



دی‌دگاه

شماره: ۶۴۰	موضوع: اصلاح الگوی مصرف در سال اقتصاد و فرهنگ
تاریخ: ۹۳/۰۴/۱۴	

تهیه و تنظیم: احمد اخوی

توضیح اجمالی:

مقام معظم رهبری، علت نامگذاری سال جاری را به سال "اقتصاد و فرهنگ با عزم ملی و مدیریت جهادی"، شکوفایی اقتصاد ملی و ایجاد فرهنگی بالنده برای تعیین سمت و سوی حرکت جامعه و اقتصاد اعلام کرده اند. با وجود آنکه فرهنگ در حوزه های مختلف نگرش انسان مثل نگرش به کار و تلاش، کمک به هم‌نوع، رفتارهای اجتماعی، رفتار و تعامل با طبیعت و م‌حیط زیست، رفع مناقشات فی‌مابین، جنگ و صلح و غیره تاثیر قطعی دارد با این حال، در حوزه اقتصاد بارزترین محل تاثیر آن اگر در طرف تولید و عرضه کارآفرینی و علاقه به کار و تلاش باشد در طرف تقاضا مسلماً الگوی مصرف و سرمایه‌گذاری است.

شاید اثر تحریم‌ها اکنون احساس این رابطه نزدیک بین الگوی مصرف و فرهنگ و اقتصاد را آسانتر کرده باشد. اکنون می‌شود به آسانی پذیرفت که تحمل تحریم‌ها و تاب آوردن در برابر تکان‌های اجتماعی و قدرت‌های جهانی برای یک جامعه منضبط و اخلاقی که در سبک زندگی و سلوک اجتماعی بیش از انگیزه‌های خود محور تابع نیازهای اجتماعی و طبیعی، مشروع و ضروری است، چقدر آسانتر و مؤثرتر می‌باشد. به عکس تحمل تحریم در جامعه‌ای که فرهنگ فردگرایی حاکم است و نیازها در تعیین مطلوبیت‌ها و انتخاب‌ها در مقایسه با مد و مصرف زدگی جایگاه مناسبی ندارند، چقدر سخت‌تر و دشوارتر است.

اصلاح الگوی مصرف نه تنها ضامن سلامت اثر فرهنگ بر مصرف است، بلکه سنگ بنای اقتصاد مقاومتی را نیز تشکیل می‌دهد. اقتصادی از آن نوع که تاب تحمل تکان‌های اجتماعی و اقتصاد جهانی را دارد و ضمن تعامل سالم با آن اقتصادها اسیر سودجویی‌ها و نوسانات آنها نمی‌شود. این دقیقاً همان موضع اقتصاد مقاومتی در اصلاح الگوی مصرف است که البته با سیاست‌ها و برنامه‌های صحیح اقتصادی و درآمدی تکمیل می‌شود. مسلماً یکی از مهمترین شاخصه‌های فرهنگی الگوی مصرف مقاومتی، دوری از روش‌ها و رفتارهایی است که اسارت طبقات اشراف منش و منحط و بالطبع اسارت قدرت‌های انحصاری را در پی دارد. بنابراین، لازم است مبانی اصلاح الگوی مصرف را از مؤلفه‌های اصلی برنامه‌های فرهنگی قرار داد تا جایی که بتوان شاهد حیات سالم، توسعه پایدار و تامین عدالت در سه حوزه تولید، توزیع و مصرف کالاها و منابع بود، همچنانکه لازم است از ابزار اقتصادی برای اصلاح رفتار در این حوزه‌ها استفاده کرد.

نکات کلیدی:

۱. تلاش فرهنگی در جهت تغییر نگرش به منابع و نهاده‌ها از مصرف‌نهایی به مصرف واسطه‌ای و تولیدی. به جای عادت در عدم رعایت اقتصاد در مصرف انرژی، فرهنگ صرفه‌جویی و تلاش برای رشد ارزش افزوده آن در تولید رعایت شود. مالیات تصاعدی بر مصرف‌نهایی و جایزه برای روش‌های نوین فنی و اقتصادی در مصرف واسطه‌ای انرژی از راهکارهای مؤثر اقتصادی است.
۲. احیاء مراسم و یادبودهای تاریخی و برگزاری آنها به آداب و شیوه‌های ساده، سالم و غیر اشرافی، با استفاده از مبانی اخلاقی و جلوگیری از افراط و تفریط، چشم و هم‌چشمی و رقابت ناسالم گروه‌ها و نهادهای دولتی و غیر دولتی از تضييع منابع و مصرف با هدف مصرف.
۳. اجتناب از دسته‌بندی‌های سیاسی- فرهنگی خودی و غیر خودی در طبقه‌بندی‌های رفتار مصرفی و به جای آن تلاش برای ارتقاء کیفیت فرهنگ عمومی و مدنیت اجتماعی در اصلاح الگوی مصرف.
۴. همچنانکه رفع نیازهای سالم و طبیعی، منطقی قوی و قابل دفاع برای مصرف است، مصرف با هدف خودنمایی و به خاطر مصرف راهگشای ایدئولوژی مصرف تظاهری در جامعه است که زمینه نفوذ فرهنگ مصرفی غرب و گرایش به مصرف به جای هرگونه پس‌انداز را که نامتناسب با نیاز اقتصادهای در حال توسعه است، بوجود می‌آورد.
۵. انجمن‌ها و نهادهای وابسته به کارگران و کارفرمایان باید از سرمایه‌گذاری‌ها و برنامه‌های تولیدی که در بلند مدت جز در پی سودجویی نیستند، دفاع نکنند. همچنانکه لازم است با تمام توان خود از سرمایه‌گذاری‌ها و تلاش‌های کارآفرینی که ضمن ایجاد سود، نیاز جامعه را نیز بر می‌آورند، دفاع کنند. سیاست مالیاتی سختگیرانه و البته رقابتی برای مقابله با سودجویان و تشویق مالیاتی یا حتی پرداخت انتقالی برای قابلیت‌های از لحاظ مالی کم بنیه پیشنهاد می‌شود.

تأیید رئیس مؤسسه:

تأیید رئیس گروه مشاوران:



مؤسسه مطالعات پژوهش های بازرگانی



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

دی-دگاه