

نام دوره:

اصول و روش های اصلاح الگوی مصرف انرژی

محرری:

مجتمع فنی مازندران

فصل اول: مفهوم‌شناسی

۱-۱. مفهوم‌شناسی

امروز جنبه‌های منفی و ضداقتصادی مصرف را با ترکیب مصرف‌گرایی یا مصرف‌زدگی بیان می‌کنند و برای رساندن معنای مثبت و عادی این پدیده اقتصادی به همان کلمه مصرف بسنده می‌کنند. البته واژه‌های دیگری چون استفاده، کاربرد هم‌معانی مترادفی برای این کلمه هستند، اما استفاده از این کلمات هر یک جای خود را دارد و نمی‌توان 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 رنگ فرهنگی هم می‌یابد، می‌باشد. در تبیین اصلاح الگوی مصرف لازم است در معانی لغوی سه کلمه مذکور تأملی نمود.

۱-۲. اصلاح

اصلاح و اصلاح کردن در لغت به معنای 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 گفته‌اند: 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 شیوه‌های زندگی هستند که از صور فرهنگی منشأ می‌گیرند. یک الگو یک مدل یا یک سری قوانین است که با استفاده از آن می‌توان 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 زیرالگوها یا زیرالگوهای اصلاح شده بر طبق چند قانون ساده داشته باشند. در یک تقسیم‌بندی کلان، الگوها به الگوهای مثبت و منفی تقسیم می‌شود.

۱-۳. مصرف

مصرف نیز به معنی استفاده کردن و در لغت‌نامه 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، بهره‌برداری صحیح، علمی و مناسب از

منابع و ظرفیت‌های 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 می‌پسندد.

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 شاخص‌های زندگی مردم و کاهش هزینه‌ها شود. 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.

۱-۵. مفهوم اسراف و تبذیر

لغت‌شناسان در تعریف و ترسیم اسراف گفته‌اند: «تجاوز الحد فی کل فعل یفعله الانسان و ان کان ذلک فی الانفاق اشهر و یقال تارة اعتبارا بالقدر و تارة بالکیفیة»؛ خارج شدن انسان از حد و مرز در هر کاری که انجام می‌دهد 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 می‌رسانند. با در نظر گرفتن ریشه این دو لغت (اسراف و تبذیر) چنین به نظر می‌رسد که وقتی این دو در مقابل هم قرار می‌گیرند اسراف به معنی خارج شدن از حد اعتدال، بی آن که چیزی را ظاهراً ضایع کرده باشد، مثل این که ما لباس گرانبه‌ای بپوشیم که بهایش صد برابر لباس مورد نیاز ما باشد یا غذای خود را آنچنان گرانبه‌ای تهیه کنیم که با قیمت آن بتوان عده زیادی را آبرومندانانه تغذیه کرد. در این جا از حد گذرانده‌ایم ولی ظاهراً چیزی نابود نشده است. اما «تبذیر» ریخت و پاش، آن است که چنان مصرف کنیم که به اتلاف و تضییع بینجامد. مثل این که برای دو نفر مهمان غذای ده نفر را تهیه کنیم آن گونه که بعضی از جاهلان چنین می‌کنند و به آن افتخار می‌نمایند و باقی مانده را در زباله‌دان می‌ریزند و اتلاف می‌کنند. البته گاهی هم می‌شود که در کاربردها، این دو واژه در یک معنی به کار می‌رود و به اصطلاح عطف تفسیری می‌شوند. امام علی (ع) در نهج‌البلاغه می‌فرماید: «ألا وانّ اعطاء المال فی غیر حقه تبذیر و اسراف و هو یرفع صاحبه فی الدنيا و یضعه فی الآخرة و یکرمه فی الناس و یهینه عند الله؛ 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 مسلماً 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.»

صرفه‌جویی 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 می‌تواند تأثیرگذار و سرنوشت‌ساز باشد. با این همه صرفه‌جویی علاوه بر این که در حوزه اقتصاد شخصی معنا و مفهوم می‌یابد، 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 می‌دانند بلکه آن را ضمان‌آور و شخص مسرف را نسبت به جامعه مدیون می‌شمارند.

فصل دوم: مبانی دینی، اخلاقی و فرهنگی الگوی مصرف با تأکید بر مفاهیم قرآنی

درباره صرفه‌جویی نگاه قرآن به مسائل اقتصادی هم نگاهی در راستای بهره‌وری 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 میانه‌روی و اعتدال است. از این رو بنیاد امور در حوزه تولید و توزیع و مصرف کالا در بینش و نگرش قرآنی میانه‌روی است. هر گونه رفتارهای بیرون از این چارچوب از نظر قرآن نه تنها نادرست و نابهنجار است بلکه گناه و گاه جرم قانونی تلقی می‌شود. البته در برخی موارد کم‌مصرفی هم تذکراتی داده شده که چرا حلال خدا را بر خود حرام می‌کنند؟ از نظر اسلام، سلامت اقتصادی و پرهیز از فسادانگیزی در حوزه اقتصادی و تصحیح روابط اقتصادی جامعه، هم‌پای مسائل اعتقادی و عبادی در صدر برنامه‌های پیامبران قرار دارد. این امر نمی‌تواند جز با صرفه‌جویی و بهینه‌سازی مصرف همراه باشد. زیرا اقتصاد در هر حال بستری برای تکامل بشری است و به عنوان هدف ابزاری یا میانی مطرح می‌باشد 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 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 آموزه‌های 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، می‌بایست به الگوهای مصرف به عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی تمدن‌سازی توجه کنیم. از این رو بخش عمده‌ای از آموزه‌های وحیانی قرآن و اسلام، بیان اصول و مطالبی است که به حوزه اقتصاد و چگونگی مدیریت آن باز می‌گردد. اگر رهبر معظم انقلاب چندین سال پیش فرمان بسیج عمومی برای تمدن‌سازی

می‌دهد و هر سال براساس آن راهبرد اساسی و اصلی در نامگذاری سال‌ها برای مدیریت کشوری، نامی خاص برمی‌گزینند، همه این نامگذاری‌ها در راستای دستیابی به تمدن جهانی اسلامی است که آرمان همه بشریت در طول تاریخ و فلسفه و حکمت حرکت‌ها و قیام‌های همه پیامبران و امامان (ع) بوده است. انقلاب مهدوی (عج) و مسئله انتظار نیز تنها در راستای این مقصد و مقصود، معنای درست می‌یابد؛ زیرا ظهور، چیزی جز تحقق تمدن دولت جهانی و عدالت‌پرور به دست انسانی کامل و خلیفه الهی نیست. یکی از مهم‌ترین بخش‌هایی که در محقق ساختن تمدن اسلامی بسیار نقش کلیدی دارد، مسئله چگونگی مصرف تولیدات و بهره‌مندی از امکانات و نعمت‌های الهی است. از این رو بیان الگوی صحیح مصرف و اصلاح دائمی و همیشگی آن براساس نیازها و توانایی‌های هر زمان، به عنوان دغدغه اصلی، خود را بر جامعه انسانی و به ویژه دولت اسلامی تحمیل می‌کند.

بی‌گمان هر چه شناخت انسان به خود و محیط زیست خویش کامل‌تر شود، میزان بهره‌مندی وی نیز از وسایل و امکانات افزایش می‌یابد و مصرف بهینه و آسان و ساده آن چیز را نیز بهتر می‌آموزد. با این همه به علمی شناخت انسان نه تنها نسبت به محیط زیست خویش بسیار ناقص و ابتدایی است بلکه حتی نسبت به خود و نیازها و توانمندی‌ها و ظرفیت‌های 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 می‌شود تا به وی راه درست زندگی کردن و اهداف و حکمت آن را بیاموزاند. پیامبران (ع) نه تنها به انسان‌ها در حوزه شناختی، یاری رسانده و می‌رسانند بلکه در عمل به آنان نشان می‌دهند که بهترین شیوه زیست کدام است. این همان چیزی است که ما از آن به الگوها و اسوه‌های زندگی یاد می‌کنیم. اسوه، شخصی است که به سبب خصلت‌ها یا خصلت‌هایی چند، لیاقت و شایستگی آن را می‌یابد تا الگو و سرمشق علمی و عملی دیگر یا دیگران باشد. از نظر اسلام، هم شخص و هم جامعه می‌تواند الگو و سرمشق و پیشوای دیگران باشد. از این رو از اسوه‌های پسندیده‌ای چون آسیه و مریم (س) و ابراهیم (ع) و دیگر پیامبران در آیاتی چون آیه ۹۰ سوره انعام و ۸۳ و ۹۰ و آیات ۱۱ و ۱۲ سوره تحریم و ۶ سوره ممتحنه سخن به میان می‌آورد و جامعه اسلامی را در آیه ۱۴۳ سوره بقره به عنوان امتی معتدل و اسوه‌ای برای توده‌های مردم معرفی می‌کند. جامعه آرمانی که خداوند در آیه ۱۱۲ سوره نحل معرفی می‌کند، جامعه‌ای برخوردار از امنیت، آسایش فراوان و رفاه مطلوب می‌باشد. این بدان معناست که از نظر قرآن، جامعه نمونه و مطلوب، جامعه‌ای است که برخوردار از سعادت و خوشبختی باشد که مؤلفه و عناصر اصلی آن را امنیت و آرامش و آسایش تشکیل می‌دهد. بنابراین، جامعه نمونه و برتر، جامعه‌ای است که از نظر فرهنگی و تمدنی به کمال دست یافته باشد و بتواند با بهترین شیوه توده‌های 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 می‌فرماید:

«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 می‌رسد. این جامعه از گرسنگی و ترس یعنی فقدان آسایش و آرامش رنج نمی‌برد. بنابراین جامعه‌ای خوشبخت است و از سعادت بهره‌مند می‌باشد.

افراد چنین جامعه‌ای نیز انسان‌هایی هستند که در مسیر درست قرار گرفته و در همه عرصه‌ها، روش اعتدال را در پیش گرفته‌اند؛ زیرا آنان نیز همانند پیامبر گرامی (ص) در مسیر الهی و آموزه‌های وحیانی گام برمی‌دارند و اسوه و مقتدا و پیشوای خویش را چنین شخصی قرار داده‌اند (احزاب آیه ۲۱). اسوه‌های زندگی که در آیات قرآنی معرفی می‌شوند (ممتحنه آیه ۴)، کسانی هستند که اعتدال‌گرایی در زندگی آنان اصل بنیادین را در کنار توحید و توکل و معاد تشکیل می‌دهد؛ زیرا دین اسلام به عنوان دین برتر و کامل و الگوی الهی برای زندگی بشری، آیینی معتدل و میانه است (بقره آیه ۱۴۳ و نیز انعام آیه ۱۶۱ و یونس آیه ۱۰۱ و طه آیه ۸۱). در تمامی این آیات یادشده و آیات دیگر، خداوند با بهره‌گیری از واژگان و اصطلاحاتی چون حنیف، سوی، قیام، عدم اعتداء و نیز عدم میل عظیم، می‌کوشد تا اعتدال‌گرایی در اسلام و قوانین و نیز الگوهای آن را بیان کند. تعبیر زیبایی «قصد السبیل» که در آیه ۹ سوره نحل بیان شده به خوبی تبیین می‌کند که التزام خداوند به بیان راه راست و میانه برای آن است که آدمی تنها در این مسیر است که می‌تواند 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 بینه به رعایت اعتدال به عنوان تنها راه درست اشاره می‌کند و آیه ۲۷۵ سوره بقره مردم را بدان می‌خواند و جالب آن که در آیه ۱۳۰ سوره بقره رباخواری را سبب خروج از اعتدال روانی بر می‌شمارد. این بدان معناست که میان رفتارهای آدمی در حوزه اقتصادی با حوزه روان‌شناختی، ارتباط تنگاتنگی وجود دارد که نمی‌توان از آن چشم پوشید. بنابراین هرگونه رفتار نادرست اقتصادی به معنای دور شدن از حدود انسانیت بوده و آدمی و جامعه را دچار بیماری‌های روانی و آسیب‌های جدی در حوزه شخصی و روحی و روانی می‌کند. از نظر قرآن بسیاری از جوامع به سبب خروج از اعتدال در حوزه‌های مختلف اقتصادی و اعتقادی و رفتاری، گرفتار بحران‌های شدید شدند که در نهایت تمدن و جامعه آنان را نابود ساخته و یا می‌سازد (مائده آیه ۷۷ و ۲۷). از این رو هرگونه خروج از حد اعتدال و میانه‌روی را سبب کفر (بقره آیه ۱۰۸) و گمراهی (مائده آیه ۷۷) و نابودی بشریت می‌شمارد و از آن نهی می‌کند (مائده آیه ۷۷). زیرا ریشه خروج از حد اعتدال در همه کارها حتی امور دینی را می‌بایست در تمایلات نفسانی و وسوسه‌های شیطانی جست که چیزی جز نابودی بشر را نمی‌خواهد. از نظر قرآن عوامل رشد اقتصادی و پیشرفت تمدنی را می‌بایست در دو دسته از علل و عوامل مادی و معنوی جست. عوامل مادی اموری چون آب مناسب و فراوان (هود آیه ۲۵ و نوع آیه ۱۰۱ تا ۱۰۸)، زمین مناسب و مرغوب (اعراف آیه ۵۸ و جن آیه ۱۶ و سبا آیه ۱۵) و کار و تلاش (ملک آیه ۱۵) می‌باشد که در کنار عوامل معنوی چون امنیت و آرامش

اجتماعی (بقره آیه ۱۲۵ و نحل آیه ۱۱۲)، ایمان و معرفت به خدا و حکمت آفرینش (اعراف آیه ۹۶)، تقوا و مراعات حدود الهی و عدم تجاوز به حق و حقوق دیگران (مانده آیه ۹۳ و اعراف آیه ۶۹ و طلاق آیات ۲ و ۳)، انفاق و کمک و یاری به ناتوانان (بقره آیه ۲۷۶ و روم آیه ۳۹) و استقامت بر دین و باورهای دینی که مدیریت اصلی بشر را برای رستگاری و کمال به عهده دارد (هود آیه ۱۰۱ تا ۱۰۸ و نوع آیات ۲۵ و ۲۶ و ۳۰) و استغفار و توبه از کارهای زشت و ناپه‌نجان (هود آیات ۲۵ تا ۳۰) می‌تواند تضمین‌کننده رشد و شکوفایی اقتصادی و تمدنی باشد. از نظر قرآن ایجاد عدالت اقتصادی که از برنامه‌های اصلی پیامبران الهی در طول تاریخ بشریت بوده و هست (حدید آیه ۲۵ و حشر آیه ۷) می‌تواند در رشد و شکوفایی اقتصادی بسیار مؤثر 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 می‌شود که بهترین شیوه دستیابی به رشد اقتصادی چیست و چه الگوی مناسب برای تولید و توزیع و مصرف می‌بایست 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 دستیابی 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 ۷۶ و ۷۸ سوره قصص بر می‌آید که همین علم اقتصاد موجب شد تا قارون بتواند به ثروتی عظیم دست یابد که چشمان توده‌های مردم را خیره می‌ساخت. هرچند که غرور وی در کنار فساد و غفلت از وظیفه و مأموریت اصلی، موجب شد تا دچار خشم و غضب الهی شود و خود و زندگی‌اش را تباه سازد. اما آن چه مهم است آن که علم اقتصادی نیازی است که هر جامعه و رهبری بدان نیازمند است تا بتواند جامعه‌اش را به سوی بهترین شیوه‌های مدیریت تولید و توزیع و مصرف سوق دهد.

دعوت شعیب (ع) بر این اساس است که در حوزه بازرگانی و توزیع می‌بایست مدیریت به درستی انجام پذیرد؛ زیرا سوء مدیریت در بخش توزیع عامل مهمی برای بحران اقتصادی جامعه‌ای بود که شعیب در آن می‌زیست و مردم در تنگناهای معیشتی به سر می‌بردند (شعراء آیات ۱۷۷ تا ۱۸۳). از نظر شعیب (ع) رعایت عدل و انصاف در امور اقتصادی به ویژه توزیع و معاملات بازرگانی، شرط دستیابی جوامع به خیر و سعادت جمعی و شکوفایی تمدنی است (هود آیه ۸۴ و ۸۵ و ۸۶). بر این اساس آن حضرت برای اصلاح وضعیت اقتصادی جامعه، بر لزوم اصلاح وضعیت معاملات و تغییر شیوه‌ها تأکید داشت. از نظر قرآن مبارزه با مفاسد اقتصادی در جامعه (بقره آیه ۱۸۸ و آیات دیگر) امری لازم و ضروری است و بی آن نمی‌توان امید داشت که جامعه‌ای رنگ سعادت و خوشبختی را به خود ببیند. مبارزه‌ای که اسلام و قرآن در حوزه اقتصادی با مفاسد اقتصادی پیشنهاد می‌کند شامل همه عرصه‌های تولید و توزیع و مصرف می‌باشد. از این رو برای دستیابی 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 می‌کند. در بخش مصرف نیز با تأکید بر درست مصرف کردن، از هرگونه اتراف و اسراف و تبذیر و ریخت و پاش بر حذر می‌دارد و آن را به عنوان گناهی نابخشودنی شناسایی و معرفی می‌کند.

از این رو اصلاح الگوی مصرف به عنوان راهکاری برای جلوگیری از فساد در عرصه اقتصادی مورد تأکید قرار می‌گیرد. بر این اساس در حوزه مدیریت اقتصادی افزون بر لزوم برنامه‌ریزی درست مدیران بر نظارت مستمر مسئولان بر تولید و توزیع و مصرف (کهف آیات ۱۹ تا ۲۱ و سبأ آیات ۱۲ و ۱۳ و یوسف آیه ۵۵) تأکید دارد. قرآن در آیه ۵ سوره نساء، رشد و خردمندی اشخاص را از جمله شرایط واگذاری مسئولیت مالی به شخص می‌داند و بر امانت‌داری به عنوان شرطی دیگر به ویژه در بخش تصدی‌گری دولتی در آیه ۵۵ سوره یوسف پای می‌فشارد. این همه برای آن است که بخش‌های مهم حوزه اقتصادی به درستی مدیریت شود. از جمله بخش‌های 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، انسان‌ها در بخش مصرف، گرایش شدیدی به اسراف و اتراف پیدا می‌کنند و از حد اعتدال و میانه‌روی در مصرف خارج می‌شوند. 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، می‌تواند 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 می‌آید به این معناست که فساد و تباهی در آن حوزه راه یافته است که می‌بایست به شیوه‌های 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 گونه‌ای که با کاستی روبه‌رو 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 می‌شود. البته این به معنای صرفه‌جویی نیست هرچند که صرفه‌جویی یکی از راه‌های ایجاد تعادل میان دو بخش می‌باشد ولی تنها راه نیست.

هر جامعه‌ای اگر بخواهد به شکوفایی تمدنی و رشد مناسب و مطلوب اقتصادی دست یابد، نیازمند رهبرانی است که در مقام اصلاح دائمی برآیند تا با ارائه راهکارهایی در همه بخش‌ها، هدایت جامعه را به عهده گیرند و از نابودی و نیستی‌های رخسند (هود آیات ۱۱۶ و ۱۱۷). این مصلحان واقعی، با بهره‌گیری از علوم مختلف چون علم مدیریت و علم اقتصاد و مانند آن، با افساد و فساد مبارزه می‌کنند و راه‌های اصلاحی را

ارائه می‌دهند. مصلحان واقعی از آن جا مهم می‌باشند که در هر جامعه‌ای عده‌ای مدعیان دروغین وجود دارند که با طرح‌های اقتصادی نادرست و غلط و مدیریت باطل، جامعه را به سوی تباهی سوق می‌دهند (بقره آیات ۸ تا ۱۱). بنابراین مصلحان واقعی با ارائه الگوهای درست می‌کوشند تا هم به اصلاحات دائمی بپردازند و هم جلوی مصلحان دروغین را سد کنند. اگر حضرت شعیب (ع) در بخشی از اقتصاد با ارائه الگوهای درست می‌کوشد تا به اصلاحات اقتصادی بپردازد (هود آیه ۸۴ و ۸۵)، پیامبر اکرم (ص) با ارائه الگوهای درست در همه بخش‌ها از تولید تا مصرف کوشید تا جامعه کامل و نمونه آرمانی را ایجاد کند. بسیاری از آیات قرآنی چون آیاتی که به چگونگی بهره‌گیری از زمین و منابع تولید و گردش سرمایه (حشر آیه ۷) و اسراف و تبذیر و انفاق می‌پردازد، در حقیقت به ارائه الگوی مصرف اشاره می‌کند. آیاتی چون آیه ۱۶۸ و ۱۷۲ سوره بقره تبیین می‌کند که چگونه می‌بایست از همه نعمت‌های الهی در زمین برخوردار شد؛ چنان که آیه ۳۱ سوره اعراف تبیین می‌کند که از چه الگوی مصرفی می‌بایست پیروی کرد. در این آیات به خوبی بیان شده که هرگونه مصرفی می‌بایست به دور از اسراف باشد. اسراف به معنای تجاوز از حد در هر کاری است که انسان انجام می‌دهد (مفردات راغب اصفهانی ذیل واژه سرف). اسراف در حوزه اقتصادی، زیاده‌روی است که موجبات تباهی نعمت می‌شود و از مصرف بهینه و درست آن باز می‌دارد. خداوند رفاه و آسایش چون رفاه اشرف را عاملی برای پیدایش اسراف برمی‌شمارد (یونس آیه ۱۲). این گونه است که برخی از مردم با زیاده‌روی در آشامیدنی‌ها و خوردنی‌ها و زینت‌های زمین اجازه بهره‌مندی درست از آن را از دیگران سلب می‌کنند (اعراف آیه ۳۱). از این رو خداوند چنین افرادی را دوست نمی‌دارد و اسراف را گناه معرفی می‌کند. از نظر قرآن مصرف‌کنندگانی چون مسرفان مایه فساد و تباهی در زمین هستند (شعراء آیات ۱۵۱ و ۱۵۲). به هر حال اصلاح الگوی مصرف یکی از وظایف مهمی است که پیامبر (ص) وظیفه خود می‌دانست تا زمینه شکوفایی اقتصادی و تمدنی و بهره‌مندی درصد بیشتری از مردم نسبت به نعمت‌های خداوندی را فراهم آورد. بر این اساس اگر بخواهیم جامعه نمونه و تمدنی معاصر داشته باشیم می‌بایست با بهره‌گیری از الگوهای اصلاحی پیامبر (ص) زمینه‌ای دوباره برای رشد و شکوفایی اقتصادی و تمدنی فراهم آوریم.

در آیات قرآنی برای بیان مفهوم اعتدال و میانه‌روی در مصرف، واژه قوام به کار رفته است. قرآن بیان می‌کند که مؤمن و نیز امت اسلامی، امتی است که بر اعتدال و قوام می‌باشد. از جمله این آیات می‌توان به آیه ۱۴۳ سوره بقره و ۳۴ و ۱۳۵ سوره نساء و ۶۶ سوره مائده و ۶۷ سوره فرقان اشاره کرد. خداوند در آیه اخیر می‌فرماید: «والذین اذا انفقوا لم یسرفوا و لم یقتروا و کان بین ذلک قواما»؛ و آنان که چون هزینه می‌کنند اسراف نمی‌کنند و خست نمی‌ورزند بلکه میان این دو، راه اعتدال را برمی‌گزینند. از حضرت امام صادق (ع) در تفسیر مفهوم این آیه، روایت شده که آن حضرت (ع) نخست مشتی سنگریزه از زمین برداشت و محکم در دست گرفت و فرمود: این همان اقتار و سخت‌گیری است. سپس مشتی دیگری برداشت و چنان دست

خود را گشود که همه آن به روی زمین ریخت و فرمود: این اسراف است. بار سوم مشت دیگری برداشت و کمی دست خود را گشود به گونه‌ای که مقداری فرو ریخت و مقداری در دستش باقی ماند و فرمود این همان قوام است (به کوشش م.ر. جویباری - ص ۳۷۸ و نیز راه روشن، ص ۵۸، ۱۳۸۴).

از آموزه‌های وحیانی قرآن و سنت و سیره معصومان (ع) برمی‌آید هرگونه خروج از حدود اعتدال و میانه‌روی و گرایش به دو سوی افراط و تفریط در مصرف به معنای خروج از صراط مستقیم دست‌یابی به کمال و تقرب الی الله است. از این رو، در تبیین معیار الگوهای صحیح و مناسب مصرف باید به گونه‌ای اندیشه شود که به دور از هرگونه گرایش به سوی اسراف و تبذیر یا بخل و خساست باشد. برنامه‌ریزان و مدیران در همه سطوح عالی و میانی تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی و اجرایی می‌بایست به این مالک‌ها و معیارهای درست مصرف توجه کرده و از گرایش به افراط و تفریط پرهیز نمایند. تبیین الگوی صحیح، زمانی شدنی است که شناخت کاملی نسبت به این مسائل پدید آید. پس از تبیین الگوی صحیح مصرف است که می‌توان دست به اصلاحات در الگوهای مصرف زد و به سوی اهداف تمدن اسلامی در جهان معاصر حرکت کرد.

فصل سوم: 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، آسیب‌ها و مشکلات فراوانی برای کشور ایجاد کرده است که این مسئله ضرورت اجرای اصلاح الگوی مصرف را دوچندان می‌کند. تداوم توسعه عدالت اجتماعی در گرو اصلاح الگوی مصرف در کشور است و تداوم توسعه همه‌جانبه و متوازن، عدالت اجتماعی، رفع فقر و جامعه سالم در گرو اجرای دقیق و صحیح اصلاح الگوی مصرف است. چرا که وجود برخی معضلات و نارسایی‌ها در جامعه ناشی از عدم رعایت صرفه‌جویی از سوی برخی از اقشار جامعه است. عدالت به هیچ وجه به معنای از بین بردن فقر و عقب‌ماندگی معنا و مصداق پیدا نمی‌کند، بلکه عدالت با قدرت و توان توسعه‌یافتگی و دوری از تجمل قابل تعریف است. با توزیع عادلانه ثروت و سرمایه ملی و ایجاد فرصت‌های برابر، توازن و عدالت اقتصادی و اجتماعی در کشور ایجاد شده و فاصله طبقاتی از بین می‌رود. یک قدم اساسی در زمینه پیشرفت و عدالت، مسئله مبارزه با اسراف، حرکت به سمت اصلاح الگوی مصرف و جلوگیری از ولخرجی‌ها و تضييع اموال

جامعه است. لازم است به عنوان یک سیاست، مسئله صرفه‌جویی را در خطوط اساسی برنامه‌ریزی‌هایمان در سطوح مختلف اعمال کنیم. صرفه‌جویی به معنای مصرف نکردن نیست بلکه به معنای درست مصرف کردن، به‌جا 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 به لحاظ مصرف وضع خوبی نیست. عادت‌های ما، سنت‌های ما، روش‌های غلطی که یاد گرفته‌ایم. یک نسبت درست به سود تولید وجود داشته باشد. یعنی تولید در جامعه همیشه باید بر مصرف، افزایش و برتری داشته باشد. وقتی جامعه‌ای دچار اسراف شد از لحاظ فرهنگی نیز بر روی او تأثیر منفی گذاشته می‌شود. بنابراین مسئله صرفه‌جویی و اجتناب از اسراف هم اقتصادی است هم اجتماعی و هم فرهنگی.

فصل چهارم: ضرورت استانداردسازی و اصلاح الگوهای مصرف در دستگاه‌های اجرایی

الزام مصرف بهینه باعث می‌شود 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 بخش‌هایی که کمتر مورد توجه بوده نیز فراهم شود. تبیین و تعریف یک الگوی مصرف در هر جامعه‌ای، براساس نگاه آن جامعه به هدف زندگی مشخص می‌شود، اینکه انسان جایگاه خود را در جهان چگونه می‌بیند و هدف از زندگی را چگونه تبیین می‌کند، به طور مستقیم بر شیوه مصرف او اثرگذار است. اعضای جامعه باید بتوانند با مصرف صحیح در حفظ و استفاده بهینه از منابع و ثروت‌های ملی به توسعه اقتصادی کشور کمک کنند و استقلال ملی را تضمین کنند. با نگاهی گذرا به نقش عوامل اثرگذار در اصلاح الگوی مصرف، می‌توان دریافت بهینه‌سازی یا استانداردسازی واحدهای تولیدی و خدماتی می‌تواند در اجرای صحیح این شعار مؤثر باشد. اصلاح الگوی مصرف نیازمند فرهنگ‌سازی پایدار است و این خود نیازمند راهکارهایی است تا همه افراد جامعه الزام رفتارهای اصلاح مصرف را احساس کنند و به تدریج این اصلاح نهادینه شده و به یک رفتار پایدار و در نهایت به یک فرهنگ در تمامی عرصه‌های مصرف تبدیل شود، از این رو باید راهکارهای صحیحی در راستای آموزش و ارائه استاندارد در سطح کشور اجرا شود. رعایت استاندارد با جلوگیری از هدررفت انرژی که چرخاننده موتور صنعت کشور است، می‌تواند فضای امن برای سرمایه‌گذاران برای تولید و گسترش صنعت به وجود بیاورد تا مصرف‌کنندگان با دامنه وسیع‌تری از خدمات و امکانات مصرفی سالم و مطمئن روبه‌رو شوند.

در بسیاری از نهادهای دولتی دیده می‌شود که بودجه در غیرمحل برنامه‌ای هزینه می‌شود و به شکلی اسراف و تبذیر صورت می‌گیرد؛ زیرا عدم هزینه کردن بودجه در غیرمحل موردنظر می‌تواند به معنای اسراف و زیاده‌روی باشد. به عبارت دیگر کم مصرف کردن، به معنای صرفه‌جویی نیست، بلکه درست مصرف کردن و مصرف به جا و مناسب است که عین صرفه‌جویی است؛ بنابراین هرگونه هزینه کردن بودجه در غیر مسیر برنامه‌ای و سیاست‌های مصوب، عین اسراف و ضد صرفه‌جویی است؛ زیرا اگر نیازی نباشد که برای فلان بخش بودجه‌ای تعیین شود، از همان آغاز این کار انجام نشود و تصویب بودجه برای بخشی با توجه به مطالعات و سیاست‌ها و راهبردهای کلان، خود گواه بر آن است که بودجه می‌بایست در همان مسیر برنامه‌ای هزینه شود و هزینه کردن بودجه در جایی دیگر، عین اسراف و تبذیر است. از این رو لازم است دستگاه‌های نظارتی بر نحوه هزینه کرد بودجه و اعتبارات، نظارت کامل و سخت‌گیرانه‌ای اعمال کنند تا مصرف درست تحقق یابد.

فصل پنجم: مراحل و راهکارهای نهادینه کردن استانداردها و الگوهای مصرف اصلاح شده در دستگاه‌های اجرایی

اصلاح الگوی مصرف که به معنی نهادینه کردن روش صحیح استفاده از منابع کشور است، سبب ارتقای شاخص‌های زندگی و کاهش هزینه‌ها شده و زمینه‌ای برای گسترش عدالت است. از طرفی الزام مصرف بهینه باعث می‌شود تا علاوه بر پیشرفت علمی ناشی از ارتقای فناوری در طراحی و ساخت وسایل و تجهیزات بهینه مطابق با استانداردهای جهانی، فرصت توزیع مناسب منابع و به تبع آن پیشرفت در دیگر بخش‌هایی که کمتر مورد توجه بوده است نیز فراهم گردد. از این رو ارتباط منطقی بین نامگذاری سال اول دهه پیشرفت و عدالت به "اصلاح الگوی مصرف" بیشتر نمایان می‌شود. اصلاح الگوی مصرف نیازمند فرهنگ‌سازی پایدار است و این خود نیازمند راهکارهایی است تا همه افراد جامعه الزام رفتارهای اصلاح مصرف را احساس کنند و به تدریج این اصلاح نهادینه شده و به یک رفتار پایدار و نهایتاً به یک فرهنگ در تمامی عرصه‌های مصرف تبدیل شود.

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

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

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

در سطح "مصرف کالا" باید برای فرهنگ‌سازی نحوه مصرف بهینه خصوصاً آب، برق و گاز که تهیه آنها برای مصرف‌کننده سهل‌الوصول‌تر است آموزش از طریق مدارس، رسانه‌ها، تولیدکنندگان، وزارت نیرو و شرکت گاز بسیار مؤثرتر باشد. همچنین مردم ایران به علت پیوند با دین و مظاهر مقدس دینی به خوبی سنت‌های نهادینه شده را می‌پذیرند و بدان ارج می‌نهند لذا می‌توان در بخش آموزش از تعالیم و آموزه‌های دینی که بر صرفه‌جویی تأکید دارند نیز بیشتر بهره برد. از آنجا که جهت تغییر الگوی مصرف، شناخت عمیق نیازهای هر دو بخش مردمی و دولتی ضروری است باید مصرف سرانه دهک‌ها با سطح دستمزدها و استانداردهای مصرف جهانی دقیقاً مقایسه شود و سپس درصد و میزان یارانه لازم برای هر یک از کالاها مشخص شده و قیمت یارانه‌ای و غیر یارانه‌ای آن تعیین گردد. بنابراین می‌توان دریافت که اصلاح الگوی مصرف هم نیاز (و حتی پیش‌نیاز) هدفمندسازی یارانه‌هاست.

مدیران و مسئولان باید برای زمان متعلق به کار خود، هزینه فرصت را مشخص کنند و ساعات مفید کاری در ادارات و سازمان‌های دولتی را ارتقاء دهند و از هدر رفت زمان و انرژی بکاهند. دو رویه را در خصوص 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 کاستی‌ها و عواقب 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 برنامه‌های اجرایی گنجانند و با آموزش عمومی آحاد مردم و حمایت دستگاه‌های ذی‌ربط پذیرش و اجرای این طرح را به باوری در اذهان بدل کرد.

۱-۵-۱. رویکرد اجرایی برای اصلاح الگوی مصرف به سه طریق امکان‌پذیر است:

الف) با تحقیق و مطالعه مستمر درباره بهره‌وری با فرآیند شناسایی، تعیین و تعریف مفاهیم و همچنین تدوین شاخص‌ها، جمع‌آوری اطلاعات، محاسبه و اندازه‌گیری و نیز عارضه‌یابی و تحلیل و برنامه‌ریزی و اجراء (روش توصیفی جامع) انجام می‌شود، به گونه‌ای که منجر به دستیابی به استاندارد مصرف منابع در فرآیند زمان خواهد شد.

ب) روش دیگر، برای سرعت بخشیدن و وصول به اهداف کلی‌تر، نسبت به شناسایی شاخص‌های دارای عارضه‌های بارزتر و آشکارتر و با مطالعه تطبیقی (با اولویت انتخاب شاخص‌ها) و دستیابی به شاخص‌های مطلوب و با تعیین مکانیزم مناسب، اصلاحات مورد انتظار، به اجراء گذاشته شود. مانند مباحث برنامه‌ریزی نیروی انسانی و نظام بودجه‌ریزی منعطف و بر مبنای عملیات.

ج) از هر دو روش، در برنامه‌ریزی‌های اجرایی استفاده شود. در این زمینه بسترسازی برای گروه‌های مخاطب و ارائه اطلاعات درست و شفاف از ضروریات می‌باشد.

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

۵-۲. زمینه‌ساز

۵-۲-۱. راهبرد زمینه‌ساز به راهبردهایی اطلاق می‌شود که با تمرکز بر نقاط اساسی و به شکل ریشه‌ای مشکل را مرتفع ساخته و زمینه‌های لازم برای ایجاد تقاضای مؤثر نسبت به اصلاح الگوی مصرف را موجب می‌گردد (تنویر افکار).

۲-۵. توانمندساز

۱-۲-۵. راهبردهای توانمندساز ناظر بر ایجاد قابلیت‌های لازم برای مدیریت، اجرا و نظارت بر فرآیندهای اصلاح الگوی مصرف در سطوح سازمانی، فردی و اجتماعی می‌باشد (آموزش).

۲-۵. نتیجه‌گرا

۱-۲-۵. راهبردهای نتیجه‌گرا با تبیین مکانیزم‌های کنترلی و نظارتی بر فرآیندهای اصلاح الگوی مصرف، اطمینان لازم را برای حصول نتایج مدنظر ایجاد می‌نماید (استانداردسازی). پس از تبیین راهبردها، در قالب برنامه‌های کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت در سطح هر یک از راهبردها تدوین می‌گردد. در برنامه تدوین شده، زمان آغاز و پایان اهداف، منابع مورد نیاز، متولی اجرا و حوزه نظارتی ذی‌ربط تعیین می‌گردد.

صاحب‌نظران و کارشناسان اقتصادی عقیده دارند که دولت از طریق تنظیم مالیات، یارانه‌ها و قیمت‌ها می‌تواند سیاست‌های 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 سیاست‌های اقتصادی مناسب، تأثیرگذاری مثبتی بر اصلاح الگوی مصرف دارد. به عنوان مثال مالیات بخشی از سیاست‌های اقتصادی است که در کشورهای مختلف برای جهت‌دهی الگوی مصرف به کار گرفته می‌شود و در بین سیستم‌های مالیاتی مختلف، تنها در نظام مالیات بر ارزش افزوده، امکان هدایت مستقیم مصرف وجود دارد. اعمال نرخ‌های مالیاتی متفاوت، تولیدکننده داخلی به ویژه تولیدکنندگان بخش خصوصی را تشویق به افزایش کیفیت محصولات خود به منظور افزایش سهم بازار خود می‌کند. از آنجا که بخش قابل توجهی از مصرف بی‌رویه، ناشی از ناکارایی بخش تولید است، زمانی که تولیدکننده محصولات ناکارا در جامعه تولید می‌کند، مصرف‌کننده ناچار به استفاده بیشتر از کالایی مشخص برای رفع نیاز خود است. می‌توان از مالیات به عنوان ابزاری کنترل‌کننده بر تولید کالاهای ناکارا بهره گرفت. یعنی با وضع مالیات بر ناکارایی‌ها، تولید کالاهای مختلف را به استانداردها نزدیک کرده و به دنبال آن یک گام به اصلاح الگوی مصرف در جامعه نزدیک شد. استفاده از تعرفه‌های گمرکی برای هدایت الگوی مصرف به سمت استفاده بیشتر از کالاهایی که قابلیت تولید در داخل کشور را دارند یکی دیگر از ابزارهای موجود در تغییر الگوی مصرف می‌باشد. این امر سبب کاهش مصرف کالاهای خارجی می‌گردد. تفاوت بین نرخ‌های مالیاتی کالاهای وارداتی (که در عین حال جانشین و جایگزین در داخل کشور برای آنها وجود دارد) و کالاهای تولید داخل یکی از راه‌هایی است که در اصلاح الگوی مصرف جامعه مؤثر 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 فرهنگ‌سازی نیز از راهکارهای اصلاح الگوی مصرف است که مصرف‌کننده را به استفاده بهینه از منابع سوق می‌دهد. با این حال آنچه مسلم است انتخاب صحیح ابزار سیاستی جهت تغییر الگوی مصرف است. منشأ رفتار انسان متفاوت است، لذا انتخاب ابزار سیاستی نیز باید متناسب با آن منشأ باشد. بی‌تردید هم‌اکنون در جامعه ما رفتار مصرفی صحیح و قابل دفاع نیست اما آنچه کمک می‌کند تا این رفتارها به درستی اصلاح شود و اهداف سیاست‌گذار را محقق نماید، متناسب بودن سیاست با منشأ رفتار است.

فصل ششم: وضعیت ایران در الگوی مصرف جهانی

نگاهی به مطالعات انجام شده در بسیاری از کشورها در دهه اخیر نشان می‌دهد که الگوهای مصرف یا سبک‌های مصرف پدیده‌هایی ساده و صرفاً تحت تأثیر علائق و خواست‌ها نیستند. 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 ۵/۲ لیتر، در انگلیس ۵/۳، در فرانسه ۹/۱، در کانادا ۵/۶، و در کشور آمریکا ۳/۷ لیتر در روز است. نرخ رشد مصرف سوخت در ایران هر ۱۰ سال یک بار دو برابر می‌شود اما این نرخ رشد در مقیاس جهانی یک تا دو درصد بیشتر نیست و میزان سوخت مصرفی جهان در حدود ۵۰ سال یک بار دو برابر می‌شود. یعنی ایران در مقایسه با میانگین جهانی ۴ تا ۵ برابر بیشتر سوخت مصرف می‌کند. هم‌اکنون 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 می‌یابد در حالی که در صورت مصرف استاندارد، ایران می‌تواند یکی از صادرکنندگان 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 بین‌المللی پول، ایران دومین کشور جهان از نظر پرداخت یارانه انرژی با رقم ۳۷ میلیارد دلار می‌باشد. مصرف سرانه انرژی در ایران به ازای هر نفر بیش از ۵ برابر مصرف سرانه کشوری مانند اندونزی با ۲۲۵ میلیون نفر جمعیت و ۴ برابر کشور هند با یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون نفر جمعیت و ۲ برابر چین با یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون نفر جمعیت است که با مقایسه شاخص شدت مصرف انرژی در ایران با بسیاری از کشورهای جهان، شاهد وضعیت ناهنجار بهره‌برداری 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 می‌رسد. 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 می‌شود! از نظر مصرف برق هم، ایران نوزدهمین کشور پرمصرف برق در دنیاست. دولت سالیانه ۴ هزار میلیارد تومان یارانه برق پرداخت می‌کند. دکتر داودی معاون اول رئیس‌جمهور در همایش ملی نگاه قدسی به آب گفته است که سرانه مصرف آب ایرانی‌ها پنج برابر سرانه مصرف جهان است.

تبریزی مدیرعامل سابق شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی در خصوص میزان مصرف گاز ایران گفته است: ایران بعد از کشورهای آمریکا 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 ۳۲۱ میلیارد متر مکعب در سال ۲۰۰۸ رسیده و پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۱۲ میلادی میزان مصرف به ۷۷۲ میلیارد متر مکعب برسد. با ادامه این روند در سال‌های آینده ایران به یک مصرف‌کننده بزرگ گاز طبیعی در جهان تبدیل خواهد شد. این در حالی است که دولت در سال گذشته ۳۱۴ هزار میلیارد ریال یارانه به گاز مشترکان بخش خانگی تعلق داده است.

سرانه مصرف شکر در ایران ۹۲ کیلوگرم است در حالی که متوسط مصرف شکر در جهان ۲۲ کیلوگرم می‌باشد. و نیز تحقیقات کارشناسان نشان می‌دهد ایرانی‌ها ۳۰ درصد بیشتر از متوسط جهانی روغن مصرف می‌کنند و همچنین مصرف میوه در ایران ۴ برابر استاندارد جهانی است. همانطور که مشاهده می‌کنیم مقایسه میزان مصرف در بخش‌های مختلف با سایر کشورها، نشان‌دهنده وضعیت بسیار نامطلوب مصرف در همه زمینه‌هاست. و لذا رجوع به اینجاست که سالیانه نزدیک به ۱۲/۲ هزار میلیارد تومان یارانه واقعی و ۸۷

هزار میلیارد تومان یارانه پنهان پرداخت می‌کنیم که در مجموع مبلغ کل یارانه آشکار و پنهان دولتی چیزی در حدود ۹۰ هزار میلیارد تومان است.

با این حال فرهنگ‌سازی درباره صرفه‌جویی و درست مصرف کردن باید به عنوان یکی از برنامه‌های مهم مسئولان دستگاه‌های مختلف، مورد توجه قرار گیرد تا با آموزش‌های لازم بتوان این فرهنگ را در جامعه پایدار کرد.

فصل هفتم: برنامه‌های دستگاه‌های اجرایی جهت مدیریت هزینه‌ها در راستای اصلاح الگوی مصرف

مدیریت هزینه نقش فراهم‌کننده اطلاعات جهت تصمیم‌گیری مدیریت را دارا می‌باشد و باید بتواند در این امور به مدیریت یاری رساند:

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

۲- تعیین میزان کارایی و بهره‌وری عملکرد فعالیت‌ها

۳- تعیین و ارزیابی فعالیت‌های جدید که اجرای آنها باعث بهبود عملکرد آینده سازمان می‌شود.

اصول مدیریت هزینه که در طی ۲۵ سال گذشته تکامل یافته است به معنای کلیه فعالیت‌هایی است که در جهت ایجاد یک فرهنگ هوشیاری نسبت به بهای تمام شده (بهینه‌نمودن هزینه) انجام می‌شود و به طور همزمان بهینه‌سازی عملکرد و کاهش هزینه در تمام سطوح سازمانی (از بالاترین رده سازمانی تا پایین‌ترین 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، هرچه باشد رسیدن به آنها را تسهیل می‌کند. در مرحله بعدی باید اهداف عملکردی هم‌سطح شوند.

۲-۷. ارتقای دانش و ابزار کار

دانش و ابزار کار عواملی هستند که باعث می‌شود 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 می‌شود.

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

اطلاعات مربوط به بهای تمام شده استاندارد، به عنوان هسته مرکزی اغلب تصمیم‌گیری‌ها به شمار می‌رود و سیستم هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت درک بهتری از بهای تمام شده محصولات و خدمات را ارائه می‌نماید.

۴-۷. برتری (مزیت)

تنها هدف عملکردی مورد قبول است. امروزه مشتریان نه تنها انتظار عملکرد بد یا نامطلوب از سازمان‌ها نداشته و آن را نمی‌پذیرند، بلکه انتظار عملکرد بهتری را دارند. اگر چه ممکن است موشکافی و بررسی برای رسیدن به عملکرد برتر هزینه‌های جاری زیادی به دنبال 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.

۵-۷. کاهش پیچیدگی‌ها و حذف فعالیت‌های غیر ضروری

امروزه اکثر سازمان‌ها باید بخش عمده‌ای از فعالیت‌ها و گزارش‌های زائد و غیر قابل استفاده و یا به عبارتی فعالیت‌ها و گزارش‌های 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 می‌توانند باعث افزایش سودآوری شوند.

۶-۷. توجه به دانش محوری

استخدام کارکنان ماهر (با دانش و تجربه کافی) یک تصمیم مهم و ضروری برای سازمان‌های امروزی است. توجه به دانش در رویه‌های استخدام، ارزیابی، انتصابات و پرداخت‌ها، اعطای تسهیلات و پاداش مصداق‌هایی برای «ارتقای دانش محوری» سازمان است. دانش محوری فرآیند یادگیری سازمان را تسهیل و حرکت به سوی "یک سازمان یادگیرنده" را هموار می‌کند.

۷-۷. هزینه‌های سازمانی

تمامی هزینه‌های سازمانی به دو گروه تقسیم می‌شوند:

الف) هزینه‌های ساختاری

ب) هزینه‌های عملکردی

هزینه‌های ساختاری عبارتند از: هزینه‌هایی که با گذشت زمان و به خاطر تصمیمات مدیریت در گذشته و حال در سیستم به وجود می‌آیند. این هزینه‌ها بیان‌کننده گستره وسیعی از هزینه‌های مربوط به یک سازمان هستند مانند هزینه‌های:

- سیستم‌های لجستیکی و طراحی نیازهای اساسی سازمان

- سیستم‌های عملکردی و انگیزشی

- سیستم‌های ارزشیابی و توسعه نیروی انسانی

- سیستم‌های کنترل تغییرات و توسعه محصولات و خدمات

تمامی این تصمیم‌گیری‌ها مربوط به قلمرو گروه‌های مدیریت گذشته و حال هستند، بنابراین مدیران امروز باید به منظور کاهش هزینه‌ها تصمیمات کاملاً متفاوتی در مورد ساختار سازمانی بگیرند.

۷-۸. نتیجه‌گیری

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

منابع کشور، مصداق برجسته‌ای از تبدیل احوال ملت به نیکوترین حال‌ها، ظهور و بروز یابد. بنابراین تأکید رهبر معظم انقلاب بر اصلاح الگوی مصرف نشان‌دهنده این است که 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 اصلاح الگوهای مصرفی و همچنین تبیین و تحقق آن وظیفه اصلی همه مردم و مسئولین به شمار می‌رود.

نحوه پیاده‌سازی استانداردها و الگوهای مصرف در سازمان‌ها

متدولوژی پیاده‌سازی

بدیهی است که مدیران دستگاه‌های اجرایی اعم از سازمان‌ها، مؤسسات و شرکت‌ها، با توجه به اهداف، وظایف، مسئولیت‌ها و منابعی که در اختیار دارند، تمایل به پیاده‌سازی استانداردها و الگوهای مورد نیاز خود خواهند داشت. پیاده‌سازی این استانداردها و الگوها به دو روش امکان‌پذیر می‌باشد:

روش اول: بهره‌گیری از مراکز و مؤسسات معتبری که در پیاده‌سازی استانداردهای بین‌المللی مربوطه در زمینه خاصی مهارت داشته و در قالب قرارداد اقدام به پیاده‌سازی استانداردهای بین‌المللی مربوطه در سازمان‌ها و شرکت‌ها می‌نمایند.

روش دوم: سازمان‌ها تمایل به برون‌سپاری این فرآیند ندارند و یا هنوز در سطح بین‌المللی در زمینه‌های مورد نظر، استاندارد یا الگوی خاصی به عنوان مرجع تدوین نشده است و حتی برخی از سازمان‌ها و شرکت‌ها، تمایل به تهیه و پیاده‌سازی استاندارد اختصاصی و انحصاری دارند و این استاندارد خاص را به عنوان مزیت رقابتی مورد استفاده قرار می‌دهند.

عموماً در هر دو روش، اصول و مراحل مشابه برای پیاده‌سازی استانداردها رعایت می‌شود و در موارد خاص در هر کدام از این روش‌ها ملاحظات صورت می‌پذیرد. مثلاً برای استانداردهای بین‌المللی نیازی به تدوین شاخص‌های عمومی نمی‌باشد و صرفاً این شاخص‌ها بومی می‌شوند و ارزیابی و ممیزی، برون‌سازمانی است و گواهینامه مربوطه از مراجع ذیصلاح پس از بررسی و تأیید برای مدت اعتبار نامحدودی صادر می‌گردد. ولی در روش دوم، مدیریت این پیاده‌سازی درون‌سازمانی است و نیاز به تدوین شاخص‌های اختصاصی می‌باشد و گاهی نتایج آن منجر به شکل‌گیری یک استاندارد، الگویی با اعتبار جهانی می‌شود. در اینجا در حالت کلی روح حاکم بر نحوه پیاده‌سازی و نهادینه کردن این استانداردها و الگوها به صورت اجمالی توصیف می‌گردد.

برای پیاده‌سازی استانداردها و الگوها در سازمان‌های مختلف هفت گام در نظر گرفته می‌شود 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 حوزه تولید، توزیع، و مصرف، مدیریت و فعالیت دارند. در صورت وجود راهبردها و اهداف اثربخش و با پیاده‌سازی استانداردها و الگوهای مطلوب، نتایج رضایت‌بخشی نیز حاصل می‌گردد. گاهی مشاهده می‌شود، سازمان‌هایی حتی راهبردهای تدوین شده‌ای ندارند ولی اقدام به استقرار استاندارد خاصی نمودند که تحقیقاً نتایج این پیاده‌سازی استاندارد، مطلوب نخواهد بود. این گونه اقدامات، ماهیتی صرفاً تبلیغاتی می‌تواند داشته باشد. نظر به اهمیت موضوع راهبردها و اهداف اثربخش در سازمان‌ها، به صورت مختصر در مورد راهبردها و اهداف اثربخش حوزه‌های فعالیت سازمان‌ها و واحدها (تولید، توزیع، مصرف) توضیحاتی به همراه مثال‌هایی ارائه می‌گردد. لازم به توضیح می‌باشد که احتمال دارد سازمان‌ها نیاز به تدوین راهبردها و اهداف اثربخش در سه حوزه داشته باشند. در ادامه مبحث به مراحل و گام‌های هفت‌گانه پرداخته می‌شود که عبارتند از:

۱. گام اول: تشکیل ستاد راهبردی

۲. گام دوم: تدوین شاخص‌ها و مقیاس‌های اندازه‌گیری

۳. گام سوم: تدوین و ابلاغ استانداردها و الگوها

۴. گام چهارم: آموزش و توانمندسازی

۵. گام پنجم: پیاده‌سازی استانداردها و الگوها

۶. گام ششم: نظارت بر ارزیابی نحوه اجرا

۷. گام هفتم: برنامه‌های بهبود مستمر

بخش اول: راهبردها و اهداف اثربخش تولید و خدمات

مدیران و دست‌اندرکاران سازمان‌ها در بخش‌های تولید و خدماتی قبل از تصمیم به پیاده‌سازی استانداردها و الگوهای تولیدی، بایستی موارد راهبردی را که در راستای اهداف سازمان یا بخش خویش می‌باشد مشخص و تبیین نمایند. در این خصوص پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

- تصمیم به نوآوری در محصول و خدمات (Product): مثلاً گسترش دستگاه‌های خودپرداز در سیستم بانکی.
- تصمیم به نوآوری در فرآیندها و روش‌های تولید و خدمات (Process): مثلاً ارائه خدمات بانکی، اداری و آموزشی از طریق اینترنت و تلفن همراه.
- تصمیم به نوآوری در موقعیت و تغییر محیط (Position): مثلاً پرداخت خسارت خودروی تصادفی در محل تصادف توسط کارشناس سیار بیمه.
- تصمیم به نوآوری در الگوها و مدل‌ها (Paradigm): مثلاً بهره‌گیری از مدل آبیاری قطره‌ای هوشمند در کشاورزی.
- توجیه مدیران، مهندسان، کارکنان، کارگران، مشتریان و ارباب رجوع سازمان در خصوص تصمیمات گرفته شده برای پیاده‌سازی استانداردها و الگوهای مورد نیاز مطابق راهبردها و اهداف.
- اولویت‌بندی راهبردها و اهداف مشخص شده (مثلاً باید در نظر داشت ضرورت حضور کارشناس سیار بیمه در محل تصادف در شهر تهران و یک شهر کوچک به یک اندازه نیست).

راهبردها و اهداف اثربخش در توزیع

- مدیران و دست‌اندرکاران سازمان‌ها در بخش توزیع قبل از تصمیم به پیاده‌سازی استانداردها و الگوهای توزیع بایستی راهبردها و اهداف اثربخش سازمان یا بخش خویش را مشخص و تبیین نمایند. در این خصوص پیشنهادهای زیر (به عنوان مثال) ارائه می‌گردد:
- مدیریت جغرافیایی شبکه‌های توزیع (آبرسانی، گازرسانی، برق‌رسانی، و دارو و ...)
 - تغییر توپولوژی شبکه‌های توزیع یا مهندسی مجدد و کاهش تلفات شبکه
 - الگوهای نوین توزیع و ایجاد سدهای انحرافی و سازمان‌دهی رودخانه و ...
 - توجه به عدالت و عدالت‌گستری در جامعه هدف
 - توجه به سرعت، قابلیت اطمینان و پایش در شبکه‌های توزیع

- بهره‌گیری از سیستم‌های الکترونیکی و مخابراتی به جای مراسلات فیزیکی
 - حذف واسطه‌ها در سیستم توزیع (شکلی از فرای‌آیندی)
 - توسعه فرهنگ استفاده از ژنراتورهای خانگی و محلی (خورشیدی، بادی و ...) در جاهایی که هزینه انتقال بالا می‌باشد.
 - مدیریت تقاضا و مصرف مبتنی بر تحلیل‌های آماری برای سیستم‌های توزیع، مثلاً 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 پیاده‌سازی استانداردها و الگوهای مورد نیاز مطابق راهبردها و اهداف.
 - اولویت‌بندی راهبردها و اهداف مشخص شده (مثلاً شاخص عدالت مقدم بر شاخص سرعت دسترسی است).
- راهبردها و اهداف اثربخش در مصرف
- مدیران و دست‌اندرکاران سازمان‌ها در بخش مصرف قبل از تصمیم به پیاده‌سازی استانداردها و الگوی مصرف بایستی راهبردها و اهداف اثربخش خویش را مشخص و تبیین نمایند. در این خصوص پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:
- الزام سازمان در رعایت استانداردها، شاخص‌ها و سرانه‌های مصرف.
 - تبیین اولویت‌ها در بین جامعه 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 برنامه‌ریزی از قبیل متغیر نمودن ساعات کار برای کاهش هزینه‌های 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 قیمت‌ها و هزینه‌ها و اعمال مدیریت هزینه‌ها.
- استفاده از خدمات الکترونیکی و بانک‌های اطلاعاتی یکپارچه در محیط کاری.
- توجیه مدیران، مهندسان، کارکنان، کارگران، مشتریان و ارباب رجوع سازمان در خصوص تصمیمات گرفته شده برای پیاده‌سازی استانداردها و الگوهای مورد نیاز مطابق راهبردها و اهداف.
- اولویت‌بندی راهبردها و اهداف مشخص شده (مثلاً شاخص رتبه‌بندی در برچسب مصرف انرژی (A) مقدم بر شاخص قیمت تمام شده و بازدهی است).

بخش دوم: پیاده‌سازی

گام اول - تشکیل ستاد راهبری

اهداف این ستاد به منظور سیاست‌گذاری در دامنه کاربرد و الزامات کلی، هدایت و هماهنگی در پیاده‌سازی، نظارت و نهادینه کردن استانداردها و الگوهای مطابق راهبردها و اهداف در هر سازمانی تشکیل می‌گردد و عنوان آن متناسب با اهداف و ماهیت و حوزه فعالیت سازمان در امر استانداردها و الگوها تعیین می‌شود. مثلاً در سازمان‌هایی که بیشتر خدمات ارائه می‌دهند عنوان "ستاد راهبری پیاده‌سازی استانداردها و الگوهای مصرف" مناسب است و در سازمان‌هایی که بیشتر فعالیت آنها تولید انرژی و توزیع آن می‌باشد، عنوان "ستاد راهبری پیاده‌سازی استانداردها و الگوهای توزیع" پیشنهاد می‌گردد. اعضای این ستاد: مدیران ارشد، کارشناسان خبره سازمان و روسای کارگروه‌های تخصصی.

وظایف:

۱- تشکیل کارگروه‌های تخصصی، هدایت و هماهنگی بین آنها:

- کارگروه تخصصی تحقیق و توسعه (فنی/مستندسازی)

- کارگروه تخصصی پیاده‌سازی (استقرار)

- کارگروه آموزش و فرهنگ‌سازی (نهادینه کردن)

- کارگروه تخصصی نظارت و ارزیابی (ممیزی)

۲- تعیین خط‌مشی‌ها، اهداف، اولویت‌ها و شاخص‌های مورد نیاز مطابق نیازسنجی به عمل آمده (توسط کارگروه‌های تخصصی)

۳- ایجاد سیستم پشتیبانی و زیرساختی (مدیریتی، مالی، اطلاعاتی و مدیریت دانش و ...) از فرآیند پیاده‌سازی و استقرار استانداردها و الگوها

۴- سازماندهی، اداره و کنترل فرآیند استانداردسازی در مراحل هفت‌گانه آن

۵- تصویب مستندات و ابلاغ الزامات الگوها و استانداردها و رسمیت بخشیدن به آنها و حفظ دستاوردها در قالب نظام‌نامه استانداردها و الگوها

۶- نظارت بر فرآیند پیاده‌سازی استانداردها و الگوها و حل و فصل نواقص و مشکلات

۷- بازنگری تطبیقی راهبردها و اهداف اثربخش مطابق با نتایج ارزیابی‌های به عمل آمده و ایجاد سیستم پویا در فرآیند اصلاح و بهبود مستمر الگوها و استانداردها

۸- تعامل و هماهنگی با مراکز استانداردسازی ملی و بین‌المللی و یا نماینده آنها

وظایف عمده کارگروه‌ها:

کارگروه تخصصی تحقیق و توسعه (فنی/مستندسازی):

- تشکیل کارگروه فرعی در صورت نیاز و مدیریت کارگروه‌های فرعی در زیرمجموعه

- نیازسنجی استانداردها و الگوهای مورد لزوم مطابق با راهبردها و اهداف و فعالیت‌ها

- تهیه شاخص‌های اختصاصی برای هر استاندارد و الگوی نیازسنجی شده

- بومی‌نمودن شاخص‌های عمومی (در استانداردهای بین‌المللی) برای سازمان

- اولویت‌بندی استانداردها و الگوها و شاخص‌های انتخابی

- رتبه‌بندی و مشخص نمودن مقیاس‌های اندازه‌گیری

- تهیه فرم‌های مورد نیاز برای کارگروه پیاده‌سازی
 - تهیه پیش‌نویس استانداردها و الگوها در قالب نظام‌نامه
 - تعامل و هماهنگی صنفی با کارگروه‌ها و مراکز استانداردسازی مرتبط
- کارگروه تخصصی پیاده‌سازی (استقرار):
- تعیین منابع، وظایف و مسئولیت استانداردها و الگوهای ابلاغی در قالب نظام‌نامه با هماهنگی ستاد راهبردی
 - حصول اطمینان از این که استانداردها و الگوهای مورد نظر، به طور صحیح مستقر و نگهداری می‌شوند.
 - گزارش‌دهی به ستاد راهبردی درباره نحوه پیاده‌سازی و هر گونه نیازی که به استقرار استانداردها و الگوها کمک می‌نماید.
 - ایجاد ارتباطات (برون‌سازمانی و یا داخلی) و هماهنگی‌های لازم با طرف‌های مختلف مرتبط با استانداردها و الگوهای ابلاغی.
- کارگروه آموزش و فرهنگ‌سازی (نهادینه کردن):
- تدوین سرفصل‌ها و محتوای دوره‌های آموزشی مورد نیاز
 - تدابیر لازم برای آموزش‌های بینشی و نگرشی اعضای ستاد راهبردی
 - تدابیر لازم برای آموزش‌های نگرشی و مهارتی اعضای کارگروه‌های تخصصی
 - تدابیر لازم برای آموزش‌های توجیهی برای کلیه کارکنان در خصوص الگوها و استانداردهای ابلاغ شده
 - تدابیر لازم برای آموزش و آگاه‌سازی جامعه هدف و مشتریان و تبیین امتیازات الگوها و استانداردهای اعمالی به خدمت‌گیرندگان و مشتریان

- تدابیر لازم برای درگیر نمودن سیستم نظام پیشنهادها، کارکنان و جامعه هدف در فرآیند استقرار استانداردها و الگوها

- تدابیر لازم برای ارزیابی دوره‌های برگزار گردیده و در صورت نیاز اقدام به برگزاری دوره‌های بازآموزی

کارگروه تخصصی نظارت و ارزیابی (ممیزی):

- پایش، سنجش و اندازه‌گیری مقیاس‌ها و شاخص‌ها از نحوه پیاده‌سازی استانداردها و الگوی مد نظر

- نظر سنجی از مشتریان و جامعه هدف

- شناسایی و ارزیابی انطباق یا عدم انطباق‌ها

- کنترل سوابق و مستندسازی

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

- ارائه نتایج نظارت و ارزیابی به ستاد راهبری

- آسیب‌شناسی فرآیند پیاده‌سازی

- ارائه پیشنهاد برای اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه

گام دوم: تدوین شاخص‌ها و مقیاس‌های اندازه‌گیری

شناسایی شاخص‌ها و مقیاس‌ها از ارکان اصلی پیاده‌سازی استانداردها و الگوها است. با در نظر گرفتن نوع استانداردها و الگوها، شاخص‌ها در دو بعد عمومی و اختصاصی تعیین می‌گردند. بعد عمومی در تمام سازمان‌های مشابه یکسان بوده و بعد اختصاصی با توجه به ماهیت، وظایف و اهداف هر سازمان تعیین می‌گردد. تعیین شاخص‌ها و مقیاس‌ها با استفاده از روش‌های نیازسنجی، کارسنجی و زمان‌سنجی و مقیاس‌های فنی و علمی میسر می‌باشد. لازم به توضیح است که اگر شاخص‌ها و مقیاس‌های مورد نیاز قبلاً در سطح ملی و بین‌المللی تدوین گردیده باشند، بایستی مطابق شاخص‌های مربوطه، عمل نمود.

نحوه استخراج و ضوابط تدوین شاخص‌های اختصاصی:

شاخص‌های مربوط به هر دستگاه اجرایی، از اهداف کلان و راهبردها و وظایف و برنامه‌های دستگاه استخراج می‌شود. به همین دلیل شاخص‌های اختصاصی شرکت‌ها و سازمان‌های مختلف با یکدیگر متفاوت می‌باشد و نمی‌توان یک شاخص ثابت را برای جایگزینی شاخص‌های اختصاصی ارائه داد. 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 می‌شود:

۱. شاخص‌ها باید متناسب با موضوع استاندارد و الگوی انتخاب شده باشند. به عبارتی شاخص‌ها بایستی مبتنی بر تحقق مأموریت‌ها و خط‌مشی‌ها، راهبردها و اهداف سازمان باشند.

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

۳. شاخص‌ها، بایستی تا آنجا که ممکن است به صورت کمی باشند، بدین معنی که قابل اندازه‌گیری و مقیاس‌بندی باشند.

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

۵. باید شاخص‌ها به گونه‌ای تدوین شوند که برداشت همه کارکنان و دست‌اندرکاران از مفهوم آنها یکسان باشد و دیگر نیاز به توضیح و تفسیر نباشد.

۶. شاخص‌ها باید عینی باشند و از به کار بردن مفاهیم ذهنی و انتزاعی در آنها خودداری گردد.

۷. شاخص‌ها بایستی هم‌راستا با شاخص‌های وضع مطلوب (در سطح انتظارات ملی و بین‌المللی) باشند.

۸. شاخص‌هایی که قابل اندازه‌گیری نباشند به عنوان شاخص کیفی مطرح می‌گردند. عموماً شاخص‌های کمی در استانداردها و شاخص‌های کیفی در الگوها بکار برده می‌شوند.

۹. پس از تدوین شاخص‌ها، به منظور نظارت و ارزیابی بر نحوه اجرای استانداردها و الگوها، بایستی تمامی شاخص‌ها، مقیاس‌بندی و ضریب‌بندی گردند تا بتوان از ابعاد مختلف مورد ارزیابی قرار گیرند. چرا که متناسب با ماهیت شاخص‌ها ارزیابی کمی و یا ارزیابی کیفی صورت می‌پذیرد. مثلاً شاخص مصرف برق (به

ازای هر یک متر مربع فضای اداری) با در نظر گرفتن وضعیت اقلیمی واحد مورد نظر (گرمسیری و یا سردسیری) نمی‌تواند با یک ضریب باشد.

۱۰. تعامل و ارتباط شاخص‌ها با یکدیگر تعیین گردد.

گام سوم: تدوین و ابلاغ استانداردها و الگوها

مقدمات این گام توسط کارگروه تخصصی تحقیق و توسعه (مستندسازی) تهیه می‌گردد. در تدوین استانداردها و الگوها، بیانیه‌هایی مدون در مورد خط‌مشی‌ها، اهداف، الزامات، دامنه کاربرد، شاخص‌ها و مقیاس‌های اندازه‌گیری و روش‌های اجرایی در قالب یک نظام‌نامه به صورت پیش‌نویس تهیه می‌شود و به ستاد راهبردی منعکس می‌گردد و در صورت تأیید، توسط ستاد راهبردی ابلاغ می‌شود.

عموماً در نظام‌نامه استانداردها و الگوها موارد زیر پوشش داده می‌شود:

۱. دامنه کاربرد

۲. الزامات کلی

۳. خط‌مشی‌ها (راهبردها و اهداف اثربخش)

۴. منابع، وظایف، مسئولیت‌ها و اختیارات

۵. صلاحیت‌ها، آموزش و آگاهی

۶. ارتباطات

۷. مستندسازی و کنترل مستندات

۸. واکنش‌ها و آمادگی در شرایط اضطراری

۹. پایش و اندازه‌گیری

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 توانمندسازی

این گام توسط کارگروه آموزش و فرهنگ‌سازی (نهادینه کردن استانداردها و الگوها) با هماهنگی واحدهای آموزش کارکنان هر سازمانی صورت می‌پذیرد. در این مرحله اقدامات زیر مطابق استاندارد آموزش کارکنان ISO ۱۰۰۱۵ تحقق می‌یابد:

- نیازسنجی آموزشی برای استانداردها و الگوهای ابلاغی در چهار بعد بینشی، نگرشی، مهارتی و توجیهی.
- تهیه سرفصل‌ها برای دوره‌های آموزشی نیازسنجی شده.
- برنامه‌ریزی و اجرای دوره‌های آموزشی (بینشی و نگرشی) اعضای ستاد راهبری.
- برنامه‌ریزی و اجرای دوره‌های آموزشی (نگرشی و مهارتی) اعضای کارگروه‌های تخصصی.
- برنامه‌ریزی و اجرای دوره‌های آموزشی توجیهی برای کلیه کارکنان در خصوص الگوها و استانداردهای ابلاغ شده.
- آموزش و آگاه‌سازی جامعه هدف و مشتریان و تبیین امتیازات الگوها و استانداردهای اعمالی به خدمت‌گیرندگان و مشتریان.
- ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی برگزار شده.
- برگزاری دوره‌های بازآموزی در صورت نیاز.
- درگیر نمودن سیستم نظام پیشنهادی کارکنان و جامعه هدف در فرآیند استقرار استانداردها و الگوها.
- شناسایی نخبگان و برترین‌های این دوره‌ها، برای بهره‌مندی در فرآیند استقرار استانداردها و الگوها.

گام پنجم: پیاده‌سازی استانداردها و الگوها

این گام توسط کارگروه تخصصی پیاده‌سازی (استقرار) تحقق می‌یابد. در این مرحله اقدامات زیر صورت می‌پذیرد:

۱. پیاده‌سازی الزامات در حوزه دامنه کاربرد استانداردها و الگوها.
۲. در دسترس قرار دادن منابع لازم برای ایجاد، استقرار، نگهداری و بهبود استانداردها و الگوهای ابلاغی.
۳. انجام امور اجرایی مطابق مسئولیت‌ها و شرح وظایف تعیین شده استانداردها و الگوهای ابلاغی.
۴. حصول اطمینان از اینکه استانداردها و الگوها استقرار می‌یابند و نگهداری می‌شوند.
۵. گزارش‌دهی به ستاد راهبری درباره نحوه پیاده‌سازی و هر گونه نیازی که به استقرار استانداردها و الگوها کمک می‌نماید.
۶. ایجاد ارتباطات (برون‌سازمانی و داخلی) و هماهنگی‌های لازم با طرف‌های مختلف مرتبط با استانداردها و الگوهای ابلاغی.
۷. گزارش‌دهی به ستاد راهبری در خصوص عملکرد سیستم در مرحله بعد از استقرار و ارائه پیشنهادها و توصیه‌هایی برای بهبود مستمر.

گام ششم: نظارت و ارزیابی نحوه اجرا

این گام توسط کارگروه تخصصی نظارت و ارزیابی صورت می‌گیرد و نتایج به‌دست آمده به ستاد راهبری منعکس می‌شود. نظارت و ارزیابی فرآیندی نظام‌یافته، مستقل و مدون است. این فرآیند می‌تواند به صورت درون‌سازمانی (ممیزی داخلی) یا برون‌سازمانی (ممیزی سازمان ثالث) صورت پذیرد. ملاک‌ها و معیارهای نظارت و ارزیابی، همان مجموعه شاخص‌ها (عمومی و اختصاصی) هر سازمان در استاندارد و الگوی مورد نظر می‌باشد که بایستی در قالب برنامه‌ای مدون برای دوره‌های زمانی مشخص صورت پذیرد تا نتایج از اعتبار لازم (اعتماد و تکرارپذیری) برخوردار گردد. اعضای این کارگروه از نخبگان و کارشناسان برجسته هر سازمان می‌باشند که دوره‌های آموزشی لازم را با موفقیت طی نموده‌اند و شایستگی آنها محرز گشته است. فرآیند نظارت و ارزیابی از چهار مرحله اصلی تشکیل می‌شود:

۱. مشخص بودن شاخص‌ها، مقیاس‌ها، حدود اندازه‌گیری، ماهیت (کمی و کیفی)، پیچیدگی، اهداف و الزامات ... در استاندارد و الگوی مورد نظر.

۲. تعیین معیارها و مشخصه‌های ارزیابی‌کنندگان به صورت کمی (تحصیلات دانشگاهی مرتبط، سابقه و تجربه کاری مفید، ساعات آموزشی ممیزی) و کیفی (خصایص شخصی، مهارت‌های ارتباطی، ابتکار، تهیه چک‌لیست و ...).

۳. انتخاب روشی مناسب برای نظارت و ارزیابی، جامع‌ترین روش نظارت و ارزیابی که طیف زیادی از شاخص‌ها (متناسب با موقعیت‌ها) را پوشش می‌دهد. نظارت و ارزیابی ۳۶۰ درجه است. برای حصول اطمینان، کارگروه تخصصی مربوطه از زوایای مختلف، حوزه استاندارد و الگوی مورد نظر را رصد می‌نمایند. این زوایا متناسب با نوع، ماهیت و پیچیدگی استانداردها و الگوها متفاوت می‌باشند. در زیر به بخشی از آن اشاره می‌شود:

- تناسب با خط‌مشی و اهداف سازمان

- نظر مشتریان و خدمت‌گیرندگان

- الزامات قانونی، مقرراتی و قراردادی

- ماهیت شاخص‌ها و مقیاس‌ها

- واکنش جامعه و مخاطرات احتمالی

- نظر سهامداران، مالکان و تأمین‌کنندگان

- نظر مدیریت سازمان

- نظر تولیدکنندگان و کارکنان

- رعایت امور زیست‌محیطی

- 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 منطقه‌ای

- توانمندی کارکنان

- شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها

- زمان‌ها، ظرفیت‌ها و منابع از دست رفته

۴. انجام نظارت و ارزیابی، متناسب با زوایای مورد نیاز از طرق مختلف (تهیه چک‌لیست، بررسی سوابق، بازخورد مثبت و منفی، مصاحبه، مشاهده، آزمایش/امتحان، کنترل آماری فرآیند SPC و ...). این کار در تخصص کارگروه نظارت و ارزیابی می‌باشد که شاخص‌های مورد نظر را بررسی کرده و به صورت نتیجه‌گرا گزارشات لازم را مستند می‌کند.

گام هفتم: برنامه‌های بهبود مستمر

ستاد راهبری بایستی استانداردها و الگوهای ابلاغی را در فواصل طرح‌ریزی شده مورد بازنگری قرار دهد تا از تناسب، کفایت و اثربخشی آنها اطمینان حاصل نماید. این بازنگری باید شامل ارزیابی فرصت‌های بهبود و نیاز به اعمال تغییرات در استانداردها و الگوهای حاکم و در راستای راهبردها و اهداف اثربخش صورت پذیرد. برنامه‌های بهبود مستمر در بخش ورودی و خروجی استانداردها و الگوهای حاکم مورد توجه قرار می‌گیرند. در بخش ورودی موارد زیر بررسی می‌گردد:

- تغییراتی که می‌تواند استانداردها و الگوها را تحت تأثیر قرار دهد

- توصیه‌هایی برای بهبود

در بخش خروجی موارد زیر بررسی می‌شوند (با ماهیت تصمیم‌گیری):

۱. بهبود اثربخشی استانداردها و الگوها و فرآیندهای آن

۲. بهبود کیفیت خدمات

۳. بهبود کیفیت محصولات

۴. بهبود کیفیت توزیع

۵. بهبود هزینه‌ها و منابع

نتیجه‌گیری

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