآوردن نیازهای بازار به کالاها یا خدمات با مصرف حداقل منابع کل است.

منبع: (تانجن، ۲۰۰۵: ۴۶-۳۴)

اهمیت و ضرورت اصلاح الگوی مصرف

قریب یک دهه است که رهبر معظم انقلاب اسلامی در پیام آغازین سال جدید با عنایت به نیازهای جامعه و در راستای محور قرار دادن سمت و سوی حرکت جامعه، نامی را برای سال جدید عنوان می‌نماید تا مدیران و آحاد مردم با محور قرار دادن آن، جامعه را به سمت اصلاح و تکامل رهنمون سازند.

ایشان در پیام آغازین سال جدید نیز با بیان سخنان مبسوطی، سال ۸۸ را سال «حرکت به سوی اصلاح الگوی مصرف» نامیدند که با تأملی بر آن، باید گفت که الحق موضوع مهمی را برای محور قرار دادن در سال ۸۸ مطرح نموده‌اند. در حال حاضر به واسطه برخی سیاست‌های غلط مدیران اجرایی در عرصه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و حاکم شدن برخی الگوهای نادرست در زندگی ایرانیان از یک طرف و برخی سیاست‌های غلط اجرایی توسط دولتمردان، منابع بسیار عظیمی از این ملت بدون هیچ‌گونه نفعی از بین می‌رود و نسل کنونی و آینده این ملت را از داشتن بسیاری از فرصت‌های طلایی محروم می‌نماید که بخش انرژی و بنزین، تنها قسمت کوچکی از آن می‌باشد که اگر فکر مناسبی برای مهار آن اندیشیده نشود، جامعه با خسران بزرگی مواجه خواهد شد.

متأسفانه کشور ما در زمره کشورهایی است که علی‌رغم وجود فضای دینی حاکم و با توجه به آموزه‌های صریح دینی و خصوصاً یکی از محوری‌ترین آن‌ها یعنی «پرهیز از اسراف و تبذیر»، در شمار سرمایه‌سوزترین و مصرفی‌ترین کشورهای دنیا قرار گرفته‌است. اما اصلاح الگوی مصرف که به معنی نهادینه کردن روش صحیح استفاده از منابع کشور است، سبب ارتقای شاخص‌های زندگی و کاهش هزینه‌ها شده و زمینه‌ای برای گسترش عدالت می‌شود. منابع و ذخایر هر کشور، جزء ثروت‌های آن کشور به شمار می‌آید. به این معنی که اگر کشوری نسبت به مصرف غیر اصولی منابع خود بی‌تفاوت باشد، در واقع نسبت به دارایی‌ها و ثروتش بی‌تفاوت است.

از سوی دیگر، درآمدهای کشوری که مصرف‌گرایی در آن توجیه و تبلیغ می‌شود، نمی‌تواند برای رشد کشور و توسعه زیرساخت‌های اقتصادی آن هزینه شود. این درآمدها نیز خواسته یا ناخواسته، هزینه مصارف بی‌رویه و غیراصولی در سطح کشور خواهد شد.

اما برای اصلاح الگوی مصرف از کجا باید شروع کرد؟ این سؤالی است که جواب‌های مختلفی از سوی کارشناسان به آن داده می‌شود. عده‌ای می‌گویند باید هرچه سریع‌تر به سراغ قیمت‌های

بنزین و آب و برق رفت و با واقعی کردن قیمت آن‌ها، همانند کشورهای پیشرفته جهان، مانع مصرف بی‌رویه مردم شد. عده‌ای هم فرهنگ‌سازی الگوی مصرف را مهم‌تر می‌دانند و گروهی نیز می‌گویند باید اصلاح الگوی مصرف از دولت شروع شود (وزارت نیرو، ۱۳۸۵: ۳۵-۳۳).

به هر حال به نظر می‌رسد همه آنچه که کارشناسان درباره اصلاح الگوی مصرف اشاره می‌کنند منطقی و صحیح است اما نکته‌ای که باید به آن توجه ویژه‌ای کرد، حرکت آغازین این نهضت بزرگ است که همان بررسی درست و کارشناسی نیازها و همچنین منابع موجود و اتخاذ یک استراتژی برای رسیدن به هدف بزرگ خواهد بود.

در همین راستا به نظر می‌رسد اصلاح الگوی مصرف نیازمند فرهنگ‌سازی پایدار است و این خود نیازمند راهکارهایی است تا همه افراد جامعه ضرورت الزام به رفتارهایی برای اصلاح مصرف را احساس کنند و به تدریج این اصلاح نهادینه شده و به یک رفتار پایدار و نهایتاً به یک فرهنگ در تمامی عرصه‌های مصرف تبدیل شود.

اما به نظر می‌رسد برای عملیاتی نمودن اصلاح الگوی مصرف، بهترین نقطه آغاز طرح، خود دولت است که خود بزرگ‌ترین مصرف‌کننده منابع و ذخایر کشور است. دولت باید اولین شروع‌کننده اصلاح الگوی مصرف باشد. مسئولین و مدیران باید سریع‌تر درصدد اجرایی نمودن این مسأله باشند، اما در این خصوص دولت باید در پیشبرد این امر پیشگام باشد.

اصلاح الگوی مصرف، چگونه؟

بی‌تردید هر مصرف‌کننده با توجه به تابع مطلوبیت و محدودیت‌های بودجه‌ای خود تصمیم می‌گیرد که چه چیز و با چه میزانی مصرف کند. حال اگر شاهد آنیم که در اقلامی از کالاها، عدم تعادل میان عرضه و تقاضا وجود دارد و این عدم تعادل، هزینه هنگفتی را بر اقتصاد ملی تحمیل می‌کند، بی‌تردید باید اصلاح صورت گیرد و سیاستگذار، این عدم تعادل را مرتفع کند. در این صورت با داده فرض شدن تابع مطلوبیت، سیاستگذار باید با اصلاح قیمت بر قیدهای بودجه‌ای عاملان اقتصاد اثر گذارده و در جهت اصلاح الگوی مصرف و عدم تعادل در اقتصاد اقدام کند.

به عبارت دیگر، اگر مثلاً در رابطه با میزان مصرف بنزین، برق، گاز و آب چنین معضلی وجود دارد، اتفاقاً ایراد بر قیمت‌های غیربازاری است که باعث می‌شود چنان قید بودجه‌ای برای مصرف‌کننده ایجاد شود که بیشینه‌سازی مطلوبیت، از راه مصرف بی‌حد و اندازه بگذرد و سرانه

مصرف حتی چندین برابر کشورهای توسعه‌یافته باشد. چنین است که اگر کژی در مصرف مشاهده می‌شود، بیش از آنکه اشکال، امری درونی باشد که از نوع نگاه عاملان اقتصاد حاصل می‌شود، ایراد از داده‌هایی است که از سوی سیاستگذار به مصرف‌کننده می‌رسد. نمی‌توان قیمتی پایین‌تر از بازار را به عاملان ارائه داد و از آن سو از آنان خواش کرد که تابع مطلوبیت خود را با قیمتی دیگر حداکثر کنند که نتیجه آن مصرف کمتر باشد. این همان سرابی است که مخالفان بازار بارها و بارها به شوقش روان شدند و در آخر بدون رسیدن به نتیجه، تشنه‌تر از گذشته باز آمدند.

بر خلاف آنچه تصور می‌شود، اصلاح الگوی مصرف نه از طریق مداخله در تابع مطلوبیت، بلکه با تغییر در محدودیت‌های بودجه از طریق اصلاح قیمت به دست خواهد آمد. چرا که تابع مطلوبیت امری درونی و خارج از دست سیاستگذار است و اگر هم به فرض محال تصور کنیم که می‌توان بر آن تأثیر گذارد، غیر از این نیست که عملی شدن این تغییر در گرو شکسته شدن حریم خصوصی است. نه آنکه تابع مطلوبیت افراد در گذر زمان تغییر نکند، بلکه این تغییر به دست دولت انجام نخواهد پذیرفت و اصولاً مسؤولیتی برای دولت در این زمینه نمی‌توان متصور بود (عشقی‌ملایری، ۱۳۸۴: ۶۲۴-۶۱۳).

بنابراین اگر سیاستگذاران دولت برآستی خود را یکی از مخاطبان پیام «اصلاح الگوی مصرف» می‌دانند، به جای آنکه تصور کنند می‌توانند با تبلیغ و دستور که خود برای اقتصاد هزینه‌زا است، این مهم را انجام دهند؛ باید به حیطه‌های دیگری نظر کنند که مصرف نامطلوب به واسطه مداخله آنان بر ضد نظم بازار ایجاد شده است. بر هم زدن قیمت‌های نسبی، منشأ اصلی هدر شدن منابع است و حال که انگیزه‌ای مضاعف برای اصلاح وجود دارد، بازگشت به تعادل بازاری می‌تواند این مفسده را از بین ببرد.

اما مسأله دیگری نیز در ارتباط با اصلاح الگوی مصرف وجود دارد. دولت در اقتصاد ایران خود بزرگ‌ترین مصرف‌کننده است و کاهش مصرف وی که با سیاست اصلاح الگوی مصرف همخوانی دارد، یکی از آن توصیه‌هایی بوده که اقتصاددانان بارها و بارها به دولت گوشزد کرده‌اند. کاهش مصرف دولت به معنای کاهش مداخله در اقتصاد است و متأسفانه دولت‌ها نتوانسته‌اند در این جهت قدمی بردارند و هزینه‌های جاری دولت هر سال از سال قبل بیشتر بوده است. باشد که این بار دولت، نه با تاسی به اقتصاددانان، بلکه با اصلاح الگوی مصرف، قدمی به

سوی یک اقتصاد آزاد بردارد.

موانع اصلاح الگوی مصرف

مقوله «اصلاح الگوی مصرف» از آنجا که در پی اصلاح و ترمیم رفتارهای فردی و جمعی ناظر بر مصرف است، نیازمند یک حرکت اصلاحی، تدریجی، فرهنگی و آموزشی در سطوح مختلف اجتماع و فرد است. به عبارت دیگر هر نوع الگویی از مصرف، محصول طبیعی جامعه‌ای با مختصات معین است و تغییر این الگو در گرو تغییر و اصلاح این مختصات است. به عنوان مثال، وقتی که اصلاح یک پدیده فرهنگی و اجتماعی مورد توجه قرار می‌گیرد، بواسطه تنوع متغیرهای دخیل در شکل‌گیری پدیده‌های اجتماعی و تعاملات بین این متغیرها، با حجم گسترده‌ای از موضوعات روبه‌رو هستیم که اهتمام به این گستره از یک سو به دلیل تنوع و کثرت متغیرها، بسیار دشوار و پیچیده است و از سوی دیگر به دلیل غفلت از ریشه‌ها و منشأ پیدایش موضوع، این اهتمام با دستاوردهای کوتاه مدت و محدود روبه‌رو خواهد بود.

در موضوع «اصلاح الگوی مصرف» ما از یک سو با تنوع منابع مصرفی و ارزشی آن‌ها، نوع مصرف و تنوع مصرف‌کننده روبه‌رو هستیم که با توجه به گستردگی دامنه، اهتمام به آن فوق‌العاده پیچیده و دشوار است؛ حال آنکه با ارجاع مسائل به سطوح ریشه‌ای و بنیادی‌تر و شناسایی منشأ شکل‌گیری الگوی مصرف با عوامل محدودتری روبه‌رو هستیم که می‌توان با سهولت و اطمینان بیشتری به اصلاح آن اهتمام نمود. در این راستا به موانع و چالش‌هایی برمی‌خوریم که در حقیقت منشأ بروز رفتارهای غلط و هنجارهای نابجا ناظر بر مصرف‌گرایی و مصرف‌زدگی هستند. به نظر می‌رسد مقوله اصلاح الگوی مصرف که به عنوان شعار سال ۸۸ برگزیده شده، دارای موانعی به شرح زیر می‌باشد که باید مورد توجه سیاستگذاران فرهنگی و برنامه‌ریزان رسانه‌ای و آموزشی باشد (سازمان بهینه‌سازی مصرف سوخت کشور، ۱۳۸۲: ۱۷-۱۲):

- ۱- وجود عادات مسرفانه نهادینه شده ناشی از مُدپرستی‌ها و مدگرایی‌ها و چشم و هم‌چشمی‌هایی که به جزئی از تربیت و هنجار فرهنگی بخش عظیمی از اقشار جامعه مبدل شده که به این زودی‌ها قابل تغییر و اصلاح نیستند؛
- ۲- نبود فرهنگ پس‌انداز در اقتصاد فرد و خانواده که عامل مهمی در اسراف و ولخرجی و هدر دادن منابع و امکانات در اختیار افراد است؛
- ۳- منافع افراد و گروه‌های خاص همواره باعث دامن زدن به مقوله مصرف‌غیردرست

امکانات و اسراف در منابع ملی است. غلبه فرهنگ غربی در مصرف، مبنی بر شعار تولید بیشتر، مصرف بیشتر در جامعه ما نیز باعث شده است تا برخی افراد و اصناف با تبلیغات و غالب‌سازی عواطف بر تعقل و تفکر، برای جوانان و طیف‌هایی از جامعه مدسازی و مدپردازی کنند که خود به معنی مصرف‌زدگی و الگوی تقلیدی مصرف است؛

۴- بسیاری از نهادها و شخصیت‌های مطرح در حوزه سیاست و فرهنگ که بر افکار عمومی مؤثرند، خود رعایت الگوی مصرف را نمی‌کنند که این رفتارهای مسرفانه به افراد جامعه، منتقل می‌شود؛

۵- وجود تبعیض‌ها و بی‌عدالتی‌ها، فقدان دلسوزی برخی نسبت به منافع جامعه، نبود تربیت صحیح دینی و تربیت غلط خانوادگی از جمله موانع و چالش‌هایی هستند که در مسیر اصلاح الگوی مصرف خود را نشان می‌دهند و موجب کندی این حرکت اصلاحی می‌شوند.

در امر فرهنگ‌سازی برای اصلاح الگوی مصرف، الگوسازی بسیار اهمیت دارد؛ بنابراین کسانی که در نظام تعلیم و تربیت، ادارات، صدا و سیما و غیره هستند باید الگو ارائه کنند و به این موضوع به صورت مسأله ملی و فراملی فکر کرده و برنامه‌ریزی کنند.

راهکارهای اساسی اصلاح الگوی مصرف

آنچه در مورد اصلاح الگوی مصرف و دستیابی به فرهنگ بهینه مصرف در کشور دارای اهمیت می‌باشد، این است که اصلاح الگوی مصرف نیازمند تبیین استراتژی و تعیین خط‌مشی است که طی آن، این اصل به یک شعار تغییر ماهیت ندهد؛ در واقع لازمه دستیابی به این مهم در کشور، خیزش و حرکتی عمیق از سوی مسؤولان و همه آحاد جامعه می‌باشد؛ لذا می‌بایست همگی این اصل را یک ضرورت دانسته و فعالیت‌های خود را در راستای رسیدن به این اصل مهم برنامه‌ریزی نمایند و برای دستیابی به این امر فرهنگ‌ساز، اقدام نمایند. آنچه که رهبر فرزانه انقلاب بر آن تأکید می‌ورزند این است که «همه ما به خصوص مسؤولان قوای سه گانه، شخصیت‌های اجتماعی و آحاد مردم باید در سال جدید در مسیر تحقق این شعار مهم، حیاتی و اساسی یعنی اصلاح الگوی مصرف در همه زمینه‌ها، برنامه‌ریزی و حرکت کنیم تا با استفاده صحیح و مدبرانه از منابع کشور، مصداق برجسته‌ای از تبدیل احوال ملت به نیکوترین حال‌ها،

ظهور و بروز یابد». بنابراین تأکید رهبر معظم انقلاب بر اصلاح الگوی مصرف، نشان‌دهنده اهمیت این موضوع به عنوان بستری مناسب برای شکوفایی و دستیابی به اقتدار ملی است. لذا پرهیز از شعارزدگی و حفظ و صیانت اصل موضوع به عنوان مهمترین عامل در مسیر اصلاح الگوهای مصرفی و همچنین تبیین و تحقق آن وظیفه اصلی همه مردم و مسئولین به شمار می‌رود (محمدی اردهالی، ۱۳۸۲: ۱۸).

برخی از راهکارهای اساسی اصلاح الگوی مصرف را می‌توان اینطور برشمرد:

- ۱- یکی از پیش‌نیازهای این مسیر برای رسیدن به نتیجه مطلوب، زمینه‌سازی ذهنی و فرهنگی برای اقشار مختلف جامعه است. امروز هر فردی از اعضای جامعه باید بداند که در فعالیت‌های خود باید به بهینه مصرف کردن منابع مادی اقدام نماید تا کشور به اهداف تعریف شده در سند چشم‌انداز بیست‌ساله نظام برسد و شکوفایی در همه ابعاد ملی تحقق یابد. لذا بدون ایجاد فرهنگ این کار و طراحی و تأمین بایسته‌های آن به طور قطع راه به جایی نخواهیم برد؛ چرا که اصلاح الگوهای مصرف در کشور یک شب و به طور ناگهانی و با صدور یک دستورالعمل و بخشنامه عملی نمی‌شود. لذا فرهنگ‌سازی پایدار، بستر اصلی نهضت اصلاح الگوی مصرف می‌باشد.
- ۲- داشتن مدیریت مدبرانه و عاقلانه مصرف که مورد تأکید مقام معظم رهبری نیز می‌باشد، یکی دیگر از ضروریات اولیه این امر به حساب می‌آید. مسئولان و متولیان امر باید از شعارزدگی پرهیز کرده و به برگزاری چند همایش، سخنرانی و چاپ مقاله و کارهایی از این قبیل بسنده نکنند. وجود مدیریت صحیح و عاقلانه در سطح کلان در جهت هدایت و تدوین و انتخاب یک استراتژی راهبردی، طبق نقشه راهی که مقام معظم رهبری ترسیم نمودند، زمینه‌ساز تحقق این طرح ملی و آینده‌ساز - که حقیقتاً پیشرفت کشور و توسعه عدالت در گرو آن است - می‌باشد.
- ۳- یکی دیگر از پیش‌نیازهای اصلی در مسیر اصلاح الگوی مصرف، ترسیم اهداف، ابعاد و راهکارهای رسیدن به موضوع و تعیین شاخص‌هایی برای سنجش و ارزیابی روند و چگونگی پیشرفت امور است. باید برای جلوگیری از مصرف‌گرایی و اتلاف منابع و فرصت‌ها و هزینه‌ها در تمامی حوزه‌ها، سند و نقشه راهبردی تهیه و ابلاغ شود. یعنی با تهیه این سند، مدیران و مسئولان سازمان‌های مختلف می‌توانند با اجرا و به کارگیری روش‌ها و شیوه‌های مدون، خود را در مسیر تحقق این اصل مهم قرار دهند.

- ۴- جلب مشارکت مردم و افزایش آگاهی‌های آنان نسبت به مصرف صحیح امکانات و منابع، از دیگر راهکارها در مسیر اصلاح الگوی مصرف می‌باشد. حقیقتاً اصلاح الگوی مصرف در جامعه از کارهای انجام‌شدنی است که هر یک از اعضای جامعه با مشارکت و ملزم نمودن خود به درست مصرف کردن منابع، منافع عظیمی را برای جامعه حاصل می‌نماید.
- ۵- گنجاندن اصلاح در نظام آموزشی کشور به گونه‌ای که هر چه سطح آموزش بالاتر رود، اطلاع و شناخت بیشتری در خصوص درک و ضرورت اصلاح الگوی مصرف در جامعه حاصل شود.
- ۶- استفاده و بهره‌گیری از برنامه‌های تلویزیونی و رسانه‌ای در راستای اصلاح الگوی مصرف.
- ۷- گنجاندن برنامه اصلاح الگو در برنامه توسعه کشور و مصوبه‌های دولت؛ یعنی حرکت همه دستگاه‌های دولتی به طور مستمر و پایدار در جهت تحقق منویات مقام معظم رهبری.
- ۸- ارائه الگوی آموزشی مناسب و اصولی به مردم از طریق سازمان‌ها و نهادهای ذی‌ربط؛ برای مثال سازمان برق می‌تواند از طریق آموزش مصرف بهینه در برکه‌های قبض مصرفی مشترکین به ارائه الگوهای مناسب مصرفی در جهت اصلاح مصرف اقدام نماید.
- ۹- ارایه الگوی مصرفی مناسب و عملی برای کلیه مسئولین دولتی، غیر انتفاعی و خصوصی.
- ۱۰- تغییر در فرهنگ مصرف کنونی و ضدارزش نشان دادن مصرف‌گرایی بر اساس ارزش‌ها و آموزه‌های دینی.
- ۱۱- مبارزه با تهاجم فرهنگی غرب در ایجاد فرهنگ ناپسند مصرف‌گرایی و تجمل‌پرستی با آگاه‌سازی و تعمیق بینش و بصیرت سیاسی و اسلامی افراد جامعه.

راهکارهای اجرایی اصلاح الگوی مصرف

اصلاح الگوی مصرف که به معنی نهادینه کردن روش صحیح استفاده از منابع کشور است، سبب ارتقای شاخص‌های زندگی و کاهش هزینه‌ها شده و زمینه‌ای برای گسترش عدالت است. از

طرفی الزام به مصرف بهینه باعث می‌شود تا علاوه بر پیشرفت علمی ناشی از ارتقای فناوری در طراحی و ساخت وسایل و تجهیزات بهینه مطابق با استانداردهای جهانی، فرصت توزیع مناسب منابع و به تبع آن پیشرفت در دیگر بخش‌هایی که کمتر مورد توجه بوده است نیز، فراهم گردد. از این رو ارتباط منطقی بین نامگذاری سال اول دهه پیشرفت و عدالت به «اصلاح الگوی مصرف» بیشتر نمایان می‌شود.

اصلاح الگوی مصرف نیازمند فرهنگ‌سازی پایدار است و این خود نیازمند راهکارهایی است تا همه افراد جامعه الزام رفتارهای اصلاح مصرف را احساس کنند و به تدریج این اصلاح نهادینه شده و به یک رفتار پایدار و نهایتاً به یک فرهنگ در تمامی عرصه‌های مصرف تبدیل شود.

اصلاح الگوی مصرف در دو سطح «تولید کالا» و «مصرف کالا» قابل بررسی است. در سطح تولید کالا که از مرحله تبدیل مواد خام تا انتقال و توزیع به مصرف‌کننده را شامل می‌شود، نیاز است که سازندگان و تولیدکنندگان بخش‌های دولتی و خصوصی، علاوه بر رعایت ضوابط زیست‌محیطی، فناوری تولید کالاهای خود را با استانداردهای جهانی و حتی‌الامکان مناسب با اقلیم هر منطقه مطابق کنند.

هم اکنون هدرروی در حوزه انرژی کشور نه صرفاً در بخش مصارف خانگی و مشاغل خدماتی و تجارتي، بلکه در پالایشگاه‌ها، نیروگاه‌ها، خطوط انتقال برق، لوله‌های آب، واحدهای تولیدی و خودورها نیز در مقایسه با استانداردهای جهانی قابل قبول نیست. در کشور ما حدود یک پنجم برق تولیدی به مصرف روشنائی می‌رسد که ۶۹ درصد آن در خانه‌ها است، لذا با استفاده از لامپ‌های کم مصرف می‌توان تا حدود زیادی در این زمینه صرفه‌جویی کرد. تولید انرژی و حرارت از منابع تجزیه شونده و نو همچون باد، خورشید و زباله‌ها در مناطقی که قابل استفاده است، باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

در بخش ساخت و ساز باید اجرای آیین‌نامه‌ها و مقررات مهندسی از جمله مبحث ۱۹ مقررات ساختمان که به بهینه‌سازی ساختمان در مصرف انرژی مربوط می‌شود، نهادینه شود. همچنین تولید مواد خوراکی از جمله نان، باید با ضایعات کمتری همراه باشد. باید توجه به استفاده بیشتر از مواد قابل بازیافت در تولید الزامی گردد و ده‌ها موارد مشابه دیگر که باید در هر صنف مورد توجه قرار گیرد.

در سطح «مصرف کالا» باید برای فرهنگ‌سازی نحوه مصرف بهینه خصوصاً آب، برق و گاز که تهیه آنها برای مصرف‌کننده آسان‌تر است، آموزش از طریق مدارس، رسانه‌ها، تولیدکنندگان،

وزارت نیرو و شرکت گاز بسیار مؤثرتر است. همچنین مردم ایران به علت پیوند با دین و مظاهر مقدس دینی به خوبی سنت‌های نهادینه شده را می‌پذیرند و بدان آن ارجح می‌نهند، لذا می‌توان در بخش آموزش، از تعالیم و آموزه‌های دینی که بر صرفه‌جویی تأکید دارند نیز بیشتر بهره برد. از آنجا که جهت تغییر الگوی مصرف، شناخت عمیق نیازهای هر دو بخش مردمی و دولتی ضروری است، باید مصرف سرانه دهک‌ها با سطح دستمزدها و استانداردهای مصرف جهانی دقیقاً مقایسه شود و سپس درصد و میزان یارانه لازم برای هر یک از کالاها مشخص شده و قیمت یارانه‌ای و غیریارانه‌ای آن تعیین گردد. بنابراین می‌توان دریافت که اصلاح الگوی مصرف هم نیاز و حتی پیش‌نیاز هدفمندسازی یارانه‌هاست. تمامی این موارد جز با وضع قوانین و نظارت بر حسن اجرای آن میسر نیست و از این روست که نقش و تأثیر مجلس در اصلاح الگوی مصرف نمایان‌تر می‌شود.

نقش سیستم‌های مدیریتی در اصلاح الگوی مصرف

مشکلی که امروز درباره اصلاح الگوی مصرف با آن مواجه هستیم، در حالت اول نبود شناسایی و اطلاعات کافی در خصوص فعالیت‌هایی است که نیازمند اصلاح الگو هستند. در حالت دوم نحوه و چگونگی اصلاح این الگو، در مواقع پایین بودن بهره‌وری آن فعالیت است. برای حل این مشکلات چه باید کرد؟ آیا در این حالت سیستم‌های مدیریتی و استانداردهای روز دنیا از جمله ایزو ۹۰۰۱ و ۲۰۰۸ می‌تواند در این زمینه به ما کمک کند؟ استانداردهای مدیریتی، استانداردهایی هستند که چه در بخش صنعت و چه در بخش خدمات و حتی خانواده‌ها کاربرد دارند و به طور کلی هر کس و در هر موقعیتی می‌تواند از آن بهره‌برد. یکی از اهداف مهم این استاندارد که نقش مدیریتی را در خانواده‌ها، سازمان‌ها و جامعه ایفا می‌کند، افزایش بهره‌وری در بخش‌های مختلف یک خانواده، سازمان و در نهایت جامعه است که در حقیقت بهینه‌سازی منابع و در نهایت و در صورت نیاز، اصلاح الگو را بیان می‌کند. برای آشنایی بیشتر با این استاندارد و نقش آن در اصلاح الگوی مصرف، از توجه و تمرکز این استاندارد، جهت شناسایی فرآیندها در خانواده‌ها، سازمان‌ها و جامعه شروع می‌کنیم. این استاندارد در آغاز تأکید دارد که ابتدا باید فرآیندهای موجود در خانواده‌ها و سازمان‌ها شناسایی شوند، سپس تعامل و تعالی آنها مشخص شود. حال فرآیند چیست؟

از دیدگاه استاندارد، هر فعالیتی که از برخی منابع انسانی و نرم‌افزاری و در کنار آن سخت‌افزاری

استفاده کند و داده‌ها را به عنوان اطلاعات ورودی، پردازش و به نتایج خروجی تبدیل کند، فرآیند گفته می‌شود. ما فرآیند را با یک مثال ساده در خانواده‌ها تشریح می‌کنیم و آن هم عملیات گرم کردن آب مورد نیاز برای مصارف داخلی یک واحد ساختمانی است که ما آن را می‌توانیم به عنوان یک فرآیند در نظر بگیریم. ورودی این فرآیند، آب سرد بوده و در نهایت با عملیات و پردازشی که صورت گرفته، آب گرم به صورت خروجی به وجود آمده است. هر فرآیندی یک هدف را دنبال کرده و از منابعی استفاده می‌کند تا بتواند عملیات و پردازش را انجام دهد. منابع نیز خود می‌توانند به دو صورت: ۱- منابع سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و ۲- منابع انسانی تقسیم‌بندی شوند.

منابع سخت‌افزاری در خصوص فرآیند مذکور، یک شوفاژخانه و تأسیسات آن یا آبگرمکن است و در خصوص منابع نرم‌افزاری می‌توان به نحوه تنظیمات این وسایل اشاره کرد. همچنین در مورد منابع انسانی می‌توان به فردی که راه‌اندازی و نگهداری این سیستم را بر عهده دارد، اشاره کرد. در مرحله اول ما این فرآیند را شناسایی کرده‌ایم زیرا فعالیتی است که ورودی و خروجی داشته و از برخی منابع نیز استفاده می‌کند. ولیکن کار ما در این مرحله تمام نمی‌شود، زیرا هنوز بهره‌وری این فعالیت مشخص نیست. برای این کار باید شاخصی مشخص شود و پیرو آن شاخص، فرآیند مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد. ذکر این نکته بسیار ضروری است که انتخاب شاخص بسیار مهم است، به طوری که نتایج آن در تصمیم‌گیری ما مؤثر است. ما می‌توانیم یک یا چند شاخص را برای یک فرآیند در نظر بگیریم. به عنوان مثال برای فرآیند مذکور می‌توانیم شاخص مقدار لیتر آب گرم شده (۶۰ درجه سانتی‌گراد) در طول یک ماه را در نظر بگیریم.

نکته مهم این است که آیا این شاخص می‌تواند به فرآیند ما کمک کند؟ در حالت اول ما به هدف فرآیند یعنی گرم کردن آب به ۶۰ درجه رسیده‌ایم و ورودی ما به خروجی تبدیل شده است، ولیکن با چه قیمتی و صرف چه منابعی؟ این حالت مبهم به ما نشان می‌دهد انتخاب شاخص فرآیند ما درست نیست، چرا که کمکی به اندازه‌گیری فرآیند و تحت کنترل درآوردن آن نمی‌کند، لذا باید شاخص مورد نظر را تغییر دهیم. در این حالت می‌توانیم از شاخص مقدار لیتر آب گرم شده نسبت به انرژی مصرف شده (سوخت گاز) در طول یک ماه استفاده کنیم. در این حالت هر چقدر مقدار عددی شاخص ما کمتر باشد، ما به نتیجه بهتری در فرآیند رسیده‌ایم، ولی اگر مقدار عددی شاخص فرآیند، بیشتر از حد نرمال و طبیعی باشد (این حالت و عدد نرمال را می‌توانیم در طول روند چند ماهه به دست آوریم یا از مقادیری که دیگران با تجربه و تحقیق

به دست آورده‌اند، استفاده کنیم)، باید الگوی مصرف را اصلاح کرد، زیرا از حد طبیعی خارج شده است. بنابراین در مرحله اول انتخاب شاخص مهم است و در مرحله دوم تجزیه و تحلیل و پایش روند آن در طول یک زمان مشخص.

با مثال ساده فوق به این نتیجه می‌رسیم که با انتخاب یک شاخص مناسب در هر فرآیند می‌توانیم آن فرآیند را تحت کنترل درآوریم و حالت‌های نامناسب آن را اصلاح کنیم. طریقه اصلاح الگو نیز از مواردی است که نیاز به بررسی دارد. به عنوان مثال یکی از دلایلی که ممکن است افزایش عددی شاخص گرم کردن آب را داشته باشیم، روشن ماندن شوفاژخانه و آبگرمکن در مواقع غیرضروری و زمانی باشد که خانواده‌ها بیرون از منزل هستند، یا دلایل دیگر. از این گونه فرآیندها در خانواده به مثال‌های زیادی می‌توان اشاره کرد از جمله فرآیند خرید که یکی از ورودی‌های آن می‌تواند مقدار اقلام مورد نیاز در خانه و خروجی آن مقدار مواد و اقلام خریداری شده باشد. برای انتخاب شاخص باید توجه داشت که در بعضی از خریدها از جمله نان اسراف‌های زیادی می‌شود، زیرا بیشتر از مقدار مورد نیاز خانواده خرید صورت می‌گیرد و در نهایت مقدار اضافه فاسد شده و باید دور ریخته شود.

از مواردی که باید به آن اشاره کرد و آن را در نظر گرفت، مدارک و سوابق پشتیبان در هر فرآیند است، به طوری که در مثال یک این مدارک و سوابق پشتیبان، دستورالعمل و روش‌های کار با آبگرمکن یا شوفاژخانه است و در مثال دو لیست مقدار مواد خریداری شده است. با الهام گرفتن از این گونه استانداردهای مدیریتی از جمله ایزو ۹۰۰۱ و ۲۰۰۸ به راحتی می‌توانیم فرآیندهای موجود در خانواده را شناسایی کنیم، سپس برای فرآیندهای مشخص شده، شاخصی را در نظر بگیریم و آن شاخص را مورد تجزیه و تحلیل و پایش قرار دهیم و در صورت نیاز، روند و مقدار نامناسب آن فرآیند را اصلاح کنیم که همان اصلاح الگوی مصرف است. این استانداردها را می‌توانیم برای هر سازمانی بسط و گسترش دهیم، به طوری که هم اکنون در خیلی از سازمان‌ها در حال اجرا است ولی تنها چیزی که در اکثر سازمان‌ها رعایت نمی‌شود، مبحث تجزیه و تحلیل آن و در صورت بروز مشکل و روند نامناسب، یافتن راهکارهای مناسب است (مقدم، ۱۳۸۳: ۷۳-۵۸).

نتیجه

اصلاح الگوی مصرف می‌تواند به معنای نهادینه کردن روش صحیح استفاده از منابع کشور و یا بهره‌برداری بهینه، برنامه‌ریزی شده و مطلوب از امکانات و منابع در بخش‌های مختلف اقتصادی باشد. اصلاح الگوی مصرف، موجب ارتقاء شاخص‌های زندگی و کاهش قیمت تمام شده محصول در صنایع گردیده و زمینه‌ای برای افزایش صرفه‌های اقتصادی در واحدهای تولیدی و غیر تولیدی شده و موجبات رقابتی شدن و افزایش سهم صادرات را بوجود می‌آورد. به عبارت دیگر اصلاح الگوی مصرف با بهره‌وری مترادف و حرکت به سوی هر کدام، دستیابی به دیگری را نیز در برخواهد داشت. آنچه در اصلاح الگوی مصرف و دستیابی به فرهنگ بهینه مصرف دارای اهمیت می‌باشد، این است که اصلاح الگوی مصرف، نیازمند تبیین استراتژی و تعیین خط‌مشی است که طی آن، این اصل به یک شعار تغییر ماهیت ندهد؛ در واقع لازمه دستیابی به این مهم در کشور، خیزش و حرکتی عمیق از سوی مسئولان و همه آحاد جامعه می‌باشد؛ لذا می‌بایست همگی این اصل را یک ضرورت دانسته و فعالیت‌های خود را در راستای رسیدن به این اصل مهم و فرهنگ‌ساز، برنامه‌ریزی نمایند.

منابع

- (۱۳۸۷) **معرفی مرکز ملی آموزش مدیریت انرژی در صنعت کشور**، معاونت امور برق و انرژی وزارت نیرو جمهوری اسلامی ایران.
- تقوی، مهدی (۱۳۸۳)، «خصوصی سازی در برنامه اول توسعه اقتصادی، و فرهنگی ایران اجتماعی»، **نشریه تحقیقات مالی**، شماره ۴.
- سازمان بهینه‌سازی مصرف سوخت کشور (۱۳۸۲)، **اطلاعات انرژی کشور ۱۳۸۰**، ایران، تهران: نشر ذره.
- سلطانی، ایرج (۱۳۸۴)، **بهره‌وری منابع انسانی**، اصفهان: انتشارات ارکان.
- عشقی ملایری، بهروز (۱۳۸۴)، **مجموعه مقالات دومین کنفرانس روش‌های پیشگیری از اتلاف منابع ملی**، تهران: فرهنگستان علوم جمهوری اسلامی ایران.
- محمدی اردهالی، مرتضی (۱۳۸۲)، «مفاهیم بهینه‌سازی مصرف انرژی»، **مجله اقتصاد انرژی**، شماره آبان.
- مقدم، محمدرضا (۱۳۸۳)، **اصلاح سبب انرژی ایران تا سال ۱۴۰۰**، تهران:

انتشارات نگاه شرقی سبز، مرکز ملی آموزش مدیریت انرژی.

- وزارت نیرو (۱۳۸۵)، **آمار و نمودارهای انرژی ایران و جهان ۱۳۸۵**، دفتر

برنامه‌ریزی کلان برق و انرژی وزارت نیرو جمهوری اسلامی ایران.

- Tangen, S.(2005), “A Theoretical Foundation for Productivity Measurement and Improvement of Automatic Assembly Systems”, Licentiate Thesis, The Royal Institute of Technology, Stockholm, ch 3, pp. 34-46.

