

## رشد اقتصادی و الگوی ذهنی انتظارات مصرفی محمدعلی اسماعیل زاده اصل<sup>۱</sup>

### چکیده

انتظارات مصرفی در سال های اخیر به شدت افزایش پیدا کرده است و قناعت که زمانی ارزش تلقی می شد در حال تبدیل به ضد ارزش است. برای تامین مالی این انتظارات مصرفی، گروه شاغلین مجبور به تخصیص زمان بیشتری به کار هستند که منجر به کاهش شاخص های غیر پولی کیفیت زندگی می شود. از سوی دیگر تلاش طبقه متوسط درآمدی برای به دست آوردن درآمد بیشتر، از طریق روی آوردن به کار دوم و سوم، از نوع کارهای قابل انجام توسط گروه های ضعیف تر سهم می گیرد و منجر به از دست رفتن فرصت های کاری برای طبقات با درآمد کمتر می شود. این مساله همچنین منجر به نمود بیشتر مظاهر ثروت و تشدید احساس فقر در گروه های ضعیف تر اقتصادی می گردد. مشکل دیگر این است که بالا بودن انتظارات مصرفی، پس انداز خانوارها را کاهش می دهد. پایین بودن میزان پس انداز، منجر به کاهش سرمایه گذاری در کشور و در نتیجه کاهش رشد اقتصادی می گردد. این مقاله به بررسی اثر افزایش انتظارات مصرفی در جامعه بر اقتصاد کشور می پردازد و تلاش می کند الگویی از انتظارات مصرفی ارائه دهد که با پیشرفت پایدار در سطح ملی تناسب داشته باشد.

**کلیدواژه ها:** انتظارات مصرفی، کیفیت زندگی، اختلاف طبقاتی، پس انداز، سرمایه گذاری، پیشرفت

### مقدمه

در فرهنگ اقتصادی اسلام از یک سو توجه ویژه ای به جایگاه کار و کارگر شده، و از سوی دیگر بر اجتناب از اسراف و تبذیر و مبنا قرار دادن قناعت در زندگی شخصی و اجتماعی تاکید شده است. خداوند متعال در قرآن کریم که کتاب آسمانی مسلمین و نشان دهنده راه و روش زندگی انسانی و اسلامی است، در آیات بسیاری به انجام عمل صالح تاکید کرده اند<sup>۲</sup> تا جایبکه در سوره عصر، انجام کار نیک و عمل صالح را شرط لازم برای جلوگیری از تباهی عمر معرفی کرده اند<sup>۳</sup> و در جای دیگر می فرمایند: وَ يَسْتَجِيبُ الَّذِينَ آمَنُوا وَ عَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَ يَزِيدُهُمْ مِنْ فَضْلِهِ وَ الْكَافِرُونَ لَهُمْ عَذَابٌ شَدِيدٌ<sup>۴</sup> یعنی خداوند

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری مدیریت دانشگاه شهید بهشتی m\_esmaeilzadeh@sbu.ac.ir

<sup>۲</sup> قرآن کریم، سوره بقره آیات ۲۵، ۶۲، ۸۲، ۲۷۷ و سوره آل عمران آیه ۵۷ و سوره نساء آیات ۵۷، ۱۲۲، ۱۲۴، ۱۷۳ و سوره مائده آیات ۹، ۶۹، ۹۳ و سوره اعراف آیه ۴۲ و سوره یونس آیات ۴، ۹ و سوره هود آیات ۱۱، ۲۳ و سوره رعد آیه ۲۹ و سوره ابراهیم آیه ۲۳ و سوره نحل آیه ۹۷ و سوره اسراء آیه ۹ و سوره کهف آیات ۲، ۳۰، ۸۸، ۱۰۷، ۱۱۰ و سوره مریم آیات ۶۰، ۹۶ و سوره طه آیات ۷۵، ۸۲، ۱۱۲ و سوره انبیاء آیه ۹۴ و سوره حج آیات ۱۴، ۲۳، ۵۰، ۵۶ و سوره مومنون آیه ۵۱ و سوره نور آیه ۵۵ و سوره فرقان آیات ۷۰، ۷۱ و سوره شعراء آیه ۲۲۷ و سوره قصص آیات ۶۷، ۸۰ و سوره عنکبوت آیات ۷، ۹، ۵۸ و سوره روم آیات ۱۵، ۴۴، ۴۵ و سوره لقمان آیه ۸ و سوره سجده آیه ۱۹ و سوره احزاب آیه ۳۱ و سوره سبا آیات ۴، ۱۱، ۳۷ و سوره فاطر آیه ۷ و سوره غافر آیه ۴۰ و سوره فصلت آیات ۸، ۳۳، ۴۶ و سوره شوری آیات ۲۲، ۲۳، ۲۶ و سوره جاثیه آیات ۱۵، ۲۱، ۳۰ و سوره محمد آیات ۲، ۱۲ و سوره فتح آیه ۲۹ و سوره تغابن آیه ۹ و سوره طلاق آیه ۱۱ و سوره انشقاق آیه ۲۵ و سوره بروج آیه ۱۱ و سوره تین آیه ۶ و سوره بینه آیه ۷ و سوره عصر آیه ۳

<sup>۳</sup> قرآن کریم، سوره عصر

<sup>۴</sup> سوره شوری آیه ۲۶

"درخواست کسانی را که ایمان آورده و کارهای نیک انجام داده‌اند می پذیرد و از فضل خود بر آنها می‌افزاید" (تفسیر نمونه، ۱۳۷۴).

همچنین خداوند در تحریم اسراف و تبذیر می‌فرماید: *كُلُوا وَ اشْرَبُوا وَ لَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ*<sup>۵</sup> یعنی "بخورید و بنوشید ولی اسراف نکنید که خدا مسرفان را دوست ندارد" (تفسیر نمونه) و در آیات دیگری نیز همین مضمون را در مورد اسراف تکرار می‌فرمایند<sup>۶</sup> و در خصوص تبذیر که معادل "ریخت و پاش" در فارسی امروز است (تفسیر نمونه، ۱۳۷۴)، می‌فرماید: *وَ لَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا، إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَ كَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا*<sup>۷</sup> یعنی "و هرگز اسراف و تبذیر مکن، چرا که تبذیرکنندگان، برادران شیاطینند، و شیطان در برابر پروردگارش بسیار ناسپاس بود" (تفسیر نمونه، ۱۳۷۴).

در روایات و احادیثی که از معصومین به ما رسیده است هم، از سویی می‌بینیم که پیامبر برای تبیین جایگاه کار و کارگر، بوسه بر دست کارگر می‌زند (ابن اثیر) و از سوی دیگر می‌شنویم که: کان رسول الله صلی الله علی و آله و سلم خفیف الموونه و کثیر الموعونه (دیلمی) یعنی پیامبر اکرم در زندگی کم خرج بودند و پر تلاش. از سویی امیر مومنان علی علیه السلام با کار و تلاش به قدرت بازوی خود اموالی به دست می‌آوردند و از آن برای کمک به دیگران و آزاد کردن بردگان استفاده می‌کردند و از سوی دیگر خود لباس کرباسی زبر به تن می‌کردند (شیخ مفید).

توجه به این رویکرد دوگانه به تولید و مصرف مخصوص مسلمین نیست. درحالیکه در قرون وسطی، هم کار و هم مصرف اموری غیر خدایی و مکروه دانسته می‌شد، گروهی از پروتستان‌ها که علیه کلیسا به پا خاسته بودند، به این اعتقاد رسیدند که اگرچه مصرف بیش از حد نیاز، امری مکروه است و باید از آن اجتناب شود، کار و ثروت آفرینی یک امر خدایی است و تباه کردن وقت بزرگترین گناهان است (Weber, 1958). با اجتناب از خوش‌گذرانی، مردم به جای مصرف منافع ناشی از کار، این منافع را برای بهبود کارشان صرف می‌کردند یا اقدام به سرمایه‌گذاری‌های جدید می‌کردند (Bedeian, 2009 & Wren) و در واقع این گروه از مردم بودند که پایه‌گذار رشد اقتصادی درونزا در غرب شدند.<sup>۸</sup>

ویل دورانت در نگاهی به تاریخ جهان می‌گوید: "یک ملت با سخت کوشی به وجود می‌آید، و با خوش‌گذرانی نابود می‌شود" (Durant, 1935). نسلی از انسان‌ها که باعث رشد یک تمدن می‌شوند سخت کوش، منضبط و کم‌هزینه هستند و نسلی که باعث نابودی یک ملت می‌شوند، فرصت طلب، ولخرج و خوش‌گذران هستند و قناعت را عیب می‌دانند (Wren & Bedeian, 2009). چنین ملتی از درون تهی شده‌است و در مقابل هرگونه اعمال قدرت خارجی آسیب پذیر است.

<sup>۵</sup> سوره اعراف آیه ۳۱

<sup>۶</sup> سوره انعام آیه ۱۴۱

<sup>۷</sup> سوره اسراء آیات ۲۶ و ۲۷

<sup>۸</sup> کشورهای غربی یک رشد اقتصادی ناشی از استعمار هم داشته‌اند که موضوع بحث این مقاله نیست. در این مورد رجوع کنید به مقاله "ریشه‌های مستعمراتی اقتصاد تطبیقی" (Acemoglu, Johnson, & Robinson, 2000)

### انتظارات مصرفی و تقاضای خانوار

مفهوم انتظارات مصرفی با تقاضای خانوار متفاوت است. تقاضای واقعی در اقتصاد آن قسمت از انتظارات مصرفی است که امکان تامین مالی آن به وجود آمده است. در واقع خانواری که انتظار مصرفی بالایی دارد بخش بیشتری از درآمد خود را مصرف می‌کند و بخش کمتری از آن را به پس انداز اختصاص می‌دهد. رشد انتظارات مصرفی به چهار شکل خود را نشان می‌دهد:

۱- انتظار مصرف بیشتر کالا و خدمات

۲- انتظار مصرف کالا و خدمات با کیفیت بالاتر

۳- انتظار جایگزینی سریعتر کالاها

۴- انتظار مصرف کالاهای لوکس

در اثر عوامل چهارگانه فوق، خانوار تمایل دارد بخش بیشتری از درآمد خود را به مصرف اختصاص دهد و از پس‌انداز خود می‌کاهد.

### انتظار مصرف بیشتر کالا و خدمات

به عنوان مثال دو خانواده چهار نفره را در نظر بگیرید که هر دو در خانه ای ۷۰ متری زندگی می‌کنند. ممکن است یکی از این خانوارها انتظار خرید یک خانه ۱۴۰ متری داشته باشد و خانواده دیگر زندگی در خانه ۷۰ متری را راضی کننده بداند و به دنبال بزرگ تر کردن خانه‌اش نباشد. در حالی که هیچ یک از این دو خانواده منابع مالی لازم برای خرید خانه ۱۴۰ متری را نداشته باشند، تقاضای مصرف برای هر دو خانواده صفر است اما انتظار مصرفی برای یکی از خانواده‌ها معادل ۷۰ متر خانه بیشتر است. در این شرایط خانواده‌ی اول از وضع موجود راضی است اما خانواده‌ی دوم در شرایط عدم رضایتمندی زندگی می‌کند. همچنین رفتار این دو خانواده در صورت دستیابی به منابع مالی، یکسان نخواهد بود. خانواده اول منابع به دست آمده را صرف خرید خانه ای بزرگ تر خواهد کرد، در صورتیکه خانواده دوم می‌تواند اقدام به سرمایه‌گذاری برای خرید یک خانه ۷۰ متری و کسب درآمد از طریق اجاره دادن آن نماید.

### انتظار مصرف کالا و خدمات با کیفیت بالاتر

تلویزیون های زیاد و متنوعی هستند که می‌توانند تقاضای خانوار را برای تماشای برنامه‌های تلویزیونی برآورده سازند. هنوز تلویزیون‌های لامپی رنگی در بازار موجودند. در کنار آنها انواع تلویزیون‌های LED، LCD و مدل‌های جدیدتر آنها با نام تلویزیون هوشمند در نسل‌های مختلف و با امکانات مختلف در بازار یافت می‌شوند. در چنین بازار متنوعی، تقاضای خانواده‌ها به طور روز افزونی به سمت مصرف جدیدترین محصولات شرکت‌های تولید کننده تلویزیون و سیستم‌های سینمای خانوادگی معطوف شده است. چنین روندی در بازارهای مختلفی مانند بازار یخچال و سایر سرد سازها، بازار گوشی‌های تلفن همراه، بازار لوازم برقی، و بسیاری از بازارهای دیگر مشهود است.

### انتظار جایگزینی سریعتر کالاها

این مساله از یک سو به دلیل سرعت روزافزون نوآوری و ورود کالاهای با کیفیت بالاتر به بازار به نوعی با "انتظار مصرف کالا و خدمات با کیفیت بالاتر" مرتبط می باشد و از سوی دیگر ناشی از روحیه تنوع طلبی حاکم بر جامعه است.

### انتظار جایگزینی با کالاهای با کیفیت بالاتر

شاید بارزترین بازار برای نشان دادن این مفهوم، بازار گوشی های تلفن همراه باشد. سرعت رشد فن آوری در این بازار به حدی است که حتی اگر بالاترین سطح گوشی های تلفن همراه را خریداری کنید، طی مدت کوتاهی و گاهی کمتر از چند هفته، مدل های جدیدی از گوشی تلفن همراه با امکانات جدیدتر و کیفیت بالاتر به بازار خواهند آمد. این سوال برای خریداران چنین کالاهایی مطرح است که چه زمانی باید برای تعویض کالای خریداری شده با کالای جدیدتر اقدام کنند. از سوی دیگر تولیدکنندگان چنین محصولاتی با آگاهی از اینکه گروهی از مصرف کنندگان به دنبال خرید آخرین مدل از چنین محصولاتی هستند، در ابتدای عرضه این محصولات، قیمت های بالاتری را از خریداران مطالبه می کنند و با گذشت زمان قیمت های خود را کاهش می دهند تا گروه های بیشتری از مصرف کنندگان را به خرید محصولاتشان ترغیب کنند و به اصطلاح مکانیزم کره گرفتن<sup>۹</sup> از بازار را اجرا می کنند.

### انتظار جایگزینی به دلیل تنوع طلبی

طی سال های اخیر جایگزینی کالاها به دلیل تنوع طلبی به شدت افزایش یافته است. تغییر اثاثیه و مبلمان منزل، تغییر دکوراسیون داخلی، خرید کیف، کفش و لباس های متعدد و متفاوت برای حضور در مجالس مختلف، همگی مثال هایی از این نوع از انتظار جایگزینی هستند. این انتظارات ممکن است به دلایل فردی یا اجتماعی شکل بگیرد.

### انتظار مصرف کالاها و خدمات لوکس

کالاهای لوکس تنها به دلیل دارا بودن کیفیت بالاتر مصرف نمی شوند و حتی الزاما کیفیت بالاتری هم ندارند. مثلا گوشی های تلفن همراه که دارای بدنه تیتانیومی هستند یا با سنگ های قیمتی تزیین شده اند ممکن است از جهت کارایی و عملکرد بهترین های بازار تلفن های همراه نباشند اما در گروه کالاهای لوکس طبقه بندی می شوند. همچنین ساعت های مچی لوکس که قیمتی بالای ۲۰ هزار دلار دارند الزاما ساعت را دقیق تر از ساعت های ۵۰ دلاری نشان نمی دهند، یا یک خودروی ۲۰۰ هزار دلاری ده برابر یک خودروی ۲۰ هزار دلاری کیفیت ندارد.

با این حال طبقه بندی شدن یک کالا در گروه کالاهای لوکس باعث به وجود آمدن حس متفاوت بودن در خریداران آن کالاها می شود. در واقع بسیاری از خریداران کالاهای لوکس این کالاها را می خرند تا یا خود را با قشر متوسط جامعه متفاوت کنند و یا خود را به قشر ثروتمند جامعه شبیه کنند.

<sup>۹</sup> Skimming Pricing Strategy

فروشنندگان چنین محصولات و خدماتی هم با انواع روش‌های تبلیغاتی تلاش می‌کنند محصولات خود را متمایز کننده‌تر نشان دهند و خریداران محصولات و خدمات خود را عضو کلوب انسان‌های خاص معرفی کنند.

### نتایج رشد انتظارات مصرفی بر اقتصاد خانوار

رشد انتظارات مصرفی نتایج مخربی بر اقتصاد خانواده دارد. تقاضای انسان می‌تواند دایما به سوی مصرف بیشتر و سبب مصرف پر هزینه‌تر میل پیدا کند اما رشد منابع لازم برای دستیابی به این تقاضا به سادگی میسر نیست. این مساله مشکلات مختلفی را برای خانوار به وجود خواهد آورد.

### نیاز به اختصاص بخش بیشتری از زمان به کسب درآمد

افزایش انتظارات مصرفی خانوار، تقاضا برای کسب درآمد بیشتر را در پی خواهد داشت. به این ترتیب خانوار ساعات بیشتری از زمان در دسترس خود را به کار اختصاص خواهد داد و به طور روز افزونی با افرادی مواجه خواهیم بود که دچار خستگی مفرط هستند.

### کار اجباری برای زنان

اگرچه کار کردن زنان به خصوص در مشاغلی که زنان در آنها اولویت دارند، امری مطلوب برای جامعه است، کار و فعالیت اجتماعی برای زنان تا زمانی مطلوب است که به یک اجبار تبدیل نشود. در واقع زنان باید حق انتخاب داشته باشند که در صورت تمایل درونی بخشی از زمان خود را به کار و فعالیت اجتماعی تخصیص دهند. در شرایطی که خانواده قادر به برآورده کردن انتظارات مصرفی خود از طریق درآمد یک نفر را نداشته باشد، زوجین مجبور هستند هر دو به کار بپردازند تا درآمد لازم برای سطح حداقلی از مصرف که برای خود تعریف کرده‌اند را کسب کنند. در این شرایط با مفهوم جدیدی از کار اجباری برای زنان مواجه هستیم که البته ظاهر خود را تغییر داده است.

### پایین آمدن جنبه‌های غیر پولی کیفیت زندگی

اگرچه مصرف کالا و خدمات می‌تواند کیفیت زندگی را ارتقا دهد، جنبه‌های دیگری از کیفیت زندگی هستند که با پول و مصرف به دست نمی‌آیند. به عنوان مثال زمانی که پدر و مادر با فرزندان می‌گذرانند، بازی پدر و مادر با بچه‌ها، قصه گفتن و کتاب خواندن برای فرزندان، صحبت کردن اعضای خانواده با یکدیگر، رفتن به دیدار دوستان و آشنایان، گذراندن بخشی از زمان در طبیعت، و فعالیت‌های بسیار دیگری از این قبیل، تنها با تامین مالی امکان پذیر نیستند و نیاز به داشتن زمان با کیفیت و به دور از خستگی و بی‌حوصلگی دارند.

### کاهش سطح کلی رضایت مندی خانوار

رضایت مندی تابعی از مقایسه سطح انتظارات و میزان داشته‌ها می‌باشد. هرچه اختلاف بین سطح انتظارات و وضعیت فعلی ما بیشتر باشد، سطح پایین‌تری از رضایت مندی خواهیم داشت. خانواده‌ای که انتظار

داشتن یک خانه‌ی ۷۰ متری داشته، با دست‌یابی به این خانه به رضایت خواهد رسید. اما خانواده‌ای که انتظار داشتن یک خانه ۱۴۰ متری داشته، با خرید یک خانه‌ی ۱۰۰ متری به رضایت نخواهد رسید. به این ترتیب در وضعیت مصرف مساوی، خانواده‌ای که انتظارات مصرفی کمتری دارد، سطح رضایت بیشتری خواهد داشت.

### نتایج رشد انتظارات مصرفی بر محیط اقتصادی کشور

#### افزایش تقاضا برای مصرف کالاهای لوکس و وارداتی

یکی از ویژگیهای بازارهای امروزی حرکت بسیار سریع کالا، خدمات و اطلاعات مربوط به آنها در سراسر جهان است. در چنین بازاری همواره کالاهایی یافت می‌شوند که با کیفیت بالاتر یا دارای تکنولوژی بالاتر از محصولات قابل تولید در بازار داخلی باشند. اما این تمام ماجرا نیست. بنگاه‌های بزرگ بین‌المللی علاوه بر سرمایه‌گذاری سنگین برای تولید محصولات، سالانه میلیاردها دلار نیز صرف تبلیغات و برندسازی می‌کنند. در واقع معرفی یک کالا به عنوان کالای لوکس، خود فرآیند پیچیده و پرهزینه‌ایست. در چنین بازاری اگر مشتریان انتظار داشته باشند جدیدترین و لوکس‌ترین کالاهای موجود در بازار را تهیه کنند، تولیدکنندگان داخلی ما شانس زیادی برای موفقیت در بازار نخواهند داشت و تقاضا به شکل روز افزونی به سمت واردات کالا سوق پیدا خواهد کرد.

#### افزایش تقاضا برای مصرف خدمات خارجی

یکی از ویژگیهای خدمات که در کتاب‌های کلاسیک بازاریابی به آن توجه می‌شود این است که خدمت در محل تولید باید مصرف شود. برای همین معمولاً فرض می‌شود که عرضه‌کنندگان خدمات نسبت به رقابت خارجی مصونیت بالاتری دارند. با این وجود واقعیتی که عرضه‌کنندگان خدمات در سال‌های گذشته شاهد آن بوده‌اند این است که به طور فزاینده‌ای افراد بیشتری به جای بازدید از گردشگاه‌های داخل کشور تمایل دارند به سفرهای خارجی بروند یا برای درمان بیماری‌هایی که به سادگی در داخل کشور قابل درمان هستند، به بیمارستان‌های خارج از کشور مراجعه می‌کنند و به جای درس خواندن در دانشگاه‌های کشور، به تحصیل در دانشگاه‌های حتی ضعیف‌تری در خارج از کشور می‌پردازند.

موارد ذکر شده در دو قسمت فوق نسبت به زمانی که چنین اولویت‌هایی به مصرف کالاهای خارجی داده نمی‌شد، به طور نسبی مشکلات زیر را برای اقتصاد کشور در پی خواهند داشت:

۱- افزایش تقاضا برای واردات کالا

۲- ضعیف شدن بازار مصرف کالاها و خدمات داخلی

۳- توسعه نیافتگی عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات داخلی

۴- توسعه نیافتن بازار کار و افزایش بیکاری

۵- افزایش تقاضا برای ارزهای خارجی

۶- کاهش ارزش پول ملی

## افزایش اختلاف طبقاتی

افزایش تقاضا برای کالاهای لوکس از دو طریق به افزایش اختلاف طبقاتی و نشر احساس فقر در جامعه دامن می زند.

### سهم گرفتن طبقه متوسط درآمدی از درآمد طبقات پایین تر

همانطور که اشاره شد، بالا بودن انتظارات مصرفی منجر به افزایش تقاضا برای درآمد بیشتر می شود. این درآمد بیشتر برای تعداد زیادی از کارکنان به معنای نیاز به اضافه کاری یا کار دوم و سوم است. از سوی دیگر در بازار رقابتی کار که نرخ بیکاری در آن بالاست، طبقه متوسط شانس بیشتری برای یافتن کار دوم در حوزه هایی دارند که توسط طبقات درآمدی پایین تر قابل انجام است. به طور مثال به طور روز افزونی با گروه های مهندسين، معلمين و کارمندان مواجهیم که در ساعات بعد از کار اول خود، به رانندگی و مسافركشی می پردازند یا در روزهای آخر هفته کارهای تعمیراتی یا ساختمانی انجام می دهند و یا به معامله املاک می پردازند.

این روند منجر به این می شود که درآمدی که قابل دسترس برای طبقه پایین تر درآمدی بود به طبقه متوسط انتقال پیدا کند و طبقات درآمدی پایین تر، فقیرتر شوند.

### نمود مظاهر ثروت و گسترش احساس فقر در جامعه

مشکل دیگری که مصرف کالاهای لوکس ایجاد می کند، نمود مظاهر ثروت در جامعه و احساس فقر بیشتر در طبقات متوسط و طبقات پایین تر است. خودروهای لوکس چند صد میلیونی شاید بارزترین مثال از کالاهایی هستند که چنین احساسی را در جامعه به وجود می آورند.

### فساد مالی برای تامین مالی انتظارات سیری ناپذیر

بالا بودن انتظارات مصرفی شاید بزرگترین مسبب ایجاد انگیزه برای فساد مالی است. افراد زیادی در جایگاه هایی قرار دارند که امکان فساد مالی برای آنها فراهم است. مدیران و کارکنان بانک ها، وکلا، کارشناسان و قضات دادگستری، بازرسان شهرداری، ممیزین مالیاتی، کارکنان گمرک، مامورین انتظامی، مسوولین امور قراردادها، مامورین خرید شرکت ها و بسیاری از گروه های دیگر در جامعه در چنین جایگاه هایی قرار دارند.

چنین افرادی دایما با وسوسه های شیطنانی برای استفاده از جایگاه شغلی خود برای کسب درآمد نامشروع مواجه هستند و برای دوری از این وسوسه ها به نیروی وجدان متکی هستند. در چنین شرایطی اگر این افراد به جای قناعت به درآمدهای معمول شغلی خود، با فشار بالا رفتن انتظارات مصرفی مواجه شوند، ممکن است در مقابل چنین وسوسه هایی تسلیم شوند و توجیهاتی برای کسب درآمدهای غیر قانونی برای خود بسازند.

### کاهش فعالیت های اجتماعی داوطلبانه

فعالیت های اجتماعی داوطلبانه که معمولا در قالب سازمان های غیرانتفاعی غیر دولتی و با نیت های انسان دوستانه انجام می شوند از مهمترین رویکردها برای بهبود کیفیت زندگی، بازتوزیع ثروت، و کاهش فشار اجرایی بر دولت است. در جامعه ای که مردم انتظارات مصرفی بالا داشته باشند، آنقدر به فکر کسب درآمد برای خودشان خواهند بود که فرصتی برای انجام فعالیت های انسان دوستانه نخواهند یافت.

### کاهش پس انداز و سرمایه گذاری

افزایش انتظارات مصرفی باعث خواهد شد افراد وزن بیشتری به مصرف بدهند و ارزش کمتری برای پس انداز قایل شوند. به این ترتیب پس انداز که یکی از مهمترین محرک ها در جامعه برای سرمایه گذاری است، سهم کمتری از درآمد خانوار را به خود اختصاص خواهد داد. کاهش سرمایه گذاری هم به نوبه ی خود باعث کاهش رشد اقتصادی و توسعه فقر نسبی در جامعه خواهد شد.

### آسیب پذیر بودن نسبت به تحولات اقتصادی بین المللی

افزایش انتظارات مصرفی چنان که اشاره شد منجر به افزایش تقاضا برای واردات کالاهای غیر ضروری و در نتیجه کاهش ذخایر ارزی کشور می شود. اگر مردم یک کشور عادت کنند معادل ۶۰ میلیارد دلار از محصولات مصرفی خود را از خارج از کشور وارد کنند و شبکه های تولید، توزیع و مصرف را بر این مبنا شکل دهند، به مرور زمان به مصرف چنین حجمی از کالاهای وارداتی وابسته می شوند. از طرفی تولید کنندگان داخلی ظرفیت های خود را برای جایگزینی چنین حجمی از تولید توسعه نداده اند، و از طرف دیگر افراد بسیاری زندگی خود را بر مبنای واردات و توزیع این کالاها بنا کرده اند. در چنین اقتصادی اگر در اثر تحولات بین المللی حجم واردات کالا کاهش یابد، زندگی افراد بسیاری تحت تاثیر قرار گرفت و در اثر فقدان کالاهایی که مردم به مصرف آنها عادت کرده اند، یک نوع احساس فقر نسبی و نارضایتی ناشی از آن شکل خواهد گرفت.

از سوی دیگر در اقتصادی که ذخایر ارزی کشور به راحتی برای واردات کالاهای مصرفی اختصاص پیدا کرده است، با کاهش ذخایر ارزی قدرت کشور برای عبور از بحران های مالی کاهش خواهد یافت و اگر به هر دلیلی از جمله تحریم های بین المللی یا کاهش ارزش اقلام صادراتی در بازارهای جهانی، روند به دست آوردن ارزهای خارجی با کاهش مواجه شود، ارزش پول ملی به سرعت کاهش خواهد یافت و مردم وجود یک تورم افسارگسیخته و بحران مالی را احساس خواهند کرد.

### بررسی راهکارها و نتیجه گیری

فرهنگ حاضری خوری و مصرف گرایی از بزرگترین خطرات پیش روی جهان امروز است. در سراسر جهان با نسلی مواجه هستیم که بیش از آنکه تولید می کند انتظار مصرف و بهره برداری دارد. عافیت طلبی و تلاش برای یافتن ساده ترین و نه الزاما درست ترین راه حل ها، به مصرف بی رویه منابع منجر شده است. از سوی دیگر پیشرفت پایدار باید همراه با رویکرد درست مصرف کردن و به اندازه پس انداز کردن باشد. انتظارات مصرفی اگر درست مدیریت نشوند می توانند نیازها و تقاضاهای کاذب ایجاد کنند که موجب کاهش



نرخ پس انداز در کشور می شود. از این رو، مدیریت الگوی ذهنی انتظارات مصرفی، از مهمترین چالش های پیش روی پیشرفت اقتصادی-اجتماعی در کشور است. این مساله در دو سطح سیاست گذاری عمومی و سیاست های قابل اجرا توسط خانوار قابل بررسی است.

در سطح خانوار راهکارهای اجرایی زیر پیشنهاد می شوند:

- تعیین و تخصیص سهم مشخص برای مصرف و پس انداز از درآمد
  - اجتناب از رقابت های مخرب و چشم و هم چشمی
  - پافشاری بر قناعت به عنوان یک ارزش
  - اجتناب از اسراف و تبذیر و توجه به عمر مفید محصولات
  - آموزش فرهنگ قناعت به کودکان
- راهکارهای قابل اجرا توسط سیاست گذار نیز شامل موارد زیر می باشند:
- ترویج فرهنگ قناعت در جامعه
  - پرهیز از ترویج مصرف و مصرف گرایی در رسانه ملی
  - تبلیغات منفی برای استفاده از مظاهر ثروت و اشرافی گری
  - آشنا کردن جامعه با فواید پس انداز و سرمایه گذاری
  - برقراری امنیت سرمایه و افزایش احساس امنیت برای سرمایه گذاران و کارآفرینان
  - تبلیغ فرهنگ سرمایه گذاری و تولید به عنوان ارزش و بهبود جایگاه اجتماعی کارآفرینان
  - ارزش دادن به کار و تلاش و نفی فرهنگ راحت طلبی و رفاه طلبی
  - حذف فرصت های کسب سود فرصت طلبانه از طریق ایجاد ثبات در سیاست های اقتصادی
- این راهکارها علاوه بر اینکه می توانند به صورت کلی برای بهبود وضعیت انتظارات مصرفی مورد استفاده قرار گیرند، می توانند به عنوان پیشنهادهایی برای پژوهش های آتی مورد استفاده قرار گیرند.

## منابع

- ابن اثیر، علی ابن محمد. اسدالغابه فی معرفه الصحابه. مرکز اطلاعات و مدارک اسلامی.  
دیلمی، حسن ابن محمد. ارشاد القلوب. (س. طباطبایی، مترجم) دفتر انتشارات اسلامی.  
شیخ مفید، محمد ابن محمد ابن نعمان. الارشاد. موسسه آل البیت.  
مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۴). تفسیر نمونه. تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- Acemoglu, D., Johnson, S & ,Robinson, J. A. (۲۰۰۰). The Colonial Origins of Comparative Development: An Impirical Investigation. American Economic Review.
- Durant, W. (۱۹۳۵). The Story of Civilization. New York: Simon and Schuster.
- Weber, M. (۱۹۵۸). The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism. T. Parsons, Translator, New York: Charles Scribner's Sons.
- Wren, D. A & ,Bedeian, A. G. (۲۰۰۹). The Evolution of Management Thought, 6th Edition . John Wiley & Sons, Inc.