

اقتصاد مقاومتی و ملزومات دستیابی به آن؛ رهیافت اصلاح الگوی مصرف

مهسا رضوی^۱، ندا مهرزاد^۲

چکیده

پایداری نظام جمهوری اسلامی ایران، همیشه به عنوان الگویی از مقاومت برای حرکت به سمت استقلال و نفی وابستگی برای تمام ملل جهان بوده است. از آنجا که نگرش‌ها، گرایش‌ها و رفتارهای شکل‌دهنده به روابط و تعاملات اقتصادی در عرصه فردی و اجتماعی، در قالب "سبک زندگی اقتصادی" بیان می‌شود، مصرف که به عنوان یکی از مهمترین شاخص‌های ارزیابی سبک زندگی و یکی از مؤلفه‌های کلیدی در اقتصاد است، نقش به‌سزایی در توسعه کشورها دارد. از این رو با اصلاح الگوی مصرف که به معنی نهادینه کردن روش صحیح استفاده از منابع کشور است، می‌توان این شاخص‌ها را بهبود بخشیده و گام‌های مؤثری را در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی و دستیابی به اهداف آن از جمله رهایی از اقتصاد وابسته و مصرفی و نیز مقاومت در برابر موانع داخلی و خارجی و عدم توقف در مسیر رشد و توسعه برداشت. در این تحقیق با استفاده از روش توصیفی درمی‌یابیم که نقطه شروع اقتصاد مقاومتی (Resistive Economy)، سیاست‌گذاری برای اصلاح الگوی مصرف است. مصرف، تولید را جهت می‌دهد و این دو در کنار هم، جهت سرمایه‌گذاری را مشخص می‌کنند. رونق تولید داخلی و کاستن از وارداتی که می‌تواند به افول و کم‌رونی و توقف واحدهای تولیدی داخلی منجر شود، موجب استقلال اقتصادی، قطع وابستگی به خارج و ارتقای تکنولوژی در سطح کلان‌تر می‌شود. همچنین ترویج و اشاعه فرهنگ صحیح مصرف، باعث کاهش اتکای دولت به درآمدهای نفتی شده و منجر به بهبود توزیع درآمد بین اقشار مختلف جامعه خواهد شد.

واژگان کلیدی: اقتصاد مقاومتی، الگوی مصرف، اصلاح الگوی مصرف، فرهنگ صحیح مصرف

مقدمه

با ظهور انقلاب اسلامی، شکل جدیدی از حکومت در دنیا پدیدار شد که بنای سازگاری با قطب قدرت استکبار را نداشته و به مبارزه با استکبار پرداخت. ظهور چنین حکومتی آن هم در منطقه خاورمیانه که از لحاظ اقتصادی و ژئوپلیتیکی دارای اهمیت بسیار زیاد است، باعث شد که نظام استکبار جهانی با تمام قوا به مبارزه با انقلاب برخیزد. با پایان یافتن جنگ و عدم پیروزی استکبار در زمینه‌های نظامی، تهاجمات به عرصه‌های دیگر کشیده شد. یکی از این عرصه‌ها که خصوصاً در سال‌های اخیر با تهاجمات گسترده همراه بوده است، «عرصه اقتصادی» است. بنابراین خود انقلاب اسلامی مکلف به نوآوری و نظریه‌پردازی و الگوسازی در عرصه‌های جدید اقتصادی است. هر کشوری که علم استکبارستیزی را برپا کند، نیازمند چنین الگوهایی است.

۱. دانشجوی اقتصاد توسعه و برنامه‌ریزی دانشگاه فردوسی مشهد؛ mahsa.razavi@stu.um.ac.ir

۲. دانشجوی اقتصاد توسعه و برنامه‌ریزی دانشگاه فردوسی مشهد؛ neda_mehrzaad@yahoo.com

یکی از این مفاهیم، «اقتصاد مقاومتی»^۱ است. اقتصاد مقاومتی یک بحث تئوریک محض مختص دانشگاه و حوزه نیست؛ بلکه بیشتر اقتصاد کاربردی^۲ است. این واژه یک مفهوم اقتصاد سیاسی است تا یک مفهوم اقتصادی و به دنبال راه‌حل‌های اقتصاد سیاسی می‌باشد که در عمل و کاربرد بتواند مبتنی بر اقتصاد اسلامی، نه تنها بر بحران‌های ایجاد شده در عرصه اقتصاد سیاسی فائق آید، بلکه مسیر اقتصاد را در جهتی قرار دهد که آمادگی و آینده‌نگری لازم نیز اتخاذ شده باشد. (پیغامی، ۱۳۹۱)

در سال‌های اخیر عرصه اقتصاد کشور شاهد رویارویی با گفتمانی جدید در حوزه اقتصادی با عنوان «اقتصاد مقاومتی» است. اکنون اقتصاد کشورمان هم از فضای جهانی تأثیر می‌پذیرد و هم به دلیل قدرتی که در حوزه‌های مختلف علمی، سیاسی و انرژی کسب کرده است، بر آن اثر می‌گذارد. با گسترش تحریم‌ها علیه ایران، یک ضرورت پیش از پیش نمایان شده و آن دستیابی به یک الگوی مقاومتی از اقتصاد است؛ الگویی که در برابر بحران‌های اقتصادی رویکردی فعالانه دارد و می‌تواند در شرایط بحرانی موانع را برطرف کند. در سال ۱۳۸۸ اصلاح الگوی مصرف به عنوان شعار سال انتخاب شد و در راستای تعریف ذکر شده برای اقتصاد مقاومتی، می‌توان اصلاح الگوی مصرف را یکی دیگر از جنبه‌های مهم اقتصاد مقاومتی برشمرد؛ اما چرایی این موضوع را می‌توان به این صورت بیان کرد که یکی از ابتدایی‌ترین و اصولی‌ترین مبانی علم اقتصاد «کمبود منابع» است. افزایش مصرف در جامعه باعث افزایش استفاده از منابع محدود می‌گردد و در نتیجه، سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهد. حال اگر با منابع موجود الگوی مصرف جامعه اصلاح شود و در مصرف زیاده‌روی نشود، در نتیجه مقداری منبع که مورد استفاده قرار نگرفته‌اند باقی می‌ماند و می‌توان آن‌ها را سرمایه‌گذاری کرد. در نتیجه، سرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد و افزایش سرمایه‌گذاری به افزایش تولید می‌انجامد.

از منظری دیگر، مصرف درست و ضایع نکردن مال یکی از دغدغه‌های همیشگی رهبر معظم انقلاب در جامعه اسلامی است. ایشان مصرف‌گرایی را همچون خوره‌ای می‌دانند که غرب به جان جوامع دنیا از جمله کشور ما انداخته است تا نظام اجتماعی را آسیب‌پذیر سازد. برای پرهیز از مصرف‌زدگی، همه شهروندان باید بکوشند اسراف را از زندگی شخصی و کاری خود دور کنند (اسحاقی، ۱۳۸۸).

پیشینه

- نامگذاری ۵ سال گذشته متناسب با «اقتصاد مقاومتی»
- نشان از لزوم اهمیت حاکمیت این مفهوم بر
- تصمیم‌گیری‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی
- جامعه دارد. در این سال‌ها، این مفهوم به شکل پررنگ‌تری
- ترویج داده شده است. اما پیشینه اقتصاد مقاومتی به دوران
- سال ۱۳۸۷: «نوآوری و شکوفایی»
- سال ۱۳۸۸: «اصلاح الگوی مصرف»
- سال ۱۳۸۹: «همت مضاعف و کار مضاعف»
- سال ۱۳۹۰: «جهاد اقتصادی»
- سال ۱۳۹۱: «حمایت از کار و سرمایه»

۱. اصطلاح اقتصاد مقاومتی اولین بار پس از محاصره غزه در سال ۲۰۰۵ که ناتوانی در امر صادرات امکان صادرات و در نتیجه کشت بسیاری از محصولات کشاورزی از جمله توت فرنگی را کاهش داده بود استفاده شد.

قاجار نیز باز می‌گردد. در دوران قاجاریه نیز اقتصاد ایران از وضعیت مطلوبی برخوردار نبود. اقتصاد ملی در رکود کم سابقه‌ای قرار داشت و سیل محصولات خارجی در بازار ایران روان بود؛ روحانیون با درک خطر از بین رفتن اقتصاد ملی و استقلال سیاسی کشور با کمک تجار و بازرگانان معتمد دست به اقدامات عملی زدند که جمله از این اقدامات، می‌توان به تاسیس «شرکت اسلامی» اشاره کرد. شرکت اسلامی یکی از نمونه‌های عملی موفق اقتصاد مقاومتی است.

در ارتباط با اقتصاد مقاومتی، سیاست‌گذاران بخش اقتصاد و رهبری کلیدواژه‌های قابل تأملی چون اعتماد به نفس در تولیدات داخلی، عدم وابستگی به اقتصاد نفتی، قبح واردات غیرضروری، اقتصاد تهاجمی، ارتباط ارتقای سطح دانش و اقتصاد مقاومتی، کارآفرینی، مقاومت مدبرانه و مدیریت مصرف و حداکثر استفاده از زمان و منابع به کار برده‌اند که هر یک به عنوان شاخصه‌ای در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی قابل تفسیر است. تاکنون مقالات مختلفی در باب اقتصاد مقاومتی به رشته تحریر درآمده است که در جدول زیر به بعضی از آنها اشاره می‌شود:

جدول شماره یک

عنوان مقاله	پژوهشگران	حوزه تمرکز تحقیق
۱. اقتصاد مقاومتی	حسین تاج آبادی	تجزیه و تحلیل الگوهای اقتصاد مقاومتی
۲. راهبردهای اقتصاد مقاومتی کدامند؟	محمد کاظم انبار لویی	بررسی و تبیین مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی
۳. بررسی ابعاد و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه حضرت آیت الله خامنه‌ای	محمدصادق تراب‌زاده سیدعلی رضا سجادیه مصطفی سمیعی نسب	موضوع شناسی و تدوین نقشه مهندسی اقتصاد مقاومتی
۴. رابطه علی شاخص مقاومتی و سرمایه‌گذاری در ایران: تحلیلی تجربی از اقتصاد مبتنی بر مقاومتی	محسن ابراهیمی معصومه زیرک	تحلیل سنجی عوامل مؤثر بر شاخص مقاومتی و سرمایه‌گذاری
۵. اقتصاد مقاومتی و خانواده	لیلا صالحی رقیه بهزاد	اقتصاد مقاومتی و الگوی سبک زندگی
۶. اقتصاد مقاومتی، شاخصه‌های تبدیل بحران به فرصت	هوشنگ یاری رامین ابدالیان ایرانشاهی علی یوسفوند	دفاع در برابر هجوم اقتصادی دشمن و تبدیل آن به فرصت‌های اقتصادی با رویکرد اقتصاد مقاومتی
۷. اقتصاد مقاومتی و مدیریت الگوی مصرف	سازمان بسیج جامعه زنان سپاه علی ابن ابی طالب (ع)	مصرف‌گرایی و نقش زنان در اقتصاد مقاومتی
۸. اقتصاد مقاومتی، ضرورت مقاومت اقتصادی	داود غفارپور زهره پورحاتمی	تبیین اهداف اقتصاد مقاومتی و ارائه راهکارهایی برای دستیابی به آنها
۹. اوراق دوسویه ارزی، رویه‌ای برای معاملات ارزی در یک اقتصاد مقاومتی نوعی	اصغر ابوالحسنی احمد بهاروندی	ابزارهای پولی و بانکی در اقتصاد مقاومتی

ادبیات موضوع

اقتصاد مقاومتی

بسیاری از اقتصاددانان بر این باورند که اقتصاد مقاومتی پدیده‌ای فعال و پویا است که در آن مقاومت برای دفع موانع کوشش و پیشرفت در مسیر حرکت و ترقی، ملحوظ باشد. حال باید دید که در جامعه کنونی ما که تحریم، کشور را در موقعیت خاصی قرار داده است، تکیه صرف به درآمدهای نفتی، عملاً اقتصاد را به یک اقتصاد تک‌محصولی و مصرفی تبدیل کرده است. همچنین مقایسه میزان مصرف در بخش‌های مختلف با سایر کشورها، نشان دهنده وضعیت بسیار نامطلوب مصرف در همه زمینه‌هاست (احمدی، ۱۳۸۸)، علاوه بر اینها، آمارهای تجارت خارجی ایران در سال ۱۳۹۲ حکایت از برابری واردات و صادرات به لحاظ ارزشی دارد. حال باید ببینیم که چگونه می‌توان در سایه اقتصاد مقاومتی و اصلاح الگوی مصرف در جهت رسیدن به اهداف مورد انتظار گام برداریم. کارشناسان اقتصادی بر این باورند که باید برای زمینه‌سازی اقتصاد مقاومتی، برداشت صحیحی از اقتصاد ملی و همچنین فضای اقتصاد جهانی به دست بیاوریم. از جمله ضرورت‌های که می‌توان برای اقتصاد مقاومتی در راستای ضرورت اصلاح الگوی مصرف برشمرد عبارت‌اند از:

- تکمیل حرکت به سوی اصلاح الگوی مصرف
- همت و کار مضاعف
- شناخت منابع انسانی، مادی و به‌کارگیری آنها در پیاده‌سازی اهداف نظام
- ملاک قراردادن شاخص‌هایی همچون رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و افزایش نرخ بهره‌وری
- ضرورت جبران عقب‌ماندگی‌های ناشی از اقتصاد وابسته
- آماده‌سازی زیرساخت‌های لازم برای مقابله با هرگونه تحریم و تهدیدات اقتصادی
- مقابله با فرهنگ مصرفی و غیرتولیدی در جامعه.

چهار تعریف از اقتصاد مقاومتی وجود دارد که تفاوت آنها در این است که برخی کوتاه‌مدت و برخی بلندمدت هستند و البته ترکیبی از استراتژی‌های مطلوب را نیز برای مان به تصویر می‌کشند. تعریف اول از اقتصاد مقاومتی به مثابه «اقتصاد موازی» است؛ یعنی همان‌طور که انقلاب اسلامی با توجه به نیاز خود به نهادهایی با روحیه و عملکرد انقلابی، اقدام به تأسیس نهادهایی مانند کمیته امداد، جهاد سازندگی، سپاه پاسداران و بنیاد مسکن نمود، امروز نیز بایستی برای تأمین اهداف انقلاب، این پروژه را ادامه داده و تکمیل کند؛ چرا که انقلاب اسلامی به اقتصاد مقاومتی و به نهادسازی‌های مقاومتی در اقتصاد نیاز دارد که چه بسا ماهیتاً از عهده نهادهای رسمی اقتصادی برنمی‌آید.

تعریف دوم از اقتصاد مقاومتی عبارت از اقتصادی است که در پی «مقاوم‌سازی»، «آسیب‌زدایی»، «خلل‌گیری» و «ترمیم» ساختارها و نهادهای فرسوده و ناکارآمد موجود اقتصادی است. در رویکرد جدید به دنبال آن هستیم که با بازتعریف سیاست‌های نهادهای موجود، کاری کنیم که انتظارات ما را برآورند. کشورهای توسعه‌یافته نیز در برهه‌هایی از تاریخ اقتصادی خود، مجبور به مقاوم‌سازی ساختارهای اقتصادی شدند. مثلاً

غرب پس از دو شوک نفتی ۱۹۷۹ و ۱۹۸۳ میلادی، اقدام به جایگزینی سوخت‌های فسیلی با سایر سوخت‌های نوین کرد؛ به طوری که امروزه با قیمت‌های بالای یک‌صد دلار نیز دچار شوک نفتی نمی‌شود.

تعریف سوم از اقتصاد مقاومتی، متوجه «هجمه‌شناسی»، «آفندشناسی» و «پدافندشناسی» ما در برابر آن هجمه است. یعنی ما باید ابتدا بررسی کنیم که مخالفان ما حمله به اقتصاد ایران و اخلاص در آن را چگونه و با چه ابزارهایی صورت می‌دهند. بنابراین وقتی به اقتصاد مقاومتی دست یافته‌ایم که ابزارها و شیوه‌های هجمه دشمن را پیشاپیش شناخته باشیم و بر اساس آنها استراتژی مقاومت خود را علیه آنان تدوین و اجرا کنیم. بدیهی است تا آفند دشمن شناخته نشود، مقاومت متناسب با آن نیز طراحی و اجرا نخواهد شد.

چهارمین تعریف نیز این است که اساساً اقتصاد مقاومتی یک رویکرد کوتاه‌مدت سلبی و اقدامی صرفاً پدافندی نیست. این رویکرد، چشم‌اندازی کلان به اقتصاد جمهوری اسلامی ایران دارد و یک اقدام بلندمدت را شامل می‌شود. این تعریف هم که به نظر می‌رسد به دیدگاه‌های رهبر معظم انقلاب نزدیک باشد، رویکردی ایجابی و دوراندیشانه دارد. در این رویکرد، ما در پی «اقتصاد ایده‌آلی» هستیم که هم اسلامی باشد و هم ما را به جایگاه اقتصاد اول منطقه برساند. در این مقوله است که اقتصاد مقاومتی، مشتمل بر اقتصاد کارآفرینی و ریسک‌پذیری و نوآوری می‌شود.

برای درک بهتر اقتصاد مقاومتی و قبل از وارد شدن به بحث الگوی مصرف باید تفاوت اقتصاد مقاومتی با اقتصاد ریاضتی بیان شود. در بیان این تفاوت، ریاضت اقتصادی به طرحی گفته می‌شود که دولت‌ها برای کاهش هزینه‌ها و رفع کسری بودجه، به کاهش و یا حذف ارائه برخی خدمات و مزایای عمومی دست می‌زنند. این طرح که به منظور مقابله با کسری بودجه توسط برخی دولت‌ها انجام می‌شود، گاهی اوقات به افزایش میزان مالیات و افزایش دریافت وام‌ها و کمک‌های مالی خارجی می‌انجامد. در جدول دو، مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی و ریاضتی برشمرده می‌شوند.

جدول شماره دو

مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی	مؤلفه‌های اقتصاد ریاضتی
عدم کاهش حقوق‌ها	کاهش مستقیم حقوق‌ها
عدم افزایش مالیات و در مواردی کاهش مالیات برای برخی بنگاه‌های تولیدی	کاهش غیرمستقیم حقوق‌ها از طریق افزایش مالیات
عدم کاهش خدمات عمومی و افزایش آنها؛ مانند طرح پزشک عمومی	کاهش و حذف برخی از خدمات عمومی
مدیریت مصرف به عنوان یکی از ارکان اقتصاد مقاومتی و جلوگیری از اصراف و تبذیر	کم‌مصرف کردن از سر ناچاری و فقر
استفاده از تولید داخلی	روی آوردن مردم به مصرف کالاهای خارجی به دلیل قیمت پایین
افزایش شغل از طریق کارآفرینی	حذف فرصت‌های شغلی
افزایش امنیت اقتصادی و جذب سرمایه‌گذاری و رشد آن	افزایش ناامنی اقتصادی و فرار سرمایه‌ها

استفاده حداکثری از زمان و منابع	کاهش بودجه‌های عمرانی و سرمایه‌گذاری و طولانی شدن مدت زمان بهره‌برداری و برگشت هزینه‌های سرمایه‌گذاری شده در طرح‌ها که به دنبال آن دولت مجبور به اتخاذ تصمیم‌گیری‌های مقطعی می‌شود.
خصوصی‌سازی اقتصاد به عنوان الزامی برای اقتصاد مقاومتی از دریچه مردمی کردن اقتصاد	حرکت به سوی دولتی کردن بنگاه‌های ورشکسته
تلاش برای رهایی از اقتصاد تک‌محصولی	تک‌محصولی شدن اقتصاد؛ مانند اقتصاد نفتی
مقاومت مدبرانه در مقابل تحریم‌ها و فشارهای خارجی	بی‌ثباتی سیاسی و مخدوش شدن اقتدار و استقلال کشور

الگوی مصرف؛ رویکرد نظریات اقتصادی

«مصرف» به عنوان یکی از مفاهیم کلیدی اقتصاد کلان و چرخه اقتصادی، نقش مهمی در رشد و توسعه اقتصادی ایفا می‌کند. «الگوی مصرف» نیز به عنوان یکی از مباحث اصلی نظریه مصرف، جایگاه ویژه‌ای را در نظریه‌های مربوط به رشد و توسعه اقتصادی به خود اختصاص داده است. مخارج مصرفی سهم بزرگی از درآمد ملی را به خود اختصاص می‌دهند و آن بخش از درآمد ملی که مصرف نمی‌شود، به طور منطقی پس انداز و سرمایه‌گذاری می‌شوند. بنابراین مطالعه الگوی مصرف در اقتصاد کلان، به طور غیرمستقیم، مطالعه سرمایه‌گذاری کل و رشد اقتصادی نیز هست. از جنبه‌ای دیگر، مصرف از گذشته‌های دور نقش حیاتی در زندگی مردم و بقای حکومت‌ها داشته است؛ تا آنجا که اندیشمندان یکی از دلایل افول امپراطوری‌ها (مانند امپراطوری روم) در طول تاریخ را رواج فرهنگ پرمصرفی، تجمل‌گرایی و اشرافی‌گری دانسته‌اند (دادگر، ۱۳۸۳، ۱۴۰).

مصرف (خصوصی) عبارت است از مخارج کل خانوار که از محل درآمد قابل تصرف، صرف خرید کالاها یا خدمات مصرفی می‌شود. در تقسیم‌بندی‌های رایج، کالاها مصرفی معمولاً به کالاهای بادوام، بی‌دوام و خدمات تقسیم می‌شوند. موسسات پژوهشی در مطالعات مربوط به تغییر قیمت‌ها، مخارج خانوار را به دو گروه اصلی خوراکی‌ها و غیرخوراکی‌ها (علاوه بر کالاها شامل خدمات نیز هستند) تقسیم می‌کنند. گروه کالاهای خوراکی اغلب حدود ۵۰ درصد متوسط درآمد خانوار را به خود اختصاص می‌دهند. علاوه بر درآمد قابل تصرف، مصرف متأثر از عواملی همچون ذوق و سلیقه و رجحان مصرف‌کنندگان (تابعی از شرایط تاریخی، فرهنگی، اقلیمی، اجتماعی و سیاسی)، قیمت کالای مورد نظر و کالای جانشین، اندازه خانواده، موقعیت اجتماعی خانواده و مشخصات سرپرست خانوار (سن، شغل، تحصیلات ...)، انتظارات قیمتی مصرف‌کننده و نرخ بهره و توزیع درآمد است. از طرفی هم اصلاح الگوی مصرف به معنی نهادینه کردن روش صحیح و مناسب استفاده از منابع مادی و غیرمادی کشور به صورتی که باعث ارتقای شاخص‌های زندگی مردم و کاهش هزینه‌ها شود، است. چگونه مصرف کردن، چه چیز مصرف کردن، شناسایی نیازهای واقعی و رعایت اعتدال و صرفه‌جویی در بهره‌برداری از امکانات و منابع، موضوع اصلی الگوی صحیح مصرف می‌باشد. در دیدگاه اسلامی برای رفتار مصرف‌کننده قواعدی تعیین شده است که این قواعد، حدود مصرف او را تعیین

می‌کنند. همچنین مصرف‌کننده، بخشی از مخارج خود را با هدف کسب رضایت خداوند در زندگی پس از مرگ، در امور توصیه شده مذهبی و برای دیگران و اجتماع صرف می‌کند. بر این اساس، چنانچه یک مسلمان از ایمان کافی برخوردار باشد، رفتار مصرفی او متفاوت خواهد بود. بر اساس آموزه‌های اسلامی، مصرف‌کننده مسلمان، اسراف و تبذیر نمی‌کند؛ به داشته خود برای مصرف قناعت می‌کند؛ بخل و تقطیر (مصرف کمتر از کفاف) نخواهد داشت؛ تلاش می‌کند نیاز خانواده را در حد استانداردهای مصرفی تأمین نماید و متناسب با دارایی، شأن و منزلت خود مصرف می‌کند. (عزتی، ۱۳۸۸: ۴۵-۴۴)

بحث و نتیجه گیری

تحریم‌های اقتصادی غرب علیه ایران، از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی آغاز شد. این تحریم‌ها در بعضی از زمینه‌های مهم همچنان ادامه یافته و در سال‌های اخیر به بهانه دستیابی به توان غنی‌سازی اورانیوم و انرژی هسته‌ای تشدید شده است. این تحریم‌ها دو اثر مستقیم و غیرمستقیم بر مصرف دارد که نیازمند اصلاح الگوی مصرف در راستای رسیدن و تحقق بخشیدن به اقتصاد مقاومتی می‌باشد؛ زیرا یکی از مهمترین و اساسی‌ترین جنبه‌های اقتصاد مقاومتی نحوه مدیریت مصرف در جامعه است. اول اینکه بعضی از کالاها که ایران توان تولید آن را ندارد به ایران فروخته نمی‌شود و به ناچار اگر تعداد اندکی از آن را داریم یا به صورتی خریداری کرده-ایم، باید در حفظ آن بکوشیم و با مصرف بی‌رویه آن را از دست ندهیم. بر این اساس، اصلاح الگوی مصرف در زمینه این‌گونه کالاها، دقت بسیار زیاد در حفظ و بهره‌برداری بهینه از آنها است. دومین اثر این تحریم، افزایش هزینه‌های معاملات و خریدهای خارجی ایران برای اغلب کالاها و خدمات است. بدین صورت که برخی مؤسسات و شرکت‌های ایرانی نیز در تحریم هستند و برای انجام معاملات باید به سمت شرکت‌ها و مؤسسات دیگر و استفاده از واسطه‌های بیشتر رفت که این واسطه‌ها موجب افزایش قیمت خریدها و معاملات ایران می‌شوند. در نتیجه، بخشی از ثروت جامعه هدر می‌رود. برای جلوگیری از افزایش آن باید تا حد ممکن، مصرف این نوع کالاها را کاهش دهیم. در این زمینه، اصلاح الگوی مصرف نیازمند تلاش برای کاهش مصرف این کالاها، ایجاد زمینه‌های تولید آن‌ها در کشور و تأمین شرایط فرهنگی و سرمایه‌گذاری برای تولید آن‌ها، جایگزینی مصرف کالاهای دیگر تولید داخل و... است.

فرهنگ عبارت است از ارزش‌ها، آداب و رسوم، که در اکثریت مردم یک جامعه مشترک بوده و تمام رفتارهای پایدار اجتماعی را در بر می‌گیرد و مهمترین ویژگی آن پایداری و چسبندگی است. رفتارهای مصرفی انسان در بلندمدت رفتارهایی پایدار شمرده می‌شوند. تغییر این رفتارها بدون تغییر فرهنگ ممکن نیست. بنابراین اگر به دنبال تغییر رفتار مصرفی جامعه هستیم، باید برای عامل فرهنگ اعتبار خاصی قائل شویم. ترویج فرهنگ صحیح مصرف مزایای فراوانی برای رشد و توسعه اقتصادی کشور به همراه دارد و از اهم مزایای آن می‌توان به مواردی نظیر کاهش اتلاف منابع، کاهش واردات اقلام غیرضروری، کاهش مصرف‌گرایی و تجملات، کاهش فساد اداری، کاهش وابستگی اقتصادی، کاهش اتکای دولت به نفت، تعدیل توزیع درآمد و کاهش فاصله طبقاتی، کاهش هزینه‌ها، ترویج ارزش‌ها و فضایل اخلاقی، رقابتی کردن اقتصادی ملی، نهادینه کردن فرهنگ مصرف در جامعه، اصلاح تولید ملی، ایجاد استقلال فرهنگی، افزایش کیفیت کالاها

و خدمات، افزایش نرخ کارایی و بهره‌وری، افزایش نرخ سرمایه‌گذاری در جامعه، افزایش توان صادراتی کشور، ترویج و گسترش عدالت، ارتقاء مدیریت دولتی و شرکت‌های دولتی، ارتقای شاخص‌های زندگی، نکوهش روش‌های غلط و مذبوم، افزایش نظم و انضباط سیاسی، اجتماعی و اقتصادی، ایجاد حس خودباوری در افراد، توسعه فرهنگ قناعت و ساده زیستی، تعدیل روحیه تنوع طلبی و...، اشاره کرد.

از جمله موانع و چالش‌های پیش روی اقتصاد مقاومتی، وجود عوامل متعدد بر ایجاد فضای منفی برای جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، وجود موانع متعدد پیش روی تولید ملی، عدم وجود فضای رقابتی در بخش تولید و توزیع در برخی از گروه‌های کالایی و پایین بودن سطح بهره‌وری نیروی انسانی و افزایش نقدینگی و عدم تناسب آن با تولید و تورم بالا و مستمر هستند. همه این چالش‌ها، به طور مستقیم یا غیرمستقیم با مصرف رابطه دارند.

در پایان بحث باید این گونه متذکر شد که اقتصاد مقاومتی، اقتصادی مبتنی بر پایه‌های منابع داخلی است که در برابر فشارها و تحریم‌ها دچار بحران نمی‌شود و موجبات قوام جامعه اسلامی را فراهم می‌آورد. در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی، مردم باید اقتصاد مقاومتی را بپذیرند؛ به آن اعتقاد پیدا کنند و بعد به آن جامعه عمل ببوشانند. بنابراین پیش از آنکه یک کار اقتصادی تخصصی برای تحقق این مدل اقتصادی بخواهد انجام شود، همان‌طور که اشاره شد باید یک کار فرهنگی اجتماعی صورت بگیرد. بخش‌های مهمی از آموزه‌های اقتصادی اسلام به حوزه مصرف و چگونگی مدیریت آن باز می‌گردد؛ چراکه مدیریت مصرف موجب ثبات اقتصادی و افزایش کمی و کیفی بهره‌وری است. امروزه مصرف‌گرایی و اسراف در جامعه به یکی از معضلات جدی تبدیل شده است که بی‌شک بر بدنه اقتصاد تأثیر مستقیم و به‌سزایی می‌گذارد. در نتیجه باید با تبلیغات و آموزش مناسب، نحوه مدیریت صحیح مصرف و فرهنگ اقتصاد مقاومتی را در جامعه افزایش دهیم. کارشناسان این حوزه از اقتصاد براین باورند که برای اصلاح الگوی مصرف باید رسانه‌های دیداری و شنیداری وارد عرصه شده و با فرهنگ‌سازی، مسیر مصرفی افراطی کنونی جامعه را به مسیر درست مصرف کردن هدایت کنند. در این راستا، دولت نیز می‌تواند از طریق سیاست‌گذاری تبلیغی و فرهنگ‌سازی برای سرمایه‌گذاری، جامعه را به سمت جایگزینی هزینه‌های سرمایه‌ای به جای هزینه‌های مصرفی و در نتیجه کاهش مصرف و افزایش سرمایه‌گذاری و رشد و توسعه اقتصادی هدایت کند. یکی از ملاک‌های مدیریت مصرف، ترویج فرهنگ خرید و اصلاح الگوی مصرفی در خانوار است. بر این اساس، فرهنگ اقتصادی در کشورهای صنعتی بر مبنای ارزش نهادن به کار بیشتر، درآمد بیشتر و زندگی غیرتجملی شکل گرفته است و اسراف و مصرف‌زدگی در این کشورها مطلقاً ارزشمند نیست. با در نظر گرفتن این الگو از طریق نحوه آموزش صحیح، ضمن ایجاد کاهش تقاضا، متناسب با نیاز جامعه، می‌توان به اقتصاد مقاومتی و اثرات مثبت و کارآمد آن در اقتصاد جامعه کمک کرد و زمینه رشد و توسعه کشور را هموارتر نمود.

با توجه به آنچه گفته شد، اقتصاد مقاومتی هر چند در دوره‌ای کوتاه‌مدت ممکن است باعث ایجاد فشارهای اقتصادی بر اقشار مختلف جامعه گردد، اما در راستای مدیریت الگوی مصرف و افزایش سرمایه-

گذاری در سطوح مختلف اقتصادی، در بازه زمانی بلندمدت نه تنها منجر به حل مسائل اقتصادی، بلکه موجب خودکفایی در عرصه‌های مختلف گشته و زمینه پیشرفت و اقتدار کشور عزیزمان را فراهم می‌آورد.

Archive of SID

منابع و مأخذ

- ابدالیان، ایرانشاهی و همکاران (۱۳۹۱)، "شاخصه‌های تبدیل بحران به فرصت"
- احمدی، علی محمد و آقانسیری، مریم (۱۳۸۸)، "اصلاح الگوی مصرف (مطالعه موری بخش انرژی و صنعت)"، ماهنامه مهندسی فرهنگی، سال چهارم، ۳۳ و ۳۴
- احمدی، مسعود (۱۳۸۸)، "اصلاح الگوی مصرف تکلیف ملی و شرعی"
- اسحاقی، سیدحسین (۱۳۸۸)، "بایدها و نبایدهای مصرف"، مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران
- ابروانی، جواد (۱۳۸۸)، الگوی مصرف در آموزه‌های اسلامی، مشهد، چاپ اول
- برفر، یعقوب (۱۳۹۱)، "نقش فرهنگ در تعیین استانداردها و الگوهای مصرف در فرآیند توسعه با رویکرد اسلامی به آن"، همایش منطقه‌ای تولید ملی حمایت از کار و سرمایه ایرانی، یاسوج
- بیرو، آلن (۱۳۷۰)، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، کیهان، تهران
- پایگاه خبری ۳۱۳، "پیشینه اقتصاد مقاومتی و الزامات آن"، مقاله تألیفی پیرامون اقتصاد مقاومتی
- پیغامی، عادل (۱۳۹۱)، "نکاتی پیرامون اقتصاد مقاومتی، دفاع یا ترمیم؟"، نوشتاری از دکتر پیغامی پیرامون اقتصاد مقاومتی
- رزاقی، ابراهیم (۱۳۷۴)، الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، تهران، چاپخس
- رهبری حق، پیمان (۱۳۹۱)، "نمونه عینی سازی اقتصاد مقاومتی در شرایط تحریم"
- سلیمانی، محمد، (۱۳۹۱)، "شش ضرورت اقتصاد مقاومتی"، نوشتاری از دکتر سلیمانی پیرامون اقتصاد مقاومتی
- سیفی، محمدعلی و علایی، خدایار (۱۳۸۸)، "مبانی نظری الگوی مصرف و نقض آن در توسعه اقتصادی کشور"، توسعه صادرات، سال سیزدهم، ۷۸
- صادقی، حسین و حسن محمد غفاری (۱۳۸۸)، "نقش الگوی مصرف در اقتصاد تولید گرا"، ماهنامه مهندسی فرهنگی، سال سوم، ۲۸ و ۲۹
- صالحی، لیلا و بهزاد، رقیه (۱۳۹۱)، "اقتصاد مقاومتی و خانواده"، همایش بانوی کرامت
- صدر، سیدشهاب‌الدین (۱۳۹۱)، "الزامات اجرای اقتصاد مقاومتی و ارتباط تنگاتنگ آن با الگوی سبک زندگی در نگاه رهبر معظم انقلاب"، مقاله تألیفی پیرامون اقتصاد مقاومتی
- طغیانی، مهدی (۱۳۹۲)، "اصلاح الگوی مصرف و اقتصاد مقاومتی"، نوشتاری از دکتر طغیانی پیرامون اقتصاد مقاومتی
- غفارپور، داوود و پورحاتمی، زهره، (۱۳۹۱)، "اقتصاد مقاومتی، ضرورت مقاومت اقتصادی"، وزارت امور اقتصاد و دارایی مرکزی

- فراهانی فرد، سعید (۱۳۸۸)، "اصلاح الگوی مصرف و محیط زیست"، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، سال نهم
- کشاورزبان پیوستی، اکبر (۱۳۸۸)، "اصلاح الگوی مصرف در اقتصاد و نظام بانکی"، بانک و اقتصاد، ۱۰۰
- موسایی، میثم (۱۳۸۴)، "نقش فرهنگ بر الگوی مصرف"، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، سال نهم، ۳۴
- نریمان، کیانوش (۱۳۹۱)، "نقش آموزش پرورش در تقویت فرهنگ صحیح مصرف"، همایش منطقه‌ای تولید ملی و حمایت از کار و سرمایه ایرانی، یاسوج
- هاشمی، سید مهدی (۱۳۸۸)، گنجینه اصلاح الگوی مصرف، تهران، چاپ دوم

Archive of SID