

نقش الگوی مصرف در اقتصاد تولیدگرا

حسین صادقی*

حسن محمدغفاری**

تاریخ دریافت مقاله: ۸۸/۲/۲۸

تاریخ تایید مقاله: ۸۸/۴/۱۶

چکیده:

بر اساس آموزه‌های علم اقتصاد مرسوم، مصرف و تولید در سطح کلان، به وسیله پس‌انداز و سرمایه‌گذاری و همچنین تقاضای برای کالاهای تولید شده بریکدیگر تأثیر گذارند. سیر تاریخی توسعه در کشورهای صنعتی نشان می‌دهد که این کشورها در ابتدای مراحل توسعه، تقویت توان تولیدی خود را در اولویت قرار داده‌اند و نیازهای مصرفی را همسو با آن پاسخ گفته‌اند، در حالی که بسیاری از کشورهای در حال توسعه همچون ایران با تکیه بر واردات و اتخاذ الگوی مصرف برون‌زا، نیازهای مصرفی خود را با تولیدات خارجی تأمین کرده‌اند و توجه زیادی به تولید داخلی نداشته‌اند. در این مطالعه با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و یک نگاه آماری به تحولات الگوی مصرف در کشور طی سال‌های گذشته، نشان می‌دهد که عواملی از جمله افزایش مرادوات بین‌المللی، افزایش مقدار و سهم درآمدهای نفتی در درآمد ناخالص داخلی و درآمدهای بودجه دولت، رشد نقدینگی، برهم خوردن توزیع درآمد و ثروت در کشور و سیاست‌های ارزی و تجاری کشور، ارتباط هم‌سوایی با شکل‌گیری الگوی مصرف برون‌زا داشته و به ویژه با تکیه بر درآمدهای نفتی، بی‌اهمیت به تولید داخلی، سطح و الگوی مصرف‌شان را تغییر داده‌اند.

واژگان کلیدی: الگوی مصرف، تولید، مصرف برون‌زا، اقتصاد تولیدگرا، واردات و توان تولیدی.

* استادیار گروه اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس E mail: Sadeghih@modares.ac.ir

** کارشناس ارشد اقتصاد E mail: m.ghaffari.h@gmail.com

مصرف، از نظر اقتصادی، دارای اهمیت به سزایی است که اقتصاددانان، اظهار می‌نمایند که مصرف، در عین اینکه هدف نهایی از تولید و توزیع است، یکی از عوامل مؤثر در آن نیز به حساب می‌آید.

بر همین اساس، صاحب نظران اقتصادی اصلی را به عنوان «حاکمیت مصرف‌کننده» مطرح کرده‌اند؛ «یعنی، مصرف‌کننده است که به تولیدات و چگونگی تخصیص منابع تولید و توزیع شکل می‌دهد». مصرف، فقط تابعی از تولید و توزیع نیست بلکه از جهت دیگر، تولید و توزیع هم تابع مصرف است. بین مصرف، تولید و توزیع رابطه‌ی علی و معلولی وجود دارد و هم اینکه مصرف ابزار مهمی در توجیه چگونگی تولید می‌باشد، زیرا سیاست‌های مصرفی معاصر، در سیاست‌گذاری‌های اقتصادی مدرن تأثیر چشمگیر دارد. تمام بنگاه‌های تولیدی امروز بر پایه‌ی سیاست‌های مصرفی و تبلیغات مصرفی می‌چرخند.

ایجاد انگیزه در بازارهای مصرف سبب به کار افتادن تولیدات و ازدیاد در آمدها می‌شود؛ همچنانکه سیاست‌های مصرفی بی حد و مرز، موجب از بین رفتن شرایط سرمایه‌گذاری و کاهش تولیدات ملی در جامعه خواهد بود. در مقابل، کنترل مصرف به منظور فراهم کردن زمینه‌ی پس‌انداز و سرمایه‌گذاری، به طور طبیعی رشد و شکوفایی اقتصادی را به دنبال دارد.

در شرایط و دوره کمبود سرمایه در بسیاری از کشورها، مصرف غیرتولیدی با هدف انباشت سرمایه، عامل مغایر با توسعه تلقی شده و در شرایط و دوره فزونی سرمایه و وجود رکود اقتصادی ناشی از تولید انبوه و کمبود تقاضای مؤثر، به هر گونه مصرفی از جمله مصرف غیر تولیدی تأکید شده است.

در این زمینه تجربه کشورهای توسعه‌یافته نسبت به تجربه کشورهای در حال توسعه متمایز است. به این صورت که کشورهای در حال توسعه قبل از اینکه بنیه تولیدشان را بتوانند تغییر دهند در معرض طیف گسترده‌ای از فرصت‌های مصرفی قرار می‌گیرند و اگر هوشمندی نظام‌های تصمیم‌گیری نباشد، شکافی که بین بنیه تولیدی و مصرف‌های ممکن روز وجود دارد، می‌تواند به مهمترین دلیل توسعه‌نیافتگی آنها تبدیل شود. به

همین دلیل شناخت ابعاد تأثیرگذاری مصرف بر تولید، به ویژه اقتصادی که همت غالب خود را بر تولید بیشتر گماشته است، می‌تواند الگوی مصرف را در جهت شکل‌گیری نظام تولیدی بهتر سوق دهد.

سیر تاریخی الگوی مصرف

در خصوص مصرف^۱ و تلقی و تعاریفی که از آن در تاریخ تحولات اندیشه اقتصادی وجود داشته، تغییر و تحولات زیادی مشاهده شده است و در طول زمان مفهوم مصرف دستخوش تغییرات بنیادی قرار گرفته است. مصرف از گذشته‌های دور اهمیت زیادی در زندگی مردم و بقاء حکومت‌ها داشته است. تا آنجا که اندیشمندان یکی از دلایل افول امپراتوری‌ها در طول تاریخ را رواج فرهنگ پر مصرفی، تجمل‌گرایی و اشرافی‌گری دانسته‌اند. به طوری که در توصیف دلایل سقوط امپراتوری روم در قرون وسطی آورده‌اند که اعتقاد به تجمل‌گرایی و زندگی بسیار مرفهانه رومی‌ها و به ویژه اشراف و درباریان - آنها که به کاخ‌ها، جواهرات و ساختمان‌های طلایی و لباس‌های فاخر عشق می‌ورزیدند و زندگی پر از تجملی داشتند - از دلایل سقوط رومیان به شمار می‌آید (دادگر، ۱۳۸۳: ۱۴۰).

میزان و چگونگی مصرف تحت تأثیر افکار و اعتقادات مذهبی قرار داشته است. آنچه ماکس وبر، تحت عنوان اخلاق پروتستان مطرح می‌کند گویای این مدعا است. کالوین، به عنوان یکی از علمای مذهبی پروتستان، ایده ریاضت‌کشی را با زندگی دنیوی پیوند داد و در طی تکامل عقاید خود «ایده ضرورت اثبات ایمان در زندگی شغلی دنیوی» را مورد توجه قرار داد. بدین ترتیب کالوینسم به گروه‌های وسیعی از مردم که دارای تمایلات مذهبی بودند، انگیزه‌ای مثبت برای ریاضت‌کشی بخشید (وبر، ۱۳۷۳: ۱۳۶). از نظر کالوین، فعالیت اجتماعی فرد مسیحی در جهان، فعالیت است صرفاً برای «افزایش عظمت خدا» و کار به مثابه «تکلیف در خدمت زندگی دنیوی جامعه» نیز از همین خصلت برخوردار است (وبر، ۱۳۷۳: ۱۲۵). از نظر آنان صرفه‌جویی و کم‌مصرفی یکی از فضایل اخلاقی محسوب می‌شود؛ انسان باید به حداقل ضروری مصرف بسنده کند و کم‌مصرفی،

زمانی محقق می‌گردد که تولیدی صورت گرفته باشد و درآمد به دست آمده از محل تولید کالاها، امکان مصرف کالاها و خدمات را فراهم سازد. بنابراین می‌توان گفت که در دیدگاه سی، الگوی تولید، الگوی مصرف را هدایت می‌کند.

اما شواهد تاریخی نشان می‌دهد از ربع اول قرن بیستم که نظام تولید، انبوه موضوعیت پیدا کرد و کشورهای صنعتی توانستند به توانایی بی‌سابقه‌ای در تولید کالاها دست پیدا کنند، تلقی جدیدی از مصرف شکل می‌گیرد و مصرف در نظریات اقتصادی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌گردد. بحران بزرگ اقتصادی در سطح جهان در دهه ۱۹۳۰ ظاهر شد. بیشترین کاهش تولیدات در امریکا با ۴۴٪ درصد کاهش در تولیدات صنعتی و ۲۸ درصد کاهش در GDP و پس از آن رکودهای شدیدتر در خارج از ایالات متحده و در اتریش، آلمان، فرانسه، ایتالیا، چک‌اسلواکی و هلند رخ داد (اسنودن و همکاران، ۱۳۸۳: ۷). کینز ریشه اصلی مشکلات را در ناکافی بودن تقاضای کل و نبود تقاضا برای مصرف تولیدات صورت گرفته دانست و با طرح «اصل تقاضای مؤثر»، مطرح کرد که در یک اقتصاد بسته با ظرفیت اضافی، سطح تولید توسط مخارج مصرفی خانوارها و مخارج سرمایه‌گذاری تعیین می‌گردد (اسنودن و همکاران، ۱۳۸۳: ۴۹). پس از طرح این دیدگاه، مصرف به عنوان موتور محرک اقتصاد مطرح گردید.

کینز، با طرح مفهوم معمای صرفه‌جویی^۲ خود در ارتباط با تقاضای کل و با استفاده از چارچوب تحلیل خود سعی کرد نشان دهد که برخلاف ایده اقتصاددانان کلاسیک در سودمند بودن پس‌انداز در گسترش تولید و اشتغال، افزایش پس‌انداز در هر شرایطی سودمند نیست و اگر در شرایط رکودی تمایل برای پس‌انداز بیشتر شود، مضر خواهد بود و تولید درآمد ملی دچار کاهش می‌شود (بگ و دیگران، ۱۳۸۵: ۹۴۳-۹۴۰).

پس از کینز با توجه به بررسی‌های انجام شده به ویژه از سوی «کوزنتز»، نظریه‌ای مخالف نظر کینز مبنی بر افزایش پس‌انداز و کاهش مصرف در اثر افزایش درآمد مطرح گردید. بررسی‌ها در ایالات متحده نشان داد که با توجه به افزایش درآمد سرانه در سال‌های ۱۹۲۸-۱۹۱۹ تا سال‌های ۱۹۸۸-۱۹۷۹ نسبت پس‌انداز به درآمد ملی تغییر نکرده است.

عدم اسراف و پرهیز از اسراف‌گری را از ویژگی‌های مؤمنان خدا به شمار می‌آوردند (وبر، ۱۳۷۳: ۵۶).

تا قبل از ربع اول قرن بیستم و تا قبل از ترویج اندیشه‌های کینز، تلقی‌های موجود از مصرف در فرهنگ اروپایی، تلقی منفی از مصرف بوده است. بررسی اندیشه‌های کلی مریکانتیلیست‌ها (سوداگرایان) که بین سال‌های ۱۵۰۰ تا ۱۷۷۶ میلادی در کشورهای مختلف اروپایی جریان داشت، نشان می‌دهد که آنچه بر صدر تفکرات این مکتب قرار گرفته، کسب سود از طریق توسعه تجارت و گسترش تولیدات صنعتی است. آنها پول را تنها منبع ثروت می‌دانستند. به تولیدات داخلی توجه زیادی می‌کردند و برای تشویق صادرات به دولت توصیه می‌کردند، نرخ پول خارجی را در مقابل پول ملی بالا ببرد تا هزینه واردات کالا برای تولیدکننده داخلی افزایش یابد و از سوی دیگر برای کسب پول خارجی به صدور کالا به خارج مبادرت کند (دادگر، ۱۳۸۳: ۱۸۴). آنها همچنین به تشویق ازدواج و اعطای جایزه به خانوارهای پر جمعیت مبادرت می‌کردند. آنها این امر را در راستای گسترش تولیدات می‌دانستند و از این رو مورد استقبال قرار می‌گرفتند (دادگر، ۱۳۸۳: ۱۸۵-۱۸۴). عقاید اقتصادی آنان نشان می‌دهد که آنها به گسترش تولید اهمیت زیادی می‌دادند و در مقابل در زمینه مصرف، به مصرف کالاهای داخلی اهمیت می‌دادند و حتی سعی در گسترش و دسترسی به بازارهای خارجی برای مصرف کالاهای تولیدی‌شان داشتند؛ اما مصرف کالاهای خارجی را جز در مورد مواد اولیه که در تولید کالاهای داخلی مورد استفاده قرار می‌گرفت، بر نمی‌تافتند.

این دیدگاه در سال‌های پس از انقلاب صنعتی نیز مورد توجه قرار گرفت و کشورهای صنعتی در دنیا از آن پیروی می‌کردند. ژان باتیست سی، زمانی که در سال ۱۸۰۳ در «رساله اقتصاد سیاسی» خود «قانون سی»^۱ را مطرح می‌کند، اقتصاد را از منظر تولید و عرضه کالا نگرینسته است و مصرف و تقاضای کالاها را در درجه بعدی اهمیت قرار داده است. این دیدگاه که تولید به طور هم‌زمان درآمد و قدرت خرید ایجاد می‌کند و عرضه تقاضای معادل خود را ایجاد می‌کند (بی‌اسنودن و همکاران، ۱۳۸۳: ۳۳-۳۲)، توجه به تولید کالاها را مطرح می‌نماید که مصرف

مصرف‌گرا نیست و او چه مرد و چه زن، تولیدکننده نیز هست. با توجه به آنچه که به لحاظ نظری در مورد مصرف گفته شد، می‌توان چنین بیان داشت که در شرایط و دوره کمبود سرمایه در کشورهای صنعتی، مصرف غیر تولیدی با هدف انباشت سرمایه، عامل مغایر با توسعه تلقی شده و در شرایط و دوره فزونی سرمایه و وجود رکود اقتصادی ناشی از تولید انبوه و کمبود تقاضای مؤثر، به هر گونه مصرفی از جمله مصرف غیر تولیدی تأکید شده است.

به این ترتیب به نظر می‌رسد در تجربه کشورهای صنعتی دو مورد مهم را مشاهده می‌کنیم. اول، تقدم ارتقای بنیة تولیدی نسبت به الگوی مصرف است؛ یعنی در کشورهای صنعتی، همواره بنیة تولیدی بر الگوی مصرف مقدم بوده و در واقع تغییرات در الگوی مصرف به دلیل تغییرات در بنیة تولیدی آنها پدیدار شده است. نکته دوم، پیوند معنی‌داری است که بین درآمد و مصرف وجود دارد^۲ که در چارچوب ارتقاء بهره‌وری مستمر نیروی کار قابل توضیح است؛ یعنی پویایی‌های پدیده مصرف، هم از نظر تغییراتی که در نوع کالاهای مصرفی افراد پدیدار شده و هم از منظر تنوع و تغییراتی که در به‌کار گرفتن کالاهای مصرفی و تقدم بنیة تولیدی با اولویت بهره‌وری و توانمندی درآمدی، قابل بررسی است، الگوهای مصرف به تبع این دو تحول در کشورهای صنعتی، تغییر کرده‌اند.

شواهد تجربی نشان‌دهنده این است که تا دهه اول قرن بیستم، گرایش غالب در کشورهای صنعتی همچنان ناظر بر مذموم انگاشتن مصرف‌های غیر ضرور و سه خصوص گرایش به مصرف کالاهای لوکس و تجملی است و از این به بعد است که به محض اینکه قدرت تولید انبوه پدیدار شده، مشاهده می‌شود که علم اقتصاد مصرف‌گرایانه شکل می‌گیرد و تئوری‌های تقاضا محور مطرح می‌گردند. گسترش و نفوذ در بازارهای بین‌المللی، بازاریابی، فروش اقساطی، علائم تجاری، ترویج اخلاق مدگر و تبلیغات بازرگانی به عنوان یکی از شیوه‌هایی که می‌تواند بر

در جست‌وجوی علت کاهش پس‌انداز به سود مصرف در درازمدت «مودیلینایی» بر «بهبود محصولات و پیدایش و ارائه مداوم محصولات جدید» و «دوزنبیری» بر عامل روانی «که به موجب آن سطح مصرف از یک سو به هم چسبی در درون یک گروه اجتماعی و در نتیجه به اثر تقلید (خودنمایی) و از سوی دیگر جست‌وجوی مداوم سطح زندگی بالاتر بستگی دارد، تأکید کرده‌اند (بار، ۱۳۷۶: ۴۶۴).

اهمیت مصرف در سطح اجتماع تا بدانجا جلو می‌رود که هویت افراد برحسب الگوی مصرف مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. دوزنبیری، در تئوری مصرف خود مطرح می‌کند که سطح مصرف در درازمدت تابع وضعیت نسبی اشخاص اقتصادی در درجات درآمدی است و نه سطح مطلق درآمد و به افراد متعلق به گروه‌های درآمدی و طبقات اجتماعی آنان بستگی دارد و افراد اقتصادی متعلق به یک گروه درآمدی کمتر، به دنبال افزایش درآمد خود، به گروه درآمد بالاتر دست می‌یابند و می‌کوشند نوع زندگی افراد متعلق به دسته‌ای را که بدان دست یافته‌اند را اختیار کنند (فلوزا، ۱۳۷۰: ۴۴۵).

به نحوی که طبق آموزه‌های اقتصاد کلاسیک، احساس شخصیت و فردگرایی، اشتیاق به مصرف و استفاده از تفریح و اوقات فراغت، به عنوان بخش‌هایی از طبیعت و فطرت انسان مورد تأکید قرار گرفتند. اقتصاددانان کلاسیک بر پایه نظریه فرد عقلایی که هدف افزایش سعادت و بهزیستی و لذت‌جویی هر چه بیشتر را دنبال می‌کند، مصرف فراوان‌تر همراه با اوقات تفریح و فراغت بیشتر را عناصر مطلقاً اقتصادی ارضای بشری مطرح کردند. حتی در این دیدگاه، کار و پس‌انداز - با وجود این که جایگاه خود را حفظ می‌کنند - اما اعمالی هستند که از جریان درآمد آینده آنها، منابع اقتصادی لازم برای مصارف آینده و جهت کامجویی بیشتر در اختیار قرار می‌گیرند (تارو^۱، ۱۳۷۵: ۱۴۹-۱۴۸). به عقیده لستر تارو، علم اقتصاد مصرف فردگرایانه غلط نیست؛ بلکه صرفاً به بیان بخشی از حقیقت اکتفا می‌کند. انسان فقط ماشین فراغت‌جو و

۱. Lester Thurow

۲. کینز، بر خلاف کلاسیک‌های جدید که مصرف و پس‌انداز را تابع نرخ بهره می‌دانستند، مصرف و پس‌انداز را تابع میزان درآمد دانسته، به نظر وی، مردم نخست در صدد رسیدن به مصرف قابل قبولی هستند و پس از رسیدن درآمدشان به آن حد، پس‌انداز آغاز می‌شود. پس از وی، برومبرگ و مودیلینایی، در نظریه ادوار زندگی مطرح کردند که مصرف به ترکیبی از عوامل گوناگون بستگی دارد. مصرف خانوار نه فقط به درآمد دوره جاری، بلکه به مجموعه درآمد و ثروت خانوار طی تمامی ادوار زندگی وی وابسته است. مجموعه درآمد و ثروت مورد انتظار خانوار نیز به عوامل فردی (نظیر شغل و تعداد فرزندان) و نیز عوامل خارجی (نظیر آهنگ رشد تورم) بستگی دارد. پس از آن میلتون فریدمن، بیان می‌کند که میان درآمد و مصرف تناسب دقیق وجود دارد و مصرف نه تنها به درآمد جاری، بلکه به پیش‌بینی‌های آینده بستگی دارد. وی این قانون را مطرح کرد که میان مصرف دائمی و درآمد دائمی تناسب دقیق وجود دارد.

مصرف، محدودیت واردات، سعی در گسترش تولید و افزایش ثروت در جامعه خود داشته‌اند. علاوه بر تحولات اقتصادی پس از مریکانتیسیست‌ها و دوره بعد از انقلاب صنعتی در کشورهای اروپایی، ژاپن نمونه بسیار خوبی از یک اقتصاد تولیدگرا است که با دستمایه قراردادن اقتصاد تولیدگرا، با سرعتی زیاد مراحل توسعه‌یافتگی را طی کرده است. در ادامه برخی از ویژگی‌های آن بر شمرده می‌شود.

اگر چه منشأ رشد و توسعه ژاپن به قرن ۱۷ بر می‌گردد؛ ولی بدون شک، تشدید روند توسعه و رشد نوین این کشور از اواسط قرن ۱۹ با روی کار آمدن دولت مقتدر میجی، و با شکوفایی تفکرات اخلاقی-اقتصادی به خصوص در امر آموزش و پرورش و روحیه تولید و ابداع‌گری شدت گرفته است (نقی‌زاده، ۱۳۸۵: ۱۷۷). آنها مدافع تولید داخلی بودند و سعی می‌کردند محصولات را هر چه بیشتر به داخل وارد کنند و به همین جهت نسبت به واردات محصولاتی که داخل تولید می‌شد، حساس بودند. تنها در مورد برخی کالاهای ضروری مثل دارو و کتاب، مدافع تجارت خارجی بودند و تجارت کالاهای غیرضروری را دور ریختن محصولات تاریخی و گران‌بهای کشور برای واردات محصولات نوظهور و بی‌دوام خارجی محسوب می‌کردند (نقی‌زاده، ۱۳۸۵: ۱۸۴).

در اقتصاد تولیدگرا، امور طوری سامان می‌یابند که از مصرف بکاهد و بر سرمایه‌گذاری بیفزاید. در ژاپن بر پایه نظامی، چنین جامعه‌ای ساخته شده است که سرمایه‌گذاری (کارخانه و تجهیزات، تحقیق و توسعه، فنون و مهارت‌های انسانی) را به بهای کاستن از امتیازات فردی، افزایش دهد (تارو، ۱۳۷۵: ۱۵۹). بنابراین می‌توان یکی از ویژگی‌های اقتصاد تولیدگرا و اقتصاد ژاپن را پایین نگه‌داشتن مصرف برای سرمایه‌گذاری بر شمرد.

سیستم ژاپن با تشکیل اتحادیه‌هایی از شرکت‌ها، نظام پاداش برای کار بهتر و پایین نگه‌داشتن دستمزدها به منظور پایین نگه داشتن سهم کارگران از درآمد ملی، آغاز می‌شود. نیروی کار ژاپن در میان پنج کشور پیشرفته جهان، پایین‌ترین سهم از درآمد ملی را در اختیار دارد و سهم آن باز هم در حال تنزل است (تارو، ۱۳۷۵: ۱۵۹). مصارفی که به تشکیل تیم‌ها کمک می‌کند، مورد تشویق است؛ اما مصارف خانگی تشویق نمی‌گردد (تارو، ۱۳۷۵: ۱۵۹).

مصرف‌کنندگان اثر بگذارد و «نیازها را ایجاد کند»، موضوعیت پیدا می‌کنند (فلوزا، ۱۳۷۰: ۴۵۲-۴۵۰). از این دوره به بعد است که استراتژی محوری آنها خلق نیاز می‌شود و وقتی استراتژی محوری خلق نیاز شد چیزی موضوعیت پیدا می‌کند که گالبرایت آن را پایان دوران حاکمیت مصرف‌کننده اعلام می‌کند.

از نظر او، سیستم‌های تبلیغاتی از این دوره به بعد برای اینکه امکان مصرف هرچه بیشتر را پدید آورند از تمام عناصر و امکاناتی که روی ذهن مصرف‌کنندگان می‌تواند تأثیر بگذارد، استفاده کرده‌اند و نهایتاً کار را به جایی رسانده‌اند که برخلاف همه تاریخ تمدن بشری که همیشه هویت افراد براساس شغل و کار افراد تعریف می‌شده، به تدریج شاهد شرایطی هستیم که هویت افراد بر حسب الگوی مصرف و سبک زندگی آنها تعریف می‌شود (گالبرایت، ۱۳۴۰: ۴۷).

آنچه که این تجربه را نسبت به تجربه کشورهای در حال توسعه متمایز می‌سازد این است که کشورهای در حال توسعه قبل از اینکه بنیه تولیدشان را بتوانند تغییر دهند در معرض طیف گسترده‌ای از فرصت‌های مصرفی قرار می‌گیرند و اگر هوشمندی نظام‌های تصمیم‌گیری نباشد، شکافی که بین بنیه تولیدی و مصرف‌های ممکن روز وجود دارد، می‌تواند به مهمترین دلیل توسعه‌نیافتگی آنها تبدیل شود.

اقتصاد تولیدگرا

آنچه که از مباحث مطروحه در سیر تاریخی تلقی‌های متفاوت از مصرف در کشورهای صنعتی می‌توان برداشت کرد، این است که در تجربه کشورهای صنعتی و در فرایند آنچه طی بیش از دو قرن گذشته شاهد هستیم، تا زمانی که توانایی مربوط به تولید انبوه پدید نیامده، همه ساختارها و نهادها علیه گسترش تمایلات مصرفی، موضع‌گیری شدیدی دارند؛ اما به محض اینکه این بنیه تولیدی ارتقای معنی‌دار پیدا کرده، عناصر جدیدی وارد این فرهنگ می‌شود و در مدت کوتاهی تحولی بنیادی در الگوهای مصرفی کشورهای صنعتی مشاهده می‌شود.

بنابراین می‌توان گفت که بسیاری از کشورهای صنعتی در مرحله توسعه، توجه به تولید و ایجاد درآمد را اولویت خود قرار داده‌اند و با تشویق پس‌انداز، سرمایه‌گذاری، کاهش

منشأ بسیاری از کنش‌ها و واکنش‌های اجتماعی - سیاسی جامعه است و مستقیماً اثرات منفی و مخربی بر تولید و بر سیاست‌گذاری اقتصادی می‌گذارد (عظیمی، ۱۳۸۵: ۱۰۱-۱۰۰).

در واقع انتقال الگوی مصرف برون‌نگر در یک کشوری طی مراحل مختلفی به صورت تدریجی وارد شده است. مجرای اولیه انتقال الگوی مصرف وابسته با آغاز دوره حکومت صفویان بازرگانان خارجی بودند. از عوامل دیگر انتقال الگوی مصرف بیگانه مأموران سیاسی کشورهای صنعتی به ویژه مأمورین روس و انگلیس بودند.

پس کالاهای خارجی همراه مسافران از فرنگ برگشته و در مراحل پس از آن کالای وارد شده به کشور به طور قاجاق و بالاخره واردات فیلم‌های تلویزیونی خارجی محتوای آموزشی وارداتی و آموزشی داخلی و غیره، مجرای مستقیم و غیرمستقیم انتقال الگوی مصرف برون‌زا به داخل و بدیهی شدن آن بوده‌اند (رزاقی، ۱۳۷۴: ۱۲۰-۱۱۶).

در مراحل نخستین که هم عامل‌ها و هم مجراهای انتقال محدود و کم اثر بودند، با مقاومت و مقابله توده‌های مردم نیز روبه‌رو شد ولی در گام‌های بعدی با گسترش عامل‌ها، مجراها و پذیرش داخلی الگوی مصرف برون‌زا، همراه با دگرگونی کامل اقتصاد داخلی و تبدیل آن به اقتصاد نفتی وابسته، عامل فرهنگی مخالف با رواج الگوی مصرفی برون‌زا به عامل فرهنگی موافق تبدیل می‌شود.

سیستم تاریخی الگوی مصرف برون‌زا

اگرچه نخستین اقدامات نیروی‌های استعمارگر رواج مصرف کالاهای خارجی بود؛ اما در مرحله بعد برتری دادن به کالاهای خارجی نسبت به کالاهای داخلی از سوی ایرانیان، از مسائل کلیدی موفقیت استعمارگران در به ورشکستگی کشاندن صنایع دستی و گشودن بازارهای تجاری ایران به شمار می‌آید. استعمارگران برای دستیابی به این اهداف، تأثیر روی درباریان، اشراف، تجار بزرگ و دیگر قشرهای صاحب قدرت در جامعه را مورد توجه قرار دادند.

محمدهاشم آصف، در کتاب «رستم‌التواریخ» می‌آورد: «چنین استنباط می‌گردد که مردم ایران در قرن ۱۸ میلادی، چندان

وقتی مزدها کمتر باشد، درآمد بیشتری برای شرکت باقی می‌ماند؛ اما فقط اندکی از آن درآمد به سهامداران داده می‌شود و آنچه که باقی می‌ماند - که سهم قابل توجهی را شامل می‌شود - در راه رشد آینده سرمایه‌گذاری می‌گردد (تارو، ۱۳۷۵: ۱۶۰-۱۵۹). در پنج سال آخر دهه ۱۹۸۰، ژاپن ۳۵/۶ درصد تولید ناخالص داخلی خود را سرمایه‌گذاری کرد. در حالی که سرمایه‌گذاری در آمریکا در همین دوره، ۱۷ درصد GNP آن بود. این در حالی است که اگر سرمایه‌گذاری مسکن را کنار بگذاریم، شکاف سرمایه‌گذاری دو - بر - یک، سه - بر - یک می‌شود (تارو، ۱۳۷۵: ۱۶۰). البته این نسبت‌ها اکنون تغییر یافته است و اقتصاد ژاپن نیز توجه زیادی به مصرف‌گرایی نشان می‌دهد.

هدف ژاپنی‌ها، توسعه آینده است، نه صرفاً برآوردن مصرف کنونی. در ژاپن تمایل به سرمایه‌گذاری در نرخ‌های برگشت سرمایه‌گذاری پایین‌تر نیز مطرح می‌باشد. مطالعات نشان می‌دهد، انتظار برگشت سرمایه در زمینه ربات‌ها، برای شرکت‌های آمریکایی، ۵۰ درصد بالاتر از شرکت‌های ژاپنی است.

بنابراین با توجه به رویکردی که این کشور به مقوله کنترل مصرف و افزایش روزافزون بنیه تولیدی داشته است، شتاب در روند توسعه آن، امری دور از ذهن نیست.

وابستگی مصرف به دنیای خارج

عملکرد اقتصادی دهه‌های اخیر کشور به خوبی نشان داده است که مصرف جامعه از طرق عمده زیر شدیداً به جهان خارج وابسته گردیده است.

وابستگی مستقیم یا مصرف کالاهای اساسی و غیر اساسی از طریق واردات مستقیم کالاهای مصرفی در حجم قابل توجه وابستگی غیر مستقیم مصرف از طریق مصرف کالایی که تولیدشان در داخل به مواد واسطه و قطعات یدکی و وسایل سرمایه‌ای خارجی وابسته است.

وابستگی مستقیم و غیر مستقیم مصرف به خارج، از نظر الگوهای مصرفی و فرهنگ‌های وابسته به آن نکته مهم در این زمینه است که در این شرایط تنها یک قشر محدود از جامعه این وابستگی را احساس نمی‌کند، بلکه وابستگی در تمام اقشار جمعیت و در تمامی کشور مطرح و احساس می‌شود. این مسأله

ارضی، زمینه وابستگی روستاها از نظر اقتصادی به شهرها و به ویژه تهران فراهم گردید. صنایع وابسته ایجاد و واردات کالاهای وابسته مورد نیاز این صنایع به دیگر کالاهای وارداتی افزوده شد. با افزایش بهای نفت از سال ۱۳۵۰ و به ویژه ۱۳۵۳، بر میزان واردات به شدت افزوده شد و با تعیین دلار به بهایی ارزان نسبت به ریال، همه کالاهای وارداتی با تولیدات داخلی رقابت کرده و مصرف با تکیه بر کالاهای تولیدی خارجی گسترش جهشی یافت.

پس از انقلاب و در پی یک دوره کوتاه، بار دیگر الگوی مصرف وابسته جان گرفت. کمبود تولیدات داخلی، افزایش جمعیت، جنگ تحمیلی، بیکاری و تورم به گسترش این الگو کمک کرد. پس از پایان جنگ و افزایش درآمد نفت و اقدام از خارج، واردات به طور جهشی افزایش یافت و با به کارگیری سیاست «تعدیل» اقتصادی و به ویژه خصوصی سازی الگوی مصرف وابسته را با توافق فزاینده تداوم بخشید.

الگوی مصرف برونزا که بر پایه امکانات تولید کنندگان خارجی و واردات آنها استوار است، مجبور به پرداخت هزینه های سنگین ناشی از شرایط اقتصادی و اجتماعی این کشورهاست. در کشورهای صنعتی که فناوری عمدتاً سرمایه بر هستند، هزینه زندگی و نیروی کار بالاست و در نتیجه تولید آنها خود به خود این شرایط را بازتاب می کند و اقتصاد داخلی مجبور به پرداخت این بهای سنگین است. از طرفی به دلیل منافع بازارها دگرگونی فراوانی در نوع کالاهای و گوناگونی یک نوع کالا برای از میان برداشتن این اشباع صورت می گیرد. این امر هزینه ها را بسیار بالا می برد.

با توجه به اینکه بسیاری از کالاهای موجود در سبد مصرفی مربوط به رفع نیازهای اساسی نیستند و لایه های اندکی از جمعیت کشور را می پوشانند و همین طور چگونگی تأمین هزینه های ارزی آن، می توان این الگوی مصرف را غیر عادلانه، غیر معمولی و به زیان اقتصاد جامعه دانست.

اندک بودن صادرات غیر نفتی در ایران^۱، بیانگر مصرفی بودن واردات کشور به طور عمده نیز است. ضمن اینکه صادرات غیر نفتی نیز به دلیل اهمیت واردات برای تولید محصولات صادراتی،

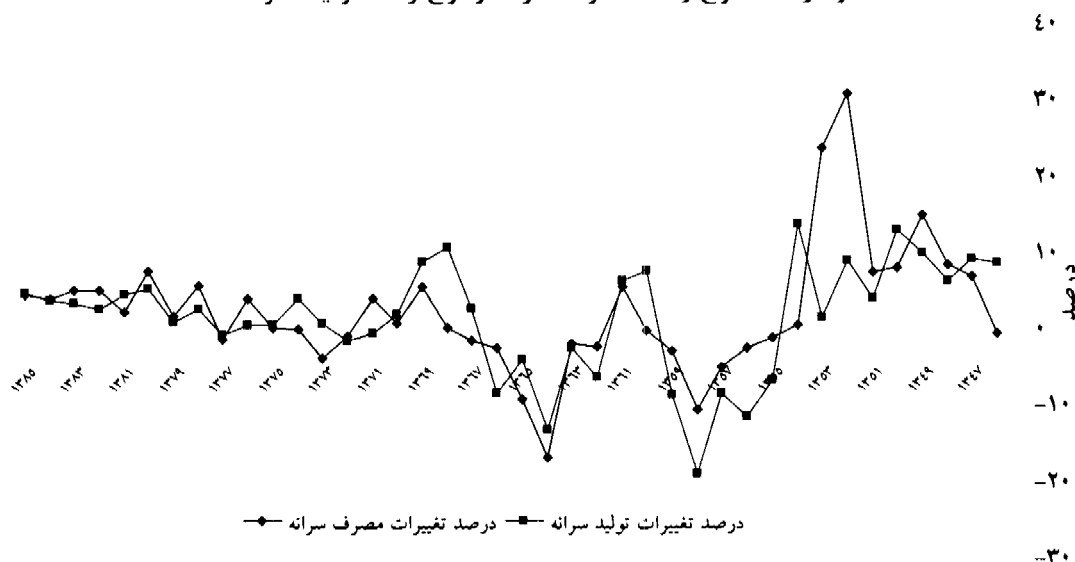
علاقه و نیازی به کالاهای خارجی نداشتند و آنچه در داخل تولید می شد برای نیازهای آنان تکافو می کرده است و اقلام مورد مصرف مردم، اغلب در داخل تهیه و تولید می گردیده است. در حالی که هر اندازه جامعه شهرنشینی متراکم تر، گسترده تر و پراکنش تر شد، نیاز به واردات، ضروری تر گردید و در دهه ها و سده های بعد واردات آن چنان فزونی یافت که صادرات را تحت الشعاع قرار داد» (معتضد، ۱۳۸۵: ۹). می توان گفت اشتیاق وافر به دریافت و نگهداری مصنوعات و تولیدات فرنگی از دربار فتحعلی شاه آغاز شد و در دهه های بعد به سایر اقشار توانگر مردم ایران سرایت یافت. در این زمینه می توان به یادداشت دیپلمات انگلیسی سر هنری ایلس، در گزارشی به لرد پالمستون در سال ۱۸۳۸ اشاره کرد که نوشت: «شاه به هر چیز تثبیت می شود تا از مصرف تولیدات اروپایی جلوگیری کند و تولیدات ایرانی را مورد تشویق قرار دهد. شاه می کوشید صنعت گران ایرانی را تشویق کند، منسوجات پشمی ایران و شال های کرمانی را ارائه کنند، اما واردات ارزان مانع از توسعه کار اقمشه ایران می شد؛ زیرا تولیدات ایرانی گران از کار درمی آمد (معتضد، ۱۳۸۵: ۱۱-۱۰).

مصرف های جدید، گر چه در کوتاه مدت حکم مصرف تجملی و لوکس را دارد؛ اما طبق نظر «دوزنبیری» که بر عامل روانی در مصرف تأکید دارد، سطح مصرف از یک سو به هم چسبی در درون یک گروه اجتماعی و در نتیجه به اثر تقلید و از سوی دیگر جست و جوی مداوم سطح زندگی بالاتر بستگی دارد، بنابراین به محض اینکه این مصرف لوکس چند دوره تکرار می شود و یک کالا در سبد خانوار به عادات مصرفی تبدیل می گردد، جزء مصرف های ضروری قرار می گیرد. در اینجا است که اثرات فزاینده ترویج الگوی مصرف برونزا بر گسترش مصرف در جامعه و تغییر الگوی مصرف به ضرر توان تولیدی کشور بیشتر آشکار می گردد.

پس از مقدمات ورود الگوی مصرف برونزا، تدریجاً اقدام های سیاسی، نظامی، اقتصادی و فرهنگی گوناگونی در یک دوره درازمدت، در جهت آماده کردن زمینه فرهنگی برای پذیرش الگوی مصرف برونزا، انجام گرفت. این روند میل به مصرف کالاهای خارجی در دوره قاجار ادامه پیدا کرد و در دوره رضا شاه نیز تعقیب شد. پس از کودتای ۲۸ مرداد با انجام اصلاحات

۱. بر اساس اطلاعات بانک مرکزی ج.ا. در چهار سال گذشته، بیش از ۸۰ درصد درآمد ارزی ناشی از صادرات ایران را به طور میانگین، صادرات نفت خام تشکیل داده است.

نمودار (۱) - نرخ رشد مصرف سرانه و نرخ رشد تولید سرانه



مأخذ: اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی ج.ا.

حدود ۳۵۵۰ هزار ریال افزایش یافته است. مشاهده می‌شود که علی‌رغم نوسانات بسیار، مصرف سرانه در سال ۱۳۸۵ نسبت به سال ۱۳۸۶ در حدود ۱۸۰ درصد رشد داشته است و این در حالی است که تولید سرانه در همین دوره حدود ۹۰ درصد افزایش داشته است. در شرایط معمول اقتصادی، انتظار می‌رود که تغییرات تولید و مصرف سرانه هم‌جهت باشد، هر چند نرخ نوسانات این دو متغیر یکسان نیست. به عبارت دیگر، در شرایط عادی رفتار اقتصادی انتظار داریم که مصرف سرانه، همراه با تولید سرانه ولی با نرخ رشدی کمتر افزایش یابد، یا مصرف سرانه همراه با تولید سرانه ولی با نرخ کاهش کمتری کاهش یابد؛ لذا مشخص است که افزایش ۹۰ درصدی تولید سرانه در ایران در این دوران، به همراه افزایش ۱۸۰ درصدی مصرف سرانه در همین دوران، نتیجه رفتار معمول اقتصادی نیست. آنچه اتفاق افتاده این است که در دوران ۵۶-۱۳۵۱ و عمدتاً در اثر افزایش سریع و وسیع درآمدهای نفتی مصرف به دو برابر افزایش یافته است و این افزایش، پایه و اساس تغییرات بعدی مصرف بوده است.

به طور کلی عوامل مؤثر در این روند عبارتند از: (۱) چسبندگی متغییر مصرف در جهت کاهش مصرف (۲) افزایش درآمدهای نفتی پس از سال ۱۳۵۱؛ (۳) سیاست‌های مستقیم دولت در جهت حمایت از مصرف قشرهای جامعه به خصوص قشرهای محروم؛ (۴)

ارزی خود را گهگاه بنابر برخی برآوردها معادل ارزآوری آن به ویژه در مورد برخی کالاهایی که معدنی و صنعتی می‌باشد از واردات متکی به درآمد نفت می‌پوشاند.

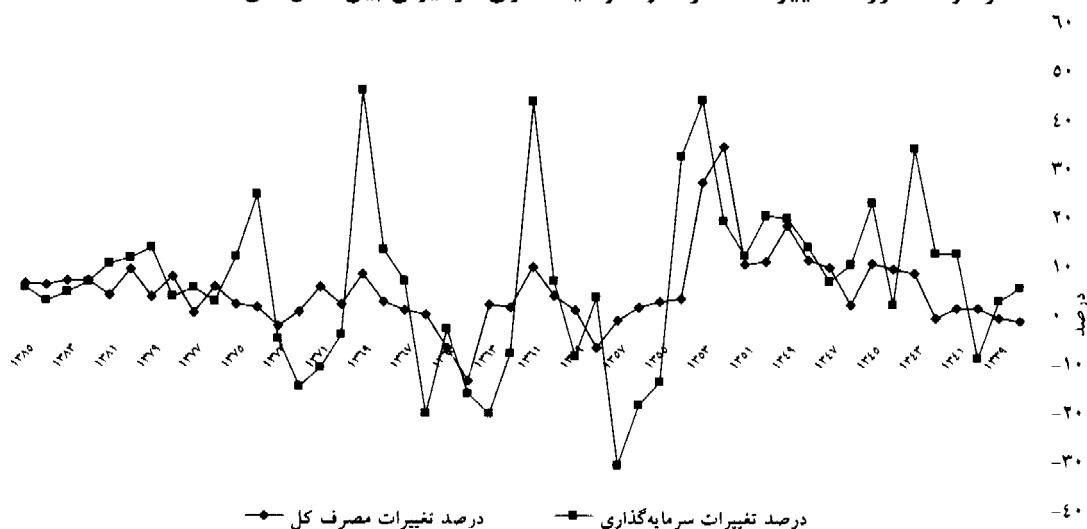
مصرف کشور با وجود کمبود عرضه نسبت به تقاضا که افزایش قیمت‌ها بیانگر آن است به ویژه در مورد تولیدات صنعتی با توجه به ارقام ارائه شده متکی به واردات است.

حال سؤال اساسی این است که نیاز مصرفی تا چنين حد از وابستگی بدون اینکه کشور از تولیدکنندگان خارجی اشغال شده باشد و با وجودی که امکان تأمین این نیاز با تولیدات واقعی داخلی وجود ندارد، چگونه و با چه دلیلی به وجود آمده است؟

مصرف سرانه و تحولات آن طی سال‌های (۱۳۸۵-۱۳۵۱)

مصرف سرانه سالانه خصوصی در سال‌های گذشته، تحولات قابل توجهی را پشت سر گذاشته است و به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۷۶، از ۱۲۵۰ هزار ریال در سال ۱۳۴۶ به ۲۶۰۰ هزار ریال در سال ۱۳۵۶ افزایش یافته و در دوران بعد با کمی نوسان و یک روند کاهشی به حدود ۲۵۸۰ هزار ریال رسیده است و در طول این سال‌ها همواره کمتر از سطح مصرف سرانه در سال ۱۳۵۶ قرار داشته است. مصرف سرانه کشور در طول سال‌های پس از سال ۱۳۷۹ دچار یک روند افزایشی مستمر گردیده و به

نمودار (۲) - روند تغییرات مصرف و سرمایه‌گذاری در ایران بین سال‌های ۸۶-۱۳۳۹



مأخذ: اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی ج ۱۱

داده شده است. همچنان‌که در این نمودار مشاهده می‌شود روند تغییرات سرمایه‌گذاری در بخش ساختمان ماشین‌آلات نوسانات بیشتری را نسبت به روند تغییرات سطح مصرف خصوصی و دولتی در کشور نشان می‌دهد. نوسانات مصرف و سرمایه‌گذاری آشکار می‌سازد که شوک‌های نفتی نقش تعیین‌کننده‌ای در نوسانات آنها بر جای گذاشته‌اند و یک شوک مثبت درآمدی هر دو را به سمت بالا و شوک منفی درآمدی هر دو را به سمت پایین سوق داده است. مطابق با ادبیات نظری مصرف و سرمایه‌گذاری، انتظار می‌رود که مصرف و سرمایه‌گذاری در دوره‌هایی عکس جهت‌ی‌کدیگر حرکت کنند و چنانچه اهمیت مصرف جامعه در ایجاد انگیزه برای سرمایه‌گذاری بیشتر را کنار بگذاریم، به دلیل ارتباط مستقیم پس‌انداز و سرمایه‌گذاری، باید شاهد تأثیرگذاری منفی مصرف بر سرمایه‌گذاری و یا بالعکس باشیم؛ اما این روند در نمودار مشاهده نمی‌گردد. علت این موضوع را می‌توان در ساختار متفاوت مصرف، پس‌انداز و سرمایه‌گذاری در اقتصاد ایران دانست که به دلیل تحت تأثیر قرار گرفتن درآمدهای نفتی، از منطبق اقتصادی مشخصی پیروی نمی‌کند.

در واقع افزایش درآمدهای نفتی در جامعه به شکلی است که به یکباره برای این دولت‌ها این امکان را فراهم می‌آورد که هزینه‌های خود را در هر دو بخش مصرف و سرمایه‌گذاری به طور هم‌زمان افزایش دهند. از سوی دیگر با افزایش یارانه‌ها، سهل

بالا بودن تمایل نهایی به مصرف بین قشرهای مرفه جامعه (۵) افزایش ارتباطات با دنیای خارج و به وجود آمدن عادات و نیازهای مصرفی جدید تحت عنوان فرهنگ مصرفی جدید.

در نمودار شماره (۱)، روند رشد تولید و رشد مصرف سرانه به خوبی قابل مشاهده است. پس از افزایش سریع و وسیع درآمدهای نفتی در سال‌های اولیه دهه ۱۳۵۰، شاهد رشد شتابان مصرف و پیشی گرفتن آن بر رشد سرانه تولید هستیم؛ اما ملاحظه می‌شود که پس از آن و با کاهش درآمدهای نفتی که در پی آن تولید سرانه کشور نیز کاهش یافت، کاهش رشد مصرف سرانه از میزان کمتری نسبت به کاهش رشد تولید سرانه برخوردار است. دلیل این پدیده را می‌توان در چسبندگی متغیر مصرف سرانه در جهت کاهش به دلیل به وجود آمدن عادات و فرهنگ مصرفی جدید در جامعه ناشی از برخورد رفتاری مصرف‌کنندگان دانست که پس از عادت به سطح معینی از مصرف در مقابل کاهش آن شدیداً مقاومت می‌کنند و لذا کاهش‌های درآمدی را عمدتاً معطوف به پس‌انداز می‌کنند و از تأثیر متناسب و هم‌زمان کاهش درآمد بر مصرف جلوگیری می‌نمایند. از سوی دیگر، افزایش درآمدی را بیشتر متوجه مصرف می‌سازند و به افزایش بیشتر از رشد سطح تولید و مصرف زدگی بیشتر کمک می‌نمایند.

در نمودار (۲)، روند تغییرات مصرف و سرمایه‌گذاری در ایران در فاصله سال‌های ۱۳۳۸ تا ۱۳۸۶، به طور هم‌زمان نشان

سه‌م سرمایه‌گذاری از تولید ناخالص داخلی در حدود ۳۰ درصد و سهم مصرف در حدود ۷۰ درصد بوده است.

مطالعات تاریخی نشان می‌دهد که از دوره قاجار به بعد به طور فزاینده‌ای شکاف بین بنیة تولیدی و الگوی مصرف در کشورمان در حال افزایش بوده است؛ اما به ناگهان پس از استخراج نفت و دستیابی به درآمدهای سرشار نفتی که پس از سال‌های ۱۳۵۲ به اوج خود رسید، توجه به نیازهای مصرفی و تأمین آن از خارج از کشور به وسیله درآمدهای نفتی، شکاف بین الگوی مصرف و توان تولیدی کشور افزایش یافت.

بنابراین درآمدهای نفتی به عنوان یک محرک قوی در ایجاد شکاف بین توان تولیدی کشور و الگوی مصرف در جامعه، نقش به‌سزایی داشته‌اند و درآمدهای نفتی در کنار برخی از سیاست‌گذاری‌ها و تصمیمات اقتصادی که در سال‌های اخیر توسط دولت صورت گرفته است، به طور مشترک نظام مصرف و تولید در کشور را دستخوش تغییر قرار داده است، که در ادامه آن را مرور می‌کنیم.

نقش درآمدهای نفتی در افزایش سطح مصرف مهم‌ترین تأثیر نفت بر اقتصاد کشور، پدیدار شدن الگوی توسعه اقتصادی کشور است، که همه چیز را عمدتاً برای مصرف

کردن نظام مالیاتی و سرریز عواید درآمدهای نفتی در جامعه، در مرحله بعد، مصرف خصوصی و تا حدودی هم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، افزایش پیدا خواهد کرد. در واقع در ایران، مصرف، سرمایه‌گذاری و تولید، همگی اموری مربوط به نفت و جدول (۱) سهم نفت از تولید ناخالص داخلی و درآمدهای دولت (درصد)

سال	سهم نفت از تولید ناخالص داخلی	سهم نفت از درآمدهای دولت
۱۳۴۴	۴۰,۰۰	۵۴,۸
۱۳۵۰	۳۷,۲۵	۶۰,۱
۱۳۵۵	۳۳,۶۱	۷۷,۴
۱۳۶۰	۸,۴۸	۵۹,۷
۱۳۶۵	۱۲,۱۳	۲۵,۵
۱۳۷۵	۱۵,۷	۶۶,۸
۱۳۸۰	۱۱,۵۱	۵۷,۳
۱۳۸۴	۱۰,۹۶	۴۸,۱
۱۳۸۵	۱۰,۶۴	۴۳,۹

مأخذ: اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی ج.ا.

درآمدهای نفتی هستند و درآمدهای نفتی علاوه بر دامن زدن به سطح مصرف در جامعه، ساختار تولید و نظام انگیزشی تولید را معیوب ساخته است. در ایران در ۲۰ سال گذشته به طور متوسط

نمودار (۳) - درصد تغییرات درآمدهای نفتی و درصد تغییرات مصرف



مأخذ: اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی ج.ا.

بعد تا سال ۱۳۶۳ دوباره رو به کاهش می‌گذارد. از سال ۱۳۶۳ از اثر نفت بر اقتصاد کشور با توجه به کاهش درآمد نفت، کاسته می‌شود و شاخص‌های یاد شده به حداقل خود در سال ۱۳۶۵ می‌رسد. با افزایش درآمد نفت از سال ۱۳۶۶ و افزایش قابل توجه آن از سال ۱۳۶۸ برای یک دوره چند ساله اثر نفت بر اقتصاد افزایش می‌یابد؛ ولی از سال ۱۳۷۱ رو به کاهش می‌نهد ولی میزان کاهش اندک است و این روند در سال‌های بعدی نیز ادامه می‌یابد و ز آن پس تنها شاهد نوساناتی اندک هستیم. با این حال سهم نفت در بودجه دولت روندی کاهشی را تا سال ۱۳۷۷ طی می‌کند اما پس از آن تا سال ۱۳۸۲ شاهد روندی افزایشی هستیم که مجدداً در سال‌های بعدی به روندی کاهشی تبدیل می‌گردد. نمودار (۳) به خوبی روند تأثیرپذیری اقتصاد ایران از درآمدهای نفتی را نمایش می‌دهد.

نظام مالیاتی و ترویج مصرف‌گرایی

مالیات به عنوان یک ابزار سیاست‌گذاری، همواره مورد توجه دولت‌ها بوده است. اقتصاددانان از مالیات به عنوان ابزاری که در شرایط رکود و رونق به تعادل اقتصادی کمک می‌کند بهره می‌جویند و با افزایش یا کاهش مالیات بر درآمدها به سطح درآمد قابل تصرف افراد تأثیر می‌گذارند و سبب می‌گردند که میزان مصرف و تقاضای افراد کاهش یا افزایش یابد و با اثرگذاری بر سطح قیمت‌ها از طریق مالیات، با استفاده از مکانیسم قیمت‌ها به برقراری تعادل اقتصادی کمک کنند.

نظام مالیاتی در ایران به خوبی مورد توجه قرار نگرفته است. درآمدهای نفتی و درآمدهای مالیاتی به عنوان دو منبع

از خارج تدارک می‌بیند و بازتاب چنین نگرشی، پدیدار شدن ذهنیت مثبت در بسیاری از مردم کشور در مورد مصرف کالاها و خدماتی است که منشأ مستقیم و غیرمستقیم خارجی دارند.

درآمدهای ارزی سرشار حاصل از نفت این امکان را برای مدیران اقتصادی کشور به وجود می‌آورد تا با اعمال مدیریت توسعه‌ای برونزا، آرام آرام و همراه با رشد صنعت نفت، تجارت خارجی و بالاخره الگوی مصرف داخلی، دگرگونی‌هایی را در راستای برونزا شدن یافتند، که باعث شد حلقه وابستگی به خارج در جهت خام فروشی و واردات و مصرف کالاهای ساخته شده تکمیل گردد. به این ترتیب برونزایی صنعت نفت در تداوم خود به برونزایی کل اقتصاد و برونزایی بخش مهمی از فرهنگ داخلی در ارتباط با مصرف منتهی شد.

جدول (۱) اطلاعات سهم نفت از تولید ناخالص داخلی و همچنین درآمدهای دولت را نشان می‌دهد. می‌توان گفت که تقریباً پس از ملی شدن صنعت نفت سهم نفت، در تولید ناخالص داخلی و همچنین درآمدهای دولت رو به افزایش نهاد و تا قبل از این سال‌ها درآمد نفت بخش اندکی از درآمد دولت در بودجه و بخش بسیار ناچیزی از درآمد ناخالص داخلی را تشکیل می‌داد. این روند حتی در سال‌های قبل از ۱۳۵۰ نیز ادامه یافت؛ ولی پس از سال ۱۳۵۰، به صورتی شتابان اهمیت نفت در اقتصاد ایران افزایش می‌یابد و اوج آن از سال ۱۳۵۳ پس از ۴ برابر شدن بهای نفت خام صادراتی ایران است که درآمد نفت به ترتیب ۴۲ درصد در تولید ناخالص داخلی و ۸۷ درصد در درآمدهای دولت در بودجه را تشکیل می‌داده است. پس از این سال تا سال ۱۳۶۰ درآمد ناخالص داخلی کاهش می‌یابد؛ ولی از این سال به

جدول (۲) - ترکیب درآمدهای مالیاتی دولت (درصد)

سال	مالیات اشخاص حقوقی	مالیات بر درآمد	مالیات بر ثروت	مالیات بر واردات	مالیات بر مصرف و فروش
۱۳۵۰	۱۸,۹	۱۴,۸	۳,۸	۴۶,۳	۱۶,۳
۱۳۶۰	۴۱,۱	۱۴,۱	۲,۹	۳۰,۶	۱۱,۳
۱۳۷۰	۲۸,۰	۱۷,۵	۵,۰	۳۴,۴	۱۵,۱
۱۳۸۰	۲۹,۶	۲۰,۸	۴,۶	۲۸,۳	۱۶,۷
۱۳۸۵	۴۸,۱	۱۲,۸	۳,۵	۲۶,۳	۹,۳
میانگین ۵۸ - ۱۳۵۰	۳۸,۶	۱۴,۶	۴,۰	۲۸,۰	۱۴,۸

مآخذ: اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی ج.ا.

نوع مالیات با کاهش قیمت‌های عرضه کننده داخلی، می‌تواند محدودکننده واردات باشد (نادران، ۱۳۸۰: ۶۸). در خصوص مالیات بر واردات نیز به روشنی مشخص است که این نوع مالیات ضمن این که منبع درآمد مناسبی را برای دولت فراهم ساخته است، به نوعی کنترل کننده واردات و مصرف کننده کالاهای خارجی به شمار می‌آید و می‌تواند سهم به سزایی در کاهش مصرف ایفا کند.

یارانه‌های مصرفی و ترویج مصرف‌گرایی

یارانه‌های مصرفی یارانه‌هایی هستند که جهت تعدیل در توزیع درآمدها و تعدیل آثار ناشی از فشار بازار، تصحیح الگوی مصرف کالای تولید داخل به مصرف کننده پرداخت شود که از جمله آنها می‌توان به مابه‌التفاوت قیمت خرید و فروش کالاهای اساسی و آنچه تحت عنوان خرید متضمن کالا گفته می‌شود اشاره نمود.

در ایران هدفمند کردن یارانه‌ها با ادبیات خاصی مورد استفاده قرار گرفته است که قرار دادن آن یک نوع هدف خاصی برای یارانه است؛ یعنی ایجاد شرایطی که سهم بیشتری در یارانه‌ها نصیب گروه‌های خاص اجتماعی و به خصوص گروه‌های کم درآمد و فقرا شود؛ این در حالی است که لیست‌های پایین کالاها فقط به افراد کم درآمد اختصاص پیدا نمی‌کند و در مورد بسیاری از کالاها تقریباً همه افراد جامعه با هر سطح درآمدی می‌توانند از آن کالای خاص با قیمت یارانه‌ای بهره‌مند گردند، لذا قیمت پایین به عنوان یک علامت فشار به مصرف‌کنندگان منجر به مصرف بیشتر گردید و ادامه سیاست‌های حفظ یارانه‌ها برای کالاهای مذکور سبب حفظ لیست پایین این کالاها و افزایش بیشتر مصرف آنها می‌گردد.

اختصاص سهم درآمدی کمتر به کالاهای مشمول یارانه نیز از سوی گروه‌های مختلف درآمدی جامعه به کالاهای مذکور سبب آزاد شدن بخشی از درآمد گروه‌های کالایی شامل یارانه - که در صورت عدم پرداخت یارانه از سوی دولت نیازمند صرف سهم درآمدی بیشتری بود - گروه که حال خانواده‌های توأم مصارف دیگری برای آن مدنظر بگیرند. این از مصارف جدید خانوارها در این شرایط اختصاص درآمدهای آزاد شده از ناحیه

عمده تأمین درآمدهای عمومی دولت به شمار می‌آیند. سهولت دسترسی به منابع درآمدهای نفتی در اقتصاد ایران سبب شده است که دولت توجه کمتری به درآمدهای مالیاتی از خود نشان دهد و درآمدهای نفتی را جایگزین این درآمدها سازند. بر اساس اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی ج.ا. در سال ۱۳۵۰ حدود ۶۰/۱ درصد از مجموع درآمدهای نفتی دولت را درآمدهای نفتی تشکیل می‌دهند و در همین سال سهم مجموع درآمدهای مالیاتی از درآمدهای عمومی دولت در حدود ۳۱/۲ درصد است. سهم درآمدهای نفتی از درآمدهای عمومی دولت در سال ۱۳۸۵ به حدود ۴۳/۹ درصد کاهش یافته است. سهم درآمدهای مالیاتی نیز با وجود برخی نوسانات به ۳۶/۶ درصد افزایش یافته است. به طور میانگین در دوره ۸۵-۱۳۵۰ سهم درآمدهای نفتی از مجموع درآمدهای عمومی دولت معادل ۵۳/۹ درصد و سهم درآمدهای مالیاتی از درآمدهای دولت ۳۳/۶ درصد بوده است. اطلاعات مذکور نشان می‌دهند که نظام مالیاتی از اهمیت و توانایی چندانی در کشور برخوردار نبوده است و استفاده از ابزار سیستم مالیاتی به عنوان ابزاری جهت کنترل متغیرهای کلان اقتصادی از جمله مصرف چندان مورد توجه نبوده است. ضمن این که درآمدهای مالیاتی وصولی در نظام مالیاتی ایران را بیشتر درآمدهای مالیاتی بر اشخاص حقیقی و شرکت‌ها تشکیل می‌دهد و سایر منابع مالیاتی نظیر مالیات بر درآمد و ثروت که قدرت کنترل‌کنندگی درآمد قابل تصرف را در اختیار دولت قرار می‌دهند، از سهم کمتری برخوردارند و یا درآمدهای ناشی از مالیات بر مصرف و فروش که می‌توانند با تأثیر بر قیمت تمام شده کالاها مصرف کالاهای مذکور را تحت تأثیر قرار دهند. اطلاعات جدول (۲) نشان می‌دهد که سهم مالیات بر شرکت‌ها در دوره ۸۵-۱۳۵۰ رو به افزایش بوده و از ۱۸/۹ درصد در سال ۱۳۵۰ به حدود ۴۸/۱ درصد در سال ۱۳۸۵ افزایش یافته است. سهم مالیات بر درآمد در دوره مذکور کاهش یافته است و از ۱۴/۸ درصد در سال ۱۳۵۰ به ۱۲/۸ درصد در سال ۱۳۸۵ کاهش یافته است. مالیات بر مصرف نیز با کاهش چشمگیر از ۱۶/۳ درصد در سال ۱۳۵۰ به حدود ۹/۳ درصد در سال ۱۳۸۵ رسیده است. مالیات بر مصرف که به شیوه‌های مختلف از جمله مالیات بر ارزش افزوده متصور است با هدف اصابت به مصرف داخلی وضع می‌شود. بنابراین، این

در پی دارد که نرخ تورم را به میزان قابل توجهی افزایش می‌دهد. همچنین این پارانه‌ها موجب کسری بودجه دولت می‌شوند و در مواقعی که دولت برای تأمین کسری بودجه خود به بانک مرکزی روی آورد، با افزایش بدهی دولت به بانک مرکزی با هم بر میزان تورم افزوده می‌شود.

رشد نقدینگی و تغییر سطح و الگوی مصرف

یکی از اقدامات دولت‌ها در طول سالیان گذشته استفاده از سیاست‌های پولی در تثبیت و تنظیم امور اقتصادی کشور و بازار است. در این راستا در بسیاری از موارد دولت اقدام به اجرای سیاست‌های انبساطی پولی و افزایش حجم پول نموده‌اند. عدم سیاست‌گذاری مناسب و هم سو نبودن سیاست‌ها و اهداف مدیران اقتصادی کشور سبب شده است که نقدینگی به عنوان مهمترین عامل افزایش تورم در ایران شناخته شود؛ چرا که هدایت نادرست نقدینگی در اقتصاد ایران و سوق دادن آن به سمت بازار مصرف در بسیاری از دوره‌ها تکرار شده و با به خدمت گرفته شدن نقدینگی در واردات و مصرف کالاها، موجبات حاکمیت شرایط تورمی در اقتصاد ایران فراهم شده است این در حالی است که کشور ما دوره‌های تورمی طولانی را تجربه کرده است.

کالاهای مشمول پارانه به مصرف کالاهای دیگر از جمله کالاهای لوکس و غیر ضروری اختصاص می‌یابد و با تأثیر بر الگوی مصرف خانوارها در سطح کشور، به مصرف بیشتر کالاهای در کشور منجر می‌شود.

از سوی دیگر پرداخت پارانه به بعضی از کالاها و خدمات به تناسب و با توجه به میزان مصرف افراد صورت نمی‌گیرد و سهمیه‌های برای افراد در نظر گرفته نمی‌شود. معیار سنجش استفاده از این نوع پارانه‌ها قدرت مصرف افراد جامعه است و چون اقشار محروم ظرفیت مصرفی کمتری دارند، از پارانه کمتری برخوردار می‌شوند. در عوض اقشار غنی که ظرفیت مصرفی بیشتری دارند، پارانه بیشتری دریافت می‌کنند و منفعت بیشتری عاید آنها می‌شود. پارانه‌های پنهان طی سالیان متمادی در دهه‌های گذشته با اختصاص ارز دولتی بر اقتصاد کشور حاکم بوده‌اند و بخش عمده آن‌ها نصیب اقشار مرفه جامعه شده است. مهم‌ترین اثر پارانه‌های پنهان بر اقتصاد کشور، افزایش عدم تعادل در سطح کلان اقتصادی است که از طریق افزایش مصرف و تقاضای کل صورت می‌گیرد. این افزایش مصرف و تقاضا، به علت محدودیت تولید، در نهایت موجب افزایش واردات می‌شود. افزایش مصرف و تقاضا و سپس واردات و افزایش سطح قیمت‌ها را

نمودار (۴) - درصد تغییرات نقدینگی و درصد تغییرات مصرف



مأخذ: اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی ج.ا.



خواهند دید ولی دسته دیگر که اکثراً در خدمات تجاری و بازرگانی و به ویژه واسطه‌گری مشغول به کارند افزایش‌های بادآورده و چشم‌گیری را در درآمدهای خود شاهد خواهند بود. این گونه آثار در زمینه ثروت افراد نیز اتفاق خواهد افتاد (عظیمی، ۱۳۸۵: ۲۸۹-۲۸۸).

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

مطالعه سیر تاریخی الگوی مصرف در کشورهای صنعتی نشان داد که بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته، در مراحل اولیه توسعه توجه بسیاری به مقوله توان تولید داخلی و گسترش بنیه تولید خود داشته‌اند و جهت دستیابی به آن سعی می‌کردند منابع اقتصاد کشور و تقاضا برای محصولات را به سمت تولیدات داخلی خود سوق دهند. به همین منظور، کنترل واردات به عنوان یکی از روش‌های جلوگیری از مصرف زیاد محصولات و توجه به تولید داخلی، همواره مورد توجه بوده است.

در رابطه با کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، سخن از مصرف، مشابه کشورهای صنعتی که تقسیم کار بین‌المللی بر پایه نیاز آنان به وجود آمده و روابط تجاری از سوی شرکت‌های فراملیتی انحصاری به نفع آنان تعیین شده، امری غیر مفید و گاه زیانبار است.

بحث اصلی در کشورهای جهان سوم در زمینه مصرف کالاها و خدمات که گاه از سوی شرکت‌های فراملیتی دامن زده می‌شود، و گاه تولیدات داخلی کشورهای در حال توسعه در مقابل تولیدات کشورهای صنعتی، به عنوان یک ضد ارزش تلقی می‌شود، با توجه به افزایش سطح تولید در کشورهای صنعتی و اشباع شدن بازار داخلی آنها، نیاز بازارهای تقاضای خارجی امری ضروری است. در چنین شرایطی است که عامل فرهنگی در مورد مصرف و نقش آن در تأثیر روی باورهای مصرفی کشورهای در حال توسعه جهان اهمیتی بیشتر از گذشته یافته و باعث رهاسازی الگوی مصرف و آزادسازی واردات گردیده است.

این وضعیت باعث تمایل روزافزون کشورهای در حال توسعه به مصرف کالاهای خارجی و عدم توجه به تولیدات داخلی شده است و تأمین کالاهای مصرفی خارجی - چه به دلیل ترجیح مصرف‌کنندگان داخلی به کالاهای خارجی و چه به علت عدم وجود ظرفیت تولید کالاهای مصرفی در داخل - به هر شکلی

فریدمن و شوترز، در توضیح علل رکود و کاهش تقاضا در اقتصاد این مسأله را مطرح می‌کنند که تغییرات در حجم پول عمده‌تأثیر نقش مستقلی در نوسانات ادواری ایفا کرده است و تغییرات ادواری پول رابطه بسیار مشابهی (هم در زمان بندی و هم در اندازه نوسان) با حرکات ادواری در فعالیت‌های اقتصادی دارد (اسنودن و همکاران، ۱۳۸۳: ۱۳۰-۱۲۷).

این دیدگاه به اهمیت پول و افزایش حجم نقدینگی در اقتصاد کشور در تأثیراتی که می‌تواند در افزایش تقاضا در اقتصاد ایفا کند، اطلاعات مربوط به حجم پول در طول سال‌های ۸۵-۱۳۵۲ را نشان می‌دهد که حجم پول در دوره مورد بررسی از ۵۱۷/۵ میلیارد ریال در سال ۱۳۵۲ به حدود ۱۲۸۴۱۹۹۴ میلیارد ریال در سال ۱۳۸۵ افزایش داشته است و در حدود ۲۴۸۲ برابر شده است. این مسأله تبعات جدیدی را بر اقتصاد ایران به همراه داشته است و سطح و الگوی مصرفی جدیدی را در کشور به وجود آورده و به سطح مصرف در کشور افزوده است. حال آنکه با توجه به ساختار مطلوب تولید و اساساً کندی تعدیل در ساختار تولیدات، به افزایش تقاضا مصرف‌کنندگان داخلی را به سوی استفاده و تهیه کالاهای خارجی سوق داده است و سهم شایانی در گسترش کالاهای وارداتی (اعم از کالای وارداتی رسمی و غیر رسمی) داشته است. نمودار (۴) سطح ارتباط بین رشد نقدینگی و رشد مصرف خصوصی در کشور را نشان می‌دهد و هم‌سویی تغییرات مصرف و نقدینگی به خوبی در آن نمایان است.

تورم طولانی و سریع باعث در هم ریختگی بافت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه می‌شود. از کارکرد مؤثر نهادهای قانون‌گذاری، سیاست‌گذاری و مدیریت جامعه جلوگیری می‌کند و باعث ایجاد بی‌عدالتی‌های اجتماعی و اقتصادی ناخواسته بسیار می‌گردد.

تورم باعث توزیع مجدد درآمد و ثروت بدون توجه به ضابطه کار و کارایی می‌شود و لذا چنین توزیع مجددی در بسیاری از موارد از نظر اجتماعی غیر عادلانه است. در شرایط تورمی و در اثر تورم، درآمد بسیاری از افراد کمتر از نرخ تورم و درآمد برخی بیش از نرخ تورم افزایش خواهد یافت. گروه اول شامل اکثر افراد مزدبگیر و حقوق‌بگیر و... می‌شود، از تورم زیان

ضرورت پیدا می‌کند.

منابع:

- اسنودن، بی، اچ وین و پی‌وینار کوچ (۱۳۸۳). راهنمای نوین اقتصاد کلان. ترجمه منصور خلیلی عراقی و علی سوری. تهران: انتشارات برادران.
- بار، ویلیام (۱۳۷۶). اقتصاد سیاسی. ترجمه منوچهر فرهنگ. تهران: سروش-جلد دوم.
- باربر، ویلیام جی (۱۳۷۰). سیر اندیشه‌های اقتصادی. ترجمه حبیب‌الله تیموری. تهران: انتشارات آموزش انقلاب اسلامی.
- بانک مرکزی ایران. بانک اطلاعات سری زمانی <http://tsd.cbi.ir>
- بگ، دیوید و استانیلی فیشر و رودریگر دورنبوش (۱۳۸۵). اقتصاد کلان. ترجمه محمد حسین تیزهوش. تهران: جنگل. جلد دوم.
- بی‌نا (۱۳۶۹). گامی در شناخت الگوی مصرف. ماهنامه بررسی‌های بازرگانی، شماره ۴۰-۳۷.
- تارو، لستر (۱۳۷۵). رویارویی بزرگ: نبرد اقتصادی آینده ژاپن، اروپا و آمریکا. ترجمه عزیز کیاوند. تهران: نشر دیدار.
- جعفری، صمیمی (۱۳۸۱). اقتصاد بخش عمومی. تهران: سمت.
- دادگر، بداله (۱۳۸۳). تاریخ تحولات اندیشه اقتصادی (آزمونی مجدد). قم: دانشگاه مفید.
- رزاقی، ابراهیم (۱۳۸۰). آشنایی با اقتصاد ایران. تهران: نشر نی.
- رزاقی، ابراهیم (۱۳۷۴). الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی. تهران: چاپخش.
- فلوزا، دونیز (۱۳۷۰). اقتصاد معاصر. ترجمه منوچهر فرهنگ. تهران: سروش.
- گالبرایت، جان کنت (۱۳۴۰). جامعه متمدن. ترجمه حسین شجره. تهران: مؤسسه علوم اداری.
- مرکز آمار ایران. «سالنامه‌های آماری کشور. سال‌های مختلف.
- معتضد، خسرو (۱۳۸۵). بوی‌های اقتصادی ایرانیان در قرون ۱۹ و ۲۰. مجموعه مقالات سومین همایش دوسالانه اقتصاد ایران. تهران: پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس.
- نادران، لیس (۱۳۸۰). مالیات بر ارزش افزوده؛ روش‌ها و آثار. فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی، شماره ۱، تابستان ۱۳۸۰.
- نقی‌زاده، محمد (۱۳۸۵). مروری کلی بر سیر تحولات تفکرات اقتصادی ژاپن. مجموعه مقالات سومین همایش دوسالانه اقتصاد اسلامی. تهران: پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس، مهر ۱۳۸۳.
- ویر، ماکس (۱۳۷۲). اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری. ترجمه عبدالکریم رشیدیان و بریسا منوچهری کاشانی. تهران: علمی و فرهنگی.
- هاوکینز، دل و راجر بست و کشت کانی (۱۳۸۵). رفتار مصرف‌کننده. ترجمه دکتر احمد روستا و عطیه بطحایی. تهران: سارگل.

از سوی دیگر، بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته جهان، در مراحل اولیه توسعه، توجه به توان تولیدی و افزایش سرمایه‌گذاری و ظرفیت‌های خود را در اولویت قرار داده‌اند و مصرف را تحت کنترل و در خدمت تولید مورد توجه قرار داده‌اند. در ایران نیز مانند بسیاری از کشورهای در حال توسعه جهان، توجه به مصرف، بدون در نظر گرفتن بنیه تولیدی کشور، با نوعی رهاسازی الگوی مصرف به قیمت تخریب بنیان تولیدی کشور همراه بوده است و لطمات زیادی را در جریان توسعه و رشد اقتصادی کشور بر جای گذاشته است. رویکرد مصرف برون‌زا در کنار منابع نفتی به عنوان راه‌حلی سریع و آسان تأمین مالی نیازهای مصرفی کشور، شدت مصرف‌گرایی و ترویج استفاده از کالاهای وارداتی را دو چندان کرده است. همچنین برخی تصمیمات و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی در زمینه‌های مختلف همچون افزایش مداوم نقدینگی، بی‌توجهی به نظام مالیاتی کارآمد که در خدمت نظام تولید قرار بگیرد و پرداخت‌پارانه‌های مصرفی، موجب افزایش بیشتر سطح مصرف گردیده‌اند.

بنابراین، برای شتاب بخشیدن به رشد و توسعه اقتصادی، ضروری است که تصمیمات و سیاست‌گذاری‌ها و اقدامات دولت به نحوی صورت گیرد که در جهت حرکت به سمت یک اقتصاد تولیدگرا، کنترل الگوی مصرف و کاهش سطح مصرف در جامعه پیش رویم؛ لذا مقتضی است که نسبت به مصرف درآمدهای نفتی برنامه‌ریزی و دقت بیشتری صورت گیرد و این منابع بیشتر در جهت تقویت توان تولیدی کشور صرف گردند. سایر سیاست‌ها نیز در زمینه نظام مالیاتی، پارانه‌ها، میزان نقدینگی و سیاست‌های فضای کسب و کار به گونه‌ای تنظیم گردند که بر اهمیت موضوع سرمایه‌گذاری و تولید در فضای کشور تأکید ورزند.