

اصلاح الگوی مصرف

فصل اول

۱- مفهوم شناسی

امروز جنبه های منفی و ضداقتصادی مصرف را با ترکیب مصرف گرایی یا مصرف زدگی بیان می کنند و برای رساندن معنای مثبت و عادی این پدیده اقتصادی به همان کلمه مصرف، بسنده می کنند. البته واژه های دیگری چون : استعمال، استفاده ، کاربرد ، هم معانی مترادفی برای این کلمه هستند، اما استفاده از این کلمات هریک جای خود را دارد و نمی توان آنها را به جای هم به کار گرفت . در فرهنگ اسلامی مصرف به طور عام معنای منفی ندارد و به مفهوم استفاده کردن از مواد و ابزار و وسائل مورد نیاز زندگی است، اما برای موارد استفاده چه مثبت و چه منفی، چه در جای خود یا خارج از قواعد معمول زندگی واژگان اختصاصی دیگری متداول است که به خوبی بیانگر ابعاد و ویژگیهای جنبی این پدیده اقتصادی که گاه مجعد فرهنگی هم می یابد، می باشد. در تبیین اصلاح الگوی مصرف لازم است در معانی لغوی سه کلمه مذکور تاملی نمود.

۱-۲- اصلاح

اصلاح و اصلاح کردن در لغت به معانی مرمت کردن و تعمیر نمودن ، تصحیح کردن و درست کردن ، نظم و ترتیب دادن و بسامان کردن کارهاست.

در مفهوم و معانی اصطلاحی الگو نیز گفته اند : الگو چیزی است که در یک گروه اجتماعی به این منظور شکل گرفته باشد که (به عنوان) مدل یا راهنمای عمل در رفتارهای اجتماعی به کار آید ...الگوها آن شیوه های زندگی هستند که از صورتی فرهنگی منشأ میگیرند . یک الگو یک مدل یا یک سری قوانین است که با استفاده از آن می توان هر چیزی یا قسمتی از یک چیز را تولید نمود. علم کشف الگوها به کشف الگو معروف است در واقع تولید هر چیزی است که با تکرار عجین شده باشد . تکرار میتواند زیر الگوها یا زیر الگوهای اصلاح شده بر طبق چند قانون ساده، داشته باشند. در یک تقسیم بندی کلان، الگوها به الگوهای مثبت و منفی تقسیم می شود.

۱-۳- مصرف

مصرف نیز به معنی استفاده کردن و در لغت نامه دهخدا تحت عناوین محل بازگشت، جای بازگشت، محل صرف و خرج، جای خرج کردن و به کار بردن و محل هزینه کردن آورده شده است . در فرآیند اصلاح الگوی مصرف ما باید ضمن بازتعریف رابطه ما با منابعی که در اختیار داریم، بهره برداری صحیح، علمی و مناسب از منابع و ظرفیت های موجود را بیاموزیم، الگوی مصرفمان را اصلاح کنیم و بهتر آن است که منحرفش کنیم به آن چیزی که اسلام به ما دستور داده، نه آن چیزی که عرف می پسندد.

۱-۴- اصلاح الگوی مصرف

اصلاح الگوی مصرف عبارت است از نهادینه کردن روش صحیح و مناسب استفاده از منابع مادی و غیرمادی کشور به صورتی که باعث ارتقای شاخص های زندگی مردم و کاهش هزینه ها شود. چگونه مصرف کردن ، چه چیز مصرف کردن،

شناسایی نیازهای واقعی و رعایت اعتدال و صرفه جویی در بهره برداری از امکانات و منابع موضوع اصلی الگوی صحیح مصرف می باشد.

۵-۱- مفهوم اسراف و تبذیر

لغت شناسان در تعریف و ترسیم اسراف گفته اند تجاوز الحد فی کل فعل : « یفعله الانسان و ان كان ذلك فی الانفاق شهر و يقال تارة اعتبارا بالقدر و تارة بالكيفية؛ خارج شدن انسان از حد و مرز در هر کاری که انجام می دهد را اسراف گویند. گر چه این معنی در انفاق مشهورتر است و اسراف هم گاهی در اندازه و « مقدار (یک چیز است) و گاهی در کیفیت و چگونگی آن واژه اسراف و تبذیر در برابر واژه « اقتصاد » و « اعتدال » قرار دارند و با اندک تفاوتی یک مفهوم « و پیام را می رسانند. با در نظر گرفتن ریشه این دو لغت (اسراف و تبذیر) چنین به نظر می رسد که وقتی این دو در مقابل هم قرار می گیرند اسراف به معنی خارج شدن از حد اعتدال، بی آن که چیزی را ظاهرا ضایع کرده باشد، مثل این که، ما لباس گرانی قیمتی بپوشیم که بهایش صد برابر لباس مورد نیاز ما باشد یا غذای خود را آنچنان گرانی قیمت تهیه کنیم که با قیمت آن بتوان عده زیادی را آبرومندانه تغذیه کرد. در این جا از حد گذرانده ایم ولی ظاهرا چیزی نابود نشده است اما « تبذیر » و ریخت و پاش، آن است که چنان مصرف کنیم که به اتلاف و تضييع بیانجامد. مثل این که برای دو نفر میهمان غذای ده نفر را تهیه کنیم آن گونه که بعضی از جاهلان چنین میکنند و به آن افتخار می نمایند و باقی مانده را در زباله دان می ریزند و اتلاف می کنند البته گاهی هم می شود که در کاربردها، این دو واژه در یک معنی به کار می رود و به اصطلاح عطف تفسیری میشوند، امام علی (ع) در نهج البلاغه می فرماید: **أَلَا وَانَّ اعْطَاءَ الْمَالِ فِي غَيْرِ حَقِّهِ تَبْذِيرٌ وَ اسْرَافٌ وَ هُوَ يَرْفَعُ صَاحِبَهُ فِي الدُّنْيَا وَيَضَعُهُ فِي الْآخِرَةِ وَ يَكْرِمُهُ فِي النَّاسِ وَ يِهِينُهُ عِنْدَ اللَّهِ؛** آگاه باشید مال را در غیر مورد استحقاق صرف کردن تبذیر و اسراف است. ممکن است این عمل انسان را در دنیا بلندمرتبه کند اما مسلما در آخرت پست و حقیر خواهد کرد. در نظر توده مردم ممکن است سبب اکرام گردد اما در پیشگاه خدا موجب سقوط مقام انسان خواهد شد.

۶-۱- مفهوم صرفه جویی

صرفه جویی به معنای درست و مناسب مصرف کردن است. این مسئله برای آشنایی با مبانی و اصول اصلاح الگوی مصرف ایجاد تعادل میان درآمد و هزینه بسیار مهم و اساسی است و در حوزه اقتصاد خانواده نیز می تواند تأثیرگذار و سرنوشت ساز باشد. با این همه صرفه جویی علاوه بر این که در حوزه اقتصاد شخصی معنا و مفهوم می یابد، در حوزه اقتصاد عمومی هم معنا دارد. بر این اساس است که امام خمینی (ره) مصرف زیاد و بیش از نیاز در آب و برق را نه تنها نادرست و حرام می داند بلکه آن را ضمان آور و شخص مسرف را نسبت به جامعه مدیون می شمارند.

فصل دوم

۲- مبانی دینی، اخلاقی و فرهنگی الگوی مصرف با تاکید بر مفاهیم قرآنی

درباره صرفه جویی نگاه قرآن به مسائل اقتصادی هم نگاهی در راستای بهره وری مناسب و درست از امکانات و وسایلی است که خداوند به طور مستقیم یا غیر مستقیم در اختیار بشر قرار داده است. در اسلام همواره سخن از اقتصاد است.

اقتصاد که از واژه قصد گرفته شده به معنای میانه روی و اعتدال است. از این رو بنیاد امور در حوزه تولید و توزیع و مصرف کالا در بینش و نگرش قرآنی میانه روی است. هر گونه رفتارهای بیرون از این چارچوب از نظر قرآن نه تنها نادرست و نا به هنجار است بلکه گناه و گناه جرم قانونی تلقی می شود البته در برخی موارد کم مصرفی هم تذکراتی داده شده که چرا حلال خدا را بر خود حرام می کنند؟ از نظر اسلام، سلامت اقتصادی و پرهیز از فسادانگیزی در حوزه اقتصادی و تصحیح روابط اقتصادی جامعه، هم پای مسائل اعتقادی و عبادی در صدر برنامه های پیامبران قرار دارد، این امر نمی تواند جز با صرفه جویی و بهینه سازی مصرف همراه باشد. زیرا اقتصاد در هر حال بستری برای تکامل بشری است و به عنوان هدف ابزاری یا میانی مطرح می باشد که باید آدمی با بهترین شیوه مصرف و استفاده درست و مناسب، خود را در جایی قرار دهد که بتواند رشد و کمال خویش را ادامه دهد. رابطه ی الگوی صحیح مصرف با جامعه آرمانی: شاید اگر بخواهیم به هدف اصلی و اساسی انقلاب جهانی از آدم(ع) تا خاتم(ص) تا عصر حاضر برسیم و اهداف آموزه های وحیانی را در طول تاریخ بشریت تحقق بخشیم و تمدن اسلامی را چنان که فلسفه دین و حکمت آفرینش است در زمین مستقر سازیم و امکان رشد و تعالی و تکامل برای همه بشریت فراهم آوریم، می بایست به الگوهای مصرف به عنوان یکی از مولفه های اصلی تمدن سازی توجه کنیم. از این رو بخش عمده ای از آموزه های وحیانی قرآن و اسلام، بیان اصول و مطالبی است که به حوزه اقتصاد و چگونگی مدیریت آن باز می گردد. اگر رهبر معظم انقلاب چندین سال پیش فرمان بسیج عمومی برای تمدن سازی می دهد و هر سال براساس آن راهبرد اساسی و اصلی در نامگذاری سال ها برای مدیریت کشوری، نامی خاص برمی گزیند، همه این نامگذاری ها در راستای دستیابی به تمدن جهانی اسلامی است که آرمان همه بشریت در طول تاریخ و فلسفه و حکمت حرکت ها و قیام های همه پیامبران و امامان(ع) بوده است. انقلاب مهدوی(عج) و مسئله انتظار نیز تنها در راستای این مقصد و مقصود، معنای درست می یابد؛ زیرا ظهور، چیزی جز تحقق تمدن دولت جهانی و عدالت پرور به دست انسانی کامل و خلیفه الهی نیست. یکی از مهم ترین بخش هایی که در محقق ساختن تمدن اسلامی بسیار نقش کلیدی دارد، مسئله چگونگی مصرف تولیدات و بهره مندی از امکانات و نعمت های الهی است. از اینرو بیان الگوی صحیح مصرف و اصلاح دایمی و همیشگی آن براساس نیازها و توانایی های هر زمان، به عنوان دغدغه اصلی، خود را بر جامعه انسانی و به ویژه دولت اسلامی تحمیل می کند.

بی گمان هر چه شناخت انسان به خود و محیط زیست خویش کامل تر شود، میزان بهره مندی وی نیز از وسایل و امکانات افزایش می یابد و مصرف بهینه و آسان و ساده آن چیز را نیز بهتر می آموزد. با این همه به عللی شناخت انسان نه تنها نسبت به محیط زیست خویش بسیار ناقص و ابتدایی است بلکه حتی نسبت به خود و نیازها و توانمندی ها و ظرفیت های خویش نیز شناخت کامل و درستی ندارد. از این رو نیازمند آن است تا کس و یا کسانی او را به مسیر درست سوق دهند و به او در این امر یاری رسانند. این جاست که پای پیامبران در زندگی انسان باز می شود تا به وی راه درست زندگی کردن و اهداف و حکمت آن را بیاموزاند. پیامبران(ع) نه تنها به انسان ها در حوزه شناختی، یاری رسانده و می رسانند بلکه در عمل به آنان نشان می دهند که بهترین شیوه زیست کدام است. این همان چیزی است که ما از آن به الگوها و اسوه های زندگی یاد می کنیم. اسوه، شخصی است که به سبب خصلت ها یا خصلت هایی چند، لیاقت و شایستگی آن را می یابد تا الگو و سرمشق علمی و عملی دیگر یا دیگران باشد. از نظر اسلام، هم شخص و هم جامعه می تواند الگو و

سرمشق و پیشوای دیگران باشد. از این رو از اسوه های پسندیده ای چون آسیه و مریم (س) و ابراهیم (ع) و دیگر پیامبران (ع) در آیاتی چون آیه ۱۱ و ۱۲ سوره تحریم و ۸۳ و ۹۰ سوره انعام و ۴ و ۶ سوره ممتحنه سخن به میان می آورد و در آیه ۱۴۳ سوره بقره امت اسلام را به عنوان امتی معتدل و اسوه ای برای توده های مردم معرفی می کند. جامعه آرمانی که خداوند در آیه ۱۱۲ سوره نحل معرفی می کند، جامعه ای برخوردار از آرامش، امنیت، آسایش فراوان و رفاه مطلوب می باشد. این بدان معناست که از نظر قرآن، جامعه نمونه و مطلوب، جامعه ای است که برخوردار از سعادت و خوشبختی باشد که مولفه و عناصر اصلی آن را امنیت و آرامش و آسایش تشکیل می دهد. بنابراین، جامعه نمونه و برتر، جامعه ای است که از نظر فرهنگی و تمدنی به کمال دسته یافته باشد و بتواند با بهترین شیوه توده های مردم را به آسایش و آرامش برساند. این شدنی نیست مگر آن که اقتصاد آن از الگوهای کامل در تولید و توزیع و مصرف برخوردار باشد. خداوند می فرماید: قریه کانت آمنه مطمئنه یأتیها رزقها رغدا من کل مکان؛ شهری که از امن و امان و آرامش برخوردار است و روزیش از هر سو فراوان می رسد. این جامعه از گرسنگی و ترس یعنی فقدان آسایش و آرامش رنج نمی برد. بنابراین جامعه ای خوشبخت است و از سعادت بهره مند می باشد.

افراد چنین جامعه ای نیز انسان هایی هستند که در مسیر درست قرار گرفته و در همه عرصه ها، روش اعتدال را در پیش گرفته اند؛ زیرا آنان نیز همانند پیامبر گرامی (ص) در مسیر الهی و آموزه های وحیانی گام برمی دارند و اسوه و مقتدا و پیشوای خویش را چنین شخصی قرار داده اند (احزاب آیه ۱۲) اسوه های زندگی که در آیات قرآنی معرفی می شوند، کسانی هستند که اعتدال گرایی در زندگی آنان اصل بنیادین را در کنار توحید و توکل و معاد (ممتحنه آیه ۴) تشکیل می دهد؛ زیرا دین اسلام به عنوان دین برتر و کامل و الگوی الهی برای زندگی بشری، آیینی معتدل و میانه است (بقره آیه ۳۴۱ و نیز انعام آیه ۱۶۱ و یونس آیه ۵۰۱ و طه آیه ۵۳۱) و این اعتدال از درونی ترین و شخصی ترین احکام و قوانین زندگی تا عمومی ترین مسایل اقتصادی و سیاسی، جامعه را در بر می گیرد. (نساء آیه ۷۲) در تمامی این آیات یادشده و آیات دیگر، خداوند با بهره گیری از واژگان و اصطلاحاتی چون حنیف، سوی، قییم، عدم اعتداء و نیز عدم میل عظیم، می کوشد تا اعتدال گرایی در اسلام و قوانین و نیز الگوهای آن را بیان کند. که در آیه ۹ سوره نحل بیان شده به خوبی تبیین می کند « قصدالسبیل » تعبیر زیبایی که التزام خداوند به بیان راه راست و میانه برای آن است که آدمی تنها در این مسیر است که می تواند جامعه تمدنی و برتر خویش را بسازد و به عنوان خلافت الهی بر زمین، هستی را مدیریت و تدبیر و ربوبیت نماید. آیه ۳۰ و ۳۱ سوره حج و نیز ۵ سوره بینه به رعایت اعتدال به عنوان تنها راه درست اشاره می کند و مردم را بدان می خواند و جالب آن که در آیه ۵۷۲ سوره بقره رباخواری را سبب خروج از اعتدال روانی بر می شمارد. این بدان معناست که میان رفتارهای آدمی در حوزه اقتصادی با حوزه روان شناختی، ارتباط تنگاتنگی وجود دارد که نمی توان از آن چشم پوشید. بنابراین هرگونه رفتار نادرست اقتصادی به معنای دورشدن از حدود انسانیت بوده و آدمی و جامعه را دچار بیماری های روانی و آسیب های جدی در حوزه شخصی و روحی و روانی می کند. از نظر قرآن بسیاری از جوامع به سبب خروج از اعتدال در حوزه های مختلف اقتصادی و اعتقادی و رفتاری، گرفتار بحران های شدید شدند که در نهایت تمدن و جامعه آنان را نابود ساخته و یا می سازد (مائده آیه ۲۷ و ۷۷) از این رو هرگونه خروج از حد اعتدال و میانه روی را سبب کفر (بقره آیه ۸۰۱) و گمراهی (مائده آیه ۷۷) و نابودی بشریت می شمارد و از آن نهی می کند (مائده آیه ۷۷)

(زیرا ریشه خروج از حد اعتدال در همه کارها حتی امور دینی را می بایست در تمایلات نفسانی و وسوسه های شیطان جست که چیزی جز نابودی بشر را نمی خواهد.) همان) از نظر قرآن عوامل رشد اقتصادی و پیشرفت تمدنی را می بایست در دو دسته از علل و عوامل مادی و معنوی جست. عوامل مادی اموری چون آب مناسب و فراوان (هود آیه ۲۵ و نوح آیه ۱ تا ۲۱ و نیز جن آیه ۶۱) زمین مناسب و مرغوب (اعراف آیه ۸۵ و سبا آیه ۵۱) و کار و تلاش بر زمین (ملک آیه ۵۱) می باشد که در کنار عوامل معنوی چون امنیت و آرامش اجتماعی (بقره آیه ۶۲ و نحل آیه ۲۱۱) ایمان و معرفت به خدا و حکمت آفرینش (اعراف آیه ۶۹) تقوا و مراعات حدود الهی و عدم تجاوز به حق و حقوق دیگران (مائده آیه ۶۶ و اعراف آیه ۶۹ و طلاق آیات ۲ و ۳) انفاق و کمک و یاری به ناتوانان (بقره آیه ۲۷۶ و روم آیه ۹۳ و سبا آیه ۹۳ و طلاق آیه ۷) و استقامت بر دین و باورهای دینی که مدیریت اصلی بشر را برای رستگاری و کمال به عهده دارد) جن آیه ۶۱) و استغفار و توبه از کارهای زشت و نابهنجار (هود آیه ۳ و ۲۵ و نوح آیات ۱ تا ۲۱) می تواند تضمین کننده رشد و شکوفایی اقتصادی و تمدنی باشد. از نظر قرآن ایجاد عدالت اقتصادی که از برنامه های اصلی پیامبران الهی در طول تاریخ بشریت بوده و هست (حدید آیه ۵۲ و حشر آیه ۷) می تواند در رشد و شکوفایی اقتصادی بسیار موثر باشد. اگر به علل و عواملی که قرآن به عنوان علل و عوامل شکوفایی و پیشرفت اقتصادی و تمدنی اشاره کرده توجه شود، به خوبی روشن می شود که بهترین شیوه دست یابی به رشد اقتصادی چیست و چه الگوی مناسب برای تولید و توزیع و مصرف می بایست در پیش گرفت. از نظر اسلام و قرآن بر مدیران و رهبران جامعه است که از علم اقتصاد، آگاهی داشته باشند تا بتوانند جامعه را برای دست یابی به رشد اقتصادی و شکوفایی تمدنی مدیریت و راهنمایی کنند. از این رو یکی از شروط رهبری جامعه، آگاهی به دانش اقتصادی و یاری گرفتن از اندیشمندان و دانشمندان علم اقتصاد است. (یوسف آیه ۵۵) از آیات ۶۷ و ۸۷ سوره قصص بر می آید که همین علم اقتصاد موجب شد تا قارون بتواند به ثروتی عظیم دست یابد که چشمان توده های مردم را خیره می ساخت. هرچند که غروروی در کنار فساد و غفلت از وظیفه و مأموریت اصلی، موجب شد تا دچار خشم و غضب الهی شود و خود و زندگی اش را تباہ سازد. اما آن چه مهم است آن که علم اقتصاد نیازی است که هر جامعه و رهبری بدان نیازمند است تا بتواند جامعه اش را به سوی بهترین شیوه های مدیریت تولید و توزیع و مصرف سوق دهد.

دعوت شعیب (ع) بر این اساس است که در حوزه بازرگانی و توزیع می بایست مدیریت به درستی انجام پذیرد؛ زیرا سوءمدیریت در بخش توزیع عامل مهمی برای بحران اقتصادی جامعه ای بود که شعیب در آن می زیست و مردم در تنگناهای معیشتی به سر می بردند. (شعراء آیات ۱۷۷ تا ۱۸۳) از نظر شعیب (ع) رعایت عدل و انصاف در امور اقتصادی به ویژه توزیع و معاملات بازرگانی، شرط دست یابی جوامع به خیر و سعادت جمعی و شکوفایی تمدنی است. (هود آیات ۵۸ و ۶۸ و اسراء آیه ۵۳) بر این اساس آن حضرت برای اصلاح وضعیت اقتصادی جامعه، بر لزوم اصلاح وضعیت معاملات و تغییر شیوه ها تأکید داشت. از نظر قرآن مبارزه با مفسدات اقتصادی در جامعه (بقره آیه ۱۸۸ و ۲۷۸ و ۲۷۹ و آل عمران آیه ۱۳۰ و آیات دیگر) امری لازم و ضروری است و بی آن نمی توان امید داشت که جامعه ای رنگ سعادت و خوشبختی را به خود ببیند. مبارزه ای که اسلام و قرآن در حوزه اقتصادی با مفسدات اقتصادی پیشنهاد می کند شامل همه عرصه های تولید و توزیع و مصرف می باشد. از این رو برای دست یابی به شیوه درست و الگوی صحیح، به عناصر و

علل و عوامل مهم آن توجه داشته و برای هر یک، برنامه و دستورالعملی خاص تعریف می کند. در بخش مصرف نیز با تأکید بر درست مصرف کردن، از هرگونه اتراف و اسراف و تبذیر و ریخت و پاش بر حذر می دارد و آن را به عنوان گناهی نابخشودنی شناسایی و معرفی می کند.

از این رو اصلاح الگوی مصرف به عنوان راهکاری برای جلوگیری از فساد در عرصه اقتصادی مورد تأکید قرار می گیرد. بر این اساس در حوزه مدیریت اقتصادی افزون بر لزوم برنامه ریزی درست مدیران (یوسف آیات ۷۴ و ۵۵) بر نظارت مستمر مسئولان بر تولید و توزیع و مصرف (کهف آیات ۳۹ تا ۷۹ و سبا آیات ۲۱ و ۳۱) تأکید دارد. قرآن در آیه ۵ سوره نساء، رشد و خردمندی اشخاص را از جمله شرایط واگذاری مسئولیت مالی به شخص می داند و بر امانت داری به عنوان شرطی دیگر به ویژه در بخش تصدی گری دولتی در آیه ۵۵ سوره یوسف پا می فشارد. این همه برای آن است که بخش های مهم حوزه اقتصادی به درستی مدیریت شود. از جمله بخش های مهم در حوزه اقتصادی که لازم است همواره اصلاح شود، بخش مصرف است؛ زیرا به علل و عوامل درونی و بیرونی چون غرور و تفاخر و خودخواهی، انسان ها در بخش مصرف، گرایش شدیدی به اسراف و اتراف پیدا می کنند و از حد اعتدال و میانه روی در مصرف خارج می شوند. از نظر اسلام، در حوزه مصرف آن چه مهم است کم مصرف کردن نیست بلکه درست و به جا مصرف کردن است؛ زیرا اگر کم مصرف کردن به معنای نادیده گرفتن بخشی از نیازهای فطری و طبیعی بشر باشد، می تواند آسیب جدی به رشد و کمال آن بخش وارد سازد که این مسئله خود بر خلاف اهداف و حکمت آفرینش و ربوبیت الهی بشر است. هنگامی که از اصلاح در چیزی سخن به میان می آید به این معناست که فساد و تباهی در آن حوزه راه یافته است که می بایست به شیوه های مختلف، آن را اصلاح و بازسازی کرد؛ زیرا اصلاح در برابر افساد به معنای برطرف کردن فساد و تباهی و انجام دادن کار شایسته است. کاربرد اصلاح در حوزه اقتصادی به این معناست که میان تولید و مصرف رابطه منطقی و درستی ایجاد شود و نوعی آشتی و وفاق میان آن دو بخش پدیدار شود به گونه ای که با کاستی روبه رو نشویم. به سخن دیگر، ایجاد ارتباط درست و منطقی میان درآمد و هزینه و تولید و مصرف کردن، همان چیزی است که از آن به اصلاح در مصرف یاد می شود. البته این به معنای صرفه جویی نیست هرچند که صرفه جویی یکی از راه های ایجاد تعادل میان دو بخش می باشد ولی تنها راه نیست.

هر جامعه ای اگر بخواهد به شکوفایی تمدنی و رشد مناسب و مطلوب اقتصادی دست یابد، نیازمند رهبرانی است که در مقام اصلاح دایمی برآیند تا با ارایه راهکارهایی در همه بخش ها، هدایت جامعه را به عهده گیرند و از نابودی و نیستی رهایی بخشند (هود آیات ۱۱۶ و ۱۱۷) این مصلحان واقعی، با بهره گیری از علوم مختلف چون علم مدیریت و علم اقتصاد و مانند آن، با افساد و فساد مبارزه می کنند و راه های اصلاحی را ارایه می دهند. مصلحان واقعی از آن جا مهم می باشند که در هر جامعه ای عده ای مدعیان دروغین وجود دارند که با طرح های اقتصادی نادرست و غلط و مدیریت باطل، جامعه را به سوی تباهی سوق می دهند (بقره آیات ۸ تا ۱۱) بنابراین مصلحان واقعی با ارایه الگوهای درست می کوشند تا هم به اصلاحات دایمی بپردازند و هم جلوی مصلحان دروغین را سد کنند. اگر حضرت شعیب (ع) در بخشی از اقتصاد با ارایه الگوهای درست می کوشد تا به اصلاحات اقتصادی بپردازد (هود آیه ۵۸ تا ۸۸) پیامبر اکرم (ص) با ارایه الگوهایی درست در همه بخش ها از تولید تا مصرف کوشید تا جامعه کامل و نمونه آرمانی را ایجاد کند. بسیاری از آیات

قرآنی چون آیاتی که به چگونگی بهره گیری از زمین و منابع تولید و گردش سرمایه (حشر آیه ۷) و اسراف و تبذیر و انفاق می پردازد، در حقیقت به ارایه الگوی مصرف اشاره می کند. آیاتی چون آیه ۰۶ و ۱۶۸ و ۱۷۲ سوره بقره تبیین می کند که چگونه می بایست از همه نعمت های الهی در زمین برخوردار شد؛ چنان که آیه ۱۴۱ سوره انعام و نیز ۱۳ سوره اعراف تبیین می کند که از چه الگوی مصرفی می بایست پیروی کرد. در این آیات به خوبی بیان شده که هرگونه مصرفی می بایست به دور از اسراف باشد. اسراف به معنای تجاوز از حد در هر کاری است که انسان انجام می دهد. (مفردات راغب اصفهانی ذیل واژه سرف) اسراف در حوزه اقتصادی، زیاده روی ای است که موجبات تباهی نعمت می شود و از مصرف بهینه و درست آن باز می دارد. خداوند رفاه و آسایش چون رفاه اسراف را عاملی برای پیدایش اسراف برمی شمارد (یونس آیه ۲۱) این گونه است که برخی از مردم با زیاده روی در آشامیدنی ها و خوردنی ها و زینت های زمین اجازه بهره مندی درست از آن را از دیگران سلب می کنند (اعراف آیه ۱۳) از این رو خداوند چنین افرادی را دوست نمی دارد و اسراف را گناه معرفی می کند. از نظر قرآن مصرف کنندگانی چون مسرفان مایه فساد و تباهی در زمین هستند (شعراء آیات ۱۵۱ و ۱۵۲) چنان که ایشان عامل محرومیت انسان از محبوبیت خداوند نیز می باشند. (انعام آیه ۱۴۱) به هر حال اصلاح الگوی مصرف یکی از وظایف مهمی است که پیامبر (ص) وظیفه خود می دانست. تا زمینه شکوفایی اقتصادی و تمدنی و بهره مندی درصد بیش تری از مردم نسبت به نعمت های خداوندی را فراهم آورد. بر این اساس اگر بخواهیم جامعه نمونه و تمدنی معاصر داشته باشیم می بایست با بهره گیری از الگوهای اصلاحی پیامبر (ص) زمینه ای دوباره برای رشد و شکوفایی اقتصادی و تمدنی فراهم آوریم.

در آیات قرآنی برای بیان مفهوم اعتدال و میانه روی در مصرف، واژه قوام به کار رفته است. قرآن بیان می کند که مومن و نیز امت اسلامی، امتی است که بر اعتدال و قوام می باشد. از جمله این آیات می توان به آیه ۳۴ و ۱۳۵ سوره نساء و نیز آیه ۸ سوره مائده و ۶۷ سوره فرقان اشاره کرد. خداوند در آیه اخیر می فرماید: و الذین اذا انفقوا لم یسرفوا و لم یقتروا و کان بین ذلک قواما؛ و آنان که چون هزینه می کنند اسراف نمی کنند و خست نمی ورزند بلکه میان این دو، راه اعتدال را برمی گزینند. از حضرت امام صادق (ع) در نفس یر مفهوم این آیه، روایت شده که آن حضرت (ع) نخست مشتی سنگریزه از زمین برداشت و محکم در دست گرفت و فرمود: این همان اقتدار و سخت گیری است. سپس مشتی دیگر برداشت و چنان دست خود را گشود که همه آن به روی زمین ریخت و فرمود: این اسراف است.

بار سوم مشتی دیگری برداشت و کمی دست خود را گشود به گونه ای که مقداری فرو ریخت و مقداری در دستش باقی ماند و فرمود این همان قوام است (یکصد موضوع اخلاقی - ص ۳۷۸ و نیز راه روشن - به کوشش م. ر. جویباری و جمعی از نویسندگان - موسسه قرآن و نهج البلاغه - قم - ۱۳۸۴ ص ۵۸)

از آموزه های وحیانی قرآن و سنت و سیره معصومان (ع) برمی آید هرگونه خروج از حدود اعتدال و میانه روی و گرایش به دو سوی افراط و تفریط در مصرف به معنای خروج از صراط مستقیم دست یابی به کمال و تقرب الی الله است. از این رو، در تبیین معیار الگوهای صحیح و مناسب مصرف باید به گونه ای اندیشه شود که به دور از هرگونه گرایش به سوی اسراف و تبذیر یا بخل و خساست باشد. برنامه ریزان و مدیران در همه سطوح عالی و میانی تصمیم گیری و تصمیم سازی و اجرایی می بایست به این ملاک ها و معیارهای درست مصرف توجه کرده و از گرایش به افراط و تفریط پرهیز نمایند.

تبی بین الگوی صحیح، زمانی شدنی است که شناخت کاملی نسبت به این مسایل پدید آید. پس از تبیین الگوی صحیح مصرف است که می توان دست به اصلاحات در الگوهای مصرف زد و به سوی اهداف تمدن اسلامی در جهان معاصر حرکت کرد.

فصل سوم

۳- رابطه اصلاح الگوی مصرف با عدالت و رفاه اجتماعی

یکی از تدابیر اسلام برای تأمین رفاه جامعه و جلوگیری از فقر ارائه الگوی صحیح مصرف در همه ابعاد زندگی بوده که قرآن کریم بهترین الگو برای این مهم است. بیماری اسراف از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، آسیب ها و مشکلات فراوانی برای کشور ایجاد کرده است که این مسئله ضرورت اجرای اصلاح الگوی مصرف را دو چندان می کند.

تداوم توسعه عدالت اجتماعی در گرو اصلاح الگوی مصرف در کشور است و تداوم توسعه همه جانبه و متوازن، عدالت اجتماعی، رفع فقر و جامعه سالم در گرو اجرای دقیق و صحیح اصلاح الگوی است چرا که وجود برخی معضلات و نارسایی ها در جامعه ناشی از عدم رعایت صرفه جویی از سوی برخی از اقشار جامعه است. عدالت به هیچ وجه در از بین بردن فقر و عقب ماندگی معنی و مصداق پیدا نمی کند، بلکه عدالت با قدرت و توان توسعه یافتگی و دوری از تجمل قابل تعریف است. با توزیع عادلانه ثروت و سرما یه ملی و ایجاد فرصت های برابر، توازن و عدالت اقتصادی و اجتماعی در کشور ایجاد شده و فاصله طبقاتی از بین می رود.

یک قدم اساسی در زمینه پیشرفت و عدالت، مسئله مبارزه با اسراف، حرکت به سمت اصلاح الگوی مصرف و جلوگیری از ولخرجی ها و تضييع اموال جامعه است لازم است بعنوان یک سیاست، مسئله صرفه جویی را در خطوط اساسی برنامه ریزی هایمان در سطوح مختلف اعمال کنیم. صرفه جویی بمعنای مصرف نکردن نیست بلکه بمعنای درست مصرف کردن، بجا مصرف کردن، ضایع نکردن مال و مصرف را کارآمد و ثمربخش کردن است. مصرف بیهوده و هرز در واقع هدر دادن مال است. وضع جامعه ما بلحاظ مصرف وضع خوبی نیست. عاداتهای ما، سنتهای ما، روشهای غلطی که یاد گرفته ایم. یک نسبت درست و به سود تولید وجود داشته باشد. یعنی تولید در جامعه همیشه باید بر مصرف، افزایش و برتری داشته باشد. وقتی جامعه ای دچار اسراف شد از لحاظ فرهنگی نیز بر روی او تاثیر منفی گذاشته می شود. بنابراین مسئله صرفه جویی و اجتناب از اسراف هم اقتصادی است هم اجتماعی و هم فرهنگی.

فصل چهارم

۴- ضرورت استاندارد سازی و اصلاح الگوهای مصرف در دستگاه های اجرایی

الزام مصرف بهینه سبب می شود تا علاوه بر پیشرفت علمی، 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 بخش هایی که کمتر مورد توجه بوده نیز فراهم شود.

تبیین و تعریف یک الگوی مصرف در هر جامعه ای، براساس نگاه آن جامعه به هدف زندگی مشخص می شود، اینکه انسان جایگاه خود را در جهان چگونه می بیند و هدف از زندگی را چگونه تبیین می کند، به طور مستقیم بر شیوه مصرف او اثرگذار است. اعضای جامعه باید بتوانند با مصرف صحیح در حفظ و استفاده بهینه از منابع و ثروت های ملی به توسعه

اقتصادی کشور کمک کنند و استقلال ملی را تضمین کنند. با نگاهی گذرا به نقش عوامل اثرگذار در اصلاح الگوی مصرف، می توان دریافت بهینه سازی یا استانداردسازی واحدهای تولیدی و خدماتی می تواند در اجرای صحیح این شعار موثر باشد. اصلاح الگوی مصرف نیازمند فرهنگ سازی 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 در نهایت به یک فرهنگ در تمامی عرصه های مصرف تبدیل شود، از این رو باید راهکارهای صحیحی در راستای آموزش و ارائه استانداردها در سطح کشور اجرا شود. رعایت استانداردها با جلوگیری از هدررفت انرژی که چرخاننده موتور صنعت کشور است، می تواند فضای امن برای سرمایه گذاران برای تولید و گسترش صنعت به وجود بیاورد تا مصرف کنندگان با دامنه وسیع تری از خدمات و امکانات مصرفی سالم و مطمئن روبه رو شوند.

در بسیاری از نهادهای دولتی دیده می شود که بودجه در غیرمحل موردنظر می تواند به معنای اسراف و زیاده روی باشد. صورت می گیرد؛ زیرا عدم هزینه کردن بودجه در غیرمحل موردنظر می تواند به معنای اسراف و زیاده روی باشد. به عبارت دیگر کم مصرف کردن، به معنای صرفه جویی نیست، بلکه درست مصرف کردن و مصرف به جا و مناسب است که عین صرفه جویی است؛ بنابر این هرگونه هزینه کردن بودجه در غیر مسیر برنامه ای و سیاست های مصوب، عین اسراف و ضد صرفه جویی است؛ زیرا اگر نیازی نباشد که برای فلان بخش بودجه ای تعیین شود، از همان آغاز این کار انجام نشود و تصویب بودجه برای بخشی با توجه به مطالعات و سیاست ها و راهبردهای کلان، خودگواه بر آن است که بودجه می بایست در همان مسیر برنامه ای هزینه شود و هزینه کردن بودجه در جایی دیگر، عین اسراف و تبذیر است. از این رو لازم است دستگاه های نظارتی بر نحوه هزینه کرد بودجه و اعتبارات، نظارت کامل و سخت گیرانه ای اعمال کنند تا مصرف درست تحقق یابد.

فصل پنجم

۵- مراحل و راهکارهای نهادینه کردن استاندارد ها والگوی های مصرف اصلاح شده در دستگاه های

اجرایی

اصلاح الگوی مصرف که به معنی نهادینه کردن روش صحیح استفاده از منابع کشور است، سبب ارتقای شاخص های زندگی و کاهش هزینه ها شده و زمینه ای برای گسترش عدالت است. از طرفی الزام مصرف بهینه باعث می شود تا علاوه بر پیشرفت علمی ناشی از ارتقای فن آوری در طراحی و ساخت وسایل و تجهیزات بهینه مطابق با استانداردهای جهانی، فرصت توزیع مناسب منابع و به تبع آن پیشرفت در دیگر بخش هایی 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 می شود. اصلاح الگوی مصرف نیازمند فرهنگ سازی 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 عرصه های 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 مصرف کننده را شامل می شود، نیاز است که سازندگان و تولیدکنندگان هر دو بخش دولتی و

خصوصی علاوه بر رعایت ضوابط زیست محیطی، فن آوری تولید کالاهای خود را با استانداردهای جهانی و حتی الامکان 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 پالایشگاه ها، نیروگاه ها، خطوط انتقال برق، لوله های آب، واحدهای تولیدی و خودورها نیز در مقایسه با استانداردهای جهانی قابل قبول نیست. در کشور ما حدود یک پنجم برق تولیدی به مصرف روشنایی می رسد که ۶۹ درصد آن در خانه ها است لذا با استفاده از لامپ های کم مصرف می توان تا حدود زیادی در این زمینه صرفه جویی کرد.

تولید انرژی و حرارت از منابع تجزیه شونده و نو همچون باد، خورشید و زباله ها در مناطقی که قابل استفاده است باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

در بخش ساخت و ساز باید اجرای آیین نامه ها و مقررات مهندسی از جمله مبحث ۱۹ مقررات ساختمان که به بهینه سازی ساختمان در مصرف انرژی مربوط می شود، 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 مورد مشابه دیگر که باید در هر صنف مورد توجه قرار گیرد.

در سطح " مصرف کالا " باید برای فرهنگ سازی نحوه مصرف بهینه خصوصاً آب، برق و گاز که تهیه آنها برای مصرف کننده سهل الوصول تر است آموزش از طریق مدارس، رسانه ها، تولیدکنندگان، وزارت نیرو و شرکت گاز بسیار موثرتر باشد. همچنین مردم ایران به علت پیوند با دین و مظاهر مقدس دینی به خوبی سنت های نهادینه شده را می پذیرند و بدان آن ارج می نهند لذا می توان در بخش آموزش از تعالیم و آموزه های دینی که بر صرفه جویی تاکید 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 دهک ها با سطح دستمزدها و استانداردهای مصرف جهانی دقیقاً مقایسه شود و سپس درصد و میزان یارانه لازم برای هریک از کالاها مشخص شده و قیمت یارانه ای و غیریارانه ای آن تعیین گردد. بنابراین می توان دریافت که اصلاح الگوی مصرف هم نیاز (و حتی پیش نیاز) هدفمندسازی یارانه هاست.

مدیران و مسوولان باید برای زمان متعلق به کار خود، هزینه فرصت را مشخص کنند و ساعات مفید کاری در ادارات و سازمان های دولتی را ارتقاء دهند و از هدر رفت زمان و انرژی بکاهند. دو رویه را درخصوص اصلاح الگوی مصرف باید مد نظر داشت، این موضوع باید هم از دید نظری و هم از دید عملی بررسی شود و در مسیر اجرا تمامی ابعاد آن باید مورد توجه قرار گیرد.

به لحاظ نظری باید دیدگاه خود را نسبت به مقوله مصرف تعدیل کنیم، یا به عبارت دیگر، به اسراف یا تفریط معترف باشیم و برای خارج شدن از کاستی ها و عقوبت افراط و تفریط باید از هر گونه اسراف در هر جایگاهی بپرهیزیم. در کشور باید الگوی مصرف جامعی تعریف شود که هم به لحاظ عملی و هم نظری برای عموم قابل اجرا و درک باشد تا با تکیه بر چنین الگویی بتوان در جهت رفع نواقص گام برداشت و به اعتدال لازم برای مبارزه با افراط و تفریط دست یافت.

برای تحقق این امر (اصلاح الگوی مصرف) در سطح کلان باید سازوکارهای تشویق و تنبیه را در برنامه های اجرایی گنجانند و با آموزش عمومی آحاد مردم و حمایت دستگاه های ذی ربط پذیرش، اجرای این طرح را به باوری در اذهان بدل

سازیم و این به آن مفهوم است که باید در این زمینه فرهنگ سازی لازم صورت پذیرد. مدیران و مسوولان باید برای زمان متعلق به کار خود، هزینه فرصت را مشخص کنند و ساعات مفید کاری در ادارات و سازمان های دولتی را ارتقاء دهند و از هدر رفت زمان و انرژی بکاهند.

۱-۵- رویکرد اجرایی برای اصلاح الگوی مصرف به سه طریق امکان پذیر است

الف - با تحقیق و مطالعه مستمر در باره بهره وری با فرآیند شناسایی، تعیین و تعریف مفاهیم و همچنین تدوین شاخص ها، جمع آوری اطلاعات، محاسبه و اندازه گیری و نیز عارضه یابی و تحلیل و برنامه ریزی و اجراء (روش توصیفی جامع) انجام می شود، بگونه ای که منجر به دستیابی به استاندارد مصرف منابع در فرآیند زمان خواهد شد

ب - روش دیگر، برای سرعت بخشیدن و وصول به اهداف کلی تر، نسبت به شناسایی شاخص های دارای عارضه های بارزتر و آشکارتر و با مطالعه تطبیقی (با اولویت انتخاب شاخص ها) و دستیابی به شاخص های مطلوب و با تعیین مکانیزم مناسبی، اصلاحات مورد انتظار، به اجراء گذاشته شود. مانند مباحث برنامه ریزی نیروی انسانی و نظام بودجه ریزی منعطف و بر مبنای عملیات.

ج - از هر دو روش، در برنامه ریزی های اجرایی استفاده شود. در این زمینه بستر سازی برای گروه های مخاطب و ارائه اطلاعات درست و شفاف از ضروریات می باشد.

۲-۵- گامهای تبیین راهبردهای اصلاحی در قالب راهبردها:

۱-۲-۵- زمینه ساز

۲-۲-۵- توانمند ساز

۳-۲-۵- نتیجه گرا

۱-۲-۵- زمینه ساز

راهبرد زمینه ساز به راهبردهایی اطلاق می شود که با تمرکز بر نقاط اساسی و به شکل ریشه ای مشکل را مرتفع ساخته و زمینه های لازم برای ایجاد تقاضای مؤثر نسبت به اصلاح الگوی مصرف را موجب می گردد. (تنویر افکار)

۲-۲-۵- توانمند ساز

راهبردهای توانمندساز ناظر بر ایجاد قابلیت های لازم برای مدیریت، اجرا و نظارت بر فرآیندهای اصلاح الگوی مصرف در سطوح سازمانی، فردی و اجتماعی می باشد. (آموزش)

۳-۲-۵- نتیجه گرا

راهبردهای نتیجه گرا با تبیین مکانیزم های کنترلی و نظارتی بر فرآیندهای اصلاح الگوی مصرف، اطمینان لازم را برای حصول نتایج مدنظر ایجاد می نماید (استاندارد سازی) پس از تبیین راهبردها، در قالب برنامه های کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت در سطح هریک از راهبردها تدوین می گردد. در برنامه تدوین شده، زمان آغاز و پایان اهداف، منابع مورد نیاز، متولی اجرا و حوزه نظارتی ذیربط تعیین می گردد.

صاحب نظران و کارشناسان اقتصادی عقیده دارند که دولت از طریق تنظیم مالیات، یارانه ها و قیمت ها می تواند سیاست های مصرفی جامعه را ساماندهی کند؛ به این معنی که به منظور جلوگیری از مصرف بیش از حد کالایی خاص بر آن

مالیات وضع کرده و برای افزایش مصرف کالایی دیگر، به آن یارانه بدهد تا استفاده از این ابزارها به موازات یکدیگر اصلاح الگوی مصرف را به دنبال داشته باشد. بنابراین تعیین سیاست های اقتصادی مناسب، تاثیر گذاری مثبتی بر اصلاح الگوی مصرف دارد. به عنوان مثال مالیات بخشی از سیاست های اقتصادی است که در کشورهای مختلف برای جهت دهی الگوی مصرف بکار گرفته می شود و در بین سیستم های مالیاتی مختلف، تنها در نظام مالیات بر ارزش افزوده، امکان هدایت مستقیم مصرف وجود دارد. اعمال نرخ های مالیاتی متفاوت، تولید کننده داخلی بویژه تولید کنندگان بخش خصوصی را تشویق به افزایش کیفیت محصولات خود به منظور افزایش سهم بازار خود می کند. از آنجا که بخش قابل توجهی از مصرف بی رویه، ناشی از ناکارایی بخش تولید است، زمانی که تولید کننده محصولات ناکارا در جامعه تولید می کند، مصرف کننده ناچار به استفاده بیشتر از کالایی مشخص برای رفع نیاز خود است.

می توان از مالیات به عنوان ابزاری کنترل کننده بر تولید کالاهای ناکارا بهره گرفت. یعنی با وضع مالیات بر ناکارایی ها، تولید کالاهای مختلف را به استانداردها نزدیک کرده و به دنبال آن یک گام به اصلاح الگوی مصرف در جامعه نزدیک شد. استفاده از تعرفه های گمرکی برای هدایت الگوی مصرف به سمت استفاده بیشتر از کالاهایی که قابلیت تولید در داخل کشور را دارند یکی دیگر از ابزار های موجود در تغییر الگوی مصرف می باشد، این امر سبب کاهش مصرف کالاهای خارجی می گردد. تفاوت بین نرخ های مالیاتی کالاهای وارداتی (که در عین حال جانشین و جایگزین در داخل کشور برای آنها وجود دارد) و کالاهای تولید داخل یکی از راه هایی است که در اصلاح الگوی مصرف جامعه موثر است. که در نهایت تمامی این اقدامات با اصلاح نگرش مردم نسبت به مصرف کالاهای وارداتی و استفاده از کالاهای داخلی همراه خواهد بود. همچنین فرهنگ سازی نیز از راهکارهای اصلاح الگوی مصرف است که مصرف کننده را به استفاده بهینه از منابع سوق می دهد. با این حال آنچه مسلم است انتخاب صحیح ابزار سیاستی جهت تغییر الگوی مصرف است. منشا رفتار انسان متفاوت است، لذا انتخاب ابزار سیاستی نیز باید متناسب با آن منشا باشد. بی تردید هم اکنون در جامعه ما رفتار مصرفی صحیح و قابل دفاع نیست اما آنچه کمک می کند تا این رفتارها به درستی اصلاح شود و اهداف سیاستگذار را محقق نماید، متناسب بودن سیاست با منشا رفتار است.

فصل ششم

۶- وضعیت ایران در الگوی مصرف جهانی

نگاهی به مطالعات انجام شده در بسیاری از کشورها در دهه ی اخیر نشان میدهد که الگوهای مصرف یا سبک های مصرف پدیده هایی ساده و صرفاً تحت تأثیر علائق، خواسته ها، توانایی ها و امکانات افراد نیستند بلکه پدیده هایی پیچیده و چند وجهی اند که ارتباطات معناداری با عوامل و متغیرهایی چون طبقه ی اجتماعی، قشر اجتماعی، نوع کالاهای مصرفی (مادی و فرهنگی) سبک زندگی، درآمد، پایگاه اجتماعی، ارزش های اجتماعی، الگوهای مصرف مرجع، متغیرهای زمینه ای و سطح توسعه ی کشور دارند. این مطالعات حاکی از آن است که " شیوه های مصرف "، تنها به سلیقه ها و علائق و توانایی ها و امکانات فردی وابسته نیست تا به تعداد هر فرد یا گروه اجتماعی یک شیوه ی مصرف وجود داشته باشد بلکه ساختارمند و " الگویی " است که هم شکل گیری آن تابعی از شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی یک جامعه است و هم تغییرات آن با توجه به تغییر شرایط فوق به وقوع می پیوندد.

بر اساس گزارش، موسسه مارکت اوراکل ایران از نظر ارائه بنزین ارزان سومین کشور و از نظر میزان یارانه پرداختی به این کالا نخستین کشور در میان کشورهای جهان است و بیش از ۳۶ درصد کل مصرف بنزین خاورمیانه در سال ۲۰۰۷ در ایران مصرف گردیده است. متوسط مصرف سوخت خودروهای بنزینی در کشورمان حدود ۱۱ لیتر در روز است در حالی که متوسط مصرف سوخت در کشورهای دیگر نظیر آلمان و ژاپن ۲/۵ در انگلیس ۳/۵، در فرانسه ۱/۹ در کانادا ۴/۵، و در کشور آمریکا ۷/۳، لیتر در روز است. هر ۱۰ سال یک بار میزان مصرف سوخت در ایران ۲ برابر می شود اما این نرخ رشد در مقیاس جهانی یک تا ۲ درصد بیشتر نیست و میزان سوخت مصرفی جهان در حدود هر ۵۰ سال یک بار ۲ برابر می شود. یعنی ایران در مقایسه با میانگین جهانی ۴ تا ۵ برابر بیشتر سوخت مصرف می کند. هم اکنون ۹ درصد سوخت جهان در ایران و توسط تنها یک درصد جمعیت جهان مصرف میشود. و هر ساله بیش از ۳۸ درصد از بودجه سالانه دولت ایران به یارانه بنزین اختصاص می یابد در حالی که در صورت مصرف استاندارد، ایران می تواند یکی از صادر کنندگان بنزین باشد. سرانه مصرف نان در ایران به گفته معاون وزیر بازرگانی حدود ۱۶۰ کیلوگرم در سال است که نسبت به کشورهای اروپایی نظیر فرانسه که ۵۶ کیلوگرم و در آلمان ۷۰ کیلوگرم در سال است بیش از ۲ تا ۳ برابر است. و به اذعان رئیس کمیسیون برنامه و بودجه مجلس یارانه نان طی پنج سال اخیر به طور متوسط سالانه بیش از ۳۰ درصد رشد داشته است و در سال جاری این رقم بالغ بر ۲۶ هزار میلیارد ریال است و ادامه این روند طی ۱۰ سال آینده با رشد متوسط ۱۵ درصد بدون در نظر گرفتن افزایش یارانه قیمت نان، میزان یارانه پرداختی به ۶۰۰ هزار میلیارد ریال خواهد رسید.

براساس گزارش صندوق بین المللی پول، ایران دومین کشور جهان از نظر پرداخت یارانه انرژی با رقم ۳۷ میلیارد دلار می باشد. مصرف سرانه انرژی در ایران به ازای هر نفر بیش از ۵ برابر مصرف سرانه کشوری مانند اندونزی با ۲۲۵ میلیون نفر جمعیت، ۲ برابر چین با یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون نفر جمعیت و ۴ برابر کشور هند با یک میلیارد و ۱۲۲ میلیون نفر جمعیت است که با مقایسه شاخص شدت مصرف انرژی در ایران با بسیاری از کشورهای جهان، شاهد وضعیت ناهنجار بهره برداری انرژی هستیم.

در بخش ساختمان و مسکن ایران براساس آمار و ارقام منتشره، متوسط مصرف انرژی به ازای هر مترمربع در ایران ۶/۲ برابر متوسط مصرف در کشورهای صنعتی است که در بعضی از شهرهای کشورمان، این رقم به حدود ۴ برابر می رسد. الگوی مصرف آب آشامیدنی بر اساس اعلام بانک جهانی برای یک نفر در سال، یک متر مکعب و برای بهداشت در زندگی به ازای هر نفر، ۱۰۰ متر مکعب در سال است. بر این اساس، در کشور ما ۷۰ درصد بیشتر از الگوی جهانی آب مصرف می شود! از نظر مصرف برق هم، ایران نوزدهمین کشور پرمصرف برق در دنیاست. و دولت سالیانه یارانه ۴ هزار میلیارد تومانی برای برق در نظر می گیرد.

دکتر داوودی معاون اول رئیس جمهور در همایش ملی نگاه قدسی به آب گفته است که سرانه مصرف آب ایرانی ها پنج برابر سرانه مصرف جهان است.

تبریزی مدیرعامل سابق شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده های نفتی در خصوص میزان مصرف گاز ایران گفته است: ایران بعد از کشورهای امریکا و روسیه در رتبه سوم مصرف جهان قرار دارد؛ میزان مصرف گاز طبیعی در ایران از ۶۸

میلیارد متر مکعب در سال ۲۰۰۱ با متوسط رشد سالانه ۱۰/۳ درصد به ۱۲۳ میلیارد متر مکعب در سال ۲۰۰۸ رسیده و پیش بینی می شود در سال ۲۰۱۲ میلادی میزان مصرف به ۲۷۷ میلیارد متر مکعب برسد. و با ادامه این روند در سال های آینده ایران به یک مصرف کننده بزرگ گاز طبیعی در جهان تبدیل خواهد شد. این در حالی است که دولت در سال گذشته ۱۳۴ هزار میلیارد ریال یارانه گاز به مشترکان بخش خانگی تعلق داده است.

سرانه مصرف شکر در ایران ۲۹ کیلو گرم است در حالی که میانگین مصرف شکر در جهان ۲۲ کیلو گرم می باشد. و نیز تحقیقات کارشناسان نشان می دهد ایرانی ها ۳۰ درصد بیشتر از میانگین جهانی روغن مصرف می کنند و همچنین مصرف میوه در ایران ۴ برابر استاندارد جهانی است.

همانطور که مشاهده می کنیم مقایسه میزان مصرف در بخش های مختلف با سایر کشورها، نشان دهنده وضعیت بسیار نامطلوب مصرف در همه زمینه ها است. و جالبتر اینجاست که سالیانه نزدیک به ۱۲/۲ هزار میلیارد تومان یارانه واقعی و ۷۸ هزار میلیارد تومان یارانه پنهان پرداخت می کنیم. که در مجموع مبلغ کل یارانه آشکار و پنهان دولت چیزی در حدود ۹۰ هزار میلیارد تومان است.

با این حال فرهنگ سازی درباره صرفه جویی و درست مصرف کردن باید به عنوان یکی از برنامه های مهم مسئولان دستگاه های مختلف، مورد توجه قرار گیرد تا با آموزش های لازم بتوان این فرهنگ را در جامعه پایدار کرد.

فصل هفتم

۷- برنامه های دستگاه های اجرایی جهت مدیریت هزینه ها در راستای اصلاح الگوی مصرف

مدیریت هزینه نقش فراهم کننده اطلاعات جهت تصمیم گیری مدیریت را دارا می باشد و باید بتواند در این امور به مدیریت یاری برساند:

۱- تعیین هزینه منابع مصرف شده برای انجام فعالیت های با اهمیت سازمان

۲- تعیین میزان کارایی و بهره وری عملکرد فعالیت ها

۳- تعیین و ارزیابی فعالیت های جدید که اجرای آنها باعث بهبود عملکرد آینده سازمان می شود.

اصول مدیریت هزینه که در طی ۲۵ سال گذشته تکامل یافته است به معنی کلیه فعالیت هایی است که در جهت ایجاد یک فرهنگ هوشیاری نسبت به بهای تمام شده (با بهینه نمودن هزینه) انجام می شود و به طور همزمان بهینه سازی عملکرد و کاهش هزینه در تمام سطوح سازمانی (از بالاترین رده سازمانی تا پایین ترین آن) را در نظر دارد.

۷-۱- شفافیت و سازگار کردن اهداف عملکردی

نخست باید تمام اعضای سازمان به اهمیت عملکرد مورد انتظار پی برده و آن را قبول کنند زیرا مقبولیت اهداف عملکردی راه رسیدن به آنها را تسهیل می کند. در مرحله بعدی باید اهداف عملکردی هم سطح شوند.

۷-۲- ارتقای دانش و ابزار کار

دانش و ابزار کار عواملی هستند که باعث می شود کارکنان با میل و رغبت بیشتر به کار اشتغال ورزند و تمایل برای انجام آن را به بهترین نحو داشته باشند. سطح دانش مناسب، شایستگی و صلاحیت، اجزای ضروری توانایی انجام کار محسوب

می شوند . داشتن انگیزه لازم ضرورت دیگر برای انجام دادن مطلوب کار به شمار می رود . امروزه تفکراتی نظیر مدیریت کیفیت جامع بر " انجام صحیح کارها در مرتبه اول و برای همیشه " تاکید می کنند.

۷-۳- درک قوی از بهای تمام شده محصولات و خدمات

اطلاعات مربوط به بهای تمام شده استاندارد ، به عنوان هسته مرکزی اغلب تصمیم گیری ها به شمار می رود و سیستم هزینه یابی بر مبنای فعالیت درک بهتری از بهای تمام شده محصولات و خدمات را ارائه می نماید.

۷-۴- برتری (مزیت)

تنها هدف عملکردی مورد قبول است. امروزه مشتریان نه تنها انتظار عملکرد بد یا نامطلوب از سازمان ها نداشته و آن را نمی پذیرند ، بلکه انتظار عملکرد بهتری را دارند . اگر چه ممکن است موشکافی و بررسی برای رسیدن به عملکرد برتر هزینه های جاری زیادی بدنبال داشته باشد ولی این امر قابل پذیرش است زیرا فرآیندهای کنترل شده و توانا چون براساس دانش محوری و قابلیت پاسخگویی استوارند ، کمتر احتمال دارد عملکرد نامناسبی داشته باشند.

۷-۵- کاهش پیچیدگی ها و حذف فعالیت های غیر ضروری

امروزه اکثر سازمانها باید بخش عمده ای از فعالیت ها و گزارش های زائد و غیر قابل استفاده و یا به عبارتی فعالیتها و گزارش های کم ارزش را حذف کنند. در مرحله بعد سازمانها باید بر فعالیتهای باقیمانده متمرکز شوند و آنها را با معیارهای دقیق و صحیح مورد ارزیابی قرار دهند که چگونه این فعالیتها می توانند باعث افزایش سودآوری شوند.

۷-۶- توجه به دانش محوری

استخدام کارکنان ماهر (با دانش و تجربه کافی) یک تصمیم مهم و ضروری برای سازمان های امروزی است . توجه به دانش در رویه های استخدام ، ارزیابی ، انتصابات و پرداخت ها ، اعطای تسهیلات و پاداش مصداق هایی برای ، « ارتقا دانش محوری سازمان است . دانش محوری فرآیند یادگیری سازمان را تسهیل و حرکت به سوی " یک سازمان یادگیرنده " را هموار می کند.

۷-۷- هزینه های سازمانی

تمامی هزینه های سازمانی به دو گروه تقسیم می شوند:

الف) هزینه های ساختاری

ب) هزینه های عملکردی

هزینه های ساختاری عبارتند از : هزینه هایی که با گذشت زمان و به خاطر تصمیمات مدیریت در گذشته و حال درسیستم به وجود می آیند . این هزینه ها بیان کننده گستره وسیعی از هزینه های مربوط به یک سازمان هستند مانند هزینه های:

-سیستم های لجستیکی و طراحی نیازهای اساسی سازمان

-سیستم های عملکردی و انگیزشی

-سیستم های ارزشیابی و توسعه نیروی انسانی

-سیستم های کنترل تغییرات و توسعه محصولات و خدمات

تمامی این تصمیم گیری ها مربوط به قلمرو گروههای مدیریت گذشته و حال هستند، بنابراین مدیران امروز باید به منظور کاهش هزینه ها تصمیمات کاملا متفاوتی در مورد ساختار سازمانی بگیرند.

۸-۷- نتیجه گیری

آنچه بر اصلاح الگوی مصرف و دستیابی به فرهنگ بهینه مصرف در کشور دارای اهمیت می باشد این است که اصلاح الگوی مصرف نیازمند تبیین استراتژی و تعیین خط مشی 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 می باشد؛ لذا می بایست همگی این اصل را یک ضرورت دانسته و فعالیت های خود را در راستای رسیدن به این اصل مهم برنامه ریزی نمایند و برای دستیابی به این امر فرهنگ ساز اقدام نمایند. آنچه که رهبر همه ما به خصوص مسئولان « فرزانه انقلاب بر آن تاکید می ورزند این است که قوای سه گانه، شخصیت های اجتماعی و آحاد مردم باید در سال جدید در مسیر تحقق این شعار مهم، حیاتی و اساسی یعنی اصلاح الگوی مصرف در همه زمینه ها، برنامه ریزی و حرکت کنیم تا با استفاده صحیح و مدبرانه از منابع کشور، مصداق برجسته ای از تبدیل احوال ملت به نیکوترین حال ها، ظهور و بروز بنابراین تاکید رهبر معظم انقلاب بر اصلاح الگوی مصرف نشان دهنده این یابد موضوع به عنوان بستری مناسب برای شکوفایی و دستیابی به اقتدار ملی است. لذا پرهیز از شعارزدگی و حفظ 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 می رود.

منابع وماخذ:

خبرگزاری فارس ۵/ ۲/ ۱۳۸۸

- ماهنامه داخلی بانک تجارت، شماره ۱۴۷

- سایت وزارت امور اقتصادی و دارایی . حسینی ۱۳۸۸

- طرح و مبانی اقتصاد در قرآن، مسعود دهشور، نشر آرون، ۱۳۸۵

- معجم موضوعی آیات اقتصادی قرآن، سید محمد کاظم رجایی، قم موسسه

آموزش و پرورش امام خمینی، چاپ اول

نحوه پیاده سازی استانداردها والگوهای مصرف در سازمان ها

متدولوژی پیاده سازی

بدیهی است که مدیران دستگاههای اجرایی اعم از سازمانها، موسسات و شرکتهای، با توجه به اهداف، وظایف، مسوولیتها ومنابعی که در اختیار دارند. تمایل به پیاده سازی استانداردها والگوهای مورد نیاز خود خواهند داشت. پیاده سازی این استانداردها والگوها به دو روش امکان پذیر می باشد.

روش اول: بهره گیری از مراکز موسسات معتبری که در پیاده سازی استانداردهای بین المللی مربوطه در زمینه ی خاصی مهارت داشته و در قالب قرار داد اقدام به پیاده سازی استانداردهای بین المللی مربوطه در سازمان ها و شرکت ها می نمایند.

روش دوم: سازمانها تمایل به برون سپاری این فرایند ندارند و یا هنوز در سطح بین المللی در زمینه های مورد نظر، استاندارد و الگوی خاصی به عنوان مرجع تدوین نشده است و حتی برخی از سازمانها و شرکتهای، تمایل به تهیه و پیاده سازی استاندارد اختصاصی و انحصاری دارند و این استاندارد خاص را به عنوان مزیت رقابتی مورد استفاده قرار می دهند.

عموما در هر دو روش، اصول و مراحل مشابه برای پیاده سازی استانداردها رعایت می شود و در مواردی خاص در هر کدام از این روشها ملاحظات خاصی صورت می پذیرد. مثلاً برای استانداردهای بین المللی نیازی به تدوین شاخص های عمومی نمی باشد و صرفاً این شاخص ها بومی می شوند و ارزیابی و ممیزی، برون سازمانی است و گواهینامه مربوطه از مراجع ذی صلاح پس از بررسی و تایید برای مدت اعتباری نامحدودی صادر می گردد. ولی در روش دوم، مدیریت این پیاده سازی درون سازمانی است و نیاز به تدوین شاخصهای اختصاصی می باشد و گاه نتایج آن منجر به شکل گیری یک استاندارد، الگویی با اعتبار جهانی می شود. در اینجا در حالت کلی روح حاکم بر نحوه پیاده سازی و نهادینه کردن این استانداردها و الگوها به صورت اجمالی توصیف می گردد. برای پیاده سازی استانداردها و الگوها در سازمانهای مختلف هفت گام در نظر گرفته می شود که قبل از شروع و طی نمودن این هفت گام، بایستی هر سازمان، راهبردها و اهداف خود را مشخص نماید. عموماً همه سازمانها و یا واحدهای سازمانی در سه حیطه تولید، توزیع، و مصرف، مدیریت و فعالیت دارند. در صورت وجود راهبردها و اهداف اثر بخش و با پیاده سازی استانداردها و الگوهای مطلوب، نتایج رضایت بخشی نیز حاصل می گردد. گاه مشاهده می شود، سازمان ها یا حتی راهبردهای تدوین شده ای ندارند ولی اقدام به استقرار استاندارد خاصی نمودند که تحقیقاً نتایج این پیاده سازی استاندارد، مطلوب نخواهد بود. این گونه اقدام ها، ماهیتی صرفاً تبلیغاتی می تواند داشته باشد. نظر به اهمیت موضوع راهبردها و اهداف اثر بخش در سازمانها، ابتداء به صورت مختصر در مورد راهبردها و اهداف اثر بخش حیطه های فعالیت سازمان ها و واحدها (تولید، توزیع، مصرف) توضیحاتی به همراه مثالهایی ارائه می گردد. لازم به توضیح می باشد که احتمال دارد سازمان ها نیاز به تدوین راهبردها و اهداف اثر بخش در سه حیطه داشته باشند. در ادامه مبحث به مراحل و گام های هفت گانه پرداخته می شود که عبارتند از:

۱. گام اول: تشکیل ستاد راهبردی
۲. گام دوم: تدوین شاخصها و مقیاس های اندازه گیری
۳. گام سوم: تدوین و ابلاغ استانداردها و الگوها
۴. گام چهارم: آموزش و توانمندی سازی
۵. گام پنجم: پیاده سازی استانداردها و الگوها
۶. گام ششم: نظارت بر ارزیابی نحوه اجرا
۷. گام هفتم: برنامه های بهبود مستمر،

بخش اول

راهبردها و خط مشی ها

راهبردها و اهداف اثر بخش در بخش تولید و خدمات

مدیران و دست اندرکاران سازمانها در بخش های تولید و خدماتی قبل از تصمیم به پیاده سازی استانداردها و الگو های تولیدی، بایستی موارد راهبردی را که در راستای اهداف سازمان یا بخش خویش می باشد مشخص و تبیین نمایند. در این خصوص پیشنهاد های زیر ارایه می گردد.

تصمیم به نوآوری در محصول و خدمات Porduct: مثلا گسترش دستگاه های خود پرداز در سیستم بانکی.

تصمیم به نوآوری در فرایندها و روش های تولید و خدمات Process: مثلا ارایه خدمات بانکی، اداری و آموزشی از طریق اینترنت و تلفن همراه.

تصمیم به نوآوری در موقعیت و تغییر محیط Position: مثلا پرداخت خسارت خودروی تصادفی در محل تصادف توسط کارشناس سیار بیمه.

تصمیم به نوآوری در الگوها و مدل ها Paradigm: مثلا بهره گیری از مدل آبیاری قطره ای هوشمند در کشاورزی.

-توجه به مدیران، مهندسان، کارکنان، کارگران، مشتریان، و ارباب رجوع سازمان در خصوص تصمیمات گرفته شده برای پیاده سازی استانداردها و الگوهای مورد نیاز مطابق راهبردها و اهداف.

-اولویت بندی راهبردها و اهداف مشخص شده. (مثلا باید در نظر داشت ضرورت حضور کارشناس سیاربیمه در محل تصادف در شهر تهران و یک شهر کوچک به یک اندازه نیست).

راهبردها و اهداف اثر بخش در توزیع

مدیران و دست اندر کاران سازمانها در بخش توزیع قبل از تصمیم به پیاده سازی استانداردها و الگوها ی توزیع بایستی راهبردها و اهداف اثر بخش سازمان با بخش خویش را مشخص و تبیین نمایند. در این خصوص پیشنهادهای زیر (بعنوان مثال) ارایه می گردد:

-مدیریت جغرافیایی شبکه های توزیع (آبرسانی، گازرسانی، برق رسانی، و دارو و...)

-تغییر توپولوژی شبکه های توزیع یا مهندسی مجدد کاهش تلفات شبکه

-الگوهای نوین توزیع و ایجاد سدهای انحرافی و سازمان دهی رودخانه و...

-توجه به عدالت و عدالت گستری در جامعه هدف

-توجه به سرعت، قابلیت اطمینان و پایش در شبکه های توزیع

-بهره گیری از سیستمهای الکترونیکی و مخابراتی به جای مراسلات فیزیکی

-حذف واسطه ها در سیستم توزیع (شکلی یا فرآیندی)

-توسعه فرهنگ استفاده از ژنراتورهای خانگی و محلی (خورشیدی، بادی و...) در جاهایی که هزینه انتقال بالا می باشد.

-مدیریت تقاضا و مصرف مبتنی بر تحلیلهای آماری برای سیستمهای توزیع مثلا تحلیل مصرف بنزین در شهرهای بزرگ و کوچک.

-انتخاب استانداردها و الگوهای مناسب سازمان در امر توزیع.

-توجیه مدیران، مهندسان، کارکنان، کارگران، مشتریان و ارباب رجوع سازمان در خصوص تصمیمات گرفته شده برای پیاده سازی استانداردها و الگوهای مورد نیاز مطابق راهبردها و اهداف.

-اولویت بندی راهبردها و اهداف مشخص شده (مثلا شاخص عدالت مقدم بر شاخص سرعت دسترسی است).

راهبرد ها و اهداف اثربخش در مصرف

مدیران و دست اندرکاران سازمانها در بخش مصرف قبل از تصمیم به پیاده سازی استانداردها و الگوی مصرف بایستی راهبردها و اهداف اثر بخش خویش را مشخص و تبیین نمایند. در این خصوص پیشنهادهای زیر ارائه می گردد.

-الزام سازمان در رعایت استانداردها، شاخصها و سرانه های مصرف.

-تبیین اولویت ها در بین جامعه ی هدف و نحوه مدیریت تقاضا.

-انعکاس رعایت الگوی مصرف در منشور اخلاقی کارکنان.

-کنترل اجباری مصرف در واحدهای تابعه و الزام به رعایت سرانه.

-انعطاف در برنامه ریزی از قبیل متغیر نمودن ساعات کار برای کاهش هزینه های مصرفی.

-الزام واحدها به رعایت مدیریت هزینه و قیمت تمام شده.

-اجباری نمودن مباحث ۱۵ و ۱۷ و ۱۹ ساختمان در تمامی ساختمانهای سازمان.

-استفاده از وسایل و دستگاههای استاندارد و خرید لوازم با برچسب مصرف انرژی.

-شفاف نمودن قیمت ها و هزینه ها و اعمال مدیریت هزینه ها.

-استفاده از خدمات الکترونیکی و بانک های اطلاعاتی یکپارچه در محیط کاری.

-توجیه مدیران، مهندسان، کارکنان، کارگران، مشتریان و ارباب رجوع سازمان در خصوص تصمیمات گرفته شده برای پیاده سازی استانداردها و الگوهای مورد نیاز مطابق راهبردها و اهداف.

-اولویت بندی راهبردها و اهداف مشخص شده (مثلا شاخص رتبه بندی در برچسب مصرف انرژی مقدم بر شاخص قیمت تمام شده A بازدهی است).

بخش دوم

پیاده سازی

گام اول- تشکیل ستاد راهبری

اهداف

این ستاد به منظور سیاست گذاری در دامنه کاربرد و الزامات کلی، هدایت و هماهنگی در پیاده سازی، نظارت و نهادینه کردن استانداردها و الگوهای مطابق راهبردها و اهداف در هر سازمانی تشکیل می گردد و عنوان آن متناسب با اهداف و ماهیت و حیطه فعالیت سازمان در امر استانداردها و الگوها تعیین می شود. مثلا در سازمانهایی که بیشتر خدمات ارائه می دهند عنوان ستاد راهبری پیاده سازی استانداردها و الگوهای مصرف مناسب است و در سازمانهایی که بیشتر فعالیت آنها تولید انرژی و توزیع آن می باشد. عنوان ستاد راهبری پیاده سازی استانداردها و الگوهای توزیع پیشنهاد می گردد. اعضای این ستاد: مدیران ارشد، کارشناسان خبره سازمان و روسای کارگروه های تخصصی.

وظایف:

- ۱- تشکیل کار گروه‌های تخصصی، هدایت، هماهنگی بین آنها:
 - کارگروه تخصصی تحقیق و توسعه (فنی / مستند سازی)
 - کارگروه تخصصی پیاده سازی (استقرار)
 - کار گروه آموزش و فرهنگ سازی (نهادینه کردن)
 - کار گروه تخصصی نظارت و ارزیابی (ممیزی)
 - ۲- تعیین خط مشی ها، اهداف، اولویت ها و شاخص های مورد نیاز مطابق نیاز سنجی به عمل آمده (توسط کار گروه های تخصصی)
 - ۳- ایجاد سیستم پشتیبانی و تعهدی زیر ساختی (مدیریتی، مالی، اطلاعاتی و مدیریت دانش و ...) از فرآیند پیاده سازی و استقرار استانداردها و الگوها
 - ۴- سازماندهی، اداره و کنترل فرآیند استاندارد سازی در مراحل هفت گانه آن
 - ۵- تصویب مستندات و ابلاغ الزامات الگوها و استانداردها و رسمیت بخشیدن به آنها و حفظ دستاوردها در قالب نظام نامه استاندارد ها و الگوها
 - ۶- نظارت بر فرآیند پیاده سازی استانداردها و الگوها و حل و فصل نواقص و مشکلات
 - ۷- بازنگری تطبیقی راهبردها و اهداف اثر بخش مطابق با نتایج ارزیابی های به عمل آمده و ایجاد سیستم پویا در فرآیند اصلاح و بهبود مستمر الگوها و استانداردها
 - ۸- تعامل و هماهنگی با مراکز استاندارد سازی ملی و بین المللی و یا نماینده آنها
- وظایف عمده کار گروهها:
- کار گروه تخصصی تحقیق و توسعه (فنی / مستند سازی)
 - تشکیل کار گروه فرعی در صورت نیاز و مدیریت کار گروه های فرعی در زیر مجموعه
 - نیاز سنجی استانداردها و الگوهای مورد لزوم مطابق با راهبردها و اهداف و فعالیتها
 - تهیه شاخص های اختصاصی برای هر استاندارد و الگوی نیاز سنجی شده
 - بومی نمودن شاخص های عمومی (در استانداردهای بین المللی) برای سازمان
 - الویت بندی استانداردها و الگوها و شاخص های انتخابی
 - رتبه بندی و مشخص نمودن مقیاس های اندازه گیری
 - تهیه فرم های مورد نیاز برای کار گروه پیاده سازی
 - تهیه پیش نویس استانداردها و الگوها در قالب نظام نامه
 - تعامل و هماهنگی صنفی با کار گروه ها و مراکز استاندارد سازی مرتبط
 - کار گروه تخصصی پیاده سازی (استقرار)
 - تعیین منابع، وظایف و مسئولیت استاندارد ها و الگوهای ابلاغی در قالب نظام نامه با هماهنگی ستاد راهبردی

-حصول اطمینان از این که استانداردها و الگوهای مورد نظر، به طور صحیح مستقر و نگهداری می شوند.
-گزارش دهی به ستاد راهبردی درباره نحوه ی پیاده سازی و هر گونه نیازی که به استقرار استانداردها و الگوها کمک می نماید.

-ایجاد ارتباطات (بون سازمانی و یا داخلی) و هماهنگی های لازم با طرف های مختلف مرتبط با استانداردها و الگوهای ابلاغی.

کار گروه آموزش و فرهنگ سازی (نهادینه کردن)

-تدوین سر فصل ها و محتوای دوره های آموزشی مورد نیاز
-تدابیر لازم برای آموزش های بینشی و نگرشی اعضای ستاد راهبری
-تدابیر لازم برای آموزش های نگرشی و مهارتی اعضای کار گروه های تخصصی
-تدابیر لازم برای آموزش های توجیهی برای کلیه کارکنان در خصوص الگوها و استانداردهای ابلاغ شده
-تدابیر لازم برای آموزش و آگاه سازی جامعه هدف و مشتریان و تبیین امتیازات الگوها و استانداردهای اعمالی به خدمت گیرندگان و مشتریان

-تدابیر لازم برای دیگر نمودن سیستم نظام پیشنهادها، کارکنان و جامعه هدف در فرآیند استقرار استانداردها و الگوها
-تدابیر لازم برای ارزیابی دوره های برگزار گردیده و در صورت نیاز اقدام به برگزاری دوره های باز آموزشی
-کار گروه تخصصی نظارت و ارزیابی (ممیزی)

-پایش، سنجش و اندازه گیری مقیاس ها و شاخص ها از نحوه پیاده سازی استانداردها و الگوی مد نظر
-نظر سنجی از مشتریان و جامعه ی هدف

-شناسایی و ارزیابی انطباق یا عدم انطباق ها

-کنترل سوابق و مستند سازی

-حصول اطمینان از نحوه اجرای صحیح و کامل استانداردها و الگوها

-ارایه نتایج نظارت و ارزیابی به ستاد راهبری

-آسیب شناسی فرآیند پیاده سازی

-ارایه پیشنهاد برای اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه

گام دوم. تدوین شاخص ها و مقیاس های اندازه گیری

شناسایی شاخص ها و مقیاس ها از ارکان اصلی پیاده سازی استانداردها و الگوها است. با در نظر گرفتن نوع استانداردها و الگوها، شاخص ها در دو بعد عمومی و اختصاصی تعیین می گردند. بعد عمومی در تمام سازمانهای مشابه یکسان بوده و بعد اختصاصی با توجه به ماهیت، وظایف و اهداف هر سازمان تعیین می گردد.

تعیین شاخص ها و مقیاس ها با استفاده از روش های نیاز سنجی، کار سنجی و زمان سنجی و مقیاس های فنی و علمی میسر می باشد. لازم به توضیح است که اگر شاخص ها و مقیاس های مورد نیاز قبلا در سطح ملی و بین المللی تدوین گردیده باشند، بایستی مطابق شاخص های مربوطه، عمل نمود.

استخراج و ضوابط تدوین شاخص نحوه های اختصاصی:

شاخص های مربوط به هر دستگا اجرایی، از اهداف کلان و راهبردها و وظایف و برنامه های دستگاه استخراج می شود. به همین دلیل شاخص های اختصاصی شرکت ها و سازمان های مختلف یا یکدیگر متفاوت می باشد و نمی توان یک شاخص ثابت را برای جایگزینی شاخص های اختصاصی ارایه دارد. اما ضوابطی که یک شاخص باید داشته باشد در تمام موارد و برای کلیه موضوعات تا حدود زیادی یکسان است که در زیر به آنها اشاره می شود:

۱. شاخص ها باید متناسب با موضوع استاندارد و الگوی انتخاب شده باشند. به عبارتی شاخص ها بایستی مبتنی بر تحقق ماموریت ها و خط مشی ها، راهبردها و اهداف سازمان باشند.

۲. حیظه شاخص باید جامع و مانع باشد. بدین معنی که تمام مصادیق شاخص را پوشش دهد و مانع تداخل حیظه مصادیق سایر شاخص ها شود.

۳. شاخص ها، بایستی تا آنجا که ممکن است به صورت کمی باشند، بدین معنی که قابل اندازه گیری و مقیاس بندی باشند.

۴. شاخص ها باید به صورت شفاف، ساده و واضح و با مقیاس های مشخص در جملات کوتاه بیان شوند و از بکار بردن لغات و جملات نامفهوم و نارسا خودداری گردد.

۵. باید شاخص ها به گونه ای تدوین شوند که برداشت همه کارکنان و دست اندر کاران از مفهوم آنها یکسان باشد و دیگر نیاز به توضیح و تفسیر نباشد.

۶. شاخص ها باید عینی باشند و از به کار بدن مفاهیم ذهنی و انتزاعی در آنها خودداری گردد.

۷. شاخص ها بایستی هم راستا با شاخص های وضع مطلوب (در سطح انتظارات ملی و بین المللی) باشند.

۸. شاخص هایی که قابل اندازه گیری نباشد به عنوان شاخص کیفی مطرح می گردند. عموماً شاخص های کمی در استانداردها و شاخص های کیفی در الگوها بکار برده می شوند.

۹. پس از تدوین شاخص ها، به منظور نظارت و ارزیابی بر نحوه ی اجرای استانداردها و الگوها، بایستی تمامی شاخص ها، مقیاس بندی و ضریب بندی گردند تا بتوان از ابعاد مختلف مورد ارزیابی قرار گیرند. چرا که متناسب با ماهیت شاخص ها ارزیابی کمی و یا ارزیابی کیفی صورت می پذیرد. مثلاً شاخص مصرف برق (به ازای هر یک متر مربع فضای اداری) با در نظر گرفتن وضعیت اقلیمی واحد مورد نظر (گرمسیری و یا سرد سیری) نمی تواند با یک ضریب باشد.

۱۰. تعامل و ارتباط شاخص ها با یکدیگر تعیین گردد.

گام سوم - تدوین و ابلاغ استانداردها و الگوها

مقدمات این گام توسط کار گروه تخصصی تحقیق و توسعه (مستند سازی) تهیه می گردد. در تدوین استانداردها و الگوها، بیانیه هایی مدون در مورد خط مشی ها، اهداف، الزامات، دامنه ی کاربرد، شاخص ها و مقیاس ها اندازه گیری و روش های اجرایی در قالب یک نظامنامه به صورت پیش نویس تهیه می شود و به ستاد راهبردی منعکس می گردد و در صورت تایید، توسط ستاد راهبردی ابلاغ می شود.

عموما در نظامنامه استانداردها و الگوها موارد زیر پوشش داده می شود:

۱. دامنه کاربرد
۲. الزامات کلی
۳. خط مشی ها (راهبرد ها و اهداف اثر بخش)
۴. منابع، وظایف، مسئولیت ها و اختیارات
۵. صلاحیت ها، آموزش و آگاهی
۶. ارتباطات
۷. مستند سازی و کنترل مستندات
۸. واکنش ها و آمادگی در شرایط اضطراری
۹. پایش و اندازه گیری
۱۰. ارزیابی انطباق (ارزیابی برآورده شدن الزام)
۱۱. عدم انطباق، اقدام اصلاحی و اقدام پیشگیرانه
۱۲. کنترل سوابق
۱۳. ممیزی (داخلی و خارجی)
۱۴. بازنگری مدیریتی بهبود مستمر

گام چهارم . آموزش و توانمند سازی

این گام توسط کار گروه آموزش و فرهنگ سازی (نهادینه کردن استانداردها و الگوها) با هماهنگی واحدهای آموزش کارکنان هر سازمانی صورت می پذیرد . در این مرحله اقدامات زیر مطابق استاندارد آموزش کارکنان ۱۰۰۱۵ (Iso) تحقق می یابد .

- نیازسنجی آموزشی برای استانداردها و الگوهای ابلاغی . در چهار بعد ، بینشی ، نگرشی ، مهارتی و توجیهی .
- تهیه سرفصل ها برای دوره های آموزشی نیازسنجی شده .
- برنامه ریزی و اجرای دوره های آموزشی (بینشی و نگرشی) اعضای ستاد راهبری .
- برنامه ریزی و اجرای دوره های آموزشی (نگرشی و مهارتی) اعضای کارگروه های تخصصی .
- برنامه ریزی و اجرای دوره های آموزشی توجیهی برای کلیه کارکنان در خصوص الگوها و - استانداردهای ابلاغ شده .
- آموزش و آگاه سازی جامعه هدف و مشتریان و تبیین امتیازات الگوها و استانداردهای اعمالی به - خدمت گیرندگان و مشتریان .
- ارزیابی اثربخشی دوره های آموزشی برگزار شده .
- برگزاری دوره های بازآموزی در صورت نیاز .
- درگیر نمودن سیستم نظام پیشنهادی کارکنان و جامعه هدف در فرآیند استقرار استانداردها و الگوها .
- شناسایی نخبگان و برترین های این دوره ها ، برای بهره مندی در فرآیند استقرار استانداردها و الگوها .

گام پنجم . پیاده سازی استانداردها و الگوها

- گام پنجم توسط کارگروه تخصصی پیاده سازی (استقرار) تحقق می یابد. در این مرحله اقدامات زیر صورت می پذیرد:
۱. پیاده سازی الزامات در حیطه دامنه کاربرد استانداردها و الگوها.
 ۲. در دسترس قراردادن منابع لازم برای ایجاد، استقرار، نگهداری و بهبود استانداردها و الگوهای ابلاغی.
 ۳. انجام امور اجرایی مطابق مسئولیت ها و شرح وظایف تعیین شده استانداردها و الگوهای ابلاغی.
 ۴. حصول اطمینان از اینکه استانداردها و الگوها استقرار می یابند و نگهداری می شوند.
 ۵. گزارش دهی به ستاد راهبری درباره نحوه پیاده سازی و هرگونه نیازی که به استقرار استانداردها و الگوها کمک می نماید.

۶. ایجاد ارتباطات (برون سازمانی و داخلی) و هماهنگی های لازم با طرف های مختلف مرتبط با استانداردها و الگوهای ابلاغی.
۷. گزارش دهی به ستاد راهبری در خصوص عملکرد سیستم در مرحله بعد از استقرار و ارایه پیشنهاد ها و توصیه هایی برای بهبود مستمر.

گام ششم - نظارت و اجرا ارزیابی نحوه

این گام توسط کارگروه تخصصی نظارت و ارزیابی صورت می گیرد و نتایج بدست آمده به ستاد راهبری منعکس می شود، نظارت و ارزیابی فرآیندی نظام یافته، مستقل و مدون است. این فرآیند می تواند به صورت درون سازمانی (ممیزی داخلی) یا برون سازمانی (ممیزی سازمان ثالث) صورت پذیرد. ملاک ها و معیارهای نظارت و ارزیابی، همان مجموعه شاخص های (عمومی و اختصاصی) هر سازمان در استاندارد و الگوی مورد نظر می باشد که بایست در قالب برنامه مدون برای دوره های زمانی مشخص صورت پذیرد تا نتایج از اعتبار لازم (اعتماد و تکرار پذیری) برخوردار گردد. اعضای این کارگروه از نخبگان و کارشناسان برجسته هر سازمان می باشند که دوره های آموزشی لازم را با موفقیت طی نموده اند و شایستگی آنها محرز گشته است. فرآیند نظارت و ارزیابی از چهار مرحله اصلی تشکیل می شود:

۱. مشخص بودن، شاخص ها، مقیاس ها، حدود، اندازه، ماهیت (کمی و کیفی) پیچیدگی، اهداف و الزامات.... در استاندارد و الگوی مورد نظر.
 ۲. تعیین معیارها و مشخصه های ارزیابی کنندگان به صورت کمی (تحصیلات دانشگاهی مرتبط، سابقه و تجربه کاری مفید، ساعات آموزشی ممیزی) و کیفی (خصایص شخصی، مهارت های ارتباطی، ابتکار تهیه چک لیست و)
 ۳. انتخاب روشی مناسب برای نظارت و ارزیابی، جامع ترین روش نظارت و ارزیابی که طیف زیادی از شاخص ها (متناسب با موقعیت ها) را پوشش می دهد. نظارت و ارزیابی ۳۶۰ درجه است. برای حصول اطمینان، کارگروه تخصصی مربوطه، از زوایای مختلف، حیطه ی استاندارد و الگوی مورد نظر را رصد می نمایند. این زوایا متناسب با نوع، ماهیت و پیچیدگی استانداردها و الگوها متفاوت می باشند. در زیر به بخشی از آن اشاره می شود.
- تناسب با خط مشی و اهداف سازمان

- نظر مشتریان و خدمت گیرندگان
- الزامات قانونی ، مقرراتی و قراردادی
- ماهیت شاخص ها و مقیاس ها
- واکنش جامعه و مخاطرات احتمالی
- نظر سهامداران ، مالکان و تأمین کنندگان
- نظر مدیریت سازمان
- نظر تولید کنندگان و کارکنان
- رعایت امور زیست محیطی
- رعایت حدود مقررات مالی و قیمت تمام شده
- برآورده شدن انتظارات از بعد کیفیت و کمیت
- برآورده شدن انتظارات از بعد زمانی و ادواری
- برآورده شدن انتظارات از بعد مکانی و منطقه ای
- توانمندی کارکنان
- شناسایی نقاط قوت ، ضعف ، فرصت ها و تهدیدها
- زمان ها ، ظرفیت ها و منابع از دست رفته

۴. انجام نظارت و ارزیابی ، متناسب با زوایای مورد نیاز از طرق مختلف (تهیه چک لیست ، بررسی سوابق ، بازخورد مثبت و منفی ، مصاحبه ، مشاهده ، آزمایش / امتحان ، کنترل آماری فرآیند SPC و ...) این کار در تخصص کارگروه نظارت و ارزیابی می باشد که شاخص های مورد نظر را بررسی کرده و به صورت نتیجه گرا گزارشات لازم را مستند می کند.

گام برنامه های بهبود مستمر هفتم.

ستاد راهبری بایستی استاندارد ها و الگوهای ابلاغی را در فواصل طرح ریزی شده مورد بازنگری قرار دهد تا از تناسب ، کفایت و اثربخشی آنها اطمینان حاصل نماید.

این بازنگری باید شامل ارزیابی فرصت های بهبود و نیاز به اعمال تغییرات در استانداردها و الگوهای حاکم و در راستای راهبردها و اهداف اثربخش صورت پذیرد. برنامه های بهبود مستمر در بخش ورودی و خروجی استانداردها و الگوهای حاکم مورد توجه قرار می گیرند. در بخش ورودی موارد زیر بررسی می گردد.

- تغییراتی که می تواند استانداردها و الگوها را تحت تأثیر قرار دهد
- توصیه هایی برای بهبود

در بخش خروجی موارد زیر بررسی می شوند (با ماهیت تصمیم گیری) :

۱. بهبود اثربخشی استانداردها و الگوها و فرایندهای آن
۲. بهبود کیفیت خدمات
۳. بهبود کیفیت محصولات

۴ . بهبود کیفیت توزیع

۵ . بهبود هزینه ها و منابع

نتیجه گیری

آنچه بر اصلاح الگوی مصرف و دستیابی به فرهنگ بهینه مصرف در کشور دارای اهمیت می باشد این است که اصلاح الگوی مصرف نیازمند تبیین استراتژی و خط مشی 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 می باشد ؛ لذا می بایست همگی این اصل را یک ضرورت دانسته و فعالیت های خود را در راستای رسیدن به این اصل مهم برنامه ریزی نمایند و برای دستیابی به این امر فرهنگ ساز اقدام نمایند . آنچه که رهبر فرزانه انقلاب بر آن تأکید می ورزند این است که همه ما به خصوص مسئولان قوای سه گانه ، شخصیت های اجتماعی و آحاد مردم باید در سال جدید در مسیر تحقق این شعار مهم ، حیاتی و اساسی یعنی اصلاح الگوی مصرف در همه زمینه ها ، برنامه ریز یو حرکت کنیم تا با استفاده صحیح و مدبرانه از منابع کشور ، مصداق برجسته ای از تبدیل احوال ملت به نیکوترین حال ها ، ظهور و بروز یابد . بنابراین تأکید رهبر معظم انقلاب بر اصلاح الگوی مصرف نشان دهنده این موضوع به عنوان بستری مناسب برای شکوفایی و دستیابی به اقتدار ملی است . لذا پرهیز از شعارزدگی و حفظ صیانت اصل موضوع به عنوان مهمترین عامل در مسیر راه اصلاح الگوهای مصرفی و همچنین تبیین و تحقق آن وظیفه اصلی همه مردم و مسئولین به شمار می رود.